

Medición de la calidad de la prensa en Chile

Silvia Pellegrini R.

Periodista y profesora de Políticas de la información y Escenarios de la comunicación en la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica, decana de la Facultad de Comunicaciones [spellegr@puc.cl].

Medir calidad informativa es medir la coherencia entre los requerimientos del público y la oferta de los medios. De acuerdo con este criterio, se evaluaron las noticias transmitidas por 14 medios de comunicación durante un mes de 1998. Cada nota fue analizada desde el punto de vista del periodista, el carácter propiamente noticioso del hecho, el medio y el público. Mediante el análisis sistemático, se observaron algunos factores que empobrecen el producto informativo general y la cobertura específica de distintas áreas temáticas. Se constataron además, diferencias entre la labor que realizan la prensa escrita y la televisión.

La calidad de la prensa se plantea hoy como un objetivo muy prioritario para los medios de comunicación predominantemente informativos porque es ya claramente perceptible una cierta «grieta» entre la producción informativa y los intereses de los consumidores. Hay quienes interpretan esa situación como falta de relación entre las noticias y la vida cotidiana; otros consideran que la fría racionalidad informativa choca con la cultura actual que privilegia los aspectos emocionales; otros, que la estructura periodística pone de relieve los conflictos que entran en oposición con la actual bús-



queda nacional de consensos y armonías. No es posible validar ninguna de esas hipótesis pero todas ellas apuntan a ciertas «distancias» entre lo que el público requiere y lo que los medios ofrecen, y podrían solucionarse a través de una apropiada investigación sobre calidad.

La búsqueda de un método de medición de la calidad informativa tiene como objeto aportar parámetros críticos para enfrentar el trabajo cotidiano de pautear, reportear y escribir información. Es una meta difícil de lograr y validar, y requiere de numerosos trabajos previos como el que aquí se presenta. Ésta es una investigación preliminar realizada por alumnos de 5° año de la Escuela de Periodismo en el curso de Políticas de Información. Se entiende por investigación preliminar aquella que no proporciona aún resultados científicos, sino que aporta información sobre la utilidad de ciertas variables y ofrece, también, una

imagen general de una realidad dada en un momento específico.

1. LOS SUPUESTOS METODOLÓGICOS

El planteamiento teórico inicial en el cual se basa la investigación está referido a la llamada «fórmula de Lasswell» que, desde su publicación en el año 1948, sigue teniendo el enorme valor de esquematizar del modo más simple posible el fenómeno comunicacional. Se trata de quién dice qué a quién, en qué canal y con qué efectos. Es también especialmente válida en el proceso informativo, donde la retroalimentación es más débil que en otras áreas comunicacionales. El uso de esta fórmula se hizo en el entendido de que otros modelos comunicacionales pueden aportar también elementos sustantivos al mejoramiento de la calidad periodística, pero de mayor complejidad que la que requiere un primer paso metodológico.

El tradicional esquema de Lasswell su-

giere que para lograr calidad hay cuatro aproximaciones sobre el producto que derivan de cada una de las etapas que el teórico distingue. Esos elementos pueden ser diferentes en los distintos modos de comunicar. Pueden ser, por ejemplo: periodista, noticia, pauta y público, en el caso de la información; o empresa, campaña, contacto y consumidor, en el caso de la publicidad. Las fallas en cualquiera de las cuatro etapas repercuten en la calidad final, pero los responsables no son siempre los mismos.

Llevar el esquema comunicacional de Lasswell a cuatro elementos claves del sistema informativo no implica por sí sólo fijar los parámetros cuantificables respecto de cada uno de ellos. Para lograr medir la calidad informativa a través de las aproximaciones anteriores se requiere precisarlas en conceptos más «duros», a la luz del producto final. Aquí se definió ese producto como *información social*, es decir, la acción y resultado de



e puede percibir un vínculo pernicioso de cierta dependencia entre medios y fuentes que puede caracterizarse como un trueque implícito de «tú me das plataforma» / «yo te doy información».

elaborar la imagen procesada de un hecho real comprobable, que implica alguna modificación de la vida social y que permite a las personas actuar libremente. Este concepto se subdivide en los parámetros clásicos de una área de estudio: un método (*elaborar una imagen...*), una materia (*...de un hecho real comprobable...*), un sentido (*...que implica alguna modificación de la vida social...*) y una finalidad (*...que permite a las personas y las sociedades actuar libremente.*). Para efectos prácticos, es posible referir estos parámetros a: las rutinas periodísticas, el valor noticioso del hecho, la pauta del medio y los requerimientos del público.

