

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

T Ramírez de la Piscina, M Gz Gorosarri, A Aiestaran, B Zabalondo, A Agirre (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, pp. 248 a 274.  
[http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1011\\_UPV/14t.html](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1011_UPV/14t.html)  
DOI: [10.4185/RLCS-2014-1011](https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1011)

# Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012)

## Quality journalism in times of crisis: An analysis of the evolution of the European reference press (2001-2012)

**Txema Ramírez de la Piscina** [[CV](#)] [[ID](#)] [[G](#)] Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea / [txema.ramirezdelapiscina@ehu.es](mailto:txema.ramirezdelapiscina@ehu.es)

**María Gorosarri González** [[CV](#)] [[ID](#)] [[G](#)] Investigadora post-doctoral del Gobierno Vasco en la Freie Universität de Berlin / [mallabia@gmail.com](mailto:mallabia@gmail.com)

**Alazne Aiestaran** [[CV](#)] [[ID](#)] [[G](#)] Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea / [alazne.aiestaran@ehu.es](mailto:alazne.aiestaran@ehu.es)

**Beatriz Zabalondo** [[CV](#)] [[ID](#)] [[G](#)] Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea / [beatriz.zabalondo@ehu.es](mailto:beatriz.zabalondo@ehu.es)

**Antxoka Agirre** [[CV](#)] [[ID](#)] [[G](#)] Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea - [antxoka.agirre@ehu.es](mailto:antxoka.agirre@ehu.es)

### Abstracts

[ES] **Introducción.** La irrupción de las nuevas tecnologías, la progresiva implantación de Internet, el masivo uso de las redes sociales y la actual crisis económica y financiera han provocado, junto a otros factores, el descenso en ventas de la prensa escrita en los países occidentales del planeta. El presente estudio analiza la evolución de la calidad de las noticias en cinco periódicos europeos de referencia (*Financial Times*, *Corriere della Sera*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Le Monde* y *El País*) durante el período comprendido entre 2001 y 2012. **Metodología.** La metodología utilizada se fundamenta en el concepto de *media performance* desarrollado por Denis McQuail (1992), el cual permite la utilización de parámetros transversales para evaluar la calidad de las noticias. **Resultados.** Los resultados (n=1.137) muestran que el índice calidad obtenido por la prensa europea de referencia supera muy ajustadamente los mínimos exigidos (5,39 puntos sobre 10). El índice medio manifiesta además una moderada tendencia a la baja durante el período objeto de análisis, algo que no es aplicable a todos los diarios. **Conclusiones.** Todos los diarios analizados parecen haberse olvidado de la función social que históricamente se ha atribuido al periodismo como guardián de los intereses

de la ciudadanía. Ello se refleja en los pobres resultados que todos ellos obtienen en el apartado denominado “aportación social de la noticia”.

[EN] **Introduction.** The explosion of new technologies, the progressive implementation of the Internet, the massive use of social networks and the current economic and financial crisis have, along with other factors, provoked a drop in sales of the printed press in the western countries of the planet. This study analyses the evolution of news quality in five European reference newspapers (*Financial Times*, *Corriere della Sera*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Le Monde* and *El País*) over a period between 2001 and 2012. **Methodology.** The research method used in this work has its roots in the concept of media performance developed by Denis McQuail (1992); which allows the use of transversal parameters to evaluate news quality. **Results.** The results indicate (n=1,137) that the European reference press only just passes the test to which it has been subjected (5.39 out of 10). The average index shows a moderate downtrend which is not applicable to all the papers. **Conclusions.** All the analysed newspapers appear to have forgotten about the social function which has historically been attributed to journalism as the guardian of citizens' interests. This is reflected in the poor results which all of them obtain in the section "social contribution of the news".

### Keywords

[ES] Periodismo de calidad, calidad de las noticias, valores noticia, prensa de referencia, profesionalismo, crisis de la prensa.

[EN] Quality journalism, news quality, news values, reference press, professionalism, press crisis.

### Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. Estudios previos sobre la materia. 4. Objetivos, hipótesis y preguntas de la investigación. 5. Metodología. 6. Resultados generales. 6.1. FAZ *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 6.2. EP *El País* 6.3. LM *Le Monde*. 6.4. CDS *Corriere della Sera*. 6.5. FT *Financial Times*. 7. Conclusiones. 8. Notas. 9. Bibliografía.

[EN] 1. Introduction. 2. Theoretical framework. 3. Earlier studies on the subject. 4. Aims, hypothesis and research questions. 5. Methodology. 6. General results. 6.1. FAZ *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 6.2. EP *El País* 6.3. LM *Le Monde*. 6.4. CDS *Corriere della Sera*. 6.5. FT *Financial Times* 7. Conclusions. 8. Notes. 9. List of references.

Translated by **Angela Jones**

### 1. Introducción

La irrupción de las nuevas tecnologías, la progresiva implantación de Internet, el masivo uso de las redes sociales y la actual crisis económica y financiera han provocado, junto a otros factores, el descenso en ventas de la prensa escrita en los países occidentales del planeta. El incremento de número de lectores en la red lejos de generar un aumento significativo en los ingresos ha provocado una menor afluencia de compradores a los kioscos y, consiguientemente, la desaparición de muchos diarios impresos en todo el mundo. Paralelamente, durante los últimos años, se ha incrementado la preocupación en torno a los efectos que la crisis está teniendo en la calidad de la información.

### 2. Marco teórico

A pesar del interés que siempre ha suscitado la cuestión de la calidad, las aportaciones científicas referidas a la excelencia informativa se encuentran dispersas, dependiendo del idioma en el que se

publicaron. Autores escandinavos llevaron a cabo estudios pioneros sobre calidad de la información y crearon el concepto de *informativity*. Paralelamente, en Estados Unidos, el prisma comercial caracterizaba la mayor parte de las investigaciones llevadas a cabo en ese sentido. Así, la excelencia informativa se dirigía fundamentalmente hacia parámetros de rentabilidad. Sin embargo, la comunidad científica alemana articuló el marco teórico del debate sobre la calidad, esgrimiendo algunas propuestas metodológicas que gozan de un alto nivel académico y que han dado pie a numerosas tesis doctorales sobre la cuestión. Universidades sudamericanas han retomado recientemente el interés por la cuestión de la calidad. Sin embargo, han terminado adoptando los postulados establecidos por los autores alemanes. Entre las contribuciones más recientes cabe citar la tesis doctoral leída por María G. Gorosarri (2011) que fue presentada en la UPV/EHU Universidad del País Vasco.

Tal y como señalan O'Donnell y McKnight (2012: 40), “[el término *periodismo de calidad*] es difícil de definir y no está universalmente aceptado; mientras que para unos se trata de un código de resistencia ante cualquier cambio, otros lo contemplan como la clave para desbloquear el periodismo”. Aunque la cuestión relativa a la calidad ha sido ampliamente discutida en el ámbito académico no se alcanzó cierto grado de consenso hasta que McQuail (1992) acuñó su concepto *media performance*. El presente artículo recoge las principales aportaciones internacionales realizadas en el ámbito de la calidad de las noticias y lo hace desde una perspectiva metodológica propia.

Existe una amplia terminología para referirse a la calidad de la información. Tres han sido los términos que han alcanzado una mayor notoriedad en éste ámbito: calidad periodística (*journalistic quality*), calidad de las noticias (*news quality*) y calidad de los contenidos de las noticias (*news content quality*). *Journalistic quality* (Schirmer 2001; Pellegrini y Múgica 2006) es el más extendido para referirse a la excelencia en el suministro de información. De hecho alude también a aspectos relativos a la gestión de la calidad. El concepto *news quality* (Vehlow 2006) subraya la necesidad de tener en consideración otros aspectos además de los contenidos o características de las informaciones. En ese sentido, y desde una perspectiva europea, el término *media performance* pone especial énfasis en la responsabilidad social de la noticia. El término *news content quality* (Bucher y Altmeyden 2003) fue inicialmente concebido para designar la excelencia de la información suministrada por las agencias de noticias. En cualquier caso, actualmente la literatura académica (Vehlow, Bernd, 2006) utiliza *news quality* como el término más integrador para referirse a la materia objeto de análisis en este trabajo. En ese sentido, la presente investigación pretende comparar la calidad de las noticias de importantes medios de comunicación internacionales.

### 3. Estudios previos sobre la material

Las estrategias adoptadas hasta la fecha por los grandes grupos de comunicación van fundamentalmente encaminadas a incrementar la rentabilidad de sus ediciones electrónicas, descuidando aspectos relacionados con la calidad de la información. Merece, sin embargo, una especial mención el trabajo realizado en julio de 2012 por los profesores Penny O'Donnell y David McKnight de la Universidad de Sydney donde muestran su alarma por las posibles consecuencias que, sobre la calidad de las noticias, pueda estar teniendo la inmediatez demandada por las nuevas

tecnologías. Estos autores subrayan (2012: 42) la necesidad de identificar de forma clara los criterios utilizables para evaluar la calidad de la información.

En los últimos años, los estudios en torno a la calidad de las noticias se han centrado fundamentalmente en la web. La investigación en torno a la calidad de las noticias *online* está fragmentada existiendo considerables diferencias entre los trabajos realizados, sin que sea posible establecer líneas comunes a todos ellos. Algunos autores (caso de Rose *et al.* 1999:1-74; Huizingh 2000: 123-134; McInervey y Bird 2005) han centrado sus estudios sobre la calidad de las noticias en el análisis de tres o cuatro factores, mientras que otros han optado por ampliar el abanico de indicadores [Olsina *et al.* (2000: 266-278) proponen 39 ítems; Zhang y Von Dran (2001: 9-33) 74 y Aladwaniy Palvia (2002: 467-476) establecen 102 variables].

Aunque la mayor parte de la investigaciones reconocen la falta de consenso existente en la materia, tampoco se ha hecho un especial esfuerzo homogeneizador por encontrar soluciones compartidas. Hay que tener en cuenta que la mayoría de las investigaciones llevadas a cabo hasta la fecha se han limitado a presentar modelos teóricos sin contrastarlos empíricamente, sin aportar, datos significativos sobre el rendimiento –por ejemplo– de los sitios web. La mayor parte de la literatura existente se ha desarrollado en un contexto general, sin diferenciar el medio analizado, ni tener en cuenta la posible alteración de las variables dependiendo del soporte, no siendo por tanto, un modelo universal. Este hecho ha sido tomado, en cierta medida, en consideración en algunas investigaciones centradas en sectores concretos, caso del aeronáutico (Shchiglik, 2004: 17-25) u otras (Zhang *et al.* 2001) en las que se ha optado por analizar diferentes sectores al mismo tiempo (finanzas, entretenimiento, educación, salud, gobierno y comercio electrónico).

#### **4. Objetivos, hipótesis y preguntas de la investigación**

El objetivo fundamental de la presente investigación es claro: Analizar la evolución de la calidad de las noticias publicadas por los cinco principales diarios europeos de referencia (*Financial Times* FT, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* FAZ, *Le Monde* LM, *Corriere della Sera* CDS y *El País* EP) en un período comprendido entre 2001 y 2012. Entendemos que una información es de calidad cuando cumple satisfactoriamente con una serie de mínimos exigibles relacionados tanto con los procesos de selección y elaboración de la noticia, como con la aportación social que el hecho relatado suministra a la sociedad.

El equipo autor de la presente investigación es consciente de que, en el ámbito de las Ciencias Sociales, resulta especialmente complejo establecer parámetros objetivables y cuantificables que sirvan de referencia universal e indiscutible. Dicho intento es aún más arriesgado cuando hablamos de cuestiones que entrañan una importante carga de subjetividad como es la noción de calidad de la información. A pesar de todo ello, los autores consideran que la literatura existente al efecto aporta una base lo suficientemente sólida como para diseñar el método científico que se ha utilizado en el presente trabajo. La propia elaboración de dicho método –en fase de rodaje y sometido por tanto a discusión– es, en sí mismo, parte de los objetivos de este trabajo método.

