






Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional

Spanish Journalists and the Loss of News Quality: Professional Judgement

-  Dr. Josep-Lluís Gómez-Mompart es Catedrático de Periodismo y coordinador del área y del Grado en Periodismo del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de València (España) (Josep.Ll.Gomez@uv.es) (<http://orcid.org/0000-0001-5170-8787>).
-  Dr. Juan-Francisco Gutiérrez-Lozano es Profesor Titular del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga (España) (jfg@uma.es) (<http://orcid.org/0000-0001-6572-135X>).
-  Dra. Dolors Palau-Sempio es Profesora Contratada Doctora de Periodismo del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de València (España) (Dolors.Palau@uv.es) (<http://orcid.org/0000-0001-9051-0239>).

RESUMEN

Este artículo expone los resultados de una investigación acerca del modo en el que los periodistas españoles en ejercicio enjuician la calidad periodística y cómo esta se ve afectada por el contexto económico, tecnológico, empresarial, laboral y profesional actual del periodismo. El texto recoge los resultados de una encuesta en la que participan 363 periodistas españoles con al menos tres años de experiencia en medios de comunicación. Sus respuestas aluden, entre otros aspectos, a las reflexiones acerca de la estructura y el comportamiento de las empresas informativas, así como las características predominantes de la información periodística en la actualidad. En particular, el artículo se centra en exponer las consideraciones de los periodistas acerca del cuidado o esmero de su labor profesional. Entre los principales resultados destaca que el 81% de los encuestados reconoce un empeoramiento de los patrones de calidad del producto periodístico, que ligan a la crisis del sector. Entre las posibles causas se mencionan la falta de independencia económica y política de los medios, la falta de inversión empresarial y los problemas derivados de los cambios tecnológicos, todo ello en un contexto de precarización del mercado laboral periodístico. El artículo vincula estos resultados a otros estudios internacionales que han abordado, de manera sistemática, la calidad periodística, aportando por primera vez en el contexto académico español una perspectiva de la cuestión a partir de los propios profesionales.

ABSTRACT

This article discusses the opinions of Spanish journalists on the quality of their professional work and how it is being affected by the current economic, technological, commercial and professional context. The results are based on a questionnaire in which 363 Spanish journalists participated, all with a minimum of three years experience. Their answers reflect on the structure and behavior of media companies and current production of news. The article specifically focuses on exposing the journalists' opinions on the quality of their work. The results show that 81% of the participants state that standards of quality in journalistic production has deteriorated. This deterioration is believed to be connected to the effect of the economic struggles in the sector. They suggested that the main motives of this decline lie in the lack of economic and political independence, a lack of private investment and in the problems caused by technological changes. These situations all fall into the context of a precarious labor market within the sector. The article also links the results with academic works that have analyzed the quality of journalism over recent years. It offers, for the first time in the Spanish academic context, the Spanish journalists' own point of view on these issues.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Calidad periodística, estándares de calidad, periodismo, valores profesionales, ética periodística, crisis, cambios tecnológicos, encuesta.

News quality, quality standards, journalism, professional values, journalistic ethics, crisis, technological changes, survey.



1. Introducción y estado de la cuestión

La transformación tecnológica hacia la digitalización en la que llevan años inmersos los medios de comunicación tradicionales no sólo afecta a los modelos de negocio y a la gestión de las empresas periodísticas, sino que también repercute en los modos de producción de las informaciones ofrecidas a los lectores o a sus audiencias. Como señalan estudios recientes acerca de las estrategias de los grandes grupos de comunicación, la búsqueda de la rentabilidad de las ediciones electrónicas de los medios impresos, por ejemplo, acaba por afectar a aspectos fundamentales relacionados con la calidad de la información, incluso en los medios considerados de «referencia» (Ramírez-de-la-Piscina & al., 2014).

La necesidad de abordar el análisis de la calidad periodística ha estado ligada, por lo común, a diferentes tradiciones metodológicas y a objetivos diversos en los trabajos realizados internacionalmente (Gómez-Mompart & al., 2013). Si la investigación en el ámbito norteamericano ha presentado, en general, una orientación comercial enmarcada en la búsqueda de beneficios económicos, la realizada en Alemania se ha desarrollado, en cambio, en torno al profesionalismo. Al mismo tiempo, los países escandinavos fueron los pioneros en Europa en acudir a este campo de la investigación a partir de la noción de «informatividad», una idea ligada a la cantidad de información y al espacio dedicado en cada medio a un conjunto determinado de hechos. Otra corriente, que encuentra sus ejemplos principales en algunos países latinoamericanos –sin olvidar asimismo otras investigaciones realizadas en España–, ha centrado su atención en la responsabilidad social y en la calidad democrática, a partir de la concepción del periodismo como bien público de cuyo buen y honesto funcionamiento depende el bienestar y el desarrollo democrático.