Ambas perspectivas –los elementos laswellianos, y la definición aplicada de información– se combinaron entre sí en este estudio para generar la base teórica mínima de una metodología cuantificadora.

1.1. LA APROXIMACIÓN DESDE EL PERIODISTA

Este modo de medir la calidad se basa en cuantificar el método de aproximación a la realidad que utiliza el profesional. En síntesis, se trata de medir si el reporte está basado en fuentes confiables y pertinentes, si incorpora una visión profesional, profunda y ética, y si el resultado está elaborado en un lenguaje adecuado; o si en cualquiera de esos aspectos de la rutina informativa se deteriora la calidad. Para estos efectos, se analizó cada nota periodística usando los siguientes elementos prácticos:

a) ¿Están presentes los elementos de la noticia? Esta pregunta por los tradicionales qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué, no apunta a la elaboración de una pirámide invertida –que puede ser inadecuada para muchas informaciones y que rigidiza la elaboración periodística–, sino a los elementos necesarios para la cabal comprensión del hecho por parte tanto del emisor como del receptor.

b) ¿Hay un uso adecuado de las fuentes? Respecto de ellas, sería posible hacer un análisis más exhaustivo que considerara toda la clasificación de fuentes, pero para este estudio se consideró solamente el número de fuentes y si estaban identificadas o no.

c) ¿Cuál es la presencia del periodista en el artículo? Se estudió si el periodista denota una cabal comprensión del fenómeno que está convirtiendo en imagen segunda. Una implicancia que debe ser sólo con el hecho mismo y no con las fuentes o los elementos de poder o interés que la noticia represente. Muchas veces ese compromiso puede ser medido en términos de reporte adicional de contexto, confrontación de opiniones o planteamiento de consecuencias de una situación dada.

d) ¿Cuán pertinente es el uso del lenguaje? Se trata de analizar si se utilizan correctamente los conceptos, si hay pobreza en los términos, si se emplean extranjerismos, muletillas y lugares comunes, si la redacción es adecuada, si las palabras técnicas permiten la comprensión del lector común, etc.

1.2. LA CALIDAD INFORMATIVA DESDE LA NOTICIA

El método usado supone que la calidad informativa también está afectada por aspectos del hecho mismo. Para medirlos, se miraron las notas periodísticas bajo dos conceptos:

a) Naturaleza del hecho. Se midió si la noticia era realmente tal o si había sido levantada ya sea por el medio o por la fuente. Se determinó también, si el origen era el medio mismo o si había nacido del exterior. En estos últimos casos se analizó si el periodista tuvo o no la habilidad de imponer la pauta por sobre el interés de la fuente. Al hacerlo, se tuvieron en cuenta las conclusiones de la profesora Mar de Fontcuberta respecto de que gran parte de las noticias hoy se basarían en «no-acontecimientos». Ella define «no-acontecimientos» como la construcción, producción y difusión de noticias a partir de hechos no sucedidos o que suponen explícitamente una no-información en el sentido periodístico (Véase DE FONTCUBERTA, MAR: *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Paidós, Barcelona, 1993).

b) Naturaleza de la noticia. Se analizó si la noticia era dura o blanda. Noticia dura es aquella «que sale de lo corriente y se vuelve conocimiento común y necesario para todos los hombres». Noticia blanda es aquella que forma parte de un proceso, corresponde a servicios, compromisos, denuncias, sorpresas, magazine; o que es de interés principal-

mente para grupos pequeños de la población. Por otra parte, también se consideraron noticias blandas aquellas cuya calidad noticiosa general es baja. (Véase PUENTE, SOLEDAD: *Televisión: el drama hecho noticia*, Ediciones Universidad Católica, Santiago de Chile, 1997.)

