

La calidad de la información en tiempos e crisis

The quality of information in times of crisis

Tania Braojos Bueno, Universidad de Málaga - taniabraojos@gmail.com

Abstract

The outbreak of war, the consequences of a natural disaster, serious accidents caused by human hand, among others, makes media content. Currently the information is not hard to find, due to the extensive network of existing media: newspapers, magazines, supplements, television, radio and especially the new media that enables Internet. But greater access to information does not mean that it is of quality, proven and written by professionals. The economic crisis is impacting heavily on the various areas of society. This study will confirm how the media have minimized their content quality and quantity, for their economic mismanagement.

Keywords

Credibility-economic crisis Finger press release paper- quality- media.

Resumen

El estallido de una guerra, las consecuencias de un desastre natural, graves accidentes provocados por la mano humana, entre otros, marcan los contenidos mediáticos. En la actualidad la información no es difícil de encontrar, debido a la amplia red de medios existentes: prensa, revistas, suplementos, televisión, radio y, especialmente, a los nuevos soportes que posibilita Internet. Pero tener mayor acceso a la información no quiere decir que ésta sea de calidad, contrastada y redactada por profesionales. La crisis económica está repercutiendo duramente en los diversos ámbitos de la sociedad. Este estudio servirá para corroborar cómo los medios de comunicación han minimizado en calidad y cantidad sus contenidos, por su mala gestión económica.

Palabras clave

Crisis económica- credibilidad- prensa digital- prensa papel- calidad- medios de comunicación.

Sumario

1. Los medios de masas en crisis. 2. Objetivos. 3. Metodología. 4. La muestra. 5. Análisis de los ejemplares. 6. Conclusiones. 7. Bibliografía.

1. Los medios de masas en crisis

Transcurrido el primer trimestre de 2009, la economía española entró en recesión al cumplirse dos trimestres con una variación negativa del PIB. La recesión anterior tuvo lugar en los primeros noventa y fueron cuatro trimestres de variación negativa del producto. Desde el cuarto trimestre de 1992, España ha conocido 60 trimestres de crecimiento positivo. Para casi la mitad de ellos el crecimiento fue igual o superior al 3,5%. Se trata pues de un período de prolongado e intenso crecimiento económico. El cuarto trimestre de 2008, la economía española cayó un 1,2% y, en los dos primeros trimestres de 2009, la caída fue del 3,2% y el 4,2%, respectivamente. Podemos afirmar que la recesión ha sido intensa ya que la anterior provocó, una caída del 2,5%. Los ajustes que han acompañado la actual recesión han sido muy rápidos: caída del consumo de las familias, de la construcción, aumento del paro que ha pasado entre 2007 y 2009, de 7,95% a 17,92%.

Durante largo tiempo, el crecimiento de precios fue paralelo a la reducción de los costes financieros, de modo que la demanda efectiva mantuvo su ritmo. Se alcanzó un punto en el que el encarecimiento de las viviendas eliminó las ventajas que la reducción de tipos de interés ofrecían a las familias españolas y de este modo también se llegó a la caída de la demanda de la vivienda que coincidió con un momento de fuerte crecimiento de la oferta, forzando así un fuerte ajuste de la actividad y los precios. La caída de la actividad de construcción mermó los ingresos de las administraciones locales, el consumo privado se estancó. La adquisición de automóviles para particulares descendió en un 30%, en 2008. La destrucción de empleo, los pagos de intereses de las familias fueron en aumento y la reducción de tipo de interés a finales de 2008 no produjo efectos positivos.

La imagen económica internacional de un país está asociada a la situación macroeconómica y al despliegue internacional de sus empresas. En el primer caso, la crisis económica actual ha modificado el cuadro macroeconómico dando paso a un amplio grupo de desequilibrios macroeconómicos (déficit y deuda pública y déficit exterior) y socioeconómicos (aumento del desempleo). En el segundo caso, las empresas españolas, por una parte, no han consolidado una mejora significativa de la imagen del país.

Si desplazamos esta crisis económica a los medios de comunicación de masas se traduce en una reducción de ingresos publicitarios, reducción de plantilla y una caída en la venta de ejemplares. Podemos ver como las empresas informativas exigen a sus periodistas una mayor formación, versatilidad y dedicación que tienen como finalidad la rentabilidad del profesional y del producto informativo. Sin embargo estos no son remunerados de la manera correcta y en muchas ocasiones el profesional trabaja bajo la precariedad profesional. La observación de la realidad de la crisis nos sugiere que el retrato normativo de la estructura salarial puede que no se corresponda con el retrato empírico habida cuenta de la política de recursos humanos de los medios. Los recortes en este capítulo de gastos se llevan a cabo de manera directa mediante expedientes de regulación de empleo o de manera indirecta, por medio de la externalización de servicios que permite eludir los convenios colectivos. Ante esta postura las organizaciones de profesionales y sindicatos han aumentado sus denuncias, siguen prestando servicios jurídicos por despidos o conflictos laborales en un 48% de las asociaciones vinculadas a las Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) (Cortés y Paniagua, 2008).

