

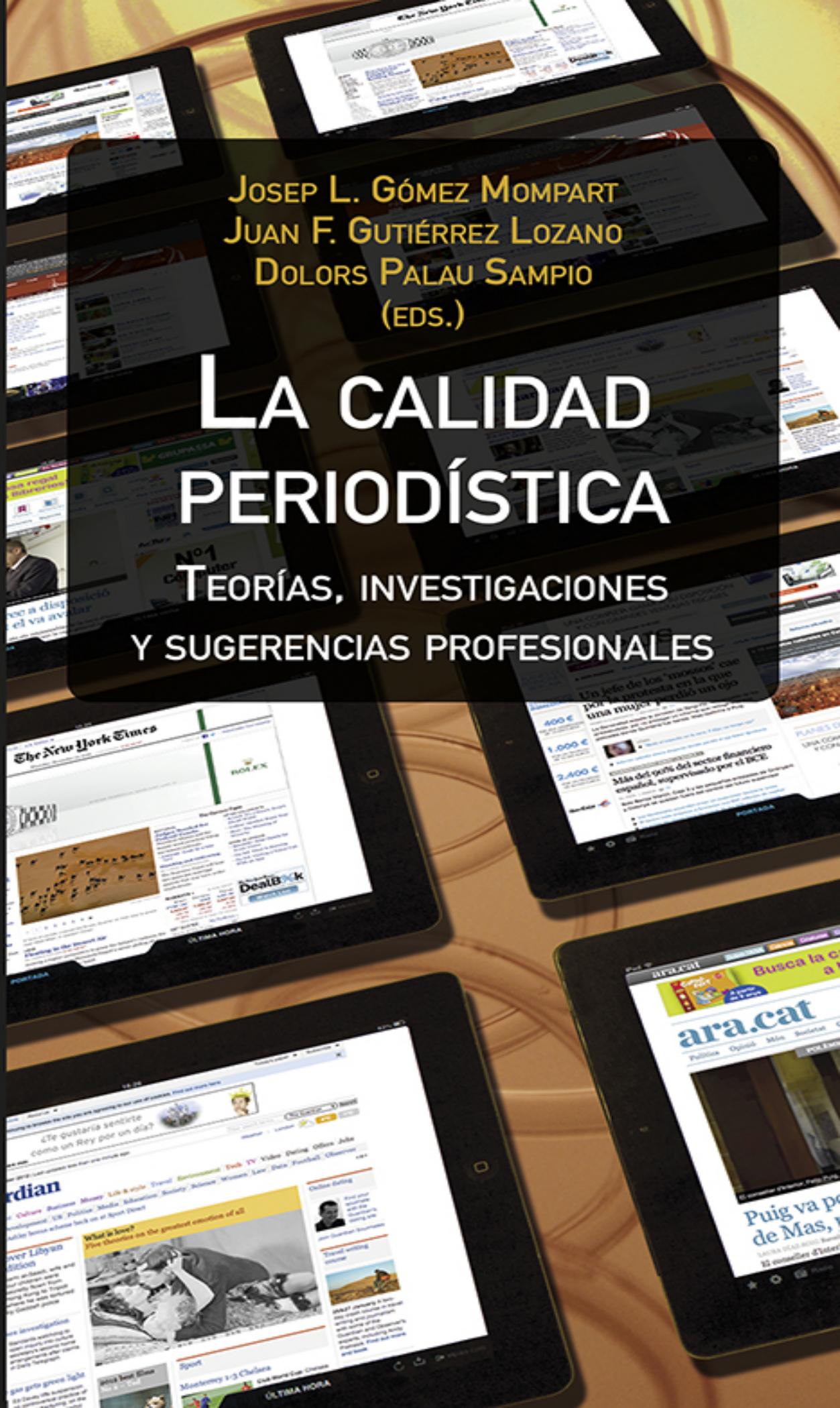


Universitat Autònoma de Barcelona · Universitat Jaume I · Universitat Pompeu Fabra · Universitat de València

JOSEP L. GÓMEZ MOMPART  
JUAN F. GUTIÉRREZ LOZANO  
DOLORS PALAU SAMPIO  
(EDS.)

# LA CALIDAD PERIODÍSTICA

TEORÍAS, INVESTIGACIONES  
Y SUGERENCIAS PROFESIONALES



# LA CALIDAD PERIODÍSTICA

## TEORÍAS, INVESTIGACIONES Y SUGERENCIAS PROFESIONALES



aldea global

26

## **CONSEJO DE DIRECCIÓN**

### **Dirección científica**

Josep Lluís Gómez Mompert (Universitat de València)  
Javier Marzal (Universitat Jaume I)  
Carles Pont (Universitat Pompeu Fabra)  
Joan Manuel Tresserras (Universitat Autònoma de Barcelona)

### **Dirección técnica**

Mònica Figueres (Universitat Pompeu Fabra)  
Joan Carles Marset (Universitat Autònoma de Barcelona)  
M. Carme Pinyana (Universitat Jaume I)  
Maite Simon (Universitat de València)