1.3. LA RESPONSABILIDAD DEL MEDIO

Sobre la pauta recae probablemente el mayor peso de la calidad informativa porque es ésta la que engloba y fundamenta los tres parámetros generales que cruzan la calidad informativa: coherencia de contenidos, búsqueda de la identidad propia y acción deontológica. Por otra parte, es en la pauta donde se expresan los criterios de selección, jerarquización y línea editorial del medio. Todo esto la hace ser el aspecto más difícil de definir en aspectos cuantificables y probablemente requeriría de un esquema propio de trabajo para proporcionar criterios de calidad. Sería de gran valor investigar la participación del medio como variable única en la calidad, pero al hacerlo, se perdería la interrelación con los otros actores que provee la fórmula de Lasswell. Intentando, entonces, buscar los elementos básicos de la pauta se optó por centrarse en la importancia del tema y la pertinencia del enfoque:

a) Importancia del tema. ¿La selección de los hechos tiene relevancia para la vida social? ¿Afecta la perspectiva de coherencia de contenidos e identidad propia a una selección adecuada de la información?

b) Enfoque. ¿El enfoque y el espacio dedicado al tema son adecuados a la importancia real del hecho? ¿Son pertinentes los titulares? ¿Hay una adecuada relación entre titulares y textos? Junto con atender a estas preguntas, se cuantificaron los llamados en portada y el uso de otros realces informativos tales como fotografías, infográficos, etc.

GRÁFICO N°1

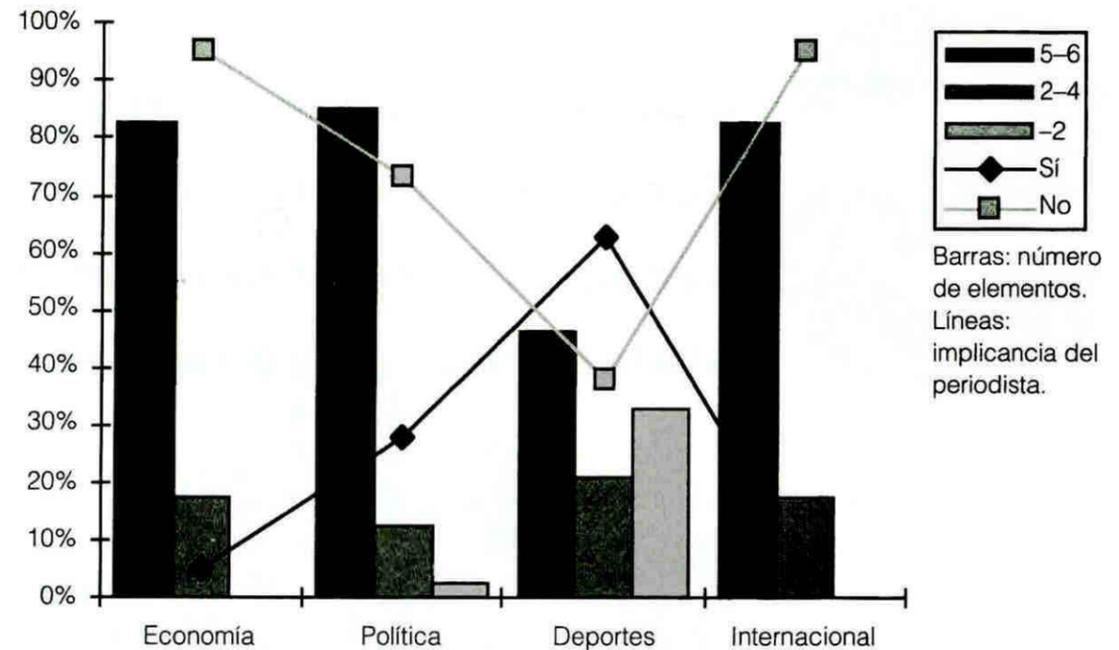
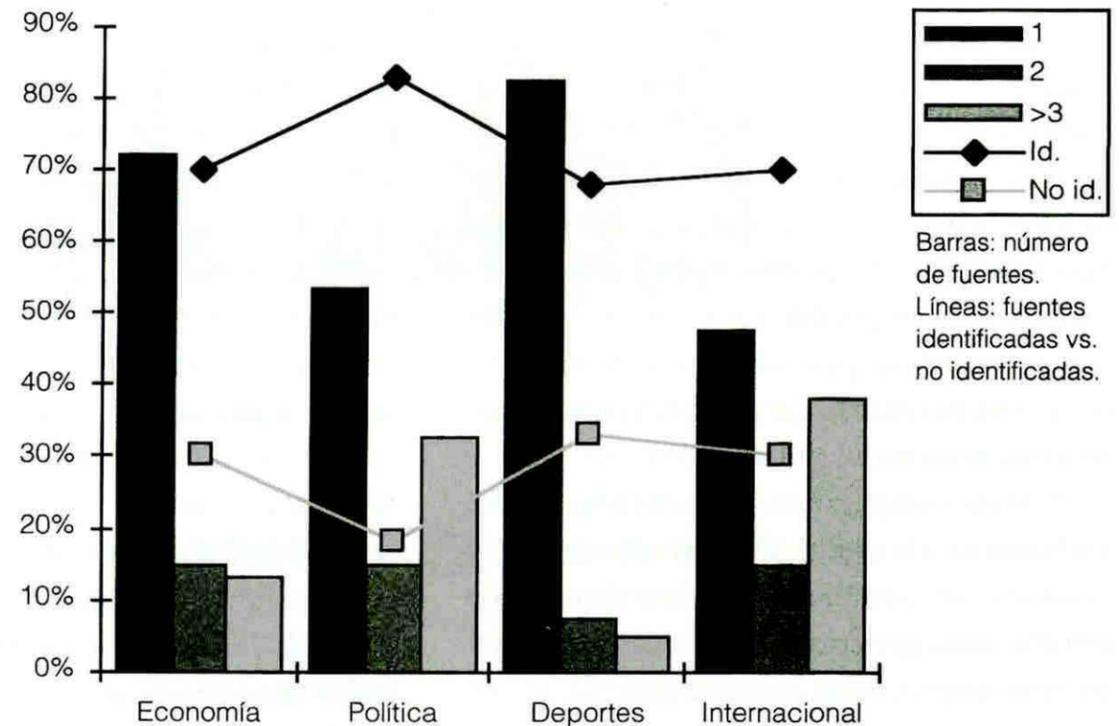