En el sector influye sobremanera la adversa situación económica de los últimos años, que lo ha castigado en exceso, y de manera virulenta a la prensa tradicional, provocando cambios importantes: despidos múltiples en las redacciones, disminución de audiencias, descenso de ingresos, nuevas fórmulas para rentabilizar contenidos, concentración para reducir gastos, etcétera. Esta lucha por la supervivencia ha afectado a la calidad de la información y, sobre todo, a la credibilidad de los medios. De esta manera, se generan contenidos que evidencian un trabajo precario, contenidos que adolecen de los requisitos mínimos de la información como la presencia escasa de fuentes informativas, la mayoría sin contrastar.

Debido a esta situación se ha llegado a la banalización de la información, al analizar la crisis de la prensa española. Este proceso se describe como el efecto producido por el raquitismo de las informaciones y la credibilidad de estas en su conjunto. Este recorte se ha extendido a algunas secciones del periódico, sin afectar a otras que sí mantienen su peso en la agenda. En el caso de la información medioambiental, a pesar del auge de los últimos años con el movimiento Al Gore. Esta se ha visto desplazada a un segundo plano en comparación con los contenidos políticos y económicos.

En 2010, los sindicatos han denunciado a algunos sectores de la patronal de los medios por incumplimiento de los convenios colectivos. La precariedad laboral conlleva a una pérdida de independencia del informador, una desmotivación que acarrea consecuencias negativas en el producto informativo. La estrategia de las empresas informativas han provocado las siguientes acciones:

- Despidos improcedentes, prejubilaciones y expedientes de regulación de empleo (ERE).
- Externalización de servicios, subcontratación de servicios a empresas más pequeñas que no se acogen a los convenios colectivos.
- Reducción de las retribuciones mediante: el impago o suspensión de complementos salariales, modificación de contratos, formalización de nuevos contratos no ajustados al convenio.

Varios estudios han demostrado que no solo los profesionales de medios tradicionales están sufriendo estos cambios, sino también los periodistas digitales, la precariedad también se ceba con este tipo de medio. Según el informe sobre la situación laboral y profesional del periodista digital en Cataluña, elaborado por el Grup de Periodistes Digitals, muchos periodistas digitales no tienen convenios laborales en sus empresas que les equiparen a sus compañeros de otros medios con las mismas categorías profesionales, funciones, tramos salariales y horarios.

1.1. *Calidad de la información periodística*

El estudio de la calidad periodística es una cuestión compleja y crucial, en una actualidad que desborda información en todos los medios de masas. En esta sobrecarga de información debemos pensar si las noticias que nos llegan son del todo no creíbles. Esto nos ayudaría a comprender el panorama comunicativo actual. Resulta necesario para diagnosticar el nivel de cumplimiento de la función informativa que

desempeñan los medios. Afrontar la medición de la calidad en el periodismo precisa, del establecimiento de un marco conceptual válido que permita la aplicación de metodologías cuantitativas y cualitativas.

Más allá del plano teórico requiere también de la elaboración de herramientas que permitan comparar variables con el objetivo de evaluar si los procedimientos empleados por un determinado medio para producir sus contenidos pueden ser calificados de calidad y en qué medida. A partir de estudios aplicados, empíricos, será más factible determinar las posibles carencias y aportar soluciones y sugerencias para la mejora del desempeño profesional, esto es, para la consecución de un buen periodismo.

1.2. *Medidores de la calidad de la información periodística*

A lo largo de este artículo nos preguntamos ¿Cuáles son los medidores que nos ayudan a medir la calidad? La respuesta la encontramos en los estudios de Newsmaking (Wolf, 1987: 222-248) (Gans, 1980: 78-79). Según Wolf un acontecimiento es noticia cuando responde a una serie de valores que respecto a este autor «son criterios de importancia difundidos a lo largo de todo el proceso de producción: es decir, no están sólo presentes en la selección de noticias, sino que impregnan también las fases sucesivas del proceso, aunque con distinto grado de importancia» (Wolf, 1987: 222-223).

Con este trabajo de Wolf podemos definir varios criterios o valores, con los que podemos evaluar la calidad de la información periodística. Estos valores funcionan como reglas prácticas que surgen de los conocimientos de los profesionales. Además sirven de guía para la selección del material. «Hay noticias que involucran al público porque afectan su vida cotidiana. Otras apelan a sus sentimientos aunque no modifiquen su vida cotidiana. Un tercer grupo de noticias son acontecimientos que perjudican a otras personas. Y otras informaciones que le resultan indiferentes porque les sucede a otros y porque no les afectan» (Rodrigo Alsina, 1996: 103).

Los parámetros que más aparecen en los análisis del Newsmaking son la proximidad, impacto y relevancia. Estos parámetros explican la implicación del público con las noticias geográficamente próximas y con un impacto emocional más fuerte o cuando mayor es el número de involucrados o afectados por el acontecimiento (Wolf, 1987:231-232; Rodrigo Alsina, 1996: 105-106; López, 1995: 46; Tuggle y otros, 2001: 18-20; Bond, 1969: 99-100). Otro valor es la actualidad que implica decidir qué acontecimientos deben publicarse de inmediato. Cuanto menor sea el tiempo entre el suceso y la publicación de la noticia, quiere decir que esta es más actual. Según J. Fuller (1996: 7) este criterio constituye un sesgo en la información que se denomina perjuicio de la inmediatez. Esto quiere decir que la carrera de los medios de comunicación por ser los primeros en transmitir información, puede provocar falta de calidad.