## **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL**

Armand Balsebre (Universitat Autònoma de Barcelona)  
José M. Bernardo (Universitat de València)  
Jordi Berrio (Universitat Autònoma de Barcelona)  
Núria Bou (Universitat Pompeu Fabra)  
Andreu Casero (Universitat Jaume I)  
Maria Corominas (Universitat Autònoma de Barcelona)  
Miquel de Moragas (Universitat Autònoma de Barcelona)  
Alicia Entel (Universidad de Buenos Aires)  
Raúl Fuentes (ITESO, Guadalajara, México)  
Josep Gifreu (Universitat Pompeu Fabra),  
F. Javier Gómez Tarín (Universitat Jaume I)  
Antonio Hohlfeldt (Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre,  
Brasil)  
Nathalie Ludec (Université Paris 8)  
Carlo Marletti (Università di Torino)  
Marta Martín (Universitat d'Alacant)  
Jesús Martín Barbero (Universidad del Valle, Colombia)  
Carolina Moreno (Universitat de València)  
Hugh O'Donnell (Glasgow Caledonian University, Reino Unido)  
Jordi Pericot (Universitat Pompeu Fabra)  
Sebastià Serrano (Universitat de Barcelona)

Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa, Oporto, Portugal)

Maria Immacolata Vassallo (Universidade de São Paulo, Brasil)

Jordi Xifra (Universitat Pompeu Fabra)

# LA CALIDAD PERIODÍSTICA

## TEORÍAS, INVESTIGACIONES Y SUGERENCIAS PROFESIONALES

Josep Lluís Gómez Mompарт, Juan  
Francisco Gutiérrez Lozano y Dolors Palau  
Sampio (Eds.)

Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions

Publicacions de la Universitat Jaume I

Universitat Pompeu Fabra

Publicacions de la Universitat de València

Bellaterra; Castelló de la Plana; Barcelona; València

Esta publicación no puede ser reproducida, ni total ni parcialmente, ni grabada en, o transmitida por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, ya sea fotomecánico, electrónico, por fotocopia o por cualquier otro, sin el permiso previo de los editores.

La edición del presente volumen cuenta con la colaboración de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) y del departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de València.

### **Edición electrónica**

<http://dx.doi.org/10.7203/PUV-ALG26-9164-8>

Universitat Autònoma de Barcelona  
Servei de Publicacions  
08193 Bellaterra (Barcelona)  
sp@uab.cat  
ISBN: 978-84-490-4453-3

Publicacions de la Universitat Jaume I  
Campus del Riu Sec  
12071 Castelló de la Plana  
publicacions@uji.es  
ISBN: 978-84-8021-953-2

Universitat Pompeu Fabra  
Departament de Comunicació  
Roc Boronat, 138  
08018 Barcelona  
secretaria.dcom@upf.edu

Publicacions de la Universitat de València  
C/ Arts Gràfiques, 13  
46010 València  
publicacions@uv.es  
ISBN 978-84-370-9164-8

Primera edición en papel: febrero 2013

### **Maquetación**

Textual, IM

## **Corrección**

Communico C.B.

# Índice

## **Introducción: Diagnóstico y tratamiento de la calidad en el periodismo**

*Josep Lluís Gómez Mompart*

## **El reto de la excelencia. Indicadores para medir la calidad periodística**

*Josep Lluís Gómez Mompart y Dolors Palau Sampio*

1. De la industria a los medios
  2. ¿Qué se entiende por calidad periodística?
  3. Entre la justificación económica, el profesionalismo y la garantía democrática
  4. ¿Cómo se mide y a través de qué indicadores? Propuestas de estudio
  5. Caminos para la investigación futura
- Referencias bibliográficas

## **El Valor Agregado Periodístico, herramienta para el periodismo de calidad**

*María Del Mar García Gordillo, Ofa Bezunartea Valencia e Inés Rodríguez Cruz*

1. ¿Cómo medir la calidad de un producto periodístico?
  2. Los resultados de las investigaciones concluidas
  3. Retos futuros para la medición de la calidad periodística
- Referencias bibliográficas

## **La calidad de los periódicos de pago y gratuitos**

*Roberto De Miguel Pascual y Rosa Berganza Conde*

1. Información a precio de saldo
  2. ¿Se puede medir (y cómo) la excelencia periodística?
  3. La calidad de la prensa a examen
  4. El retorno a las fuentes y la buena praxis periodística
- Referencias bibliográficas

## **La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional**

*Andreu Casero Ripollés y Pablo López Rabadán*

1. El papel de las fuentes en el periodismo
  2. Fuentes y calidad periodística
  3. Uso de fuentes en el periodismo español
  4. Hacia un periodismo multiperspectiva
- Referencias bibliográficas

## **Cultura digital, agencias de noticias y credibilidad**

*Enric Marín Otto, Pablo Santcovsky Reschini y Adrián Crespo Ortiz*

1. El cambio de paradigma
  2. Retos para las agencias en el entorno digital
  3. Aportaciones para una mayor calidad periodística
  4. Las agencias como marca periodística de calidad
- Referencias bibliográficas

## **La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo**

## *Mònica Parreño Rabadán*

1. Periodistas: entre la democracia y el mercado
  2. Por qué estudiar la calidad periodística
  3. Cómo abordar el estudio de la calidad
  4. Los argumentos de los profesionales de la información
  5. Heteronomía y declive del campo
- Referencias bibliográficas