En esta línea de investigación, este artículo pretende exponer la percepción que tienen los periodistas españoles –con distintas responsabilidades y con una carrera profesional en activo de al menos tres años– sobre la calidad de los contenidos que elaboran y presentan a los ciudadanos, a partir del presupuesto de que unos mínimos estándares son fundamentales si se pretende garantizar un buen nivel periodístico al servicio de una sociedad democrática.

En una línea análoga al debate referido a la calidad del medio televisivo (Caffarel, 2005) las propuestas crecientes que se han planteado estudiar la calidad periodística son diversas y elaboran desde catálogos sobre qué es y cómo debe ser el periodismo en una sociedad democrática, hasta metodologías y técnicas que

analizan el periodismo que se ejerce en relación con las empresas informativas; también estudian el producto periodístico a partir de la práctica profesional; indagan en el entorno donde se desarrolla esta importante actividad social o la percepción del periodismo por parte de la ciudadanía (Gómez-Mompart & al., 2013).

Por el papel relevante que el periodismo juega dentro del campo de la comunicación, y por 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 internacionales que velan por sus buenas prácticas a establecer métodos cualitativos de análisis y, para algunos aspectos, también cuantitativos.

En este sentido, los métodos de registro, análisis y evaluación con los que se ha diseñado la metodología que fundamenta este artículo parten en su mayoría de las teorías del «gatekeeping» y «newsmaking». De un lado, porque estas teorías contemplan al profesional del periodismo como un guardián que debe velar por el buen periodismo como derecho fundamental de los ciudadanos en las sociedades abiertas. De otra parte, el marco teórico que encuadra esta investigación se sustenta también en la necesidad de que la producción informativa responda a criterios de noticiabilidad basados en valores de indudable interés público, y a que la fiabilidad entre el hecho y su relato se ajuste a principios básicos de veracidad, comprobación, contraste y honestidad.

A tenor de ese abanico de teorías de la comunicación aludido, los métodos y las técnicas eclécticos de los que partimos beben explícita o implícitamente de varias fuentes y se inscriben parcialmente en diferentes disciplinas del conocimiento como la sociología, la economía, la lingüística, el derecho y la ciencia política aplicadas a la comunicación. El objetivo último es, en definitiva, conocer cómo los protagonistas de la información evalúan su propio trabajo y en base a qué criterios valoran su calidad, mediante una metodología que combina un acercamiento cuantitativo y cualitativo al objeto de estudio.

2. Material y métodos

Esta investigación se sustenta en una encuesta online conformada por 45 preguntas (38 con respuestas cerradas y siete con respuestas abiertas), cumplimentada por periodistas españoles de todo tipo de medios. El criterio de selección de los informantes se basó en su presente situación laboral activa dentro de alguna empresa periodística y en una experiencia declarada

de al menos tres años en la profesión, con independencia de su categoría profesional. La difusión de la encuesta se realizó con la colaboración de asociaciones y colegios profesionales de periodistas españoles, a través de distintas herramientas de comunicación interna y de redes sociales (entre otras asociaciones implicadas en la distribución de la encuesta estuvieron la Asociación de la Prensa de Madrid, el Colegio de Periodistas de Catalunya, la Federación Andaluza de Asociaciones de la Prensa, el Sindicato de Periodistas de Andalucía o la Unió de Periodistes Valencians). La recogida de datos se produjo durante los meses de junio y julio de 2013 y fue respondida anónimamente por 363 periodistas (un 45% mujeres y un 55% hombres). Al establecerse el criterio de situación laboral activa y de experiencia contrastada de tres años resulta complicado establecer el alcance estadístico de la muestra final, si bien las 363 respuestas completas al cuestionario permiten respaldar los resultados obtenidos.

La encuesta fue concebida en base a cuatro ejes fundamentales: estructura y comportamiento del medio (17 preguntas de respuesta cerrada); tratamiento de la información (10 preguntas); cuidado y esmero productivos (11 preguntas); causas y razones de la pérdida de calidad (7 cuestiones). Este último apartado combinó respuestas cerradas y abiertas, con objeto de permitir a los encuestados añadir apreciaciones a la hora de perfilar cómo perciben la calidad periodística. La razón de poner el foco en la «calidad periodística» y no sólo en la «calidad informativa» respondió al interés en analizar, además de la percepción profesional del propio producto periodístico, la de todo el proceso informativo-comunicativo, donde se ven inmersos tanto los periodistas como los editores o administradores de la empresa periodística.