Las fuentes informativas son otro criterio para medir la calidad de la información periodística. Son el origen de la noticia ya que la «potencia informativa del periódico se pone de manifiesto [...] en el número, la calidad y el pluralismo de sus fuentes de información» (López, 1995: 39). El uso de fuentes fiables y su equidad en la noticia, aportan mayor valor noticioso y son un factor determinante para delimitar la calidad de la información. Una vez tenemos claros los parámetros que miden la calidad periodística hacemos una división entre los criterios: el proceso de selección de la información y el proceso de creación de la noticia. Estos criterios de calidad observados en las noticias son origen de la información, proximidad, impacto, relevancia, tipo de fuentes, equidad de la pauta, estructura narrativa, adjetivación valorativa, antecedentes, consecuencia y observación periodística en la noticia, núcleo de la información, enfoque de la noticia, recursos gráficos. Según un estudio realizado por dos catedráticas del Instituto de Comunicación Social de la Universidad Católica Argentina, Lidia De La Torre y M^a Teresa Téramo (2004) sobre la Medición de la calidad periodística: La información y su Público. Se realizó una comparación de los atributos de calidad analizados en el producto periodístico y en la percepción de los lectores de diarios de la Ciudad de Buenos Aires.

En esta investigación se demostró como los diarios priman las noticias actuales, mientras los lectores las prefieren atemporales. Esto se puede deber a que los usuarios ya disponen de otros medios para conocer la información a tiempo real con el uso de Internet, radio o la televisión, por lo que piden que la prensa profundice en la misma. Damos por sentado que en la actualidad el criterio de actualidad no es válido para la selección de noticias.

El origen de la información no es un criterio válido para determinar la calidad de la noticia. La autoridad de la información no la tienen ni diarios ni periodistas sino las fuentes, que son las que suministran los datos de la noticia. Los lectores prefieren noticias más relevantes que las seleccionadas por los diarios. Por lo que este es otro criterio de calidad que pierde valor, a la hora de seleccionar noticias. Diarios y lectores coinciden frente al criterio de proximidad de los acontecimientos. Tal como lo establece en newsmaking, privilegian las noticias geográficamente más próximas. Por otro lado, los lectores comparten el criterio de calidad de newsmaking, en el que priman las noticias que afectan a un mayor número de población. Mientras los diarios dedican mayor espacio informativo a noticias que involucran a un segmento de población especial y reducida.

Las medidas de control de la calidad actúan en tres etapas distintas de la producción de la información: previa a la elaboración, durante la elaboración y la publicación de la noticia. Para el control y garantía de la calidad significa que durante las tres etapas habrá diferentes medidas que aseguren o que ayuden a mejorar la calidad de la información. La calidad periodística dentro de lo que es el proceso de producción depende del criterio del equipo de redacción. Una buena formación implica un nivel de calidad en la futura producción de mensajes informativos. Debemos tener en cuenta que las herramientas o medidas que utilizamos para obtener información de calidad son, tanto internas como externas y que entran en vigor en las distintas etapas de producción informativa. Pero también deben de ser valorados desde el punto de vista del lector por lo que se establecen tres perspectivas analíticas para la valoración de la calidad:

- Las ventas: el gusto del público puede considerarse un criterio de calidad. El incremento de inversiones publicitarias exige a su vez garantías de que los editores ofrezcan un producto de calidad.
- Valoración de expertos: Los premios periodísticos son un ejemplo del reconocimiento por parte de los expertos a profesionales del periodismo.
- Indicadores mixtos: formado por el conjunto de indicadores indirectos de calidad que miden aspectos como por ejemplo el número y la formación de los periodistas.

Los diarios deben evolucionar para no acabar echando el cierre, siguen con su esquema informativo de la pirámide invertida, mientras los lectores prefieren la narración cronológica. Al igual que los periodistas dan un mayor valor a los antecedentes, y los lectores se lo atribuyen a las consecuencias. El público da mayor importancia a la contextualización de la información, cosa que se aproxima a los criterios de calidad que tienen los diarios. Este afán por la contextualización, unido a la observación de los datos, aporta un mayor valor informativo de la noticia. Si nos centramos en el núcleo de la información, el público prefiere que esta muestre los hechos claros, en lugar de las especulaciones de los mismos. Y buscan más el interés humano que el conflicto que buscan los medios. Los diarios sobrevaloran el material fotográfico, por el contrario los lectores prefieren las infografías y gráficos, a veces poco representativos en este tipo de medios.

Debemos destacar que el papel del periodista es realizado por el lector. Este es quién más se acerca a exigir los criterios de calidad de la información. Por lo que puede decirse que las noticias serán de mayor calidad en la medida en que se ajusten a los parámetros de calidad y satisfagan las necesidades de su público.

1.3. Cobertura del periodismo especializado: periodismo ambiental

Si nos centramos en la información especializada, esta exige un mayor grado de calidad. Los lectores que solicitan este tipo de periodismo suelen dominar el tema y por lo tanto demandan un suplemento o una sección de calidad. En este caso hemos elegido el periodismo ambiental, ya que en los últimos años, el interés público por esta información ha decrecido. Incluso algunos medios han eliminado sus suplementos o delimitado esta sección.