GRÁFICO N°2



1.4. LA MIRADA DESDE EL PÚBLICO

La última perspectiva analizada respecto de la calidad de la información es la que vincula a público con la finalidad. La información es probablemente la única fórmula comunicativa que requiere de un efecto específico para ser tal. No hay información si no hay personas informadas. El fenómeno contrario se llama desinformación. La finalidad informativa entonces, es la libertad personal y social para tomar decisiones. La mirada desde el público se midió desde los siguientes parámetros:

a) ¿Hay un interés extrainformativo ya sea latente o real? ¿Se induce a alguna conclusión por parte del medio? ¿Se presentan afirmaciones que no van adecuadamente acompañadas de solidez argumentativa basada en hechos?

b) ¿Opina el medio o el periodista en los espacios no destinados a ello, es decir, en aquellos en que el público no es capaz de distinguir si se trata de opinión o de hechos?

c) ¿Están presentes todos los elementos que el público requiere para tener opinión propia o se desestima información que

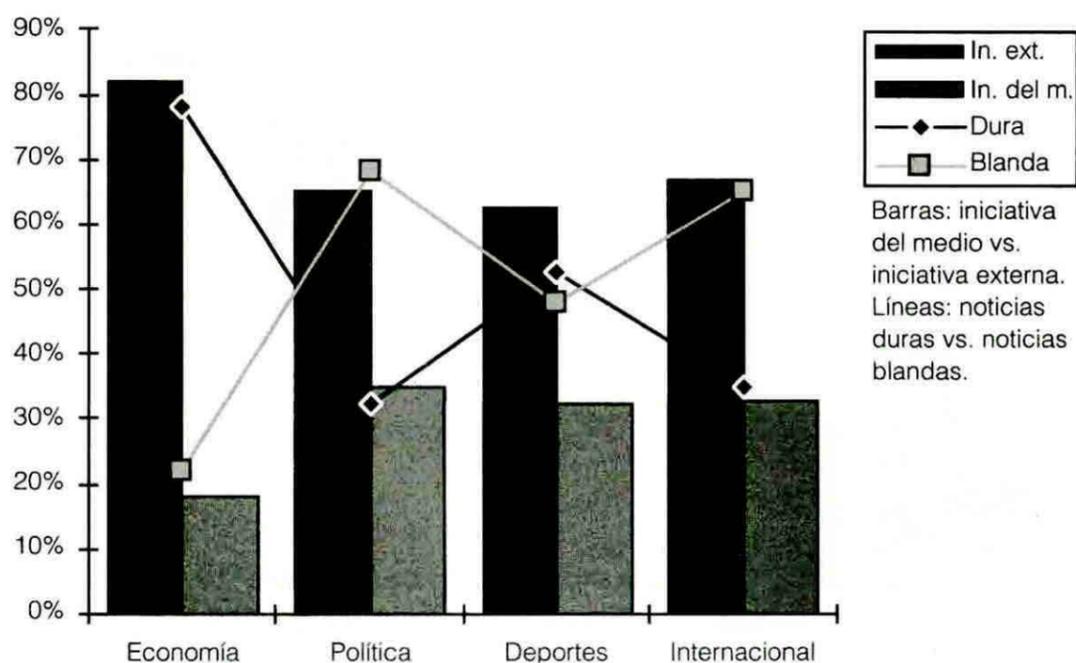


GRÁFICO N°3

A modo de ejemplo, sólo se presentará el análisis de algunos datos de particular importancia en cuatro temas (política, economía, deportes e internacional). Finalmente se entregará un índice porcentual de polos positivos y negativos para cada uno de los elementos (periodista, noticia, medio y público).

El estudio, consideró, además, un análisis cuantitativo de cada uno de los elementos analizados, por medio y por tema, un análisis cualitativo por tema y por medio, un análisis de cifras por medio y análisis comparativos por tipo de medio (escrito vs. T.V. y nacional vs. extranjero). Un resumen de ello se presenta en la conclusiones.

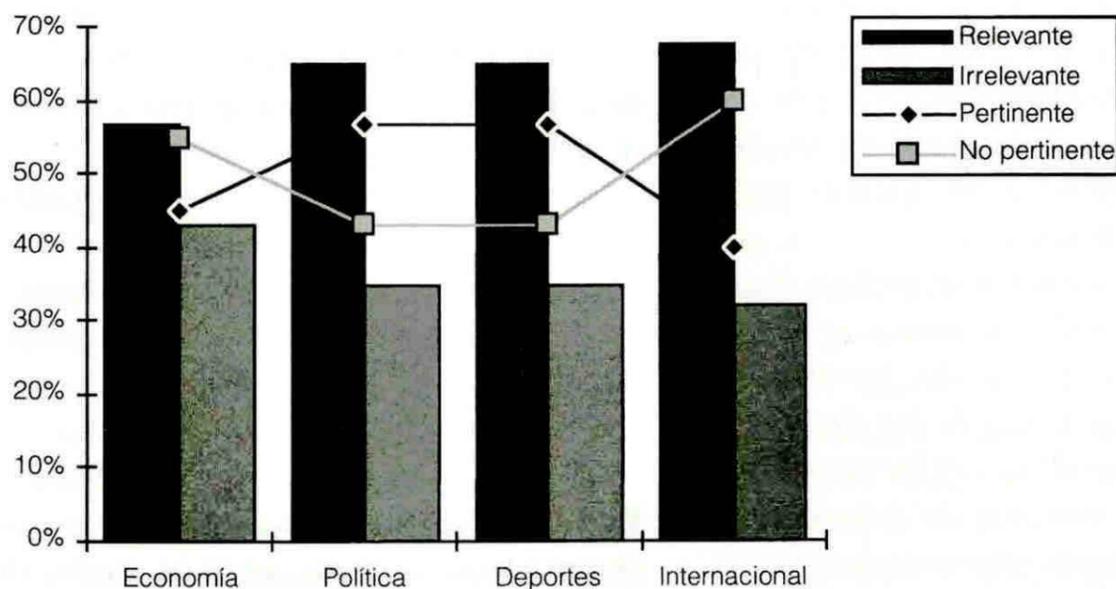


GRÁFICO N°4

2.1. LA APROXIMACIÓN DEL PERIODISTA

GRÁFICO 1: Uso de elementos informativos formales (las seis preguntas básicas) y presencia profesional del periodista en el artículo. Es claramente visible que en la calidad formal, el mayor número de elementos se encuentra en las áreas económica e internacional, pero que en estos aspectos la implicancia del periodista es casi nula, lo que repercute en lejanía con el público. En los artículos deportivos la situación es la inversa.

GRÁFICO 2: Número de fuentes utilizada en cada artículo y su calidad de fuentes identificadas o no identificadas. Resulta particularmente significativo que cerca del 50% de las noticias están basadas en una única fuente. Esa cifra alcanza más del 80% en deportes y 70% en economía.