2.1. Fundamentos teóricos para la elaboración del cuestionario

El diseño del cuestionario acerca de la percepción de la calidad periodística por parte de los profesionales se diseñó a partir de la experiencia acumulada en investigaciones anteriores, ligadas en todo o parcialmente a la cuestión abordada. Distintos estudios internacionales han centrado la atención en aspectos teóricos en torno a los valores profesionales del periodismo (Deu-

ze, 2005) o han incidido en contrastar, a través de encuestas, conceptos fundamentales –como la objetividad– con la práctica diaria desarrollada en Dinamarca (Skovsgaard, Albæk, Bro & De-Vreese, 2012; Pihl-Thingvad, 2014), Suecia (Strömbäck, Karlsson & Hopmann, 2012) o Brasil (Herscovitz, 2004). A través de otras investigaciones se ha comparado el distinto sesgo ideológico en el trabajo profesional (Patterson & Donsbach, 2010); o se han cartografiado las culturas periodísticas de 18 países (Hanitzsch & al., 2011). Revisiones como la de Amado (2012), en Argentina, apuntan asimismo a la necesidad de un esfuerzo meto-

La transformación tecnológica hacia la digitalización en la que llevan años inmersos los medios de comunicación tradicionales no sólo afecta a los modelos de negocio y a la gestión de las empresas periodísticas, sino que también repercute en los modos de producción de las informaciones ofrecidas a los lectores o a sus audiencias.

dológico a la hora de diagnosticar la situación de la profesión.

Algunos estudios recientes en el ámbito español han establecido acercamientos similares, aunque no circunscritos a la calidad sino al ámbito general del profesionalismo (Túñez & Martínez, 2014). En un estudio de Gómez-Mompart (2010) sobre sociopolítica y cultura profesional de los periodistas, y a partir de dos centenares de largas entrevistas a profesionales en activo en la Comunidad Valenciana con una media de al menos veinte de años de ejercicio, se les preguntó, entre otras cuestiones relacionadas con su trabajo, los condicionantes internos y externos de la empresa, así como los ideológicos. Sus respuestas, llenas de matices y de subjetividades, ayudaron a reorientar la encuesta hacia parámetros concretos y escalas que simplificaran las conclusiones (Gómez-Mompart, 2010: 33). A estas experiencias previas sumamos también, en la definición del cuestionario, el acervo científico específico que referimos a continuación para cada apartado.

La primera parte se centró en cuestiones referidas a la estructura y al comportamiento del medio informativo con respecto a la calidad. Para ello tuvimos en cuenta algunos de los indicadores propuestos por

John Merrill y Ralph Lowenstein en «Media, Messages and Men» (1971) y Leo Bogart en «Press and public» (1989), contrastados con los tres conjuntos de índices (laboral, periodístico y empresarial) descritos por De-Pablos y Mateos (2004), así como el *thesaurus* de ética periodística elaborado por el equipo de investigación dirigido por Alsius (Alsius & Salgado, 2010). De esta forma, los indicadores y preguntas para este primer bloque de la encuesta hacen referencia a: independencia del medio; libertad de la redacción; diversidad de columnistas; papel del empresario; estatuto de redacción; nivel de formación del periodista; estabilidad en el puesto de trabajo; salario justo; jornadas laborales racionales; porcentaje de publicidad; cumplimiento de normas éticas; respeto a la cláusula de conciencia; grado de transparencia en el procesamiento de la información; temas eludidos; uso de agencias informativas; número de redactores en relación con el volumen de trabajo o en temas de relevancia informativa.

Las preguntas del segundo apartado (Tratamiento de la información) partieron del patrón de medición denominado «Valor Agregado Periodístico» (VAP), desarrollado por investigadores de la Pontificia Universidad Católica de Chile (Alessandri & al., 2001), y en especial de la concreción hecha posteriormente por María Teresa Téramo (2006). Téramo fijó diez estándares de Calidad de la Información Periodística (confiabilidad, relevancia, interés, proporción, adecuación, transparencia, claridad, comprensibilidad, integración e incidencia). Junto a ellos, añadimos también algunos aspectos de los indicadores probados para los informativos de televisión por parte de Israel y Pomares (2013: 156-157), como los relacionados con la temática (relevancia y jerarquización de la noticia); criterios de selección (los valores noticia); indicadores sobre el tratamiento y la presentación de las informaciones; los relativos a personajes, fuentes y diversidad intercultural, e indicadores espacio-temporales o de localización de las noticias.