## **Parámetros de calidad del trabajo periodístico en red**

### *Concepción Pérez Curiel, Inés Méndez Majuelos y José Luis Rojas Torrijos*

1. El llamado periodismo ciudadano. Concepto y antecedentes
  2. Delimitación conceptual del trabajo periodístico en Internet
  3. Calidad y excelencia, marca registrada
  4. Calidad en red, un reto posible
  5. Periodismo ciudadano con certificado de calidad
- Referencias bibliográficas

## **Participación de la audiencia en el periodismo 2.0**

### *Carlos Ruiz, Pere Masip, David Domingo, Javier Díaz Noci y Josep Lluís Micó*

1. Salones digitales
2. Las fronteras del diálogo
3. Las reglas del juego
4. Moderación y algoritmos
5. El contrapoder del contrapoder

6. Ciudadanos y periodistas

Referencias bibliográficas

## **Indicadores de calidad en los informativos de televisión**

*Estrella Israel Garzón y Ricardo Ángel Pomares Pastor*

1. Servicio público-negocio privado

2. Más fuentes y mejores contenidos

3. Menos espectáculo y más información

4. Lo diverso es más real

5. Modelos y estándares

6. Dimensión territorial: estereotipo y desequilibrio

7. El caso de la Comunidad Valenciana (2004-2008)

8. Fútbol, emoción y anécdota

Referencias bibliográficas

## **La calidad del pluralismo interno en la TDT**

*María Luisa Humanes y María Dolores Montero*

1. Pluralismo y sistemas de medios en España

2. El pluralismo interno y la calidad informativa

3. El análisis del pluralismo interno en los contenidos informativos

4. Propuesta metodológica para el análisis de la calidad del pluralismo interno

5. Recomendaciones

Referencias bibliográficas

## **La calidad de la información sobre medio ambiente**

*Inés Rodríguez Cruz*

1. Los casos de El País, ABC y El Mundo

2. Radiografía de los resultados

3. Calificaciones

4. Claves para el futuro

Referencias bibliográficas

**Bibliografía básica**

**Los autores**

**Títulos publicados**

# Introducción: Diagnósis y tratamiento de la calidad en el periodismo

[Josep Lluís Gómez Mompert](#)

La calidad periodística es un concepto complejo, pero no es indefinible ni tampoco imposible de elucidar y evaluar. Y precisamente por ello, a través de las investigaciones que se publican en este libro, con metodologías cuantitativas o cualitativas y con reflexiones teóricas críticas, se intenta conceptualizar, examinar, medir y valorar esta cuestión. Los estudios que aquí se presentan, en su mayoría aplicados, no solo ofrecen un panorama completo sobre este tema crucial en la sociedad de la información y del conocimiento, sino que de sus variados y ricos textos se desprenden interesantes sugerencias profesionales cuya aplicación no es utópica.

En este volumen hablamos preferentemente de «calidad periodística» más que de «calidad informativa», dado que nos interesa no solo el producto, sino todo el proceso de producción informativo-comunicativo. De calidad periodística no hay una definición única y difícilmente puede ser universal, pero sí hay bastantes elementos que permiten que profesionales honestos de cualquier parte del mundo y ciudadanos democráticos se pongan de acuerdo a la hora de decidir qué es buen periodismo y para qué sirve en una sociedad deliberativa de libertades y derechos iguales.

Muchos políticos que entienden teóricamente el tema, pero que sin embargo quieren que la información válida sea aquella que apenas cuestione sus acciones o, mejor aún, que los favorezca, conciben a los periodistas como simples empleados al servicio de sus intereses, que ellos suelen denominar el «bien general» o el «bien del país». Para esos gobernantes, el único periodismo bueno, correcto, necesario y de poca o ninguna calidad es el que sintoniza con su ideario.

Para aquellos periodistas que encajan en los parámetros que acabamos de señalar -ya sea porque se sienten gratificados por el señor que manda, están cómodos o son afines al *statu quo* imperante o actúan como servidores de alguna causa partidaria- la calidad periodística es relativa, interpretable, personal, empresarial o institucional, en definitiva, adaptable y acorde con *su* moral. Pero el periodismo de calidad, en tanto que objeto y acción social de la información cívica, no necesita moral, sino ética y deontología profesional, o sea actitud, además de talento y aptitud.

Asimismo, quienes profesan el pesimismo de la inoperancia, porque consideran que en un mundo de grandes intereses y poderes globales nada o muy poco se puede hacer para mejorarlo, niegan la posibilidad de un periodismo suficientemente autónomo, riguroso, socialmente útil y al servicio de la ciudadanía en el marco de una empresa (privada o pública), salvo aquel que a veces practican algunos medios alternativos al *establishment*, con viejas o nuevas tecnologías.

Un repaso a la historia del periodismo contemporáneo pone de manifiesto bastantes buenos ejemplos de periodistas y periodismos de calidad en diversas corporaciones, sobre todo en los países de mayor tradición democrática. Y, por supuesto, también encontramos

periodismo de calidad en muchos medios o experiencias alternativas, colectivas o individuales. Gracias a todos esos profesionales y a sus procedimientos, en unos u otros medios, la democracia se ha desarrollado y beneficiado. Porque históricamente el buen periodismo ha sido un excelente medio de modernización y progreso, dado que no hay democracia sin periodismo, del mismo modo que no hay periodismo sin libertad.

