

Tendencias, Rasgos y Calidad de La Información Económica de Los Diarios Chilenos

Dr. Héctor A. VERA VERA.

Doctor en Comunicación (U. Lovaina, Bélgica)

Académico Universidad de Santiago de Chile

hvera@usach.cl

Resumen: Es un estudio descriptivo e interpretativo que evalúa, utilizando una metodología estructural-crítica, la información económica, durante dos bloques de tiempo de 45 días cada uno, en cuatro diarios chilenos.

Ese método permite establecer indicadores fiables sobre la calidad de la información periodística ofrecida y comprender las tendencias informativas, los rasgos editoriales de los medios y las estrategias utilizadas para representar la actualidad económica.

Palabras claves: Calidad de la información económica, diarios nacionales, método crítico estructural, estrategias de información, tendencias de la información económica.

Abstract: Is this a descriptive and investigative research that wants to set reliable quality indicators for journalistic information, and which intends to have a comprehensive look of newsmedia trends, strategies and even even biases when releasing economic reports. The methodology works on two time spans of 45 days each and includes four relevant chilean newpapers of national coverage for analysis.

Keywords: Economic information quality; national coverage newspapers, structuralist and critic methodology, information strategies, economic information trends.

1. Introducción

Los resultados que se presentan aquí derivan de una investigación^a de tipo descriptivo, realizada durante dos períodos de 45 días cada uno, situados en los años 2006 y 2007, donde se compara el tratamiento de la información económica de los diarios chilenos El Mercurio, La Nación, La Tercera y El Diario Financiero, para establecer sus niveles de calidad^b y sus correlaciones con las variables constituidas por los géneros periodísticos, las visiones, las fuentes, las consecuencias y la favorabilidad de las fuentes.

La aplicación del método crítico estructural, caracterizado por asociar la cantidad de información con el contexto al cual éstas se refieren, permitió identificar las tendencias y los rasgos periodísticos que tienen los principales diarios en su aspecto de difusión de la información económica y vincular la calidad de la información con un grupo de variables propias de la actividad periodística.

2. Los Géneros en la Agenda Temática Económica

En relación con los géneros de la agenda temática, se consideraron las siguientes indicadores :

- Cantidad de información según número de unidades encontradas en los diarios.
- Cantidad de información según los temas tratados.
- Distribución de la totalidad de la información de los diarios, según los géneros periodísticos.

En relación con la cantidad y la calidad de la información de carácter económico, se consideraron los siguientes indicadores :

- Cantidad y distribución de los temas en la información económica.
- La cantidad de fuentes reconocibles en la información económica.
- La cantidad de información que contiene elementos explicativos o consecuencias, con respecto a la información de carácter descriptivo que excluye las consecuencias.
- Visión: optimista, pesimista o neutra según la predominancia de este factor en la información económica.

Los datos obtenidos fueron procesados con el programa SPSS lo que permitió tratar fluidamente los aspectos descriptivos y los comparativos, así como los componentes

bivariados y multivariados. Estos datos consolidaron un cuadro fiable sobre la agenda temática y la evaluación de las informaciones económicas de los diarios. De esta manera se pudo construir un fundado perfil editorial de cada diario e igualmente identificar y comparar los niveles de calidad de la información económica .

La muestra del estudio contempló dos bloques de tiempo de 45 días cada uno, lo que hace un total de 90 días y suficientemente separados en el tiempo para generar un parámetro fiable que permita captar el cambio contextual o temático esperable en todo proceso que relata acontecimientos noticiosos. La cantidad de información que fue analizada en los cuatro diarios durante el período de la muestra, fue de 8 mil 744 unidades .

Tal volumen de información analizada, permite afirmar que los resultados están debidamente respaldados . Se establecieron dos bloques de tiempo, uno en el año 2006 y otro en el 2007, para permitir observar si el contexto, dominado por el tipo de temas que se trataron en los correspondientes períodos, presentaban o no cambios en el comportamiento editorial de cada diario y en el conjunto de ellos.