De esta forma, las diez preguntas que componen este bloque del cuestionario versaron sobre el uso de bases documentales primarias; la presencia de informaciones relevantes; el porcentaje de temas propios; los reportajes de producción propia; las noticias que abordan realidades próximas; el acceso directo a los acontecimientos; el tratamiento de los protagonistas; el periodismo de investigación, así como la calidad fotoperiodística y de las infografías y gráficos de elaboración propia.

En el tercer bloque de la encuesta, conformado por once cuestiones relativas al cuidado y esmero productivos, recopilamos para su redacción algunos índices del VAP así como otros indicadores, en este caso

los propuestos por la Red de Periodismo de Calidad de México (Varios, 2006). Ello determina que las preguntas aludan, por un lado, a algunos principios que dependen directamente del trabajo del periodista, de su formación, compromiso y ética profesional; al tiempo, otras cuestiones se asientan en valores o principios que dependen directamente del entorno del profesional. Además, se contemplaron aspectos desarrollados en la tesis doctoral de González (2011: 258-345), quien combinó un análisis de los aspectos formales, destinado a detectar posibles defectos y errores técnicos en la presentación y transmisión, con un análisis de contenidos que centraba su atención en tres elementos: la diversidad, la independencia (entre otras cuestiones el grado de facticidad, distinguiendo entre hechos, afirmaciones y conjeturas) y el proceso de elaboración informativa.

Por tanto, este tercer bloque incidió en interrogantes ligadas a indicadores concretos sobre la calidad en el trabajo del propio periodista, cuyos resultados serán los expuestos con mayor detenimiento en el epígrafe siguiente, a saber: calidad de la escritura/narración; corrección lingüística; lenguaje apropiado; facticidad de las informaciones; diversidad de temas, protagonistas y ámbitos; diversidad intercultural; frecuencia de citas; pluralidad de fuentes; verificación de los datos ofrecidos; porcentaje de fuentes institucionales y/o corporativas; y el enfoque predominante en la disyuntiva de lo «emotivo» frente a lo «informativo».

La última parte del cuestionario se dedicó, finalmente, a sondear las opiniones de los profesionales acerca de lo que piensan sobre las causas y razones que van en detrimento de la calidad periodística. Para ello se utilizaron algunos trabajos realizados con anterioridad de corte cualitativo (Parreño, 2013: 112-113). Las siete cuestiones planteadas ofrecen, así, matizaciones o complementos que relacionan la calidad o su ausencia en el producto informativo con aspectos como la precariedad laboral, la crisis económica, la adaptación a las nuevas tecnologías, la brecha generacional así como tendencias detectadas como la homogeneización de contenidos, el imperio de la inmediatez o la pérdida de valores profesionales.

La hipótesis central de partida fue la siguiente: los profesionales del Periodismo en España son conscientes de que la crisis económica, publicitaria, mediática y tecnológica de los últimos años, así como la precariedad laboral, están influyendo notablemente sobre la calidad periodística y la pérdida de valores de la profesión. Como se ha indicado, los datos analizados representan, en su conjunto, una variada muestra de los profesionales dedicados al periodismo en España en la actualidad.

Tabla 1. Encuesta on-line La calidad periodística según la percepción de los periodistas
(Junio/Julio, 2013)

363 periodistas participantes: 55% Hombres (198); 45% Mujeres (165)

Medios de comunicación en los que trabajan		Puestos o cargos ocupados		Situación contractual	
Diario impreso	31% (114)	Redactor	58% (210)	Plantilla	69% (249)
Televisión	21% (75)	Jefe de sección o editor	12% (45)	Colaborador	15% (54)
Diario digital	18% (66)	Redactor jefe o subdirector	7% (27)	Freelance	13% (48)
Radio	14% (51)	Dirección	5% (18)	Becario	3% (12)
Revista impresa	11% (39)	Otros	18% (63)		
Revista digital	5% (18)				

3. Análisis y resultados

La percepción que predomina entre los periodistas encuestados es que en los últimos años se ha producido una pérdida generalizada de los valores capitales de la profesión. Así lo expresa el 81% de los encuestados, frente al 19% que niega dicha merma. El análisis en detalle de quienes suscriben una u otra opción no ofrece, en general, diferencias destacables en función del género, la edad o el cargo ocupado: el 80% del conjunto de responsables (directores, redactores jefe, editores y jefes de sección) reconoce el desgaste. El factor de mayor relevancia a la hora de ofrecer una visión más pesimista de los valores que reinan en la profesión es la variable vinculada al medio de comunicación en el que se trabaja, con diferencias que superan el 25%. Si bien el 70% de los periodistas de radio admite una mengua, la cifra se eleva al 96% entre los de televisión. Por edades, llama la atención que sean los profesionales entre 51 y 65 años quienes observen –con ocho puntos porcentuales de diferencia– la merma de valores con mayor nitidez que los que se sitúan por debajo de los 50. No obstante, del conjunto, son quienes superan dos décadas de antigüedad en la profesión los que perciben con más claridad el deterioro.