Las empresas periodísticas que han sido consecuentes con unos principios sólidos de la información en tanto que un bien público -que las ha habido desde hace más de un siglo y las hay, a pesar de tantas dificultades- y los periodistas que han mantenido un comportamiento profesional honesto y ético, más allá de presiones, precariedad, tentaciones y rutinas, han contribuido -y afortunadamente algunos lo siguen haciendo- a que su trabajo y su comportamiento comprometidos con los valores derivados de los derechos humanos sean provechosos para la ciudadanía y para el avance político-cultural.

Sin embargo, aun estando claro y siendo bastante aceptado por la mayoría de los actores mediáticos -ya sean profesionales, corporaciones o medios no convencionales-, este preciado y necesario bien intangible que es la calidad periodística ha vivido y vive en permanente acoso y sometido a las sucesivas o simultáneas crisis.

Las diversas razones y causas por las que la calidad periodística está en riesgo constituyen el tema que en las últimas décadas preocupa a muchos protagonistas y estudiosos del mundo de la información. Y no solo porque su pérdida quebranta la democracia, sino porque con la excusa del nuevo ecosistema comunicativo, depredadores económicos, políticos y culturales, teóricos acrílicos y periodistas sin escrúpulos se emplean a fondo para que el

*periodismo especulativo*,<sup>[1]</sup> ausente de ética y de utilidad cívica, se imponga como único con eslóganes populares tales como «cualquiera puede ser periodista» y «cualquier información es periodismo».

El volumen que presentamos acoge a la mayoría de los especialistas que en España, principalmente en grupos o equipos de investigación consolidados y reconocidos, estudian la calidad periodística. Hasta ahora no habíamos contado con una selección tan experta y completa sobre este importante tema de la información y la opinión pública, salvo algunos artículos o alguna monografía parcial, a menudo de los mismos autores que aquí publican y que habían avanzado algunos de los resultados de sus rigurosos trabajos.

Juan Francisco Gutiérrez, Dolors Palau y quien esto escribe, como coordinador, secretaria y director, respectivamente, de la sección *Producción y circulación de contenidos* de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), conscientes de la importancia y de la preocupación internacional que en la actualidad existe sobre la calidad periodística, tuvimos la iniciativa de solicitar a los equipos de investigación que desde hace unos años vienen trabajando sobre el tema que prepararan los capítulos especializados que aquí se publican. Y así lo han hecho a partir de sus investigaciones teórico-aplicadas, prácticamente todas ellas avaladas por proyectos de I+D+i concedidos en convocatorias competitivas públicas.

En consecuencia, gracias a este libro, el lector en lengua española cuenta por primera vez con una antología de las mejores investigaciones sobre la calidad periodística que, aunque parte de un contexto sociocomunicativo determinado, como debe ser, tiene una visión y un enfoque *glocales*, dado que los diversos escritos aluden

frecuentemente a textos, autores y experiencias internacionales.

Este volumen se abre con un capítulo, a cargo de Dolors Palau y Josep Lluís Gómez, donde se da cuenta de manera amplia de los estudios que sobre la calidad periodística se han desarrollado en los continentes europeo y americano en los últimos cincuenta años. En él se explica cómo los especialistas han reflexionado críticamente sobre el asunto, elaborando teorías sobre la práctica periodística en su sentido más extenso y denunciando los inconvenientes y las desviaciones que sobre la producción informativa se han cernido, a la vez que proponen métodos para corregirla y mejorarla. Se constata también que la preocupación por un periodismo de calidad siempre contribuye al bienestar informativo-comunicativo, fundamento de una democracia real y que ahora ya puede ser considerado un nuevo derecho público.

Los capítulos siguientes se centran, en su mayoría, en las aplicaciones y los análisis de casos o temas, siempre desde la óptica de la calidad periodística, relacionados con los medios, desde la prensa en soporte de papel hasta la digital, pasando por la televisión. También abordan el proceso informativo, desde las fuentes a los periodistas, a través de las agencias de prensa o mediante la participación ciudadana en el denominado «periodismo 2.0». En la mayoría de dichos textos se parte de planteamientos teóricos sólidos para estudiar y analizar, con metodologías internacionalmente aceptadas, el porqué de cada cuestión planteada, deduciéndose a menudo los procedimientos oportunos o los protocolos positivos que podrían utilizarse para superar los déficits observados.

El Valor Agregado Periodístico (VAP), en tanto que método para comprobar la calidad periodística, desarrollado en Chile y Argentina pero aplicado también en

otros países suramericanos, es explicado con sumo detalle por M.<sup>a</sup> del Mar García, Ofa Bezunartea e Inés Rodríguez. Esta última, por su parte, lo empleará en otro capítulo para evaluar la información sobre el medio ambiente. El VAP pretende medir la capacidad del periodista para procesar información sin distorsionar la realidad, partiendo por un lado de la selección de la noticia (*gatekeeping*) y, por otro, de la creación de esta (*newsmaking*). De los resultados obtenidos de distintas investigaciones, aplicando el VAP, estas investigadoras se detienen en algunas nuevas vías para constatar indicios de calidad con respecto a: la independencia y objetividad de los medios, las fuentes, las temáticas, los medios o los profesionales.