Este procedimiento permitió identificar los factores que tienen una alta, mediana o baja estabilidad de conductas y, al contrario, detectar cuáles son los factores más dinámicos o cambiantes en los diarios.

3. Distribución de Cantidad de Información y Géneros Periodísticos

La cantidad de información se establece por las unidades periodísticas existentes en los diarios y que se reconocen porque tienen titulares , encabezados y cuerpos de la información diferenciados por contenidos y por espacios que se ocupan en el medio.

Los géneros periodísticos, fueron establecidos con anterioridad al estudio, previendo las formas más frecuentes en las cuales se pueden expresar las informaciones periodísticas. Los géneros que se previeron fueron los siguientes :

Notas: son informaciones breves que buscan responder de manera simple a las preguntas de qué se trata, cómo, donde, quien o quienes, porqué ocurre, esto utilizando una redacción con escasos adjetivos y con un relato de pirámide invertida.

Entrevista: En este caso predominan las preguntas y las respuestas que hace el diario a una o a varias personas.

Reportaje: Es el género que se caracteriza porque usa variadas fuentes, cruza datos y se presenta de una manera relativamente extensa un tema.

Columna: Es un escrito, firmado por una persona y que generalmente tiene una periodicidad y un lugar específico en el diario.

Breve: Se le denomina así a las informaciones acotadas, de menor extensión que las notas, que complementan otras de mayor extensión.

Enunciado: Es un relato breve que precede a una información más amplia.

Fotonoticia: Es la información que se expresa mediante una foto o ilustración y , generalmente se acompaña de un relato breve.

Otros informativos: En esta categoría donde caben todas las expresiones periodísticas que no estuvieron clasificadas en los géneros anteriores.

El uso o la frecuencia de los géneros periodísticos, revela la manera o los formatos que predominan en cada uno de los medios estudiados y constituyen opciones o recursos que los editores utilizan para concretar la entrega de las informaciones. Por ello la manera en que se distribuyen estos géneros periodísticos, constituye un atributo o una cualidad que se puede comparar entre los medios y hacer, de esta manera, el levantamiento de un perfil editorial de los medios que se estudian.

EL MERCURIO

Tabla de distribución de los Géneros Periodísticos

EL MERCURIO 2006

EL MERCURIO 2007

| Género | Cantidad | Porcentaje | Cantidad | Porcentaje |
|--------------------|----------|------------|----------|------------|
| Nota | 831 | 47,1 | 1.027 | 58,5 |
| Entrevista | 60 | 3,4 | 78 | 4,4 |
| Reportaje | 62 | 3,5 | 68 | 3,9 |
| Breve | 484 | 27,4 | 288 | 16,4 |
| Enunciado | 269 | 15,2 | 244 | 13,9 |
| Fotonoticia | 30 | 1,7 | 7 | ,4 |
| Otros Informativos | 28 | 1,6 | 42 | 2,4 |
| Total | 1.764 | 100,0 | 1.755 | 100,0 |

El número de informaciones de EL MERCURIO es muy semejante en el primer y en el segundo bloque, con 1764 y 1755 mensajes respectivamente. Estas cifras revelan una marcada estabilidad lo que puede relacionarse con una estructura editorial muy definida . Es decir, los aspectos temáticos o coyunturales afectan o impactan poco la estructura informativa del diario.

LA TERCERA

Tabla de distribución de los Géneros Periodísticos

LA TERCERA 2006

LA TERCERA 2007

| Género | Cantidad | Porcentaje | Cantidad | Porcentaje |
|--------------------|----------|------------|----------|------------|
| Nota | 423 | 49,9 | 364 | 73,1 |
| Entrevista | 41 | 4,8 | 23 | 4,6 |
| Reportaje | 26 | 3,1 | 58 | 11 |
| Breve | 308 | 36,3 | 53 | 10,1 |
| Fotonoticia | 2 | 0,2 | 0 | 0 |
| Otros Informativos | 48 | 5,7 | 0 | 0 |
| Total | 848 | 100 | 498 | 100 |

El número de informaciones de LA TERCERA, tuvo una notable baja en el segundo bloque con respecto al primero y el género de "breves" es el que sufrió la mayor baja en el segundo bloque . Este cuadro muestra que La Tercera tiene una conducta más variable o más inestable que EL MERCURIO tanto en la distribución de los géneros como en la cantidad de información que le consagra . Estos dos diarios , El Mercurio y La Tercera, coinciden, sin embargo, en tener concentrada en las informaciones con formato de "notas" y "breves" , la mayor cantidad de las mismas.