2.2. LA CALIDAD DESDE LA NOTICIA

GRÁFICO 3: Medición de la noticia desde la perspectiva de quién toma la iniciativa para dar a conocer el hecho (el medio o el público) y si se trata de una noticia dura o blanda. Probablemente incide de forma negativa en la calidad el que una proporción cercana al 70% de las noticias analizadas sea de iniciativa externa al medio, porque esto

debió ser incluida para una adecuada decisión personal?

Probablemente la mayor importancia de este parámetro es su asociación con la credibilidad del medio en el público. De modo casi intuitivo, es el primer parámetro que se usa para medir la calidad.

2. CORPUS DE ANÁLISIS

Se revisaron 14 medios informativos durante mayo de 1998, en seis áreas específicas: *Política*: selección de candidatos presidenciales; *Economía*: mercados comunes con o sin

participación de Chile; *Deportes*: los preparativos del mundial de fútbol; *Internacional*: la paz en Irlanda; *Crónica Nacional*: Colonia Dignidad; *Policia*: seguridad ciudadana.

Los medios analizados fueron: 6 medios escritos nacionales (4 diarios y 2 revistas); 2 medios escritos internacionales (2 revistas); 3 canales de televisión nacionales; 3 canales de televisión internacionales.

En cada uno de los medios y temas hay un promedio de 10 «contactos» en el mes estudiado. Eso implica 840 noticias analizadas, aproximadamente.

lo convierte en un vocero de hechos particulares. Esa hipótesis podría validarse si se la relaciona con la alta proporción de noticias con una sola fuente (GRÁFICO 2). En el GRÁFICO 3 resulta también preocupante la alta cifra de noticias blandas para todos los temas noticiosos, con excepción de la economía.

