

*La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*

Gómez Mompart, Josep L., Gutierrez Lozano, Juan F. y Palau Sampio, Dolors (eds.)

Aldea Global. UJI, UV, UAB, UPF

Barcelona, Valencia, Castellón, 2013. 203 págs.

Internet ha abierto numerosas e interesantes posibilidades informativas que algunas de las iniciativas surgidas en los diferentes países mejoran y renuevan. Como ya sintetizó Piscitelli hace casi una década, es la imprenta del siglo XXI y nos ha instalado en la fase electrónica de la escritura. No ha implantado el escenario apocalíptico, indisciplinado y aterrador con el que amenazaban quienes nunca entendieron ni supieron valorar su oferta de futuro, sino que ha sido el comienzo de una revolución tranquila que une, en palabras de Boczkowski, la narrativa lineal con las capacidades interactivas y multimedia de la informática.

Pero junto a tantos aspectos positivos y visibles surgen con frecuencia dudas acerca de la calidad que, desde la perspectiva periodística, llegan a tener algunas de las piezas escritas o audiovisuales a las que podemos acceder en la red que, en muchos casos, han sido preparadas con poco rigor y apenas tiempo. La pelea por la inmediatez, el impulso de ser los primeros en un entorno profesional en el que cada vez más difícil conseguir exclusivas y la necesidad de actualizar continuamente las noticias no facilitan la profundización en las causas y en las consecuencias de unos acontecimientos que crecen en complejidad en nuestra sociedad global y que, tantas veces, la audiencia conoce sólo por los titulares. Si a eso añadimos la tendencia a convertir las noticias en entretenimiento, en espectáculo o, como advertía Kapuscinski, en puro negocio y no en la búsqueda de la verdad de los hechos mediante fuentes diversas y fiables, queda a la vista que todavía le quedan al periodismo duras e intensas batallas por librar.

En este marco es evidente la oportunidad de este libro y de su insistencia en la necesidad de no renunciar al periodismo de calidad, al verdadero periodismo, y a no eludir «el reto de la excelencia». Los editores, autores del primer capítulo, tras revisar las distintas propuestas de los ámbitos anglosajón, alemán y latinoamericano, sugieren siguiendo a Thorson que una mayor calidad conlleva mayor difusión y penetración en los mercados. Incluyen, junto a otras aportaciones, la confirmación que de esta fórmula hacía en 2002 el director del New York Times, aun cuando Meyer considera con acierto que tal tendencia no es rectilínea. Revisan después las diferentes propuestas de medición estableciendo una serie de factores selectivos, y parece conveniente destacar en este punto la indicación de Borrat: la calidad es «un atributo contingente» que nunca se puede dar por supuesta ni, aunque se haya reconocido en un momento concreto, puede considerarse definitiva. Y concluyen que la calidad no puede ser entendida ni analizada sólo desde la óptica de los aspectos lingüísticos, expresivos, técnicos y de contenido, sino que es necesario además valorar los de carácter intangible.

A continuación otros autores abordan como herramienta del periodismo de calidad el Valor Agregado Periodístico, «la capacidad que tiene el periodista de entregar y procesar información sin distorsionar la realidad, seleccionando qué es noticia y las fuentes involucradas en el hecho, y otorgando a éstas el espacio que

les corresponde». Siguiendo la pauta de investigaciones previas diferencian entre proceso y producto periodístico señalando dos etapas: la selección de la noticia (*gatekeeping*) y su creación (*newsmaking*), desarrollando a continuación sus variables. Terminan su exposición con los que consideran principales retos de futuro y proponen algunas recomendaciones para mejorar, en este aspecto, los medios de comunicación.

Un capítulo posterior se centra en la gestión de las fuentes informativas, otra de las cuestiones ineludibles si se pretende determinar la calidad del trabajo periodístico. Los autores de este texto ofrecen una serie de indicadores de calidad internos y externos para abordar después el uso de las fuentes en el periodismo español, y finalizan su trabajo aceptando la tendencia descrita por Gans (2003) como «periodismo multiperspectiva».

Las posibilidades de medición de la calidad de los periódicos de pago y gratuitos y el recurso a las fuentes como buena praxis periodística; la cultura digital, las agencias de noticias y la credibilidad; la argumentación de los periodistas sobre los parámetros que determinan esa calidad; las particularidades que en este marco determina la red y las actitudes de la audiencia y las pautas de los informativos de televisión, la televisión digital y la información medioambiental completan un texto sugerente y que abre posibilidades de investigación aún incipientes pero muy necesarias entre los investigadores españoles.

Concha Edo  
Universidad Complutense