Para poder cumplir dichos objetivos, el equipo de trabajo parte de las siguientes hipótesis de trabajo (H) y preguntas de la investigación o Research Questions (RQ):

H1. El avance tecnológico experimentado en la prensa escrita del siglo XXI, unido a la demanda de instantaneidad exigido a las ediciones electrónicas, está provocando una aceleración de los procesos selección y elaboración de la noticia que puede finalmente afectar a la calidad de las noticias.

Research Questions asociadas a la hipótesis:

RQ1. ¿Cómo ha evolucionado el índice de calidad de la información de la prensa europea de referencia durante el período comprendido entre 2001 y 2012?

RQ2. ¿Se aprecian diferencias significativas entre los diarios?

RQ3. ¿El índice de calidad se mantiene por igual en todas las secciones del diario?

Segunda hipótesis de trabajo de la presente investigación:

H2. El índice de calidad de la información varía en función del formato de la noticia. Las informaciones de gran formato presentan, a priori, mayores posibilidades de obtener un índice de calidad superior al que consiguen otras noticias más reducidas.

Research Question asociada a la hipótesis:

RQ4. ¿Existen diferencias significativas entre la calidad de las noticias publicadas en primera página, las informaciones interiores de gran formato y las de segundo orden jerárquico?

Tercera hipótesis de trabajo de la presente investigación:

H3. La crisis económica y financiera que afecta a gran parte del planeta ha generado servidumbres de todo tipo; relaciones de dependencia que afectan también a la prensa de calidad que parece haberse olvidado de la responsabilidad social inherente al ejercicio mismo del periodismo.

Research Questions asociadas a la hipótesis:

RQ5. ¿Hasta qué punto ejerce la prensa europea de referencia su función de contrapoder, o guardián ciudadano (*watch dog*), con respecto a los poderes establecidos en sus respectivos países?

RQ6. ¿Fomenta la prensa europea de referencia la participación ciudadana en el debate social, mediante –por ejemplo– la aportación de diferentes puntos de vista en una misma información?

RQ7. ¿Es respetuosa la prensa europea de referencia con los valores universales, el respeto a la dignidad humana o la diversidad cultural?

## 5. Metodología

Antes de profundizar en este apartado, es preciso matizar que el método utilizado en la presente investigación pretende aportar un instrumento útil para medir la calidad de las noticias. Sin embargo, el equipo autor reconoce que, además de las variables que se citan a continuación, existen otra serie de factores que inciden directamente en la calidad de los medios y que difícilmente pueden ser cuantificables.

El método aquí utilizado escruta las noticias publicadas en los medios. Somos conscientes, por ejemplo, que la calidad de un medio se determina tanto por sus noticias publicadas como por las no publicadas. La medición de éstas últimas complicaría enormemente el método y merecería otra investigación. Otro tanto podría decirse, por ejemplo, sobre la influencia que la maquetación tiene en la calidad de las noticias. Igualmente, se podría especular sobre la forma en que la crisis del periodismo de investigación está afectando a la función de *watch-dog* que este oficio debe ejercer sobre el poder y que también forma parte de lo que entendemos por calidad de la información. Todas esas variables, y otras más, no forman parte de nuestro estudio. Nuestro método se ajusta estrictamente a piezas informativas publicadas por la prensa y perteneciente a géneros informativos,

excluyéndose por tanto textos interpretativos como el análisis, el reportaje, la crónica, la entrevista o las columnas de opinión.

Los parámetros que citamos a continuación están sujetos a discusión. Hemos pretendido objetivarlos al máximo, sabiendo que ello implica ciertos riesgos y estar sometido a la crítica. A pesar de ello, el equipo ha creído que era absolutamente necesario realizar este esfuerzo. Realizadas todas estas observaciones, señalemos que el equipo de investigación ha utilizado un método de análisis que, parte del concepto de *media performance* desarrollado por Denis McQuail (1992) y que posibilita la utilización de parámetros transversales capaces de evaluar con exactitud la calidad de la noticia. El método utilizado aporta numerosos datos relativos tanto sobre la calidad del formato del ítem analizado (aspectos técnicos, estéticos y funcionales, entre otros), como acerca de su índice de calidad, evaluando de forma precisa y diferenciada los procesos de selección y elaboración de la noticia, así como la aportación social que esa noticia genera al conjunto de la sociedad.

Según las teorías normativas tradicionales evaluar la calidad de las noticias suponía un reto de grandes proporciones. Sin embargo, el concepto de *media performance* introducido por Denis McQuail (1992: 17) aportó un punto de vista de gran interés:

“The independent assessment of mass media provision according to alternative ‘public interest’ criteria, by way of objective and systematic methods of research, taking account of other relevant evidence and the normal operating conditions and requirements of the media concerned.”

El concepto de *media performance* arraigó especialmente en las democracias occidentales apareciendo paulatinamente vinculado al de “responsabilidad social”. Gorosarri (2011) desarrolló un concepto integrador de *News Quality* acuñando incluso un método que posibilitaba un análisis *crossmedia*, próximo a la línea de investigación germana que rodea al concepto de ‘professionalism’. La literatura germana aceptó rápidamente el nuevo punto de vista esbozado por McQuail (Maurer, 2005: 85-88; Vehlow, 2006: 23-24), subrayando la necesidad de combinar una alta exigencia de parámetros de calidad en términos estrictamente profesionales, con otros relacionados con la responsabilidad social de los medios de comunicación (McQuail, 1992: 66-68).

El método utilizado en esta investigación para determinar la calidad de las noticias combina tanto aspectos cualitativos como cuantitativos. En el primer apartado se incluyen cuestiones relacionadas con la calidad del formato (aspectos técnicos, fallos estéticos o funcionales como la presencia de *lapsus clavi* [1]), sección en la que aparece, perfil de sus protagonistas, género de los-as mismos-as y el ámbito de influencia. Dichos apartados no se evalúan de 0 a 10. Simplemente se anota su presencia o ausencia y sirven para extraer conclusiones finales.

Los aspectos cuantitativos reflejan el índice de calidad de la noticia, valor que se evalúa de 0 a 10 puntos y que se divide en tres segmentos bien diferenciados: proceso de selección (2,5 puntos como máximo), elaboración (5 puntos) y aportación social de la noticia (2,5). El proceso de selección incluye cinco aspectos evaluados cada uno de ellos con 0,5 puntos como máximo: Cita del origen de la información, carácter de las fuentes, factualidad del hecho relatado (acontecimiento o declaraciones), grado de actualidad y noticiabilidad (grado de interés de la noticia). El proceso de elaboración es el más importante e incluye cinco apartados valorados cada uno de ellos con un punto

como máximo: exactitud (correspondencia entre titular y cuerpo de la noticia), profundidad (presencia de las 5 Ws), presencia de perspectivas diferentes dentro de la noticia, aportación que realizan otros elementos informativos (fotografías, gráfico, infografías, etc.) y corrección del lenguaje periodístico (errores en el texto). Por último, el apartado relativo a la aportación social incluye, a su vez, otras cinco secciones valoradas con 0,5 puntos como máximo cada una de ellas: control al poder, fomento del debate social, respeto a la dignidad humana, presencia de referencias culturales distintas a la del país donde se edita el diario y combate a la marginación social. Sumando la puntuación de todas esas variables se obtiene un valor de 0 a 10 para cada una de las noticias. Se evaluaron tres tipos de informaciones: la principal noticia del día aparecida en portada, la noticia de gran formato que desarrollaba la anterior en páginas interiores, y una noticia considerada de segundo orden (publicada a una o, a lo sumo, dos columnas).

La muestra que sirvió de base para nuestra investigación se elaboró siguiendo técnica de la semana compuesta (Wimmer, y Dominick, 1996; Bardin, 2002; Echegaray, y Ayestaran, 2012 y Zabaleta, 1997). Funciona de la siguiente manera: se toma al azar un día de la semana, por ejemplo el martes, y el día consecutivo de la siguiente semana, miércoles y se sigue ese método hasta haber completado una semana entera (Zabaleta 1997: 197). La investigación consistió en un análisis diacrónico de la evolución de la calidad de las noticias de estos cinco diarios en un período comprendido entre el 1 de enero de 2001 y el 31 de diciembre de 2012. Siguiendo esta técnica se escogieron 84 días repartidos entre los doce años (siete días por año). Para cada día se analizaron tres noticias diferentes (principal de primera página, desarrollo interior de la noticia principal y noticia secundaria). El máximo total de noticias posibles a analizar para cada diario era de 252. En algunos casos no se llegó a dicho valor por motivos meramente técnicos. En total el número de noticias analizadas ascendió a 1.137 para los cinco diarios (252 de EP y LM, 224 de FAZ, 219 de CDS y 190 de FT), muestra que se considera representativa del universo total a analizar.

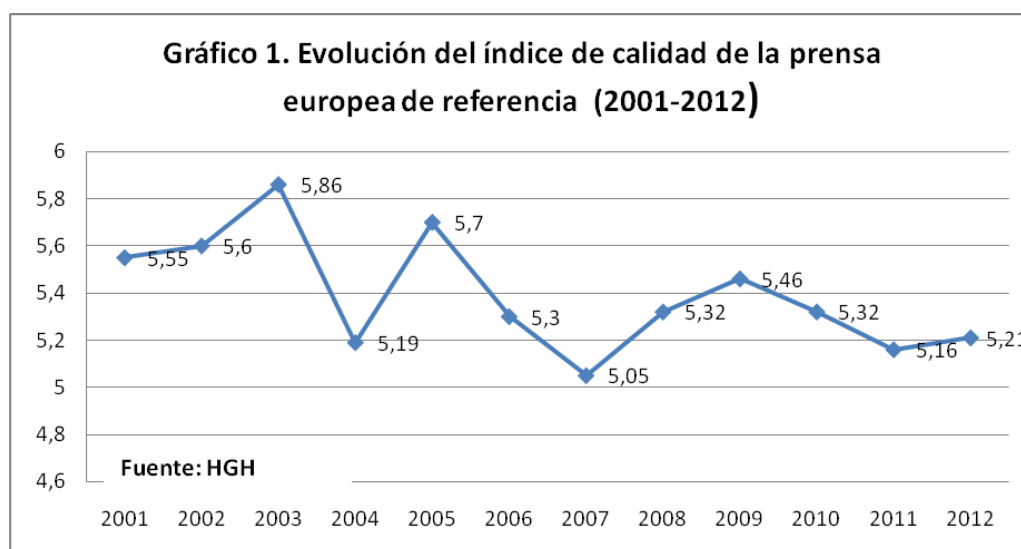
## 6. Resultados generales

**Cuadro 1. Índice de calidad de la prensa europea de referencia (2001-2012)**

Año	FAZ	EP	LM	CDS	FT	VMA (0-10)
2001	5,65	5,60	4,97	5,78	5,76	5,55
2002	5,41	5,44	5,33	6,22	5,64	5,60
2003	6,02	6,05	5,38	5,97	5,86	5,86
2004	5,94	4,92	4,73	5,66	4,71	5,19
2005	5,85	5,42	5,44	6,18	5,61	5,70
2006	6,07	5,43	4,47	5,38	5,14	5,30
2007	6,00	5,41	4,36	4,64	4,82	5,05
2008	5,92	5,83	4,83	4,95	5,05	5,32
2009	6,40	5,15	6,45	4,96	4,35	5,46
2010	6,35	5,70	5,78	3,83	4,92	5,32
2011	6,46	5,28	5,25	4,27	4,53	5,16
2012	6,91	5,40	4,88	3,79	5,08	5,21
<b>VMD (0-10)</b>	<b>6,08</b>	<b>5,47</b>	<b>5,16</b>	<b>5,14</b>	<b>5,12</b>	<b>VMT =5,39</b>

VMA: Valor medio anual. VMD: Valor medio del diario. VMT: Valor medio total  
 N=1.137 noticias. S [2]=0,409 (desviación estándar, *standar deviation*)

Procesados los datos de los cinco diarios objeto de análisis, la tabla general de resultados se muestra en el cuadro número 1. El valor medio total de los cinco rotativos analizados para el período 2001-2012 es de 5,39 puntos, una modesta cifra teniendo en cuenta el prestigio y la historia que atesoran estos diarios, algunos –caso de CDS y FT– con más de 100 años de historia a sus espaldas.