Cuando se plantean las razones que condicionan esta crisis de modelo profesional, la mitad de los periodistas (51%) apela al descuido de cuatro elementos fundamentales en el trabajo informativo: el contraste, el rigor, la honestidad y la calidad. Los periodistas televisivos se sitúan de nuevo a la cabeza (76%) a la hora de detectar este hecho, seguidos a distancia relativa por los que desempeñan su actividad en medios impresos –diarios o revistas–, que superan el 60%. La segunda causa que aducen los encuestados para interpretar la pérdida de valores es la devaluación del prestigio social de la profesión, algo que comparte uno de cada tres.

3.1. Las opiniones de los profesionales acerca del esmero en la producción periodística

Los resultados de la encuesta referidos al cuidado y esmero con el que se realiza el trabajo informativo

reflejan cómo los periodistas españoles exhiben, pese a lo expuesto más arriba, un alto grado de satisfacción acerca de la calidad periodística que ofrecen sus medios de comunicación. De esta manera, por ejemplo, en torno al 80% de los encuestados consideran suficientes o buenos tanto los modos de narración o escritura en sus medios como el nivel de corrección lingüística.

En esta misma línea, el 59% de los interrogados cree que casi siempre sus medios utilizan un lenguaje apropiado (sólo un 5% afirma que casi nunca se logra; para el 36% sucede de manera irregular). En general, todas las respuestas englobadas en este apartado generan cifras de consenso, en torno al 40-50%, entre quienes sostienen que la calidad del producto informativo en sus diferentes vertientes es suficiente. Por tanto, debemos atender a los matices para lograr alguna conclusión más en detalle sobre su percepción de la calidad periodística emanada de sus empresas informativas. De un lado, se vislumbra una clara paradoja en cuanto a la representatividad cultural o social (de temas, protagonistas o ámbitos) y a la presencia de declaraciones de fuentes personales en las informaciones. Así, de una parte, un 88% piensa que las declaraciones, totales o citas que aparecen en los géneros periodísticos son las necesarias o incluso abundantes.

Sin embargo, esta presencia no concuerda con la representatividad del trabajo periodístico ofrecido, toda vez que solo un 68% adjetiva como «suficiente» (56%) o «elevada» (12%) la pluralidad de fuentes incluidas en sus informaciones. La diferencia por tanto entre el uso

Tabla 2. Sobre la calidad de la redacción y la corrección lingüística

¿Cómo define la calidad de la escritura/narración practicada en su medio?		
Buena	126	35%
Pasable	162	45%
Deficiente	72	20%
¿Cómo definiría la corrección lingüística en su medio?		
Buena	141	40%
Pasable	141	40%
Deficiente	72	20%

Tabla 3. Sobre la presencia de fuentes personales

¿Cómo cree que es, respecto a las informaciones de su medio, la frecuencia de citas (o declaraciones, o totales)?		
Escasa	45	13%
Suficiente	186	52%
Elevada	129	36%

constatado de declaraciones (88%) y la pluralidad de las mismas (68%) dista un 20% en sus consideraciones más neutras o positivas, lo que lógicamente obliga a inferir que de ello se resiente la calidad informativa.

Junto a la cuantiosa presencia de fuentes institucionales y corporativas, un 30% de encuestados afirma que la diversidad de temas, protagonistas y ámbitos de las informaciones es reducida, aunque la mayoría las valora como suficientes (53%). En esta misma línea, un 45% estima que la diversidad intercultural trasladada por su medio de comunicación es escasa, mientras un 44% sostiene que es la apropiada y solo el 12% la califica como elevada. En todo caso, la mayoría (53%) afirma que existe equidad a la hora de tratar a los protagonistas de las informaciones, aunque dicha equidad sea «poca» para el 35% de los encuestados.

En lo referido al contraste de la información ofrecida por las fuentes, la mayoría señala que los protocolos de verificación practicados son suficientes (un 48%), si bien un 33% considera escasas las comprobaciones de los datos recabados. No menos relevante, también en lo concerniente al contexto socio profesional del periodista, es la respuesta dada a la pregunta acerca del grado de «facticidad», esto es, a la manera en la que los medios evitan que en las informaciones se entremezclen los hechos, las afirmaciones y las conjeturas. El 50% de los encuestados estima que esa mezcla se produce a veces, mientras un 18% sostiene que dicha combinación ocurre la mayoría de las veces.