Desde otro planteamiento, Roberto de Miguel y Rosa Berganza investigan el influjo de la prensa gratuita sobre la denominada prensa de referencia dominante, yendo mucho más allá de los aspectos técnicos relativamente tópicos (como son el diseño y la extensión de las informaciones) y analizando minuciosamente un conjunto de parámetros morfológicos y de contenido. De este modo, comparan una muestra de los diarios de pago y gratuitos de mayor difusión, lo que les permite revelar que, si bien la prensa gratuita presenta unas características contrarias a los estándares de calidad tradicionalmente reconocidos, «cada vez es más complicado localizar medios de comunicación de masas a los que designar, por su pulcritud y precisión, “prensa de referencia”».

Sin fuentes y sin agencias de información, que para muchísimos medios y muchos temas son las grandes suministradoras de noticias, apenas se podría informar de tantos hechos. Por tanto, no hay duda de su centralidad en el proceso periodístico y de su valor estratégico. De la importancia de la gestión de las fuentes se ocupan Andreu Casero y Pablo López, dado que estas no son solo

abastecedoras de información, sino que en muchos casos influyen en la cobertura periodística. Como advierten estos investigadores, «el empleo de unas u otras fuentes actúa como un control de calidad de la actividad profesional desarrollada por los periodistas». Y para ello, establecen unos indicadores vinculados al uso de las fuentes, interconectando el nivel interno (estatus profesional, verificación, transparencia, relevancia y reducción de la incertidumbre) y el externo (credibilidad, influencia, pluralismo y participación), y los aplican a la evolución de estas de 1980 al 2010.

Por su parte, Enric Marín, Pablo Santcovsky y Adrián Crespo, tras una lúcida explicación de las transformaciones que en las dos últimas décadas han afectado al sistema periodístico, las cuales están alterando los recursos, los dispositivos y las rutinas de la producción informativa, analizan cómo esta polimutación está provocando un cierto cambio de paradigma en las agencias informativas. En consecuencia, se cuestionan si la cultura digital está condenando a las agencias de noticias a la obsolescencia. A partir de un estudio en el que aplican un prototipo de índice de calidad a la citación de informaciones suministradas por agencias, afirman que «el nuevo paradigma digital requiere que la fiabilidad de las informaciones se base en un sello de calidad y en ello las agencias pueden jugar un papel determinante», si su intermediación habitual -de suministrar noticias a los medios- va también directa a las audiencias sin pasar por ellos.

Una vez delimitado el campo periodístico en el sentido «bourdieuano», en la actual coyuntura mediático-comunicativa, cabe preguntarse qué piensan los profesionales de la información sobre la calidad periodística. Al respecto, se trata de desentrañar las

creencias de los periodistas («consciencia discursiva») enfrentándolas a sus rutinas («consciencia práctica»), porque ambas se suelen justificar con argumentos más o menos razonados, tales como la precariedad profesional, crisis económica, adaptación a las TIC, brecha generacional, inmediatez, pérdida de valores, etc. Para abordar esos planteamientos, Mónica Parreño explica los resultados de una muestra sociológicamente significativa de entrevistas en profundidad con los actores de la información bajo el prisma de la teoría de la argumentación y aplicando la pragmadialéctica a sus opiniones en relación con el campo periodístico.

El periodismo de la era digital permite no solo un mayor contacto entre periodistas y ciudadanos, sino también que estos participen en los procesos de producción de contenidos. Averiguar cuáles son los parámetros que determinan que unos contenidos publicados en la Red puedan considerarse periodísticos y asimismo cuáles resultan identificables con el periodismo de calidad son los objetivos que abordan Concepción Pérez, Inés Méndez y José Luis Rojas en su capítulo. Echando mano nuevamente del VAP, estos investigadores encaran el «periodismo ciudadano» o «periodismo participativo» y muestran cómo los estudios realizados al respecto confirman que las unidades desarrolladas por los ciudadanos no cumplen con los criterios o parámetros de calidad de dicha metodología. Admitiendo que

... la Red puede ser una herramienta que facilite la comunicación y la información ciudadana, esta nunca debería suplir el papel del profesional [...] [porque] la calidad exige no solo informar sino contrastar, señalar antecedentes, buscar, explicar y analizar las causas, proponer, diseñar una perspectiva de futuro...

Ahondando en el tema recién expuesto, el equipo destacado en ciberperiodismo, formado por Carlos Ruiz,

Pere Masip, David Domingo, Javier Díaz y Josep Lluís Micó, reflexiona sobre el valor y el alcance de la participación de la audiencia en el llamado «periodismo 2.0». Aceptan la premisa de que la democracia es una conversación; sin embargo, estos investigadores advierten de que en una democracia no todas las ideas son respetables, lo que supone –según Claudio Magris– que existen unas fronteras del diálogo y que la ética discursiva –en palabras de Jürgen Habermas– no puede estar al margen de la conversación democrática. Para subsanar esas derivas, de forma parecida al anterior capítulo citado, los manuales de buenas prácticas y los protocolos de actuación y comportamiento adecuados son imprescindibles para asegurar la necesaria calidad periodística, demostrando –a través de estudios comparativos– que «las conversaciones del *Nytimes.com* y de *Guardian.co.uk* son las más respetuosas, las de mayor calidad y las más plurales».