Expresado de forma gráfica la evolución del valor medio de los cinco diarios a través de esta docena de años aparece en el gráfico número 1.

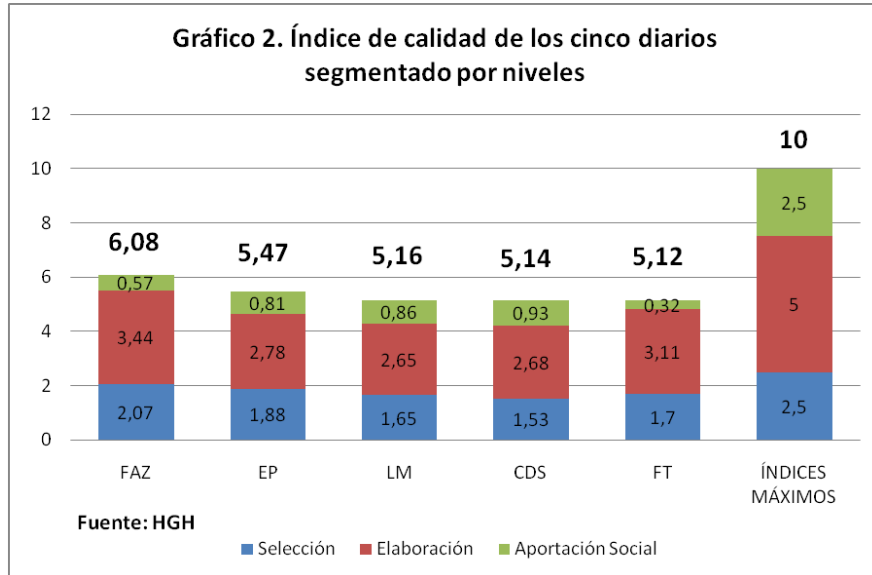
Analizando la tendencia general de los cinco diarios en su conjunto, puede decirse que el índice de calidad manifiesta una notoria tendencia a la baja, ya que los *cinco grandes europeos* comenzaron el siglo con un valor medio de 5,55 puntos y concluyeron 2012 con 5,21, lo que supone una pérdida de 34 centésimas (un 6,12%), guarismo nada desdeñable teniendo en cuenta los márgenes en los que se mueven estos parámetros. Comparando la evolución por sexenios, esta misma tendencia se observa para los períodos 2001-2006 (valor medio total 5,53) y 2007-2012 (valor alcanzado 5,25).

Analizando más en detalle los resultados del cuadro 1, y comparando los mismos por sexenios, se aprecian claramente tres tendencias entre los rotativos. Dos diarios manifiestan una mejoría en su calidad. Son FAZ, cuyo índice mejora 52 centésimas durante el segundo sexenio y LM que sube 21 centésimas. Otro diario se mantiene casi estable en su comportamiento por sexenios. Se trata de EP que experimenta una pérdida de 2 centésimas en el segundo sexenio. Finalmente, otros dos diarios – ambos centenarios CDS y FT– manifiestan una clara tendencia a la baja. La media del primero baja 1,45 durante el segundo sexenio en relación al primero [3], mientras que el valor de FT se ve reducido en 65 centésimas. En términos generales, la pérdida media de los cinco diarios durante el segundo sexenio fue de 28 centésimas.

Los cinco grandes europeos han experimentado durante este período un fuerte decrecimiento en sus ventas. Según los diferentes organismos certificadores de la difusión existentes en cada país, las ventas totales de estos diarios pasaron de 2,349.454 copias en 2001 a 1,705.327 en 2012, lo que supone un descenso del 27,42%.



Comparando el índice de calidad de los cinco grandes segmentando por niveles, el resultado que se obtiene es el siguiente (Gráfico 2):



Todos los diarios manifiestan un importante déficit: el bajo índice de la aportación social de sus noticias.

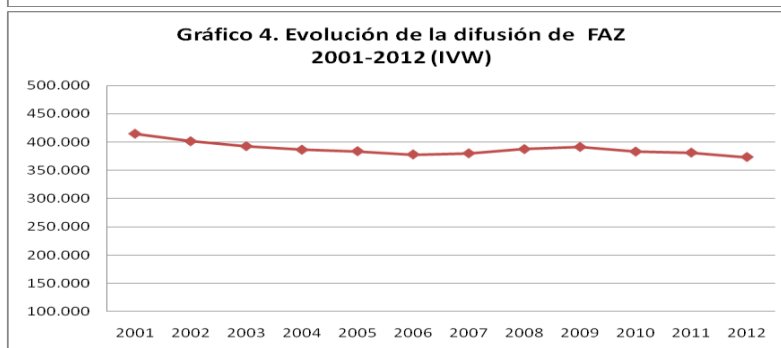
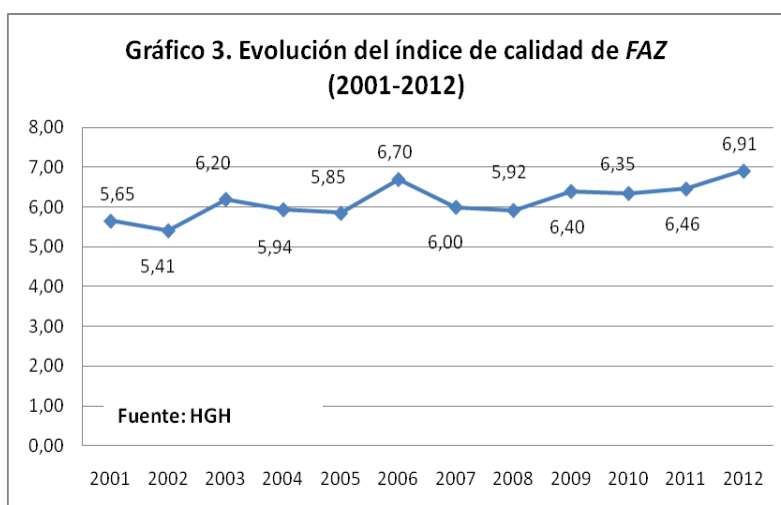
Analizamos a continuación de forma más detallada el comportamiento de cada uno de estos diarios.

### 6.1. FAZ - *Frankfurter Allgemeine Zeitung*

Nacido en 1949, tras la 2ª Guerra Mundial, adoptó el título *Frankfurter Allgemeine, Zeitung für Deutschland*. En el origen del diario se subraya la defensa de la economía de mercado, por lo que FAZ es considerado de ideología liberal-conservadora. Con un marcado carácter nacional, se sitúa como el segundo diario alemán más leído, tras *Süddeutsche Zeitung*, que en 2012 aventajaba a FAZ en 60.000 ejemplares. La sociedad IWV (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern) calculaba la difusión de FAZ en 372.854 ejemplares a finales de 2012. Es decir, el diario alemán ha sufrido un descenso de su difusión del 13,25% respecto a 2001.

No obstante, los resultados que otorga el índice de calidad al periódico FAZ divergen de la difusión del mismo. El diario alemán incrementa al cabo de los años de este estudio la calidad de sus noticias. De hecho, logra los resultados más altos a partir de 2007, año en el que por primera vez FAZ incluye una ilustración en su primera página.

La nota media de la calidad de las noticias publicadas por FAZ alcanza los 6,08 puntos. En primer lugar, destaca en la selección de la información (logra 2,07 puntos sobre 2,5). Una de las características del diario alemán es precisamente su amplia red de periodistas, lo que le otorga gran independencia respecto a la información enviada por las agencias de noticias. Además, FAZ cumple los requisitos del principio de transparencia informativa: no sólo indica expresamente el origen de la noticia, sino que también explicita la fuente, aunque ello implique reconocer la validez de la información publicada en otros medios de la competencia.



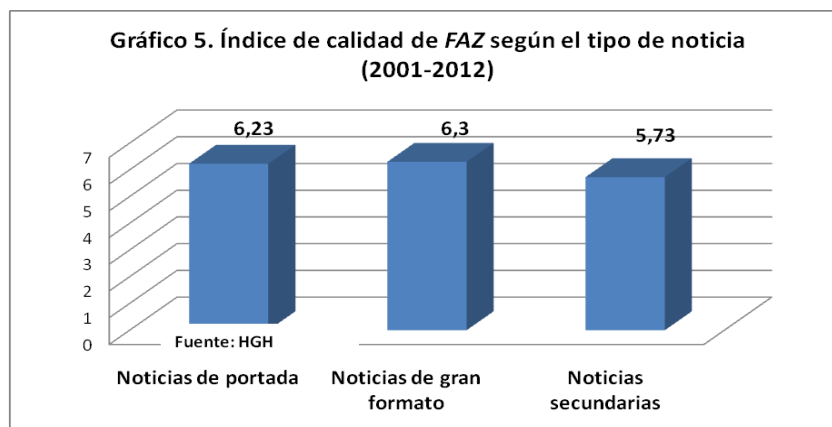
En segundo lugar, la elaboración de la noticia otorga 3,44 puntos sobre 5 al diario alemán. Este diario se esmera en la profundidad de sus informaciones. Las noticias incluyen no sólo las cinco preguntas en W del periodismo tradicional, sino también la séptima pregunta en W derivada del periodismo alemán (*Woher* –de dónde–) [4]. Cabe resaltar que tanto las noticias de primer rango como las de segundo incluyen todas las respuestas a las preguntas en W, incluso *Woher*.

Sin embargo, el 10,1% de las noticias presenta algún tipo de error ortográfico o gramatical. Además, durante el primer sexenio del análisis, resulta frecuente la utilización en el mismo texto de formas anteriores y posteriores a la Reforma Ortográfica en curso (“daß” y “dass”; “muß” y “muss”).

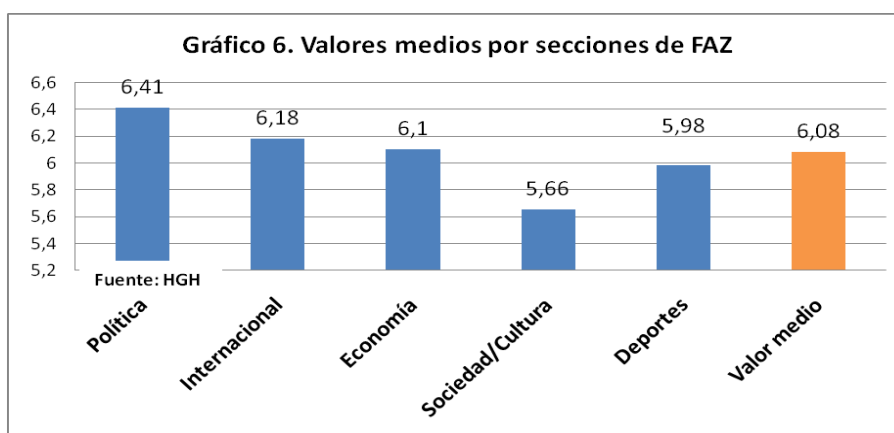
Finalmente, la contribución social de las noticias publicadas por FAZ diverge del alto nivel de profesionalidad mostrado en los dos anteriores aspectos. En este último proceso de la noticia, FAZ sólo consigue 0,57 puntos sobre 2,5. Si bien FAZ asegura la dignidad de la totalidad los protagonistas de sus noticias, el resto de indicadores de contribución social a su labor informativa no resultan tan profesionales. De hecho, el 9,13% de las informaciones de FAZ frena el debate público. En esas noticias, se presentan dos posiciones, pero no responden a dos fuentes de información enfrentadas. Por ejemplo, es la patronal del metro de Berlín quien explica ambas posturas respecto a una huelga: la suya propia y la de sus trabajadores. De igual modo, otros políticos son las fuentes informativas empleadas por el periódico para informar sobre la perspectiva del partido socialdemócrata (SPD) en diversas cuestiones.

Dadas las características del diseño del diario alemán, las noticias incluidas en la portada son prácticamente tan profesionales como las de gran formato. Además, cabe destacar que incluso las

noticias de menor rango obtienen un grado de calidad informativa comparable al de los grandes reportajes, ya que sólo se da una diferencia de 0,5-0,6 puntos entre ellos.