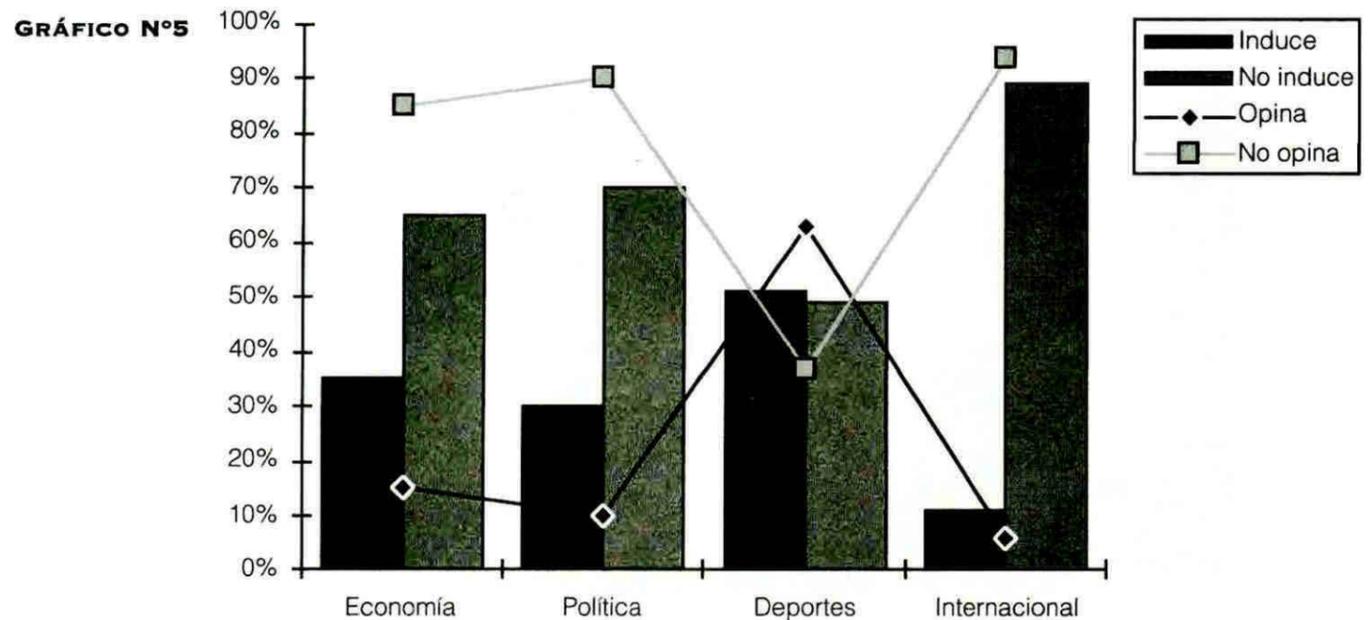
2.3. LA RESPONSABILIDAD DEL MEDIO

GRÁFICO 4: Los resultados del análisis de la pauta son —como el tema mismo— de difícil análisis, ya que aproximadamente un 50% de las noticias revisadas se muestra como de importancia y pertinencia informativa. Por estar muy cerca del punto medio, es posible mirar las cifras positivamente: la mitad o más de la mitad de las noticias son importantes y pertinentes. También se valida un juicio negativo: una cifra similar no es ni importante ni pertinente. La pregunta que surge necesariamente es: ¿Puede un medio informativo mantener la calidad de tal usando sólo la mitad de su potencial de difusión de lo importante y lo pertinente?

2.4. LA MIRADA DESDE EL PÚBLICO

GRÁFICO 5: Proporción de noticias que induce al público a determinada acción u opinión, y de noticias en las cuales el periodista abiertamente opina. Las cifras son aparentemente alentadoras: una proporción muy alta de las notas analizadas parece respetar la libertad del público para formarse su propia opinión. No es tan claro en este gráfico una alta calidad informativa si se lo relaciona con el GRÁFICO 1 en lo que a implicancia del periodista se refiere. La falta de inducción u opinión está directamente relacionada con la falta de compromiso del periodista con su nota. Eso sugiere dos conclusiones:

- a) La mayoría de las notas son elaboradas sin una real participación profesional.
- b) Cuando esta participación se produ-



ce (especialmente en el caso de deportes) no es para mejorar la calidad informativa sino para inducir u opinar. Por tanto, de acuerdo con los datos preliminares de este estudio, en el periodismo nacional se revela un escaso dominio de herramientas de participación profesional y no opinante en la elaboración informativa.

Del análisis cuantitativo completo, basado en cifras por medio y por tema, se llegó a un *índice general* de indicadores positivos y negativos para cada uno de los elementos analizados. Éste reveló que el índice positivo más alto era la ausencia de inducción al público y el índice positivo más bajo era el referido a la materia noticiosa. Es decir, las noticias blandas predominan sobre las duras.

3. CONCLUSIONES