«El pluralismo interno informativo, entendido como la presencia de diversidad de valores, intereses y presencia de actores políticos y sociales» en el seno de un medio o empresa periodística, «es un indicador de la calidad periodística, al mismo nivel –según María Luisa Humanes y M.<sup>a</sup> Dolores Montero– que la objetividad o la imparcialidad, que incide en la credibilidad social del periodismo». Para estudiarlo en el caso de las televisiones digitales terrestres, dichas investigadoras parten de la tipología de los sistemas de medios en relación con los sistemas políticos propuestos por Hallin y Mancini. Y a tenor de los resultados, las autoras proponen «un protocolo de análisis de contenido de la información como un instrumento de verificación del grado de pluralismo existente en televisiones generalistas».

Los estándares de calidad para la televisión, que en España ya han sido estudiados teóricamente por José Alberto García y Eva Pujadas, aquí son aplicados a fondo

por Estrella Israel y Ricardo Pomares al análisis de los informativos de televisión de mayor audiencia. Sobre la base de esa investigación, estos últimos investigadores concluyen que es necesario

... revisar los valores-noticia para destacar lo importante de lo interesante, volver a las fuentes directas y confirmar su autenticidad, investigar temas propios alejados de las agendas oficiales y previsibles, trabajar con originalidad [...], buscar la pluralidad y la diversidad, huir de los estereotipos, ser sensibles a la multiculturalidad y, ante todo, trabajar, desde criterios éticos, por el rigor, la imparcialidad, la integridad y la independencia, al servicio del interés público y la sociedad.

*Josep Lluís Gómez Mompарт*

Catedrático de Periodismo en la Universitat de València

Director de la sección *Producción y circulación de contenidos* de la AE-IC

[1]. Como ya hemos explicado en otro lugar, entendemos por *periodismo especulativo* «la fase superior y sibilina del “periodismo amarillo” de nueva apariencia, pero ligado a medios de cierto prestigio paradójicamente no populistas sino de un relativo elitismo, la naturaleza del cual es sobre todo la propia de una misma matriz económica-financiera basada en la especulación; es decir, mover *activos* (noticias) de un lado a otro sin prestar demasiada atención al núcleo significativo del sentido de la noticia, sino entendiendo ésta como un intangible en tanto que valor de cambio una vez anulado su valor de uso». J. Ll. Gómez Mompарт (2009): «From quality journalism to speculative journalism», *Transfer. Journal of Contemporary Culture* 4, p. 57.

# El reto de la excelencia. Indicadores para medir la calidad periodística

[Josep Lluís Gómez Mompert](#) y [Dolors Palau Sampio](#)

## 1. De la industria a los medios

La espectacularización de las noticias, la telebasura o el infoentretenimiento, por un lado, y la crisis de la prensa, así como la adaptación de los periódicos a las diversas aplicaciones digitales, por otro, han situado la calidad como uno de los temas clave del debate sobre los medios de comunicación en las últimas décadas. Su protagonismo, sin embargo, ha sido paradójico, especialmente en el contexto español, más para recalcar la ausencia o degradación progresiva, que para plantear cuáles son los criterios que rigen una información de calidad.

El concepto moderno de calidad surge en la década de los años veinte del siglo pasado en EE.UU., ligado a grandes industrias como la Ford, preocupadas por la producción de bienes y servicios, pero también al ámbito de la productividad agrícola. En las tres décadas siguientes se desarrolla la idea de «control de la calidad total», que persigue como fin último «la satisfacción plena de los clientes». La reconstrucción de Japón, destruido tras la II Guerra Mundial, sirvió como laboratorio de pruebas en un control de la calidad definido «como la aplicación de principios y técnicas estadísticas en todas las etapas de producción, para lograr una manufactura económica con máxima utilidad del producto por parte del usuario» (De la

Torre y Téramo, 2007: 44). En las décadas de los sesenta y setenta del siglo XX esta preocupación por asegurar la calidad creció y se extendió a los diferentes intermediarios y, de forma análoga, a la responsabilidad de los medios de comunicación, vinculada a los códigos éticos y de deontología profesional, pero también a manuales de estándares como los elaborados por las grandes cadenas estadounidenses de televisión.

Desde las reflexiones sobre la prensa de élite realizadas por J. Merrill en 1968, revisadas en 1999,[\[1\]](#) hasta la actualidad se han ido sucediendo diversos intentos de definir y caracterizar un concepto complejo, poliédrico, en el que confluyen tanto aspectos económicos y profesionales como implicaciones de responsabilidad democrática.

## 2. ¿Qué se entiende por calidad periodística?

La calidad o su ausencia ha sido un tema tan recurrente como resbaladizo en las reflexiones académicas y profesionales sobre periodismo de las últimas décadas. Las primeras investigaciones sobre esta cuestión, explica Gutiérrez Coba, «partieron de las teorías sobre *gatekeeping* y *newsmaking*, en las cuales se trazaron las pautas para establecer los criterios de noticiabilidad que hacen atractivo un hecho para el medio de comunicación, y la forma en que se realiza el proceso de construcción de la noticia que va a ser publicada». Sin embargo, la pregunta «¿qué se entiende por calidad periodística?» sigue a la espera de respuesta, pese a que, como señala la autora, «de manera intuitiva, cualquier periodista experimentado es capaz de reconocer el buen periodismo de uno de poca calidad» (2006: 31).