Cabe señalar que todas las secciones del diario superan la barrera de los cinco puntos. Las noticias sobre política, que normalmente ocupan la portada de FAZ, obtienen mayor puntuación que otras secciones como Sociedad/Cultura o Deportes, donde el titular de la noticia tiende a destacar un aspecto de la misma y donde la conjunción de dos posturas enfrentadas no se plantea con la misma frecuencia.



Respecto a las normas de diseño, casi la mitad de los titulares de las noticias analizadas en FAZ (47%) presentaba un tercio del espacio dedicado al mismo en blanco; 67,71% de ellas aparecieron en la propia portada. Así mismo, un número parecido de noticias registró líneas de una sola palabra o incluso sílaba (41,7%). En ese caso, más de la mitad de las mismas (50,89%) se correspondió con las noticias de gran formato. Finalmente, el 16,18% de las noticias contiene *lapsus clavis* (tales como “Spreocherin” en lugar de “Sprecherin”). De nuevo, aproximadamente la mitad de los *lapsus clavis* (45,45%) se da en noticias de portada de FAZ.

Resulta característico del diario alemán que la noticia principal de su portada sea incluida en la página 2, bajo el título de Política. Por ello, más de la mitad de las noticias analizadas se incluyen en la sección Política (54,42%) y sólo el 11,16%, en Internacional. El resto de secciones mantienen un

tamaño parecido entre sí, que les sigue diferenciando de la amplia cobertura sobre política. Así, las noticias económicas ocupan el 14,88% de la información; la sección de Sociedad/Cultura, el 11,63%; y, finalmente, los deportes, el 7,91%.

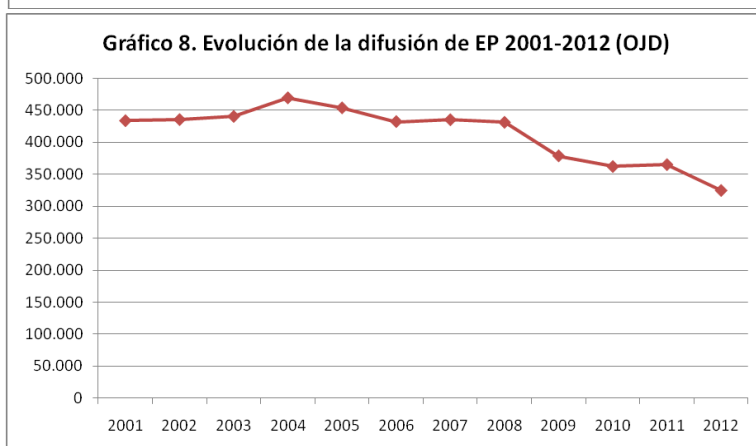
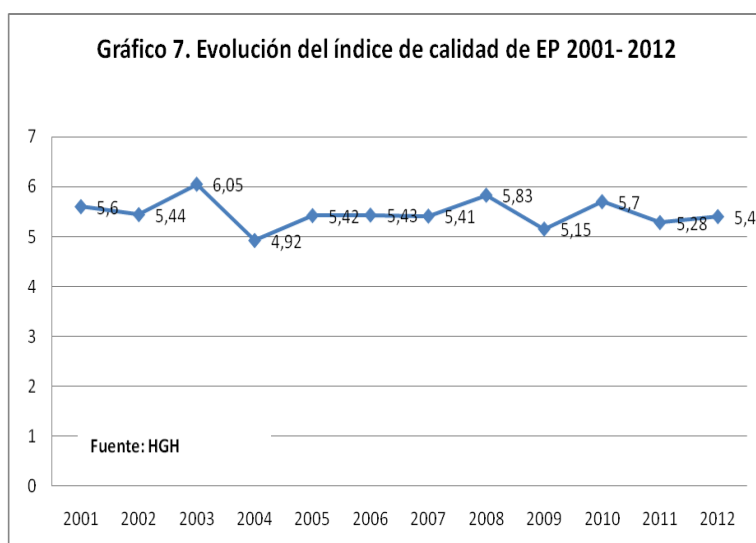
En consecuencia, la mayor parte de los protagonistas de las noticias de FAZ pertenecen al ámbito político: el Gobierno protagoniza el 37,20% de las noticias; la oposición, el 7,73%; y los partidos políticos, el 10,63%. En segundo lugar, los agentes culturales y económicos ocupan un peso similar (10,14% y 9,18%, respectivamente). Además, las mujeres sólo protagonizan el 3,85% de las noticias. Teniendo en cuenta que desde 2005 Angela Merkel es la canciller de Alemania, la información paritaria de género no alcanza más que al 4,81% de las noticias. En ese sentido, puede decirse que el lenguaje sexista de FAZ invisibiliza a las mujeres, a pesar de ocupar altos cargos.

Por último, el ámbito de influencia de las noticias publicadas en FAZ resulta eminentemente nacional. El 41,35% de la información hace referencia al Estado alemán y el 14,9%, a los países incluidos en la Unión Europea. Sin embargo, FAZ informa con mayor frecuencia de noticias referentes a Asia (11,07%) y EEUU (10,09%) que a los países cercanos de donde mayor población inmigrante recibe Alemania, tales como Turquía y los países de Europa oriental (4,80%).

## 6.2. EP - *El País*

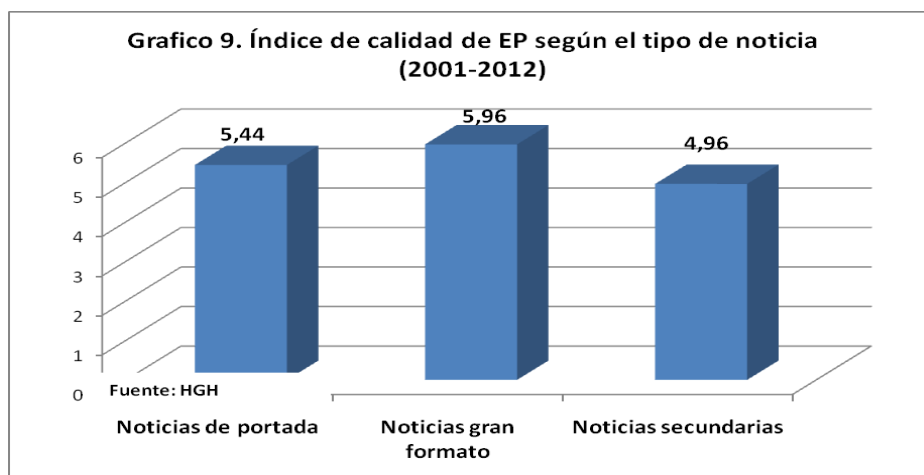
El diario madrileño *El País* pertenece al grupo de comunicación Prisa. Fue fundado por José Ortega Spottorno el 4 de mayo de 1976, seis meses después de la muerte del dictador Francisco Franco. Está considerado como un diario de centro izquierda y es el principal periódico español de referencia a nivel europeo. Fue el primer diario español en crear la figura del “Defensor del lector” (equivalente al *Press Ombudsman* anglosajón). EP también mantiene acuerdos de colaboración con otros periódicos europeos de línea socialdemócrata como *La Repubblica* (Italia) y *Le Monde* (Francia). Durante todo el período analizado (2001-2012) EP ha mantenido su liderazgo en ventas dentro de los periódicos de información general. A finales de 2012, EP tenía una difusión de 324.814 ejemplares, situándose en segundo lugar *El Mundo* con 206.007 (cifras certificadas por OJD). Al igual que el resto de diarios que se incluyen en la investigación, la difusión de EP ha descendido notablemente en estos doce años; en concreto un 25,09% (en 2001 vendía 433.617 copias en papel). En 2011, el grupo Prisa, editor de EP, registró las mayores pérdidas de su historia: 451 millones de euros (seis veces superior a las que obtuvo en 2010). La fortísima pérdida de empleo a que la está siendo sometido el sector de la comunicación en el Estado español (más de 8.000 periodistas entre 2008 y 2012, según cifras de la FAPE) ha afectado también a EP que en el último año ha despedido a 129 trabajadores, lo que supone el 30% de su plantilla.

Si comparamos el índice de calidad registrado por el diario en esta docena de años con sus cifras de ventas, los gráficos no inducen a pensar que exista una relación de causa-efecto entre ambos fenómenos. Así, mientras el índice de calidad se ha mantenido bastante estable durante este período –registrando leves oscilaciones (la media del primer sexenio fue de 5,48 mientras que la del segundo fue 5,46)– la caída de las ventas ha sido prácticamente imparable a partir de 2005 con la excepción del leve repunte de 2007. La supresión de periodistas de prestigio de este diario es demasiado reciente como para que aparezcan conclusiones en este análisis que finalizó en 2012.

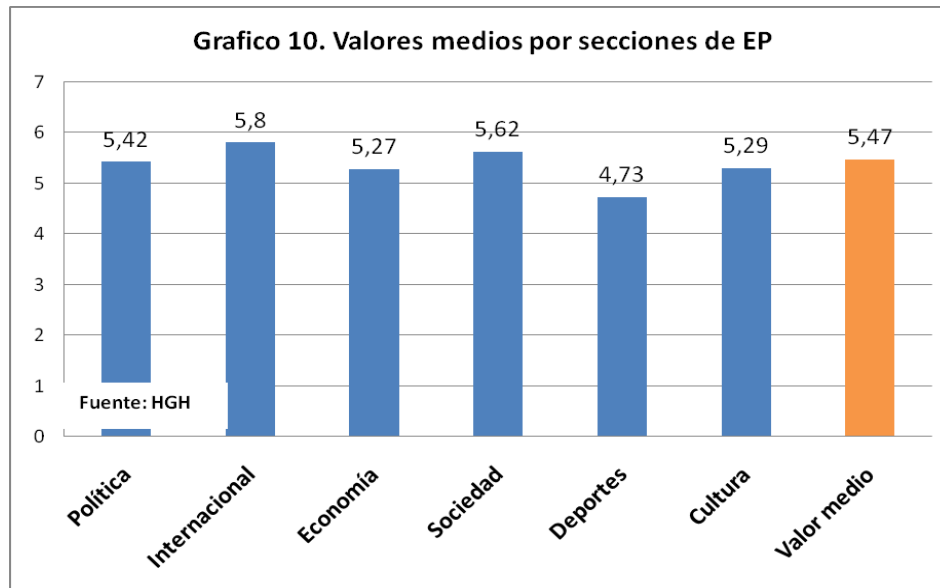


La nota media final de este diario es de 5,47 lo que le sitúa en el segundo lugar del ranking europeo aunque con unos guarismos ciertamente modestos. El proceso de selección de la noticia es que el ofrece una mejor puntuación (1,88 sobre un máximo de 2,5) seguido del proceso de elaboración (2,78 sobre 5) y situándose en último lugar el apartado denominado contribución social de la noticia (0,81 sobre 2,5). A nivel global, entre las fortalezas que este diario muestra en el proceso de selección de la noticia, caben citar sus sobresalientes notas en materia de factualidad (0,48 sobre 0,5), actualidad (0,30 sobre 0,5) y noticiabilidad (0,5 sobre 0,5). En el apartado de elaboración, destaca la sobresaliente correlación entre titular y cuerpo de la noticia (0,92 sobre 1) y la corrección de su estilo periodístico (0,91 sobre 1). Las debilidades de EP aparecen tanto en el proceso de elaboración como en el de valor social de la noticia. Este diario no se esfuerza en exceso por incluir diferentes puntos de vista dentro de una misma información (0,36 sobre 1), ni tampoco por aportar elementos informativos complementarios (fotografías, infografías, gráficos, etc.) que sean realmente significativos (0,14 sobre 1). El apartado más deficiente es el relativo a la contribución social de la noticia donde, exceptuando el resultado cosechado por la variable “respeto a la dignidad” (0,48 sobre 0,5) el resto de valores son ciertamente negativos: control al poder (0,14 sobre 0,5), fomento del debate social (0,18 sobre 0,5), presencia de referencias culturales ajenas a la propia (0,02 sobre 0,5) o combate a la marginación (0,04 sobre 0,5).