El crecimiento de la información ambiental dejó al descubierto la falta de periodistas especializados en la materia. Según Elena Blanco (2008: 122) «el buen periodismo ambiental requiere el dominio de conceptos científicos, pero también se necesitan nociones de derecho, economía y política, por la implicación que tienen sus intereses en la defensa del medio ambiente. Todos ellos son necesarios para realizar una buena labor informativa y de control y una tarea pedagógica y didáctica también importante.

Arturo Larena (2005: 56) ve necesaria una especialización, «la información ambiental ha dejado de ser exclusivamente un periodismo de denuncia, no porque no siga siendo necesario denunciar, sino porque el medio ambiente ya no es una rareza ni en la sociedad, ni en la política, ni en la economía, ni en el panorama mediático». Para escribir información ambiental, el periodista debe tener una buena base de conocimientos para poder detectar y procesar los contenidos que se derivan del campo de la ciencia y del medioambiente. De este primer problema se deriva el segundo: al ser un tipo de periodismo muy relacionado con el ámbito científico, la relación del periodista con la fuente especializada se hace muy complicada. El científico considera que las informaciones de los periodistas están fuera de contexto o no son bien interpretadas, mientras que el periodista ve que el científico no tiene capacidad para divulgar una información que puede ser interesante y útil para el público. Por tanto se establece una desconfianza mutua que no ayuda a una transmisión correcta de la información.

Parrat (2009: 134) apunta la preocupación de los periodistas por analizar las consecuencias a corto plazo de los desastres ambientales, que «deja en segundo plano el análisis de los efectos que serán visibles en 50 años». Además, apunta que la tendencia de los medios para mejorar sus contenidos sobre medio ambiente y cambio climático es obviamente clara, pero también insuficiente. Precisamente por esa falta de conocimientos unida a investigaciones negacionistas o como Boykoff (2009: 123) llama a este grupo los contrarians. Afirma que el hecho de que hayan recibido cobertura mediática ha aumentado la incertidumbre sobre diferentes aspectos que abarcan desde el cambio climático antropogénico hasta la validez del modelo de investigación.

Los métodos de información varían según el país. La prensa de elite presenta de forma rigurosa los temas relacionados con la ciencia. Sin embargo, hay mucha prensa popular que da una imagen sensacionalista y prefieren presentar los hechos noticiosos como una crisis con manifestaciones muy espectaculares (huracanes, incendios, tormentas...) y olvidan el papel de alfabetización de la opinión pública. Los medios dan cobertura a puntos de vista marginales, que no son parte del consenso científico y los sitúan al par del acuerdo mayoritario. Esto implica un aumento del escepticismo e incluso la negación del problema del cambio climático.

La crisis económica que comenzó en 2008 hizo menos relevantes las noticias ambientales. Hubo una polarización de la opinión pública, ya que se dio menos espacio a estos temas y se utilizó más el sensacionalismo. Este cambio en la población se refleja muy bien en el barómetro del CIS Principales problemas que existen actualmente en España. Si observamos las siguientes tablas, podremos ver cómo ha cambiado la población española respecto a los problemas medioambientales.

TABLA 1. BARÓMETRO CIS

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
3,7	0,5	1,1	0,6	0,2	0,2	0,2

Fuente: elaboración propia.

Si observamos este cambio, un año después de la publicación del documental de Al Gore, la ciudadanía pedía más información medioambiental, cosa que se refleja con un grado de preocupación de un 3,7. Sin embargo tras el declive de la economía española, los

casos de corrupción, la subida del paro en los últimos años, este problema ha quedado relegado a un segundo plano, casi a un tercero. El pequeño repunte que aparece en el año 2009 se debe a las continuas catástrofes naturales que abordaron el país, como es el caso del ciclón Klaus, que azotó toda Europa. En los últimos tres años este grado de preocupación se ha mantenido en un 0,2.

Si observamos los barómetros del CIS pudimos ver un dato revelador, en 2007 cuando el tema medioambiental se encontraba en la palestra informativa y sociológica, el Centro de Investigaciones Sociológicas, realizó en el barómetro de noviembre de este año varias encuestas sobre el medioambiente. Una de ellas está relacionada con los medios de comunicación, y nos ha parecido importante mostrarla.

TABLA 2. GRADO DE INTERES EN LAS NOTICIAS RELACIONAS CON M.A

Mucho interés	23,1
Bastante interés	52,1
Poco interés	20,9
Ningún interés	3,7
N.C.	0,2
(N)	(2.462)

Fuente: CIS.

De esta encuesta podemos entender porque los medios de comunicación abordaban sus cabeceras, se creaban suplementos, revistas especializadas sobre los problemas medioambientales. La alta demanda de información medioambiental provocó que los medios se volcaran con esta temática. Durante este año, y para ser más exactos en este barómetro se realizaron bastantes encuestas sobre la preocupación de la población por el tema, las políticas que se realizan, uso de energías renovables, entre otras muchas. Relacionadas con la energía hemos encontrado otra encuesta que habla sobre en qué medios se habla del uso de la energía. Lo mostramos en la siguiente tabla:

TABLA 3. FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE EL FUTURO DE LA ENERGÍA

Sí, en radio o TV	88,0
Sí, en prensa	45,1
Sí, en Internet	15,8
Sí, en algún libro	8,4
En otro medio	11,2
No, en ningún medio	7,4
N.C.	0,3
(N)	(2.462)

Fuente: CIS.