El análisis detallado de los datos recogidos permite determinar algunas hipótesis con respecto a la calidad informativa del corpus analizado:

- a) Los medios dejan a las fuentes la iniciativa del material noticioso o incluso del enfoque y recogen casi indiscriminadamente el material proveniente de conferencias de prensa.
- b) Se puede percibir un vínculo pernicioso de cierta dependencia entre medios y

fuentes que puede caracterizarse como un trueque implícito de «tú me das plataforma» / «yo te doy información». Esto se valida en el escaso número de fuentes sumado a una tendencia de los medios a tener fuentes habituales en las diversas áreas.

c) La baja cantidad de fuentes por noticia, sumada a la falta de implicancia del periodista en las notas impide la contextualización de los hechos y también un proceso de aproximación de la noticia al país o al individuo corriente.

d) Hay un exceso de fuentes oficiales. Esto tiene como contraparte positiva el que generalmente se trata, en esos casos, de fuentes autorizadas e identificadas, y, como riesgo, ser otra forma de pérdida de iniciativa del medio.

Se percibe una alta proporción de noticias que son casi comunicados escuetos y fríos. Ese problema repercute también en un distanciamiento entre público y noticia. Esto es especialmente agudo en las áreas económica e internacional. En lo económico hay una abierta desproporción entre el interés en el tratamiento de la noticia y el rol social actual de la economía o la importancia de las variables económicas en proyectos sociales.

También son claramente perceptibles las

calidades dispares entre los distintos sectores noticiosos en los medios. Las principales características por sector podrían resumirse del modo siguiente:

a) Política. La tendencia apunta a un número reducido de fuentes por medio y un claro privilegio al sector político más cercano al medio. Hay una buena selección de temas, pero demasiada vinculación a fuentes oficiales y abundantes conferencias de prensa. La significativa cantidad de noticias blandas coincide en una alta proporción con aquellas que nacen por iniciativa del medio.

También suele suceder que la fuente imponga el enfoque.

b) Economía. La mayor parte de la cobertura es bastante superficial. Y en muchos de los casos, significativamente inferior a la que se da a las otras áreas noticiosas.