El análisis de los índices de calidad en función de la ubicación y la longitud de la noticia confirma que son las informaciones de gran formato las que presentan mejores registros, seguidas de las noticias de primera. Las informaciones de pequeño formato suspenden en este análisis.



Por secciones los mejores registros corresponden a las noticias de internacional y sociedad que superan la nota media del diario. No así las de política (5,42) y mucho menos aún las de cultura (5,29) y deportes (4,73). Las especiales características que frecuentemente tienen las noticias de estas dos últimas secciones explican unos resultados inferiores a la media del diario.



Si analizamos la calidad del formato, cabe señalar en primer lugar que EP registra un total de 7 *lapsus clavis* en sus informaciones, lo cual supone un 2'77% del total de las noticias analizadas, porcentaje nada desdeñable. De estos siete fallos dos se cometieron en primera página, otros dos en noticias de gran formato y los tres restantes en noticias secundarias. El *lapsus clavis* más llamativo corresponde a una noticia de internacional aparecida el 28 de junio de 2005. Se trata de una información de agencias cuyo titular señalaba: *Un helicóptero 'Apache' se estrella cerca de Bagdad.*

En el cuerpo de la noticia, el texto señalaba (...) *al menos cinco personas muertas murieron ayer...* Continuando con fallos de formato, y aunque se trate de cuestiones menores, merece subrayarse que 86 noticias (el 34,12% del total) contenían en su desarrollo una o más líneas de una sola palabra o simplemente con una o varias sílabas.

Las noticias políticas absorben la mayor parte de la atención de este diario (un 42,23%), seguidas de las de internacional (un 24,70%), economía (14,74%) y sociedad con un 9,56%. Los principales protagonistas de las informaciones son los gobiernos (21,91%) seguidos de las instituciones del estado (18,33) y de los agentes económicos (11,95%). Por géneros los hombres protagonizan el 80,8% de las informaciones de EP y las mujeres el 5,20%. Otro 7,20% de las noticias presentan una presencia paritaria entre géneros mientras que el resto (6,80%) son informaciones difícilmente clasificables desde el punto de vista de género. Donde más aparecen las mujeres es en la sección de política (un 2,77% del total de noticias) y sociedad (1,19% del total de noticias).

Finalmente, el ámbito de influencia de las noticias muestra una preponderancia de las informaciones que tienen el estado español como referencia (60,56%) ya sean en su ámbito local, autonómico o estatal. Asia es el segundo foco de atención ateniéndonos al ámbito de influencia con un 10,76% de las noticias, seguido de Europa con un 9,57%, EE.UU. de América con un 6,77%, las instituciones internacionales con un 5,98%, otros países americanos (al margen de los EE.UU.) con un 4,38% y África con un 1,99%.

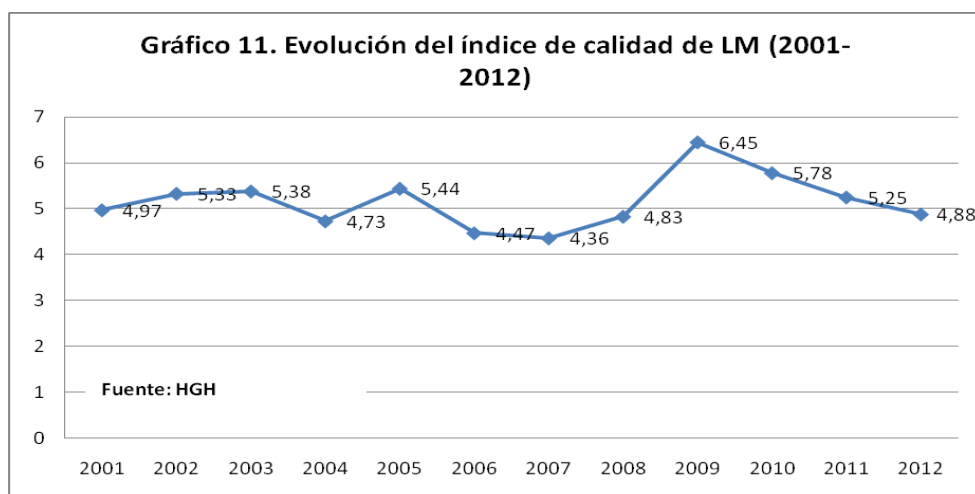
### **6.3. LM - *Le Monde***

LM fue fundado el 19 de noviembre de 1944 en París por Hubert Beuve-Méry a petición del general Charles de Gaulle. Se trata de un vespertino de centro izquierda que ha hecho del humor gráfico una de sus señas de identidad. LM introdujo la fotografía en su primera página en enero de 2002. Natalie Nougayrède es su directora desde el 27 de febrero de 2013. Se trata de la primera mujer que ocupa el cargo en este rotativo y una de las escasas directoras que existen en la prensa escrita en todo el mundo.

Si bien, al inicio del período objeto de análisis LM era el primer diario nacional de actualidad aventajando a finales de 2000 en 34.849 ejemplares a su histórico competidor –el conservador *Le Figaro*–, a finales de 2012 la situación era la inversa. A esa fecha, la difusión del periódico conservador aventajaba a LM en 35.190 ejemplares (cifras de la OJD francesa). Durante este período, ambos rotativos experimentaron importantes bajadas en sus ventas que descendieron un 12,04% en el caso de *Le Figaro* y un 29,77% en el caso de LM.

LM ocupa el tercer puesto en el ranking de calidad de los diarios europeos de referencia objeto de análisis, con una puntuación media de 5.16 puntos. Incluso, durante varios años, 2001, 2004, 2006, 2007, 2008 y 2012 obtiene valores inferiores a 5. Comparando por sexenios se observa una leve tendencia a la mejora, pasando de un 5,05 en el primer período a un 5,26 en el segundo.

Analizando la nota final en base a los procesos de selección, elaboración y contribución social de la noticia se deduce que las informaciones de LM superan satisfactoriamente el proceso de selección (1,65 puntos de un total de 2,5), más ajustadamente el proceso de elaboración (2,65 de un total de 5 posibles) y se muestran deficientes en lo que respecta a su contribución social (0,86 puntos de un total de 2,5).

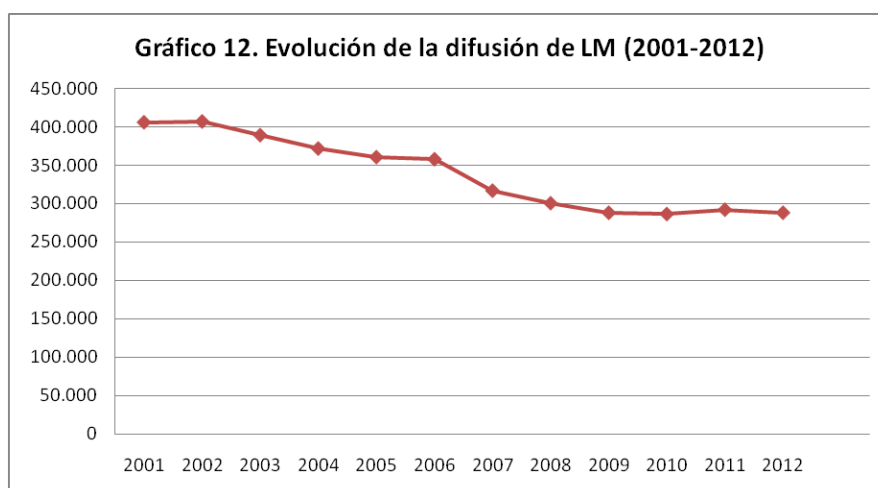


En el apartado de fortalezas, y dentro del proceso de selección, cabe destacar el importante apego que las noticias de LM tienen a los acontecimientos frente a las declaraciones (0,42 sobre 0,5), su elevado grado de actualidad (0,36 sobre 0,5) y de querencia por el interés general (0,43 sobre 0,5). Del proceso de elaboración, son especialmente resaltables tres aspectos: la notable correspondencia entre titular y texto de la información (0,83 sobre 1), la moderadamente satisfactoria forma en que se responden a las 5 W de la noticia (0,56 sobre 1) y lo ajustado de su estilo periodístico (0,81 sobre 1). El apartado de debilidades es especialmente importante. En el proceso de selección, este rotativo arroja un pobre resultado a la hora de citar adecuadamente el origen de sus informaciones (0,20 sobre 0,5). Dentro del apartado de elaboración, las noticias de LM deberían esforzarse por suministrar un mayor número de puntos de vista diferenciados en cada información (0,36 sobre 1) e intentar que los elementos que complementan la noticia –tales como fotografías, gráficos, infografías, etc.– aporten información más relevante al hecho noticioso. No debemos olvidar que la incorporación de la fotografía es un hecho reciente para este periódico. Al igual que el resto de diarios analizados, el punto más débil de LM es el relativo a la función social que cumplen sus noticias. Puede decirse que este rotativo descuida su deber de ejercer una actitud vigilante hacia el poder (0,17 sobre 0,5), no se preocupa en exceso por fomentar el debate social (0,20 sobre 0,5), ignora el combate a la marginación (0,03 sobre 0,5) y renuncia a ofrecer otras referencias culturales ajenas a la propia (0,02 sobre 0,5).

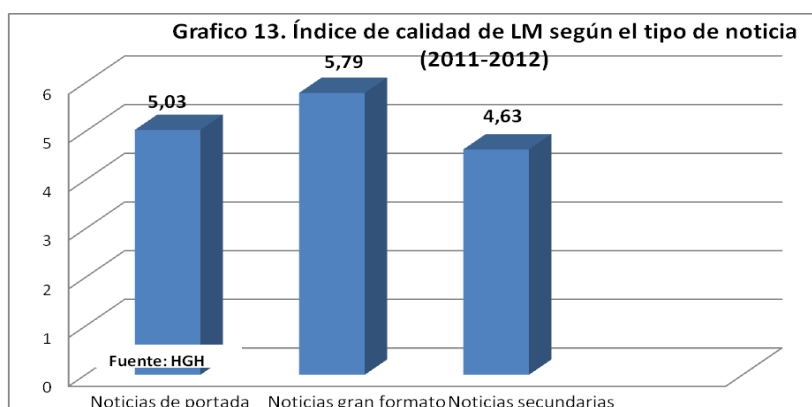
Las ventas han experimentado un llamativo descenso prácticamente durante la docena de años analizados exceptuando 2002 y 2011. En este período LM perdió casi uno de cada tres lectores en papel. No así en su soporte electrónico, formato en el que –como es sabido– todos los diarios del mundo han registrado un crecimiento exponencial muy significativo.

La comparativa entre índice calidad y difusión del diario no permite establecer una relación directa entre ambas variables. De hecho la tendencia a la baja de la difusión de la prensa francesa es un fenómeno anterior al estallido digital. La venta de prensa francesa disminuyó un 40% entre 1972 y 2001, período previo al boom digital.

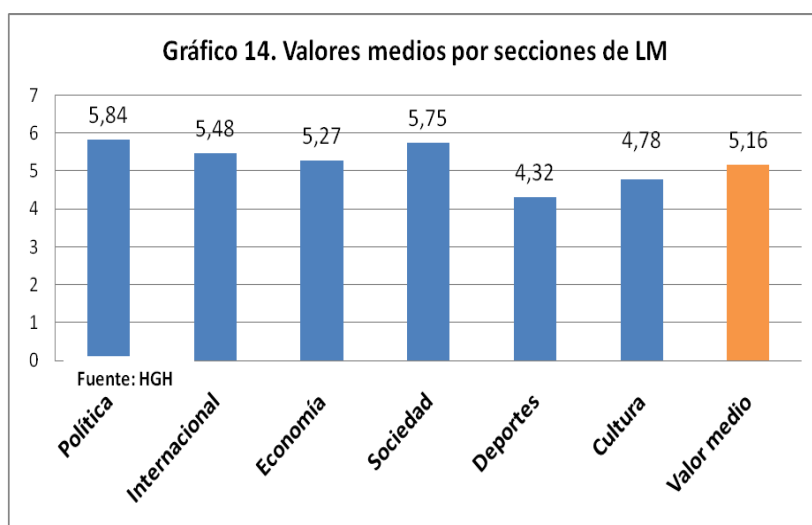




Por otra parte, el análisis pormenorizado de los índices de calidad según la ubicación y longitud de la noticia ofrece datos esclarecedores. Las noticias de gran formato obtienen –como es natural– los mejores resultados. Llama la atención el ajustado índice de las noticias de primera y la mala puntuación de las noticias secundarias. Es preciso matizar que la noticia más destacada de la primera página suele ser un resumen de varios artículos y que a partir de 2012 los textos de primera se reducen considerablemente. Ello tiene, lógicamente, su reflejo en la baja puntuación que se otorga a este ítem.