En esta encuesta la pregunta que se realiza es ¿Durante 2007 ha visto, oído o leído en algún medio de comunicación o libro, algo sobre el futuro de la energía o la utilización de energía solar, eólica u otras alternativas?. Como podemos ver la mayoría de esta noticias aparecen en radio o televisión, le sigue la prensa pero con bastante diferencia. Esto es un dato a tener en cuenta pues siempre se ha hablado de que el medio de mayor calidad es la prensa, pero si observamos la tabla, según los entrevistados ven más la televisión o escuchan radio, pocos leen los diarios, esto podría ser una opción. O que la prensa no trata esta temática con la misma extensión que lo hacen radio o televisión.

Tenemos que decir que a pesar de que en los dos últimos años a nivel mundial se ha hablado mucho de la energía en su totalidad, es decir, no solo de las energías renovables, sino también de las energías fósiles debido a su agotamiento en el planeta. Pero el CIS no ha realizado ninguna encuesta al respecto, ni siquiera durante este año en el que tanto se está hablando de las tarifas eléctricas. Las encuestas realizadas durante el año 2007 no se han vuelto a elaborar en ningún barómetro más, esto plantea un pequeño problema para la investigación porque no podemos contrastar los datos que hemos recogido en 2007 y no sabemos que pide u opina la población al respecto. Pero la cuenta atrás por la degradación del medio ambiente sigue su curso, y sin embargo no hay políticas para limitar los efectos de la polución. En este periodo de transición podría darse un descenso de la conciencia crítica mundial. Es más, el fin de la crisis podría no venir acompañado de un cambio de mentalidad orientado a la sostenibilidad.

El cambio en la cobertura de noticias especializadas está provocando fallos en las informaciones. Para corregir estos fallos dentro del periodismo ambiental De Sousa (2008: 91) aporta cuatro propuestas teóricas encaminadas al ejercicio de un buen periodismo ambiental:

1. Los medios periodísticos pueden ejercer un papel didáctico. Deben alfabetizar a la sociedad en este tema.
2. Hay un gran flujo de noticias ambientales en caso de catástrofes ecológicas, sequías, problemas con la gasolina o cuando alguna figura pública enarbola la bandera de la ecología. Los periodistas deben captar la atención del público y convertir al medio ambiente en una materia de interés mediático.
3. El periodismo es permeable a los promotores de noticias.
4. El periodismo tiene importantes responsabilidades en la difusión de una información rigurosa, independiente y equilibrada.

Con respecto a la cobertura de las informaciones ambientales en algunos de países se han realizado estudios sobre la calidad y cobertura. Estados Unidos (EE.UU) y Reino Unido (UK) son algunos de los países que más se analizan. Maxwell T. Boykoff y Jules M. Boykoff (2007: 11) en su investigación explican cómo las normas periodísticas han dado forma a la cobertura mediática sobre la contribución humana al cambio climático. Con este trabajo los autores explican, cómo durante los periodos de reducción de la cobertura del cambio climático todavía hay un flujo constante de artículos de revistas relacionados con el calentamiento global y el informe emergente de IPCC Second Assessment Report (SAR). Por otro lado Anabela Carvalho (2005: 1457) explica como la cobertura de los medios en el campo ambiental tiene problemas de inexactitud, temas y sensacionalismo en la información. Esto según la autora provoca un estilo de riesgo informativo, que ofrece detalles de contexto, demasiadas explicaciones inciertas, estadísticas de riesgo y relacionadas con el factor económico. Sin embargo Carvalho muestra un poco de luz al final de su artículo, en el que proclama que algunos medios pueden legitimar y consolidar políticas particulares, creando un rol crucial de dibujar y construir una conciencia ecológica. De esta manera se demostraría que aunque algunos medios no den importancia al cambio climático, siempre existe una alternativa.

2. Objetivos

Los principales objetivos que se plantean a lo largo de este artículo son:

- Conocer cómo medir la calidad de la información, ya sea, especializada o general.
- Comprobar que la crisis en los medios de comunicación de masas ha generado cambios en la calidad de la información.
- Aclarar qué la crisis económica ha provocado cambios en los medios de comunicación de masas.

3. Metodología

En este caso se realizaría un análisis de contenido con la ayuda de una ficha técnica en la que se recogen aspectos formales y aspectos de contenido como. A lo largo de este apartado desarrollaremos la metodología que he sido necesaria para llegar a cabo este proyecto de investigación. En primer lugar debemos tener en cuenta el objeto de estudio. Tres diarios nacionales, *ABC*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, cada uno de ellos con ideologías distintas y pertenecientes a un grupo de comunicación. Y por otro lado, tres diarios de la región Andaluza, en este caso se trata de tres periódicos de la ciudad de Málaga, también estos pertenecen a un grupo distinto y no comparten la mismas ideas.

Con esta investigación además de demostrar un cambio en la cobertura de la información medioambiental, se pretende comprobar que hay periódicos que no realizan su principal función con el público, informar. Muchos de los medios impresos en la actualidad se encuentran en un brete con la crisis económica que les rodea: despidos masivos, precariedad laboral, falta de credibilidad. Con este investigación queremos demostrar cómo a pesar de disponer de pocos recursos económicos, los pequeños medios impresos siguen manteniendo una cobertura profunda y de calidad en temas como el periodismo energético.