LA NACIÓN

Tabla de Distribución de los Géneros Periodísticos

LA NACIÓN 2006

LA NACIÓN 2007

| Género | Cantidad | Porcentaje | Cantidad | Porcentaje |
|------------|----------|------------|----------|------------|
| Nota | 92 | 76,7 | 144 | 88,3 |
| Entrevista | 6 | 5 | 3 | 1,8 |
| Reportaje | 2 | 1,7 | 5 | 3,1 |
| Breve | 17 | 14,2 | 10 | 6,1 |
| Enunciado | 3 | 2,5 | 1 | 0,6 |
| Total | 120 | 100 | 163 | 100 |

La Nación consignó la más baja cantidad de información de todos los diarios estudiados. Definitivamente no puede ser considerado un diario con abundante información económica.

La manera en que se distribuyen los géneros periodísticos en los dos bloques presentan pocas variaciones, lo que indica que los aspectos del contexto temático inciden poco en el comportamiento editorial del diario LA NACION. El aspecto estructural de la distribución de los géneros informativos denota una alta estabilidad, situación que comparte con lo observado en el caso de EL MERCURIO.

FINANCIERO

Tabla de Distribución de los Géneros Periodísticos

FINANCIERO 2006 FINANCIERO 2007

| Género | Cantidad | Porcentaje | Cantidad | Porcentaje |
|--------------------|----------|------------|----------|------------|
| Nota | 1.509 | 85,6 | 1.550 | 87,1 |
| Entrevista | 92 | 5,2 | 145 | 8,2 |
| Reportaje | 57 | 3,2 | 81 | 4,6 |
| Breve | 52 | 3 | 0 | 0 |
| Enunciado | 19 | 1,1 | 0 | 0 |
| Fotonoticia | 27 | 1,5 | 3 | 0,2 |
| Otros Informativos | 6 | 0,3 | 0 | 0 |
| Total | 1.762 | 100 | 1.779 | 100 |

EL Financiero tiene una cantidad de información levemente superior a EL MERCURIO, situándose a la cabeza de este registro. Si bien en ambos períodos de tiempo, el número de informaciones presentado en forma de notas se mantuvo semejante, en el segundo bloque hay una neta concentración en tres géneros: las notas, las entrevistas y los reportajes, lo que implica una correlativa disminución de los otros cinco géneros.

De la lectura comparada de los gráficos y comentarios precedentes, se deduce que los géneros más utilizados por los cuatro diarios son, de lejos, las notas, seguidas por los breves, las entrevistas y los reportajes.

El Financiero es el único que no consigna breves en ninguno de los dos períodos de tiempo analizado. Este aspecto revela una cierta estandarización de la estructura de presentación de las informaciones y le da una identidad poco variada a los diarios.

Cuando una persona lee estos cuatro diarios- según lo determinó la muestra realizada en esta investigación- encontrará que el que más información económica tiene es EL FINANCIERO, seguido de cerca por EL MERCURIO, en tercer lugar está LA TERCERA y en último lugar LA NACION.

LA TERCERA fue el diario que mostró un mayor grado de diferencias, entre un bloque y otro, tanto en el número de informaciones registradas como en el empleo de los géneros periodísticos, lo que indica que es el medio menos estable, el más dinámico o el menos previsible en su conducta.

4. Distribución de las Visiones

La variable de "visión" se relaciona con la pregunta: ¿Cuando se está informando sobre un tema económico el lector se encuentra invitado a invertir, a pensar que las cosas van bien, o al contrario, genera desconfianza y no incentiva la inversión? Si no se puede responder ni una ni otra opción, se califica la información como neutra.