El análisis por secciones denota que las noticias mejor valoradas (y por lo tanto elaboradas) corresponden a la sección de política, seguidas de las de sociedad, internacional y economía. Se muestran por debajo de la nota media de LM, suspendiendo incluso, las noticias de cultura y deportes. Al igual que ocurre en otros rotativos, este dato no quiere decir necesariamente que los redactores de estas secciones hagan mal su trabajo, sino que las *licencias* profesionales que utilizan a la hora de redactar sus informaciones (y que no son habituales en secciones como política, economía o internacional) exceden a los parámetros que contemplan los férreos y estandarizados métodos de control de calidad que se han utilizado en la presente investigación. Además de ello, varias noticias de cultura de este diario estaban más cercanas al publirreportaje (destinado a promocionar discos o espectáculos) que a dar cuenta de un acontecimiento propiamente dicho.



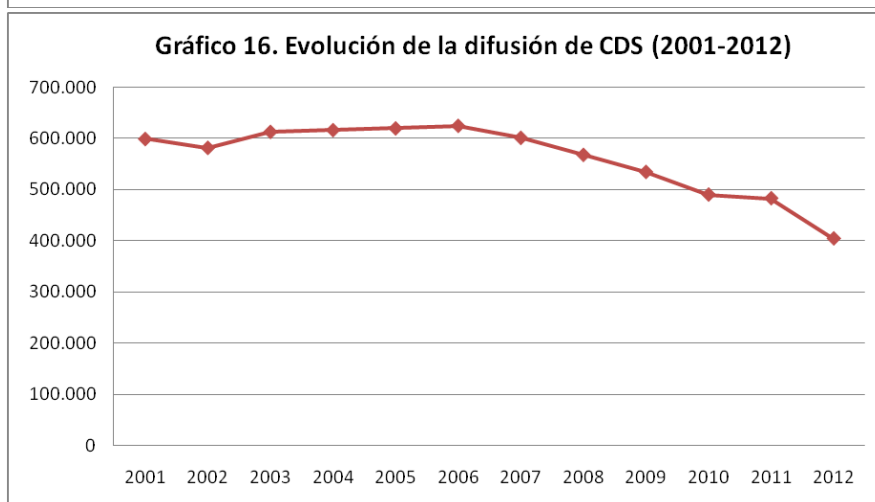
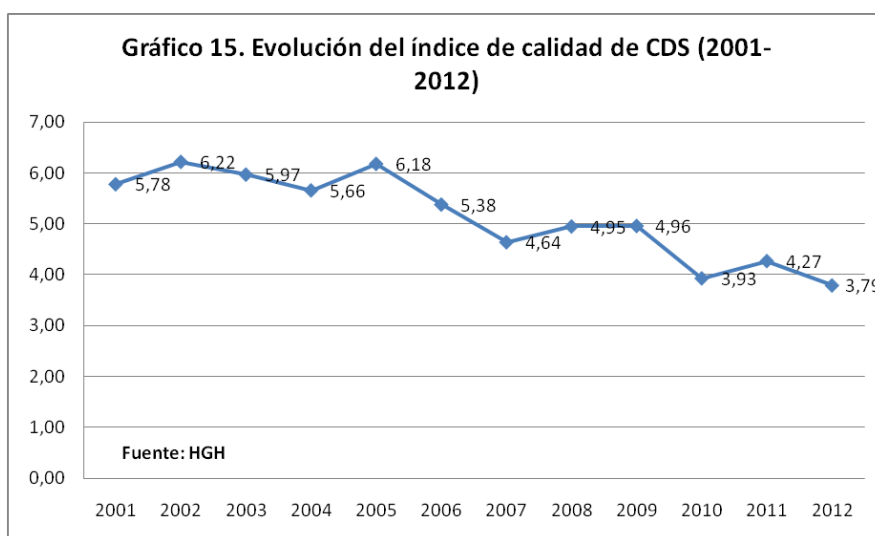
Respecto a los errores de formato cabe resaltar un dato: 121 noticias (un 52,83% del total posible para esta variable) contenían en su desarrollo una o más líneas de una sola palabra o simplemente con una o varias sílabas.

Ateniéndonos a la diversidad de las informaciones de LM, cabe señalar que la mayor parte de las noticias que publica este diario pertenecen al ámbito político (34,20%) seguido de la sección de internacional (28,14%), economía (12,99%), sociedad (10,82%), deportes (5,63%), otras secciones (4,33%) y cultura (3,90%).

Los principales protagonistas son personas ligadas a los gobiernos (21,49%), organismos del estado (19,30%) o agentes económicos (10,96%). El género masculino protagoniza la inmensa mayoría de las informaciones (70,43%). La mujer tan sólo es protagonista en el 5,22% de ellas. La tímida presencia de la mujer como protagonista aparece principalmente en las secciones de sociedad (1,30%), política (0,87%) y deportes (0,87%). Las noticias que tienen como referencia el ámbito francés ocupan lógicamente el primer puesto (57,81%), seguidas de las de ámbito europeo (15,21%), Asia [5] (9,14%), organismos internacionales (7,84%), EE.UU de América (5,66%) África 2,6% y otros países americanos (1,73%).

#### 6.4. CDS - *Corriere della Sera*

El CDS fue fundado en 1876 en Milán. Debe su nombre a la edición vespertina característica del siglo XIX. En el editorial del primer número, se define como “conservador-moderado” y subraya su carácter nacional. Por ello, ha sido considerado el diario de la burguesía comercial e industrial italiana. El CDS destaca por su amplia difusión a comienzos del siglo XXI. Además, en 2005 modernizó su formato para facilitar la lectura (por ejemplo, pasó de nueve a siete columnas). En consecuencia, vio incrementada su difusión. Sin embargo, coincidiendo en el tiempo con la fuerte crisis política italiana, en el último sexenio analizado, el CDS ve caer su difusión (descendió un 32,57% respecto de 2001 y perdió casi 80.000 copias de 2011 a 2012, según Accertamenti Diffusione Stampa). No sólo la difusión, sino que también la calidad de sus noticias se ve afectada (a partir de 2007 no aprueba el índice de calidad). En efecto, desde 2006, las noticias de portada del CDS reducen su tamaño considerablemente y, en consecuencia, la calidad de dichas noticias.

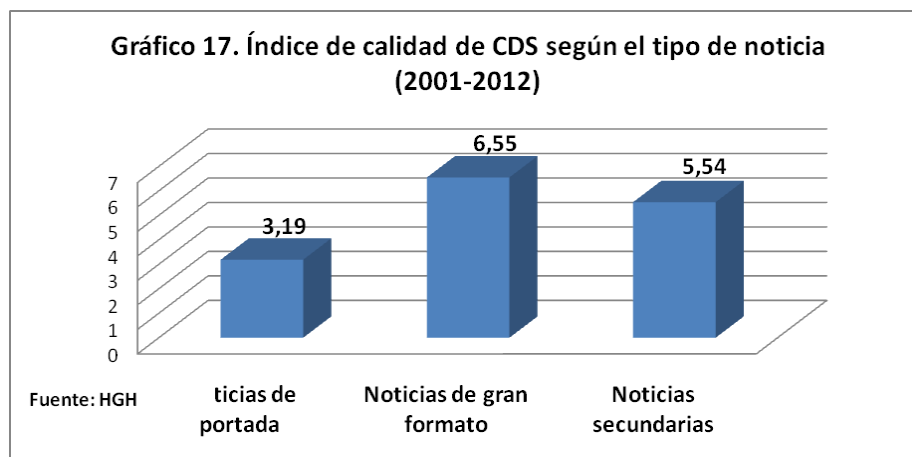


Por todo ello, la nota media obtenida por las noticias publicadas en CDS entre 2011 y 2012 es de 5,14 puntos, divididos de la siguiente manera: 1,53 puntos (sobre 2,5) en el proceso de selección de la noticia, 2,68 (sobre cinco) en la elaboración de la información y 0,9 (sobre 2,5) en lo respectivo a la contribución social. En primer lugar, cabe decir que aunque el proceso de selección de la noticia se caracteriza por el empleo de fuentes cualificadas, sin embargo, el origen de la información no se menciona siempre con tal claridad.

En segundo lugar, CDS muestra interés en la elaboración propia de sus noticias. En ese sentido, cuida la exactitud del titular respecto al texto de la información, así como el lenguaje periodístico empleado. No obstante, parece no prestar la misma atención al lado artístico de sus ilustraciones, las cuales transmiten adecuadamente la información adicional a la noticia, pero no destacan desde un punto de vista artístico.

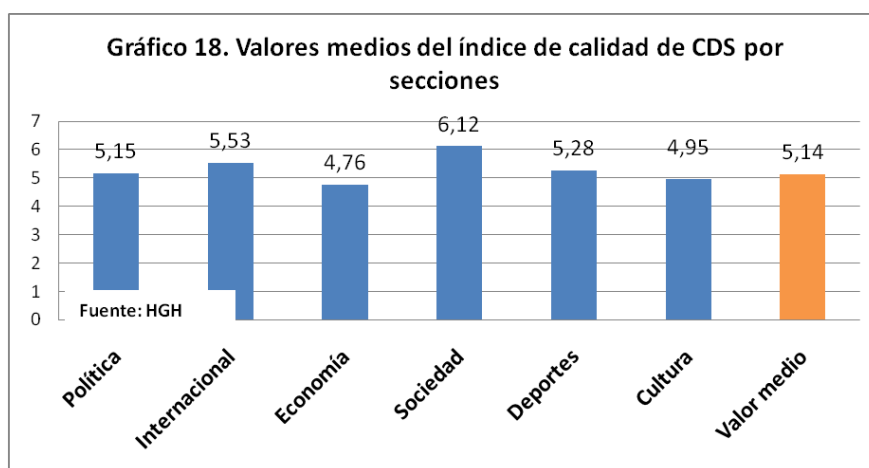
En último lugar, la contribución social de las noticias tampoco consigue superar el aprobado del índice de calidad, pero el *Corriere* es el diario que mayor puntuación consigue de los cinco analizados (0,93 sobre 2,5). En especial, CDS se caracteriza porque sus noticias presentan elementos que fomentan el debate social. No obstante, a pesar del marcado carácter nacional del diario, las referencias a la tradición italiana y a otras culturas resultan más bien escasas.

Además, la calidad de las noticias de *Corriere della Sera* se corresponde con el lugar destacado a las grandes informaciones (6,55 puntos). En ese sentido, las noticias del diario difieren casi un punto según sean de gran formato o informaciones secundarias. Sin embargo, la reducción del espacio de las noticias de portada a partir de 2006 mermó la calidad informativa de las mismas.



El apartado sobre la calidad del formato señala que CDS cumple las normas de diseño, especialmente las referidas al espacio que ocupa el titular, donde prácticamente ninguna noticia deja espacio alguno en blanco. Igualmente, el diario no presenta apenas *lapsus clavis* (alrededor del 1% de las noticias), lo que demuestra una vez más el cuidado del formato por parte del diario. A pesar de dicho esmero, casi la mitad de las noticias presenta párrafos con alguna línea formada por una única palabra o, incluso, sílaba.