4. La muestra

Una de las condiciones que debe tener una muestra es que constituya una porción del universo. Pero no basta cualquier parte del universo para formarla, sino que ésta ha de constar de un número suficiente de elementos, que proporcionen una seguridad estadística de que los resultados que se obtengan de ella, puedan representar con certeza ese universo. Esto significa que el tamaño de la muestra ha de alcanzar determinadas proporciones mínimas, fijadas estadísticamente, según las leyes de la probabilidad. El tamaño de la muestra y también su cálculo, depende de los cuatro factores o elemento siguientes:

- La amplitud del universo infinito o finito.
- El nivel de confianza adoptado.
- El error de estimación.
- La desviación típica.

Para poder realizar este proyecto debemos seleccionar una muestra razonada, para que esta presente unos resultados fiables. A través de la fórmula de universo finito de R. Sierra Bravo en su libro *Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios*, hemos conseguido recoger

nuestra muestra.

$$n = \frac{k^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

En esta fórmula debemos tener en cuenta el nivel de confianza deseado (k^2). El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5% de confianza, es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%. Los valores de (k) se obtienen de la siguiente tabla:

TABLA 4. NIVEL DE CONFIANZA

Valor de K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%

Fuente: elaboración propia.

E^2 es el error muestral deseado. Todo error lo es en relación a algún patrón o punto de referencia. En el caso del error muestral, el punto de referencia es la población de la que se obtienen o saca la muestra. En este caso el error que hemos aplicado es 5% (+, - 5) lo que es igual a 0,05².

P se trata de la proporción de diarios que poseen en nuestra muestra las características que buscamos en nuestro estudio. Este dato es desconocido, generalmente, y suele suponer que tengamos un 50% de posibilidades de éxito (0,5).

Q se trata de la proporción de ejemplares que no poseen en nuestra muestra que no poseen las características que buscamos en nuestro proyecto. Este dato tampoco es conocido por lo que también establecemos un 50% de probabilidades de fracaso (0,5).

N es el tamaño de nuestra muestra total.

El total de la muestra se calculó multiplicando los siete años de análisis por 365 días y por los seis diarios a analizar, nos generó un total de 15.330, pero debemos tener en cuenta que durante este periodo de tiempo hubo dos años bisiestos por los que sumamos dos días más, dándonos un total de 15.332 ejemplares. Para que la muestra estuviera bien razonada hemos realizado la fórmula teniendo en cuenta el valor de confianza (k), primero con un valor de 1,96 (95% de confianza) y después con un valor de 1,65 (90% de confianza). Tras conocer todos los valores la fórmula quedaría así:

a)

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 15.332 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (15.332 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

b)

$$n = \frac{1,65^2 \cdot 15332 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (15.332 - 1) + 1,65^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

Tras realizar ambas fórmulas los resultados fueron los siguientes:

a) 374,7935 ejemplares total

53,5419 ejemplares por cada diario

8,9236 ejemplares al año

b) 267,5171 ejemplares total

38,2167 ejemplares por cada diario

6,3694 ejemplares al año

Ambos resultados son correctos pero para en nuestra investigación para conseguir un equilibrio entre los distintos días de la semana, sin que las peculiaridades temáticas que presentan los diarios en cada uno de ellos, así como las fechas señaladas o la posible saturación por algunos temas, analizaremos los diarios agrupándolos en siete números anuales, cada 52 días naturales, partiendo del 13 de enero, de esta manera trabajaremos con un valor de confiabilidad del 91,5%.

5. Análisis de los ejemplares

Se analizara un total de 375 ejemplares en total agrupado en grupos de siete ejemplares por diario al año. El periodo de análisis es de siete años desde 2007 hasta 2014. De esta manera podremos comparar los resultados un año antes de que comenzara la crisis en el 2008 y sus estragos es este medio a lo largo de los años. Una vez delimitada la muestra se realizará una ficha con la que se trabajará cada ejemplar.

Realizaremos un análisis de contenido, este está presente en trabajo que necesitan aproximarse de manera científica al análisis de los mensajes, para comprender su proceso de formación, obtener descripciones de su estructura y componentes y trazar su evolución e inferir su impacto. Igartua (2006:181) describe el análisis de contenido como cualquier procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información archivada. Para realizar una ficha en primer lugar cabe hacer una distinción entre los aspectos de contenido y formales en cualquier análisis de contenido. Los aspectos de contenido se refieren a la sustancia del mensaje (al qué se dice). Los aspectos formales son característicos de cada medio de comunicación, ya que se refieren a las convenciones que se utilizan para confeccionar los mensajes.

La confección de los diarios se realiza a partir de una maqueta, esta constituye un boceto de la página de un diario. Existen varios aspectos que podemos analizar de la maqueta, los elementos que el editor debe organizar son varios (titular, textos, ilustraciones, tipografía, color, gráficos etc.). La elaboración de la maqueta responde a «un proyecto integral, en el que se combinen y articulen, con naturalidad, la fotografía, los gráficos y el diseño, pero aún más, el contenido y la presentación, el texto y el arte» (Pérez de Rozas, 1991: 99).

- Número de páginas:

Primero tendremos en cuenta el número de páginas del diario y el de la sección en la que se encuentran las noticias de nuestra temática energética. De esta manera podremos ver si la reducción de páginas del periódico ha provocado una bajada en las páginas de esta sección.