Por último, cuando se pregunta acerca de la tendencia prevalente de las informaciones en sus medios de comunicación, bien hacia un predominio de enfoques emotivos o bien hacia los enfoques netamente informativos, no se detectan grandes diferencias entre ambas opciones. Así, el 45% cree que los dos modelos (enfoque emotivo vs. informativo) están repartidos en la oferta informativa; un 33% piensa que sigue primando la información distanciada, si bien un 23% avala la opinión de que el enfoque predominante en las informaciones actuales es el emocional.

4. Discusión. Razones que influyen en la pérdida de la calidad periodística

De los resultados expuestos se deduce que los profesionales del periodismo español, pese a

ser conscientes de la pérdida de calidad de la producción periodística, la achacan sobre todo al contexto profesional y no tanto a su falta de capacitación o al desconocimiento de los valores deseables en su desempeño. Esta auto-percepción positiva, aunque no excelente, casa con el alto grado de profesionalización de las redacciones que constatan los encuestados (el 85% asegura que el nivel medio de formación de los periodistas en sus medios corresponde al de titulados en Periodismo o en Comunicación Audiovisual; un 95% si incluimos a licenciados universitarios en otras titulaciones).

¿Por qué, entonces, se produce la merma en la calidad, en la factura informativa, que ellos mismos detectan? Para dar respuesta a esta interrogante los encuestados se remiten a una diversidad de aspectos que pueden agruparse en tres grandes grupos de razones:

1) Las condiciones actuales de desempeño del trabajo profesional. La mengua de calidad está, en opinión de los periodistas, estrechamente vinculada a las condiciones en las que realizan su actividad. Quienes manifiestan que disfrutan de un alto grado de estabilidad laboral representan el 38%; mientras, un 34% señala que solo la mitad de la plantilla de sus medios goza de dicha estabilidad y casi una tercera parte (28%) afirma que este nivel de estabilidad es escaso. A estos datos, relacionados con la crisis del sector, se suman otros: un 39% piensa que el nivel salarial es escasamente justo, cifra similar a quienes creen que ello solo ocurre en determinados puestos (otro 39%). Quienes dicen disponer de un salario adecuado son el 22% de los interrogados. En cuanto a la jornada laboral, un 36% dice que apenas disfruta de horarios racionales mientras que un 34% sostiene que relativamente. Ello entronca con las diferentes rutinas productivas de cada tipo de medio (así, el 54% de quienes dicen tener horarios poco racionales trabaja en diarios impresos, mientras que el 27% de quienes piensan lo contrario

Tabla 4. Sobre la pluralidad de fuentes y la diversidad informativa

¿Cómo diría que es la pluralidad de fuentes que ofrece su medio?		
Escasa	114	32%
Suficiente	201	56%
Elevada	42	12%
Califique el porcentaje de fuentes institucionales y/o corporativas citadas en las informaciones de su medio		
Muy alto	168	48%
Medio	159	46%
Bajo	21	6%
¿Cómo cree que es la diversidad de temas, protagonistas y ámbitos de las informaciones de su medio?		
Escasa	108	30%
Suficiente	189	53%
Elevada	60	17%

Tabla 5. Sobre la verificación de datos y la «facticidad»

¿Cómo considera la verificación de los datos ofrecidos en las informaciones de su medio?

Escasa	117	33%
Suficiente	171	48%
Elevada	72	20%

En cuanto al grado de «facticidad» de las informaciones, estima que en las informaciones de su medio los hechos, afirmaciones y conjeturas no aparecen mezclados...

Casi nunca	114	32%
A veces	180	50%
Se mezclan casi siempre	66	18%

Tabla 6. Sobre el enfoque predominante en las informaciones

Entre la «emotividad» y lo «informativo», ¿qué opción diría que predomina en su medio?

Prima lo emotivo	81	23%
Enfoques repartidos	159	45%
Prima la información distanciada	117	33%

trabaja en televisión). Donde hay mayor consenso es a la hora de señalar (un 69%) que el número de redactores con respecto al volumen de trabajo es escaso. De ahí que uno de cada siete achaque a la acumulación de tareas otra posible razón perjudicial para la calidad. La percepción de que la falta de tiempo impide la profundización en los contenidos es sostenida por el 22% de los informantes; un 18% cree que el afán de instantaneidad origina errores graves en las informaciones.

La precariedad laboral figura, en este sentido, como la mayor amenaza para los estándares profesionales óptimos. Uno de cada cinco encuestados considera que la falta de garantías laborales debilita la capacidad crítica de los periodistas y, por extensión, ello se refleja en la calidad de su trabajo. Esta precariedad va en paralelo, según las opiniones recabadas, a la sustitución de los redactores experimentados por colaboradores o becarios.