La sección de política es la seña de identidad del *Corriere*, ya que engloba el 35,16% de la información. Sin embargo, no obtiene los mejores resultados en calidad (queda por debajo de la media del diario), al igual que las noticias económicas. Efectivamente, se debe principalmente a la reducción del espacio en portada para las noticias más importantes, que frecuentemente se engloban en las secciones de política, internacional y economía. En ese sentido, cabe destacar que la sección de sociedad supera en casi un punto la media de calidad del diario.



Considerando el amplio espacio que CDS otorga a las noticias sobre política, el Gobierno y los partidos políticos protagonizan la mayor parte de la información publicada (32,43% y 9,19%), muy especialmente localizados en las noticias de portada. Por ello, los agentes económicos sólo son protagonistas de la mitad de las informaciones económicas. Al contrario, los agentes culturales protagonizan las noticias de su sección, si bien se tratan de noticias que no ocupan la portada del diario. Además, destaca que CDS triplique la cantidad de noticias en las que no aparece género (16,76%), con respecto a aquellas protagonizadas por mujeres (5,41%) o a aquellas elaboradas con equidad entre hombres y mujeres (4,32%).

Finalmente, el ámbito de influencia de las noticias publicadas por el CDS resulta ser el propio Estado italiano en el 53,88% de los casos. Cabe destacar que la cantidad de noticias sobre la Unión Europea y sus estados miembros (11,41%) es algo mayor a la que ocupa la información sobre el continente asiático (9,60%). No obstante, las noticias con influencia en Asia aparecen mayormente en la primera página, mientras que las informaciones europeas se encuentran con mayor frecuencia en las noticias de segunda categoría.

### **6.5. FT - *Financial Times***

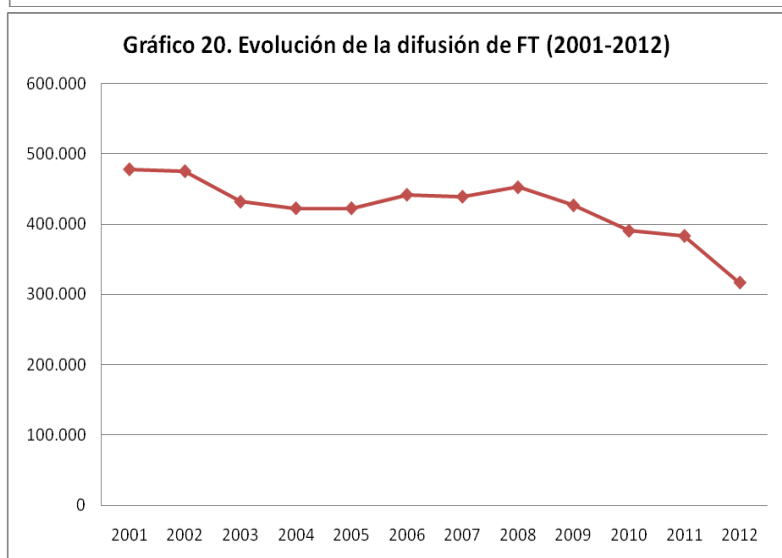
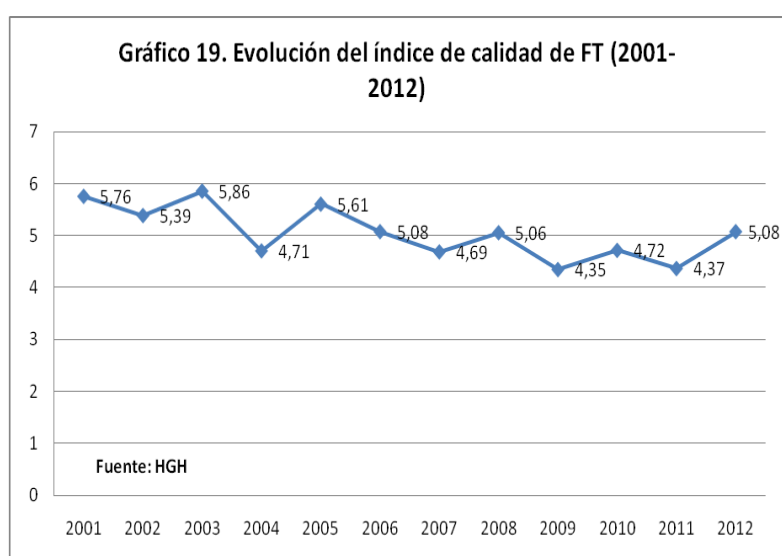
FT nació en Londres en febrero de 1888. Consecuentemente, en 2013 ha celebrado su 125 aniversario. Desde 1957 es propiedad de la editorial Pearson PLC, y está considerado como uno de los periódicos económicos más importantes del mundo. Desde su creación, el diario se autodefinió como un proveedor de información económica con la intención de convertirse en referencia para un sector muy concreto: la comunidad financiera radicada en la City londinense.

FT vivió a partir de la década de los 70 una expansión internacional que cristalizó en cinco ediciones sumadas a la británica original. Primero la alemana, para atender al público de la Europa continental, y después las dirigidas a los Estados Unidos, Asia y Oriente Próximo. La aceptación del idioma inglés como la lengua internacional de los negocios y el desarrollo de la economía mundial según parámetros cada vez menos limitados por fronteras estatales contribuyeron al despegue del periódico en una relación simbiótica. Su formato *broadsheet*, más amplio que el estándar continental, progresivamente abandonado por el resto de periódicos británicos, y el color salmón de sus páginas, constituyen el paradigma formal de la prensa económica, contrastada, exhaustiva y de referencia.

FT cuenta con el reconocimiento internacional del sector financiero, y sus informaciones, columnas de opinión y análisis constituyen un motor de acción para las élites económicas y políticas de todo el mundo occidental [6]. Sin embargo, este hecho no guarda una relación clara con los resultados de evolución del índice de calidad monitorizados (gráfico 19). A este respecto, valga sugerir que aunque los estándares de calidad formal de la cabecera pueden ser considerados exquisitos, otros elementos tomados en consideración, como la promoción del debate público, la inclusión de mujeres como protagonistas de la actualidad o el cuestionamiento del poder establecido, no aparecen en la muestra de informaciones analizadas. De hecho, el índice de contribución social contabilizado en la muestra, es 0,31, con mucha diferencia el menor de las cabeceras analizadas (ver gráfico 2). Del mismo modo, en muchos de los casos no se especifica la naturaleza de las fuentes porque se trata de filtraciones o, dada la naturaleza global de los hechos relatados, no se indica el lugar en el que la información tiene origen o éste se da por hecho sin explicitarlo. Todas estas prácticas son penalizadas en la

determinación del índice de calidad, lo cual explica la divergencia entre el prestigio percibido y los resultados de la investigación.

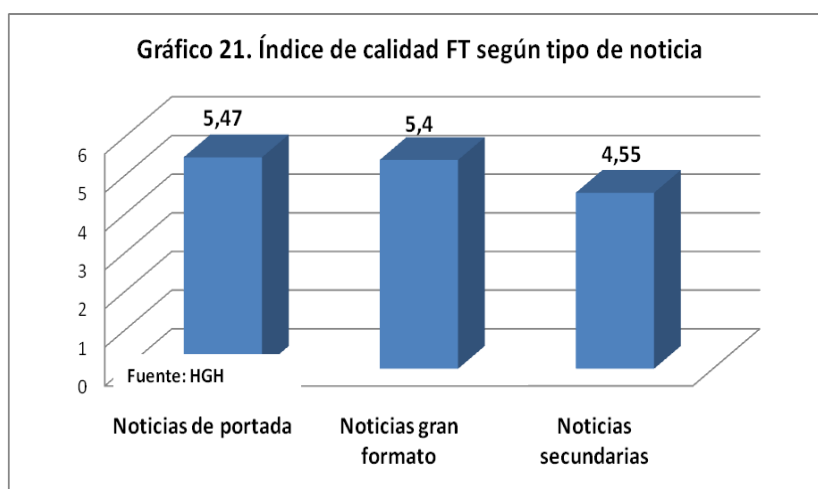
Con respecto a su distribución, actualmente FT tiene una cantidad de lectores estimada en 2,2 millones de personas en todo el mundo. La circulación media del conjunto de ediciones que publica alcanzó en diciembre de 2012 las 316.493 copias –de las cuales, 88.000 corresponden a su edición británica [7]. Sin embargo, y aunque el alcance de la publicación crece, lo hace gracias a los accesos a la suscripción digital: a julio de 2012 el propio periódico anunciaba que había tantas suscripciones a ft.com como venta de ejemplares impresos, rondando el total los 600.000. El gráfico 20 ilustra cómo a lo largo de una década el número de ejemplares impresos ha ido descendiendo paulatinamente.



Ft.com apareció en mayo de 1995, y desde entonces ha sufrido diversas modificaciones hasta constituir, a día de hoy, en uno de los pocos exponentes exitosos del muro de pago en prensa diaria. Aunque ft.com comenzó financiándose a través de publicidad, su servicio de suscripción entró en

funcionamiento en 2002, y hoy opera bajo la premisa de permitir la consulta abierta de un número determinado de artículos de manera gratuita antes de requerir el pago. Igualmente, FT también ha adaptado su formato a la lectura en *smartphones* y tabletas, que suponen una importante vía para el consumo de sus artículos. En un contexto de decrecimiento generalizado, la circulación total del periódico (copias impresas más suscripciones digitales) era, en 2012, un 28% superior a la de cinco años antes. Este aumento no va forzosamente en paralelo con el incremento de los beneficios empresariales pero supone, en cualquier caso, un intento por adaptarse a un patrón de financiación diferente, que se apoya mucho más en los ingresos por suscripción que en la inversión publicitaria [8].

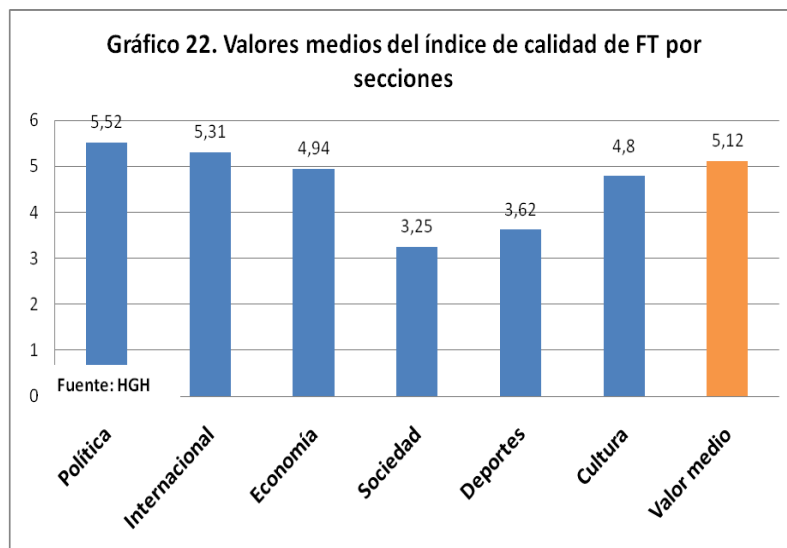
Dada la particular disposición física de las informaciones en FT no todas las informaciones principales que aparecen en la portada son posteriormente desarrolladas en el interior del periódico. El tamaño de las hojas permite una exposición en relativa profundidad de las informaciones que, en muchas ocasiones, no son desarrolladas en páginas interiores. Igualmente, se percibe irregularidad en la distribución de los contenidos por secciones. Así, no todos los días hay una sección dedicada a los deportes, y la destinada a la cultura responde a un patrón en el que más que piezas informativas o promocionales hay agenda, reseñas o crítica teatral. En cualquier caso, como se aprecia en el gráfico 21, el resultado en la medición del índice de calidad es bastante parecido para las noticias de portada, las de gran formato y las secundarias.



Como cabía esperar, las noticias de carácter económico son las que, día tras día y con gran diferencia reciben mayor protagonismo. El 46,10% de las piezas analizadas pertenecen a este ámbito. Además, el análisis de contenido de las informaciones políticas (25,32%) e internacionales (18,18%) permite descubrir que, pese a estar adscritas a otras secciones, esas piezas también suelen estar ostensiblemente enfocadas hacia las consecuencias o derivaciones económicas de los hechos referidos.