TABLA 5. NÚMERO DE PÁGINAS POR DIARIO Y SECCIÓN

NÚMERO DE PG. DIARIO
NÚMERO DE PG. SECCIÓN

Fuente: elaboración propia.

- Extensión de la información, publicidad, extensión total de la sección:

Este dato se mediará por columnas es decir, se tomara una noticia y se contará el número de columnas que tiene. Esta contabilidad también se llevara a cabo con la información publicitaria, las fotografías e infografías. De esta manera se verá si predominan las noticias de cinco, cuatro, tres, dos o una columna.

TABLA 6. EXTENSIÓN INFORMATIVA O PUBLICITARIA

Medición de la PG.	6 Columnas	5 Columnas	4 Columnas	3 Columnas	2 Columnas	1 Columna
INFORMACIÓN						
PUBLICIDAD						
FOTOGRAFÍAS						
INFOGRAFÍAS						

Fuente: elaboración propia.

- Tipos de fuentes utilizadas:

Este es un dato muy importante porque según las fuentes que utilice el diario la información será de mayor o menor calidad. En este apartado hemos tenido en cuenta una pirámide el poder. En cuya base se encuentran los ciudadanos de a pie, está sería nuestra fuente más básica, después vendrían instituciones como: ONG medioambientales, organizaciones cuidadas, catedráticos e instituciones educativas. Y en lo más alto de la pirámide se encontraría el Estado.

Para realizar adjudicación correcta en cada uno de estas tres partes de nuestra pirámide. Debemos conocer muy bien el concepto de la palabra institución y organización.

- Institución: Organismo que desempeña una función de interés público, especialmente benéfico o docente. Cada una de las organizaciones fundamentales de un Estado, nación o sociedad. Órganos constitucionales del poder soberano en la nación.

- Organización: Acción y efecto de organizar u organizarse. Disposición de los órganos de la vida, o manera de estar organizado el cuerpo animal o vegetal. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.

TABLA 7. TIPOS DE FUENTES

TIPOS DE FUENTES

ESTADO

INTITUCIONES

ANÓNIMOS

Fuente: elaboración propia.

- Tipos de géneros periodísticos:

En este apartado de la ficha queremos ver si el recorte de personal, la falta de tiempo o simplemente el escaso interés público por el tema ha provocado la caída de los reportajes, crónicas o entrevistas y se recurre más a la noticias o al breve.

TABLA 8. TIPOS DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS

REPORTAJE

CRÓNICA

ANÁLISIS

ENTREVISTA

NOTICIA

BREVE

OPINIÓN

Fuente: elaboración propia.

- Calidad de la información:

Como hemos comentado a lo largo del proyecto de investigación, hemos visto que la calidad de la información es algo que se está perdiendo por la falta de trabajadores en las redacciones, la precariedad en el trabajo, entre otros factores. En este apartado se busca la especialización del producto, esta especialización provoca a su vez una alta calidad. Para medir este aspecto de la información tenemos en cuenta lo siguiente:

TABLA 9. CALIDA DE LA INFORMACIÓN

ANTECEDENTES

CONTEXTUALIZACIÓN

FUENTES ESPECIALIDAS (OPINIÓN DE EXPERTOS)

Fuente: elaboración propia.

En lo que se refiere a antecedentes y contextualización, es lo siguiente, si la información es importante para el ciudadano y tiene una cierta complejidad. Estos dos aspectos permiten que el lector comprenda mejor la información y puede generar su propia opinión sobre el tema. Esto junto con fuentes especializadas, que en este caso, pueden ser expertos en el tema como catedráticos, ingenieros, licenciados etc. Generan una información completa en todos sus aspectos y de calidad.

Otro apartado que iría dentro de la calidad sería los errores en la información: errores ortográficos, falta de contraste de fuentes, falta de datos onomásticos (personas implicadas, nombres de empresas etc.) y cuantificables (datos numéricos)

TABLA 10. ERRORES EN LA INFORMACIÓN

ERRORES ORTOGRAFÍCOS
NO CONTRASTA FUENTES
FALTA DE DATOS ONOMÁSTICOS
FALTA DE DATOS CUANTIFICABLES

Fuente: elaboración propia.

- Visibilidad de la noticia:

En este ámbito del emplazamiento de la noticia, trataremos de establecer una taxonomía clara que jerarquice la importancia perceptiva que se ofrece a cada unidad informativa, en función del lugar elegido para su colocación en el diario. La importancia que se da a un elemento dentro del diario queda marcada por su colocación. Tradicionalmente se ha utilizado por orden jerarquizado la cabeza de la página, la zona central y por último el pie. En nuestra cultura el orden de lectura es el marcado por el vector de izquierda a derecha y arriba abajo. Un experimento de grabación de la mirada, llevado a cabo por Norbert Küpper (Bartolomé, 1992: 191) desvela que la preferencia del recorrido viene marcada por la combinación de una amplia serie de criterios. Devela que la preferencia por la parte derecha o izquierda de la página depende más del hábito de lectura del individuo. Pero en general se ofrece mayor atención a la página enfrentada a la anterior leída. Es decir, cuando la lectura comienza por la primera página, parece que la vista recae primero sobre la página izquierda. Y cuando se comienza por la última página, la preferencia es la página situada a la derecha. Debido a la variedad de opiniones se ha optado por dividir la doble página en ocho zonas y numerarlas según la importancia que el diario le asigna a cada zona.