2) La falta de inversión por parte de las empresas periodísticas. La encuesta realizada muestra que el 37% de los periodistas asocia la falta de inversión en este terreno como otra causa determinante de la rebaja de la calidad periodística. Dos de cada diez profesionales percibe un escaso interés de los empresarios de medios por la calidad, al suscribir que anteponen la preocupación por los costes salariales o los ingresos publicitarios. En la misma línea, el 16% de los entrevistados estima que las empresas pocas veces apuestan por invertir para producir buena información o temas propios. De ello se deriva, además, otro elemento negativo para la calidad periodística: la homogeneidad de contenidos de unos medios a otros. Un 14% de las respuestas recabadas destaca que «suelen mimetizarse los temas o coberturas que en otros medios han dado buenos resultados». No obstante, la sinceridad de los encuestados se trasluce al admitir (un 11%) que los

fallos de precisión que impiden ofrecer un producto de calidad son, en sentido amplio, «el resultado de malos hábitos diversos»; al tiempo, uno de cada diez encuestados asegura que los periodistas descuidan a menudo el contenido y la forma de presentar la información.

3) La adaptación a las nuevas tecnologías. Uno de cada cuatro entrevistados (23%) alude a la falta de tiempo para reflexionar sobre la información como el factor de mayor peso en la rebaja de la calidad. En torno al 15% de los periodistas considera que los actuales modos de producción mejoran las posibilidades, pero añaden una «menor capacidad para cubrir los contenidos», lo que puede aumentar los posibles errores cometidos. Un 12% estima que la competencia de los medios con las redes sociales repercute negativamente en los contenidos. Asimismo, un 24% afirma que existe una brecha importante entre la redacción tradicional y la digital, compuesta sobre todo por periodistas jóvenes. Este hecho incide de forma perjudicial a juicio de los informantes, al entorpecerse el contacto entre los veteranos y los jóvenes periodistas, hecho agravado por las prejubilaciones y despidos de profesionales veteranos, que impiden la transmisión de estándares consolidados del periodismo a las nuevas generaciones de profesionales.

5. Conclusiones

La hipótesis de la que partíamos queda verificada tras constatar los resultados del cuestionario expuesto. Derivado de las circunstancias de la crisis y de una mezcla de factores endógenos y exógenos, el 81% de los periodistas españoles en ejercicio interrogados reconoce que se ha producido un empeoramiento de los patrones de calidad del producto periodístico. Un 34% percibe asimismo una devaluación del prestigio social de la profesión periodística, en consonancia con estudios de opinión como los elaborados por el CIS (2013). La escasa independencia política o económica de sus medios (afirmada por un 48%) o la intromisión de empresarios en su trabajo (excesiva para un 44%) agravan el escenario de transformación en un contexto de crisis económica. Aunque consideren que su libertad de redacción no esté lastrada por tal circunstancia, sí son conscientes de la existencia de temas esquivados como norma general en sus empresas (un 41%), así como de la escasa pluralidad de la opinión ofrecida a las audiencias (un 42%).

La mengua de la calidad queda asociada por parte de los encuestados a las condiciones de precarización del trabajo periodístico (por la sustitución de redactores expertos por colaboradores sin experiencia; por la

acumulación de tareas; etcétera). Estas ideas van en sintonía con lo recogido en el «Informe Anual de la Profesión Periodística, 2014», donde el 59,6% de los profesionales de la comunicación encuestados señalan al aumento del paro y a la precariedad laboral que provoca como los principales problemas de la profesión periodística, seguidos (11,5%) por la falta de independencia económica o política de los medios (IAPP, 2014: 45).

Las respuestas referidas a los modos en los que se presentan las informaciones (ámbito de su responsabilidad más directa) generan unas cifras de consenso en torno al 40-50% a favor de respuestas que consideran suficiente o correcta la calidad del producto informativo en sus diferentes vertientes. Es especialmente destacable la autoestima de los profesionales (en torno al 80%) sobre la correcta o buena escritura o narración existente en sus medios, aunque son más críticos con la falta de representatividad o pluralidad de las fuentes, con la diversidad intercultural ofrecida por su medio, con la escasa diversidad temática o de protagonismo de las informaciones o con la verificación de las fuentes informativas.

Los periodistas son conscientes, pues, de los lastres que condicionan su labor y de que la precariedad laboral supone una amenaza evidente para la calidad. Pese a exhibir una consideración generosa pero no exenta de críticas hacia sus productos informativos, reconocen que sería necesario potenciar los temas propios, un acceso más directo a los acontecimientos y, en general, un reforzamiento del cumplimiento de las normas éticas y una mayor disponibilidad de herramientas profesionales para el mejor desarrollo de su labor en una sociedad democrática.