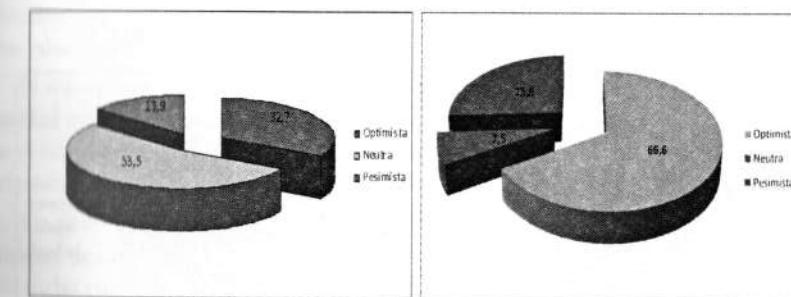
Esta variable permite, sobre un volumen importante de información (como es el caso de la presente investigación), hacerse una idea de la disposición del diario ante la realidad económica, cuando la miramos en los distintos períodos de tiempo y al compararla entre los distintos medios revela aspectos esenciales de la personalidad del medio en relación con el período estudiado.

EL MERCURIO

Gráfico según Visión en el Ámbito Económico

EL MERCURIO 2006

EL MERCURIO 2007

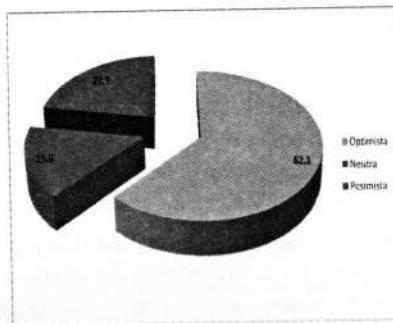


En la conducta observada aquí, hay una clara disposición optimista del diario EL MERCURIO tanto en el primero como en el segundo período. En el segundo período es aún más entusiasta que en el primero, pasando de un 32 por ciento a un 66,6 por ciento, elevando al doble su disposición optimista y disminuyendo sensiblemente los registros de neutralidad y de pesimismo.

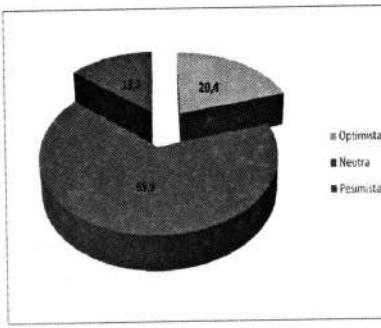
LA TERCERA

Gráfico según Visión en el Ámbito Económico

LA TERCERA 2006



LA TERCERA 2007

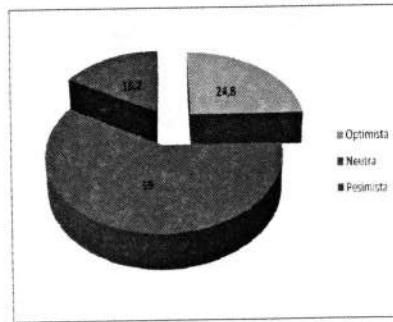


LA TERCERA, en cambio, es más optimista en el primer período de la muestra que en el segundo período, aunque EL MERCURIO resulta ser el que más optimismo marcó en el segundo período comparando los cuatro diarios.