TABLA 11. ZONAS DE UBICACIÓN DE NOTICIAS EN DOBLE PÁGINA

Ubicación	Descripción	Contabilidad
PG. IMPAR	SITUADA A LA DERECHA EN ORDEN DE LECTURA	
ZONA 1	CABEZA PÁGINA IMPAR, DERECHA	
ZONA 3	CABEZA PÁGINA IMPAR , IZQUIERDA	
ZONA 5	PÁGINA IMPAR, ZONA CENTRAL	
ZONA 7	PIE PÁGINA IMPAR	
PG. PAR	SITUADA A LA IZQUIERDA EN ORDEN DE LECTURA	
ZONA 2	CABEZA PÁGINA PAR, DERECHA	
ZONA 4	CABEZA PÁGINA PAR, IZQUIERDA	
ZONA 6	PÁGINA PAR, ZONA CENTRAL	
ZONA 8	PIE PÁGINA PAR	

Fuente: elaboración propia.

6. Conclusiones

Los medios de comunicación de masas en la actualidad se mueven por zonas pantanosas debido a este continuo cambio. La crisis económica que sigue azotando al país se ha implantado también entre sus redacciones y sus productos informativos. Las empresas informativas deben obtener una rentabilidad, pero no a cambio de un periodismo precario y de mala calidad. Porque de esta forma, los ciudadanos pierden la confianza en el medio y piensan que este cuarto poder se ha aliado con el poder legislativo.

La calidad de la información no debe cambiar a causa de factores económicos. Los medios de comunicación de masas (televisión, radio, prensa tradicional, cibermedios) deben continuar con su función comunicadora. A ellos va dirigido este artículo con el que pueden comprobar si el producto que ofrecen al público es o no el que desean transmitir. Como hemos comprobado para medir la calidad de la información, ya no basta solo con ver si tiene o no fuentes especializadas, si el profesional ha cubierto la noticia en primera persona o la información pertenece a una agencia de noticias. Se deben tener en cuenta también factores como la opinión de expertos sobre la temática que se está explicando o la contextualización del problema.

7. Bibliografía

- ÁLVAREZ, J. A.: "La banca española ante la actual crisis financiera", Revista de Estabilidad Financiera, nº 15, noviembre, 2008.
- BARDIN, L. (1986): El análisis de contenido. Akal. Madrid.
- BERGANZA, R.; RUIZ, J. (edit). (2010): Investigar en comunicación. McGrawHill. Madrid.
- BLANCO CASTILLA, E.: "Periodismo ambiental. El caso español". En *Mídia, ecología e sociedade*. Intercom. Sao Paulo, 2008, pp. 113-125.
- BLANCO CASTILLA, E.; ESTEVE, F. (edit). (2010): Tendencias del periodismo especializado. Publicaciones de la Universidad de Málaga.
- BOYKOFF, M. T.: "Flogging a dead norm? Newspaper coverage of anthropogenic climate change in the United States and United Kingdom from 2003 to 2006". *Area*, 39, 2008, pp. 470-481.
- BOYKOFF, M. T.: "Los medios y la comunicación científica". *INFOAMERICA-ICR*, 1, 2009, pp. 117-127.
- CARVALHO, A.: "Representing the politics of the greenhouse effect: discursive strategies in the British media". *Critical Discourse Studies*, 2(1), 2005, pp. 1-29.
- CARVALHO, A. y BURGESS, J.: "Cultural circuits of climate change in UK broadsheet newspapers, 1985-2003". *Risk Analysis*, 25(6), 2005, pp. 1457-1469.
- CATERINEU, E; PÉREZ, D.: "La titularización de activos por parte de las entidades de crédito: el modelo español en el contexto internacional y su tratamiento desde el punto de vista de la regulación prudencial". *Revista de Estabilidad Financiera*, nº 14, 2008.
- DE LA TORRE, Lidia y TÉRAMO, Mª T. (2004): La noticia espejo. Medición de la calidad periodística: La información y su público. Argentina: ICOS EDUCA.
- FERNÁNDEZ REYES, R. (2009): El cambio climático en editoriales de prensa. *Ecología política y periodismo ambiental: propuesta de herramienta de análisis*. Tesis doctoral de la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, J.: "Un decálogo del periodismo ambiental". I Congreso Nacional de Periodismo Ambiental. Asociación de Periodistas de Información. Madrid. 1996, pp. 48.
- FULLER, J. (1996): "Valores periodísticos. Ideas para la era de la información". Miami: Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).
- IGUARTUA PEROSANZ, J.J. (2006): Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch.
- PARRAT FERNÁNDEZ, S. (2006): Medios de comunicación y medio ambiente. Fragua. Madrid.
- KRIPPENDORFF, K. (1990): Metodología del análisis de contenido: teoría y práctica. Barcelona: Ediciones Paidós.

Publicaciones en Internet

FARIAS, P.; ROSES, S. (2008): "La crisis de la prensa en España. Credibilidad y la profesionalidad como principal solución ante la variación de hábitos de consumo informativo". (en línea) <http://www.researchge.es> (Consulta: 11 de diciembre 2014).

Cómo citar este artículo en bibliografías – How to cite this article in bibliographies / references:

BRAOJOS-BUENO, T. (2015): "La calidad de la información en tiempos e crisis". *En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 2, número 4, pp. 42-52.