Gutiérrez Coba afirma que se trata de un concepto «complejo» -no solo por la dificultad para definirlo sino porque está compuesto de una gran variedad de elementos- y «polivalente», ya que puede aplicarse a bienes, servicios o procesos, y también al periodismo como profesión. Tanto es así que «no es posible hablar de manera exclusiva de calidad informativa sino más bien de calidad periodística, ya que los elementos que la componen no se encuentran solo en el producto como tal (la información publicada) sino en todo el proceso de su producción», desde periodistas y editores a los administradores de la empresa periodística (2006: 34).<sup>[2]</sup> Desde la perspectiva de la investigación, Handstein (2010) apela a la dificultad de encontrar unos criterios de calidad universales en el periodismo, teniendo en cuenta que estos dependen de las exigencias de calidad y esta, a su vez, del observador y del conjunto observado. También Hassemmer y Rager (2006) apuntan a la diversidad de nociones que engloba el concepto de calidad como uno de los principales problemas a la hora de definirlo.

Pese a la existencia de un gran número de investigaciones sobre el tema de la calidad de la información, no es fácil encontrar un fundamento ampliamente aceptado. Si bien la definición de la American Society for Quality -calidad como «la totalidad de funciones y características de un producto que le permite satisfacer una determinada necesidad»- parece apropiada para referirse a empresas de bienes y servicios, resulta más problemática, en cambio, para un «bien intangible» como la información periodística (Gutiérrez Coba, 2006: 32).

Entre las propuestas que se han realizado destacan, por una parte, las que han incidido en el aspecto más de servicio o bien de consumo, frente a las que se decantan

por cuestiones más inspiradas en el «interés público». Al primer grupo apunta L. Moses cuando señala que

... quienes se han dedicado a investigar sobre el tema se han concentrado en demostrar que la calidad trae grandes ganancias a las empresas periodísticas, en términos de mayor audiencia, pauta y prestigio, pero se han encontrado con el gran problema de que no existe un acuerdo en lo que significa calidad periodística (en Gutiérrez Coba, 2006: 32).

En el segundo grupo se integrarían las aportaciones de D. McQuail o de W. Schulz (2000: 1), quien parte de las reflexiones del primero para subrayar que el ideal de calidad periodística -entendido como independencia, diversidad y objetividad- se sustenta en los valores democráticos y en tres condiciones que garantizan el libre ejercicio del periodismo: los recursos, el orden político y legal y los estándares profesionales.

R. G. Picard sostiene que las presiones económicas han afectado de forma clara a la calidad periodística y que la respuesta de algunos gestores ha mermado el valor social de los contenidos del periódico (2004: 54). Sin embargo, la definición de este concepto «amorfo y problemático» no resulta fácil (2004: 60-63). Calidad periodística, sostiene, apela no solo a los contenidos (variedad y contextualización de las noticias) y métodos periodísticos (variedad de fuentes), sino también a las actividades operacionales, vinculadas a aspectos técnicos y de gestión. «Hay que reconocer que calidad y rendimiento de la compañía están relacionados», concluye.

Sobre estas cuestiones vinculadas a las condiciones de producción centra su atención el estudio *The Quality and Independence of British Journalism* (en Lewis et al., 2007), realizado por un grupo de profesores de la Universidad de Cardiff. Las conclusiones del informe muestran claramente cómo la degradación de las condiciones de trabajo -la producción de contenidos por periodista se ha triplicado en

dos décadas- ha obligado a recurrir a gabinetes de prensa y agencias para cubrir el trabajo que recaía en manos de la redacción, hasta el punto de que «una significativa actividad periodística independiente es la excepción más que la regla» (2007: 11). Según el estudio, menos de uno de cada cinco artículos analizados (19%) se basa fundamentalmente en información propia (2007: 25), la mayor parte de los temas (87%) están respaldados con una sola fuente y en solo uno de cada cinco casos la voluntad de contextualizar o verificar la información se ha hecho de forma coherente y significativa (2007: 26).

C. Guyot señala que, si bien no existe una definición canónica, buena parte de los periodistas coincidirían a la hora de apuntar algunos de sus indicadores: «precisión, imparcialidad, profundidad, talento del staff» (2007: 67). La dificultad, sin embargo, crece cuando se ponen sobre la mesa otras variables: «¿Es lo mismo la calidad editorial para un medio de la India y uno de Suecia? ¿Lo mismo para un tabloide gratuito popular y un diario sábana metropolitano de referencia? ¿La concepción de la calidad ha variado en los últimos diez años a partir de la explosión de Internet?». Todo ello manifiesta hasta qué punto «cuando se habla de calidad editorial los distintos actores piensan en cuestiones, por lo menos, diversas» (2007: 67). En opinión de Sánchez-Taberner, buena parte de la dificultad para definir este concepto reside en que «se basa en el equilibrio de factores subjetivos y objetivos, derivados de la percepción del público y los estándares profesionales» (2008: 37).