La información suele basarse en fuentes identificadas, principalmente de carácter oficial. No hay continuidad ni proyección. No se busca contraparte. En el caso de que se trate de economía internacional, no se la vincula con el país. Comúnmente no se cubre ni el cómo ni el porqué de las noticias.

Falta iniciativa de parte de los medios y darle proyección y cercanía a la noticia.

c) Deportes. Hay un enorme despliegue de cobertura, con un uso libre en el lenguaje que llega a caer en lo que uno de los analistas denominó «tropicalismo abundante». Adicionalmente, hay muchos errores gramaticales, de concordancia e incluso de significado de las palabras. Los elementos básicos de la noticia sólo se cubren en los despachos de agencia.

Hay una alta implicancia o compromiso del periodista que se traduce también en abierta inducción y opinión.

Se agrandan los focos noticiosos, se cae en francas especulaciones y rumores. Ha sido definido, además, como «periodismo con camiseta».

d) Internacional. Todas las noticias pro-

vienen de agencias. No hay contextualización de los hechos ni vinculación con el país, lo que se contribuye abiertamente a la mentalidad isleña. Al tema del proceso de paz en Irlanda del Norte, por ejemplo, los canales de TV no dedicaron más allá de un minuto en el mes.

En internacional, hay mucho uso de oraciones largas y de un estilo diferente al del resto de las secciones. Se privilegia lo que venga de América y de Europa Central o, a veces, sólo se cubren conflictos o desgracias humanas.

La cercanía no debe conseguirse a través de la selección de las notas con carácter emocional, sino a través de un enfoque que las haga accesibles al público.

Por último cabe destacar los siguientes elementos comparativos por tipo de medios:

- La prensa escrita tiene una habilidad mayor para mantener abierto el «abanico de temas», mientras la televisión se restringe a áreas más visibles y aspectos más superficiales. En este último medio hay una carencia casi total de debate.

- El número de elementos noticiosos es bastante parejo en los distintos tipos de medio. En todos hay también una cierta rigidez en el lenguaje.

- En general, los medios tienen una alta coherencia interna, las fallas de lenguaje son escasas y hay una muy adecuada coincidencia entre la relevancia de los temas y la pertinencia de los enfoques, en especial en lo que se refiere a noticias nacionales.

- En la prensa escrita se percibe un buen complemento entre aspectos informativos y de opinión (sea a través de editoriales o columnas). Se abren espacios a personas de distinta orientación a la línea editorial del medio, pero rara vez éstas debaten entre sí.

- El excesivo predominio de noticias «emocionales» debilita a la prensa escrita, en relación a la televisión que es muy fuerte en su capacidad de producir emociones.

- Hay una proporción creciente de noticias que surgen por iniciativa de los medios, algunas de las cuales caen incluso dentro de lo que podría llamarse «periodismo de investigación». Todavía hay, sin embargo, una muy alta proporción de noticias blandas entre las que generan los medios y cierta tendencia a tratar de presentarlas como duras. Esta tendencia se refleja en la falta de coincidencia entre títulos y textos.

Para trabajos futuros, parece particularmente necesario detener la mirada sobre la forma en que los periodistas pueden participar más y mejor de sus notas como un medio de aumentar la calidad de la información. Eso pasa por revisar las diferencias entre participar y opinar, por ejemplo, y otros elementos de la rutina informativa tales como la relación entre número de notas y tiempo —lo que podría jugar un rol significativo en la calidad— o el grado de especialización temática requerida para cada área.

Un segundo aspecto de importancia es lograr una aproximación metodológica más precisa en el tema de la pauta. Se detectan, además de los elementos ya señalados, ciertos indicios de que los medios combinan orientaciones diversas en sus pautas, según las diversas áreas. Las inclinaciones que se perciben corresponden también a circunstancias externas, presiones y percepciones diferentes que el modelo lasswelliano no permite detectar con precisión.

Sin embargo, el primer paso de investigación cuantitativa de la calidad hecha por los alumnos permite apreciar también resultados importantes. Es posible determinar cuáles de las aproximaciones a la información tienen resultados más significativos en la calidad informativa y qué componentes del proceso muestran las mayores debilidades. Se abre paso, además, a un fructífero número de hipótesis de investigación en la tarea de aportar elementos concretos a la mejoría de la calidad informativa. ■