Referencias

- Alessandri, F., & al (2001). VAP: Un sistema métrico de la calidad periodística. *Cuadernos de Información*, 14, 112-120.
- Alsius, S., & Salgado, F. (Eds.) (2010). *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona: UOC.
- Amado, A. (2013). Periodismo argentino: en busca de datos sobre la profesión. *Austral Comunicación*, 1(2), 113-135.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2014). *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Bogart, L. (1989). *Press and Public. Who Reads What, When, Where, and Why in American Newspapers*. Hillsdale: L. Erlbaum Ass.
- Caffarel, C. (2005). ¿Es posible una televisión de calidad? *Comunicar*, 25, 23-27.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2013). *Barómetro de febrero de 2013. Estudio 2.984. Avance de resultados*. (<http://goo.gl/1ALGZb>) (12-02-2015).
- De-Pablos, J.M., & Mateos, C. (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV. *Ámbitos*, 11-12, 341-365. (<http://goo.gl/GGzH2m>) (01-02-2014).
- Deuze, M. (2005). What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Gómez-Mompart, J.L. (2010). Periodistes i periodismes a Espanya i al País Valencià. *Sociologia i cultura professional dels informadors. Arxius de Ciències Socials*, 23, diciembre, 17-36.
- Gómez-Mompart, J.L., Gutiérrez-Lozano, J.F., & Palau, D. (Eds.) (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia: UAB, UPF, UJI y UV.
- González, M. (2011). *Albisteen kalitatea. Euskadi Irratia, Etlb eta Euskaldunon Egunkaria/Berria (Research on Basque Media's News Quality)*. Tesis doctoral. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Hanitzsch, T., & al. (2011). Mapping Journalism Cultures across Nations. *Journalism Studies*, 12(3), 273-293. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2010.512502>
- Herscovitz, H.G. (2004). Brazilian Journalists' Perceptions of Media Roles, Ethics and Foreign Influences on Brazilian Journalism. *Journalism Studies*, 5(1), 71-86. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1461670032000174756>
- Asociación de la Prensa de Madrid (2014). *Informe anual de la profesión periodística*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Israel E., & Pomares, R. (2013). Indicadores de calidad en los informativos de televisión. In J.L. Gómez-Mompart, J.F. Gutiérrez-Lozano, & D. Palau (Eds.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. (pp. 147-161). Barcelona, Castellón y Valencia: UAB, UPF, UJI y UV.
- Merrill, J., & Lowenstein, R. (1971). *Media, Messages, and Men: New perspectives in Communication*. Nueva York: D. McKay Co.
- Parreño, M. (2013). La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo. In J.L. Gómez-Mompart, J.F. Gutiérrez-Lozano, & D. Palau (Eds.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. (pp. 105-118). Barcelona, Castellón y Valencia: UAB, UPF, UJI y UV.
- Patterson, T.E., & Donsbach, W. (1996). News Decisions: Journalists as Partisan Actors. *Political Communication*, 13(4), 455-468. DOI: <http://dx.doi.org/10584609.1996.9963131>
- Pihl-Thingvad, S. (2014). Professional Ideals and Daily Practice in Journalism. *Journalism*, February 5. DOI: <http://dx.doi.org/1464-884913517658>
- Ramírez-de-la-Piscina, T., Gorosari M.G., Aiestaran, A., Zabalondo, B., & Agirre, A. (2014). Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012). *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 248-274. DOI: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2014-1011>
- Skovsgaard, M., Albæk, E., Bro, P., & De-Vreese, C. (2012). A Reality Check: How Journalists' Role Perceptions Impact their Implementation of the Objectivity Norm. *Journalism*, 14(1), 22-42. DOI: <http://dx.doi.org/1464884912442286>
- Strömbäck, J., Karlsson, M., & Hopmann, D.N. (2012). Determinants of News Content: Comparing Journalists' Perceptions of the Normative and Actual Impact of Different Event Properties when Deciding What's News. *Journalism Studies*, 13(5-6), 718-728. DOI: <http://dx.doi.org/1461670X.2012.664321>
- Téramo, M.T. (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. *Palabra Clave*, 9(1), 57-84. DOI: <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.31.459>
- Túñez, M., & Martínez, M.Y. (2014). Análisis del impacto de la función, las actitudes y las condiciones laborales del periodista en la producción de noticias: Hacia un periodismo de empresa. *Zer*, 19, 37-54.
- Varios (2006). *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad en México*. (<http://goo.gl/nkd31a>) (12-02-2015).