En *La televisión de calidad. Contenidos y debates*, E. Pujadas concluye que el concepto de «televisión de calidad» es «relacional», ya que «no se trata de una definición cerrada de conceptos o de condiciones previas sino que se trata de un concepto que evalúa la relación

entre un conjunto de características de un objeto [...] y unos valores sociales y contextuales determinados» (2011: 228-229). Así, las aproximaciones a esta idea dependen, en buena medida, del ámbito de referencia de los discursos. Si la calidad se valora en términos de sistemas de televisión, los criterios varían respecto a cuando se tiene en cuenta la calidad de la programación, de las cadenas o de un determinado espacio televisivo. Mientras en los primeros pesan indicadores estructurales, el último nivel se acerca a un terreno más concreto, en el que, sin embargo, también es posible distinguir entre una evaluación externa (los objetivos atribuidos al medio que provienen de disciplinas como la política, la economía, la ética, la extática o la crítica televisiva) e interna, planteada en términos estéticos que incluyen referencias al contenido, los temas, el tipo de tratamiento o la forma del programa, entre otros (2011: 148).

El aspecto relacional al que apuntaba Pujadas en la definición de calidad televisiva está presente también en la aportación de Amado Suárez, que concluye que «la calidad informativa no puede entenderse solo mirando hacia adentro de la redacción, sino que depende en gran medida de las relaciones que se establecen con el entorno» (2007: 25). En su opinión, involucra por igual a periodistas y empresarios.

Gutiérrez Coba apela a la idea de que el periodismo «no es simplemente un negocio sino un servicio social» -aunque tal vez sería más riguroso hablar de «servicio público o cívico»-, ya que en la calidad informativa confluyen la capacidad comercial, el compromiso del medio de comunicación y su proyecto informativo, pero también las competencias profesionales de quien elabora la información.

Y, desde esta perspectiva, la calidad de la información es un producto en sí, pues aunque se trate de un bien intangible es este producto el que entra en relación directa con el público y no los complejos lazos que se establecen entre profesionales del periodismo y empresa informativa (2006: 32).

Pese a no constituir propiamente una definición, las normas profesionales dictadas por grandes cadenas norteamericanas como CBS, NBC o ABC representan, en la práctica, una explicitación del concepto de calidad o excelencia profesional, ya que, como recoge J. A. García Avilés, sirven «como punto de referencia para evaluar la calidad del producto informativo de acuerdo con criterios profesionales» (1996: 19). Uno de los pioneros fue E. Murrow -trabajó en la CBS entre 1935 y 1960-, que apostaba por una información más original (no copiada de agencia) y reflexiva, un estilo claro y directo, independencia editorial frente a los criterios comerciales, imparcialidad basada en criterios profesionales, veracidad, responsabilidad y distinción entre información y opinión (García Avilés, 1996: 41-46). En la década de los sesenta del siglo XX empezaron a introducirse y aplicarse estándares de forma sistemática y a ampliarse a medida que surgían temas polémicos a los que cabía hacer frente (recreación de acontecimientos, periodismo de investigación, cobertura de disturbios, Guerra de Vietnam), pero estos no se fijaron en forma de manual hasta los años setenta. Sin embargo, desde entonces, bastantes de esos estándares no siempre se han respetado por intereses y presiones diversas.

### 3. Entre la justificación económica, el profesionalismo y la garantía democrática

La necesidad de abordar la calidad periodística ha estado ligada, en general, a diferentes tradiciones y objetivos. Si la

investigación en el ámbito norteamericano ha tenido una orientación comercial, enmarcada en la búsqueda de beneficios económicos, la realizada en Alemania[3] se ha desarrollado en torno al profesionalismo. La tercera línea, que tiene como motor principal -pero no exclusivo- algunos países latinoamericanos, ha centrado su atención en la responsabilidad social y la calidad democrática.

Tras revisar las investigaciones realizadas durante más de tres décadas, E. Thorson (2003) llegó a la conclusión de que existe una relación directa entre calidad e ingresos que confirmaría la tesis de que «la inversión en contenidos de calidad mejora los resultados».[4] La tónica, señala Thorson, se repite desde que estudios realizados en 1978 conectaron «mayor calidad de contenidos con aumento de la difusión y la penetración de mercado», tanto en trabajos de gran alcance como en otros más cualitativos. Una investigación de mediados de los ochenta del siglo pasado en EE.UU. -a partir de 114 diarios y tomando como base ocho indicadores de calidad- desveló que el 22% de la variación en difusión estaba vinculada a la calidad.

Asimismo, el impacto de la calidad en la difusión quedó reflejado en propuestas que partían de una metodología muy diferente. A través de entrevistas a una treintena de lectores, realizadas durante dos años, se llegó a la conclusión de que la principal razón para cancelar una suscripción era el descontento con los contenidos. En otra investigación de 1998, basada en el análisis de 64 de los 128 diarios de una compañía considerada por su propio director ejecutivo como de baja calidad, el resultado era similar: «una cadena de baja calidad tiene como promedio menos suscriptores que sus rivales, menor índice de penetración de mercado y sus ingresos se reducen en comparación con los de la competencia. Al final, la cadena