Por secciones los mejores registros corresponden a las noticias de internacional y política que superan la nota media del diario. No así las de economía (4,94) y mucho menos aún las de sociedad (3,25), deportes (3,62) y cultura (4,8), en estos últimos tres casos probablemente motivado,

parcialmente, porque estas piezas suelen ser más breves y tampoco cuentan con acompañamiento gráfico.



Entre las informaciones de portada sólo hay una correspondiente al ámbito de sociedad; ninguna de la sección de deportes o cultura. El 48,32% de las informaciones está protagonizado por agentes económicos. Los agentes sociales o la ciudadanía no constan como protagonistas de las informaciones. Los hombres protagonizan el 70,47% de las informaciones y las mujeres el 3,36%; agentes neutros a ese respecto como el FMI, la ONU o la UE, el 21,48% restante.

Si analizamos la calidad del formato, no aparecen fallos dignos de mención. Sin embargo, uno de los elementos más significativos que aparecen está relacionado con la atribución y carácter de las fuentes. Así, el fruto de filtraciones suele provenir de *people familiar with*, expresión empleada en múltiples ocasiones. Paradójicamente, las noticias que en el cálculo del índice de calidad son *castigadas* por no explicitar quién es la fuente son, probablemente, las más valoradas por el lector especializado, interesado en informaciones exclusivas y de gran valor estratégico que se apoyan en la credibilidad largamente atribuida al medio. Lo que en otras circunstancias podrían considerarse rumores son, para FT, exponentes de valor añadido. Bajo esa premisa, la de la autoridad acumulada por el medio, se justifican los titulares normalmente interpretativos y la poca presencia relativa de reproducciones literales de las declaraciones de los protagonistas de las noticias.

Respecto al ámbito de influencia, cabe destacar las dificultades existentes al adscribir geográficamente muchas de las informaciones. Habida cuenta la vocación declaradamente internacional de FT muchas de las piezas aparecen datadas en más de un lugar, y las supuestas implicaciones de los hechos relatados desbordan las fronteras de un área en concreto y, de hecho, pueden considerarse deslocalizadas. No obstante, destaca que, habiendo que atribuir un único ámbito de influencia a las informaciones, en el 76% de los casos éste haya sido el estatal. FT es un periódico que publica y se escribe para el mundo, pero sobre todo para el Reino Unido. Y no para el conjunto de la sociedad, sino para la especialmente interesada en la actualidad económica y financiera entendida como una realidad global.



## 7. Conclusiones

Los cinco grandes diarios europeos de referencia superan el test de calidad al que han sido sometidos en la presente investigación, particularmente en lo referido a la calidad de sus formatos. No obstante, el índice calidad de sus contenidos supera muy ajustadamente los mínimos exigidos (5,39 puntos). El índice medio manifiesta una moderada tendencia a la baja que no es aplicable a todos los diarios. Así, mientras FAZ y LM muestran tendencia a la mejora, EP se mantiene estable y FT y CDS bajan notablemente sus marcas. En el caso de CDS este valor es atribuible, en gran medida, al reducido tamaño de sus noticias de primera página durante el segundo sexenio analizado.

Mientras el índice medio de calidad de los cinco grandes bajó un 6,12% en 2012 respecto a 2001, las ventas de estos diarios cayó un 27,42%. No cabe extraer, por tanto, una única relación de causa-efecto entre ambos datos. La coexistencia de otra serie de fenómenos como el crecimiento de las ediciones electrónicas, la crisis económica y financiera posterior al crack de 2008, el descenso de los ingresos por publicidad y la incapacidad de la prensa por amoldarse a los nuevos tiempos son, entre otros factores, elementos que coadyuvan a explicar dicha bajada en las ventas.

Todos los diarios analizados parecen haberse olvidado de la función social que históricamente se ha atribuido al periodismo como guardián de los intereses de la ciudadanía. Ello se refleja en los pobres resultados que todos ellos obtienen en el apartado denominado “aportación social de la noticia”. Este comportamiento es especialmente reseñable en un contexto marcado por la crisis sistémica que viven las sociedades occidentales y que tiene su reflejo también en el cambio de paradigmas que está afrontando la prensa a nivel mundial.

La investigación demuestra que son las noticias de gran formato las que obtienen mejores registros calidad. Ello contrasta con la tendencia actual de *adelgazar* los contenidos de las noticias, en gran parte inducida por las premisas de instantaneidad y celeridad instauradas en todas las redacciones.

Los registros cosechados por las noticias de deportes, cultura y, en algunos casos sociedad (FAZ y FT), son las que presentan peores valores en estos diarios. Ello se debe, sin duda, al mayor margen de libertad que los y las redactores-as de estas secciones tienen a la hora de elaborar sus informaciones y que contrastan con los férreos criterios utilizados en esta investigación.

Todos los diarios analizados hacen prácticamente invisibles a las mujeres en sus informaciones. Tan sólo un 4,61% de los ítems analizados (1.137) muestran a las mujeres como protagonistas principales o mayoritarios de los acontecimientos. El dato es especialmente llamativo teniendo en cuenta que durante el período objeto de análisis la incorporación de la mujer al ámbito público europeo ha experimentado un considerable incremento.

Teniendo en cuenta la importancia cada vez mayor que están adquiriendo las ediciones electrónicas de todos los diarios, de cara al futuro se impone un riguroso análisis de la calidad de las noticias *online*. Dicha necesidad es ahora más necesaria en un contexto en el que los grandes grupos de comunicación parecen estar más preocupados por rentabilizar sus ediciones electrónicas que de mejorar la calidad de sus noticias.

\* El presente trabajo forma parte de un proyecto de investigación ([CSO 2011-23237](#)) financiado por el ministerio español de Ciencia e Innovación (MICINN) que lleva por título *Evolution of the assessed News Quality in European reference media (2000-2014)*. El trabajo ha sido realizado por el grupo de investigación HGH (Medios de comunicación, Sociedad y Educación en

euskera) oficialmente reconocido (GIU 11/04) por la UPV/EHU Universidad del País Vasco, institución que también colabora en la financiación del proyecto.

\* Además de los y las firmantes del presente artículo, el grupo de investigación HGH quiere subrayar la especial colaboración que para la realización del trabajo de campo han desarrollado las siguientes investigadoras: la profesora y doctora del Departamento de Comunicación Audiovisual de la UPV/EHU Estefanía Jiménez; la profesora titular de Lengua Española en la Facultad de Letras y Lenguas de la Universidad de Poitiers y doctora en Periodismo Ludivine Thuverez y la investigadora pre-doctoral del Departamento de Comunicación de la UPF, Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, Ilaria Di Bonito. A ellas correspondió la recogida de datos de los diarios *Financial Times*, *Le Monde* y *Corriere della Sera*, respectivamente.

## 8. Notas

<sup>1</sup> Se entienden como *lapsus clavis* aquellos errores que comete el periodista de forma inadvertida que, sin ser gramaticales, dificultan la comprensión de la noticia.

<sup>2</sup> La variación estándar (estándar deviation) se ha calculado en base a la fórmula desarrollada por Roger D. Wimmer y Joseph R. Dominick (1983:174).

<sup>3</sup> La pérdida experimentada por CDS durante el segundo sexenio se debe a la mala nota obtenida por sus noticias de primera a partir de 2007. El cambio de maquetación de su primera página provocó que los textos fueran más cortos y, por lo tanto, cosecharan peores resultados. Una explicación más amplia se ofrece en el apartado correspondiente a este diario.

<sup>4</sup> La sexta W correspondería al HoW.

<sup>5</sup> Para ser exactos, LM tiene fundamentalmente interés en las noticias provenientes de Iraq, Afganistán, Israel y Palestina y menor en las de China, Japón, etc.

<sup>6</sup> <http://www.infobae.com/notas/nota.php?Idx=196573&idxSeccion=0>

<sup>7</sup> <http://www.abc.org.uk/Certificates/18234567.pdf>. Datos correspondientes a octubre de 2012.

<sup>8</sup> De hecho, frente a la publicidad (39%) las suscripciones suponen a día de hoy más de la mitad de los ingresos de FT Group (<http://mashable.com/2013/04/02/financial-times-john-ridding-strategy/>)

## 9. Bibliografía

Aladwani, A. M. and Palvia, P. C. (2002): “Developing and validating an instrument for measuring user-perceived web quality”, *Information & Management*, Vol. 39(6) pp.467-476.

Bardin, L. (2002): *El análisis de contenido*, Akal, Madrid.

Bucher, H-J. and Altmeppen, K-D. (ed.) (2003): *Qualität im Journalismus: Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.

Echegaray, L. and Aiestaran, A. (2012): *Base metodológica para el estudio y análisis sobre la información de salud en la prensa diaria vasca y navarra (2001-2010)*. III Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC): Comunicación y riesgo.

Gorosarri, M. G. (2011) *Albisteen Kalitatea (Research on Basque Media's News Quality)*, UPV/EHU University of the Basque Country, Leioa.

Huizingh, E. (2000): “The content design of web sites: an empirical study”, *Information & Management*, Vol. 37(3) pp. 123-134.

- Maurer, T. (2005): *Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität: Eine Längsschnittstudie zur Nachrichtenentwicklung in Deutschland*, Reinhard Fischer, München.
- Mcinerney, Claire R. & Bird, N. J. (2005): “Assessing Website quality in context: retrieving information about genetically modified food on the Web”, *Information Research*, Vol. 10(2) paper 213. Available on Internet: <http://InformationR.net/ir/10-2/paper213.html>.
- McQuail, D. (1992): *Media performance. Mass communication and the public interest*, Sage, London.
- O’Donnell, P. and Mcknight, D. (2012): *Journalism at the speed of bytes. Australian newspapers in the 21st century*. University of Sydney, Department of Media and Communications, Sydney.
- Olsina, L., Lafuente, G. and Rossi, G. (2000): “Specifying quality characteristics and attributes for websites”. In Murugesan S. and Deshpande, Y., *Web engineering 2000*, Springer, Berlin, pp. 266-278.
- Pellegrini, S. and Múgica, M. C. (2006): “Valor Agregado Periodístico (VAP): La Calidad Periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo”, *Palabra Clave* Vol. 9 (1), pp. 11-28.
- Rose, G., Khoo, H. & Straub, D. W. (1999): “Current technological impediments to business-to-consumer electronic commerce”, *Communications of Association for Information Systems*, Vol. 1(16), 1-74
- Schirmer, S. (2001): *Die Titelseiten-Aufmacher der BILD-Zeitung im Wandel: Eine Inhaltsanalyse unter Berücksichtigung von Merkmalen journalistischer Qualität*. Reinhard Fischer, München.
- Shchiglik, C. & Barnes, Stuart J. (2004): “Evaluating website quality in the airline industry”, *The Journal of Computer Information Systems*, Vol. 44(3), pp.17-25.
- Vehlow, B. (2006): *Qualität von Spätnachrichten-Sendungen*, Reinhard Fischer, München.
- Wimmer, R. and Dominick J. (1983): *Mass Media Research. An Introduction*, Wadsworth Publishing Company, California.
- Wimmer, R. and Dominick J. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Bosch, Barcelona.
- Zabaleta, I. (1997): *Komunikazioaren eta ikerkuntzako metodologia*, Udako Euskal Unibersitatea, Bilbao, 1997.
- Zhang, P. and Von Dran, G. M. (2001): “User expectations and rankings of quality factors in different web site domains”, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6 (2), pp. 9-33.

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

T Ramírez de la Piscina, M Gz Gorosarri, A Aiestaran, B Zabalondo, A Agirre (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, pp. 248 a 274.  
[http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1011\\_UPV/14t.html](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1011_UPV/14t.html)  
DOI: [10.4185/RLCS-2014-1011](https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1011)

Artículo recibido el 6 de febrero de 2014. Sometido a pre-revisión el 8 de febrero. Enviado a revisores el 10 de febrero. Aceptado el 20 de abril de 2014. Galeradas telemáticas a disposición de los autores el 26 de abril de 2014. Visto bueno de los autores: 27 de abril de 2014. Publicado el 30 de abril de 2014.