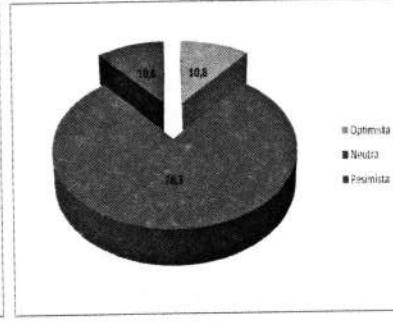
LA NACION

Gráfico según Visión en el Ámbito Económico

LA NACION 2006



LA NACION 2007

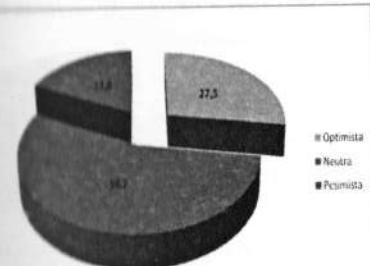


La visión que marca nítidamente la disposición de LA NACION en los temas económicos es la neutralidad y un cierto equilibrio entre el optimismo y el pesimismo especialmente en el segundo período, mientras que en el primer período hubo una leve inclinación más optimista que pesimista.

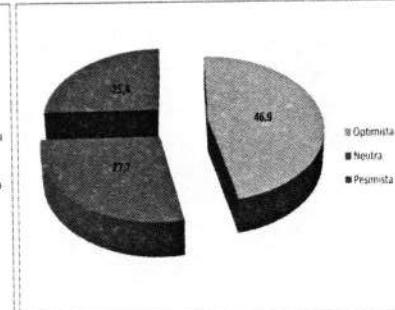
EL FINANCIERO

Gráfico según Visión en el Ámbito Económico

FINANCIERO 2006



FINANCIERO 2007



§. Comentarios Generales sobre la Variable Visión

EL FINANCIERO es netamente más optimista en el segundo período, y ya es importante esta visión en el primero con un contundente 27,5 por ciento del registro.

Los diarios más optimistas de la muestra son El Mercurio y EL FINANCIERO, mientras que es LA NACION el más neutral, acompañado por LA TERCERA especialmente en el segundo período.

Si recordamos que LA TERCERA fue el diario que se mostró menos estable en la cantidad como en la estructura de distribución de los géneros periodísticos y lo asociamos con el tema de la visión, podemos observar que también es este diario el que sufre más variación de visión en un período con respecto al otro.

En general, los diarios muestran conductas más estables cuando se trata de la cantidad de información y de las estructuras de los géneros periodísticos que cuando se trata de las visiones. Estos verdaderos "estados de visión" de la realidad se mostraron más volátiles en los cuatro diarios, siendo, en este sentido, el más estable, LA NACION.

6. Existencia de Consecuencias en las Informaciones Económicas

La variable que registró las consecuencias o la ausencia de esta cualidad, denominada "consecuencias" en las informaciones económicas, se establece por medio de la pregunta: ¿En esta información está explícitamente establecido el tipo de consecuencias, sociales, políticas, económicas o de otra índole que el lector pueda identificar claramente?

Cuando se establecen las consecuencias, estamos frente a una información que se refiere al impacto social de los acontecimientos y que traspasa el nivel elemental de la descripción y se instala como una información explicativa de la realidad a la que se refiere. De esta manera este registro de las consecuencias presentes o ausentes, permite establecer cual es el tipo de información que se ofrece en términos de cuántas son las informaciones explicativas por sobre las informaciones descriptivas.

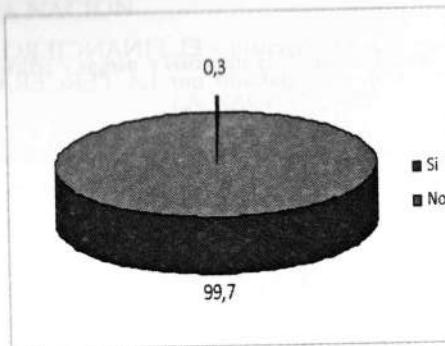
Las informaciones, que no incluyen las consecuencias, pueden potencialmente llevar al lector, mediante la deducción personal, a establecer relaciones de significado que llenen lo que falta. Sin embargo, cuando comparamos los dispositivos informativos que cuantitativamente, debemos sujetarnos a constatar la presencia o la ausencia del factor.

A mayor cantidad de informaciones explicativas el lector tiene más posibilidades o mejores herramientas para dimensionar lo que está ocurriendo en la realidad entendida ésta como una contextualidad y no sólo como un suceso relativamente aislado.

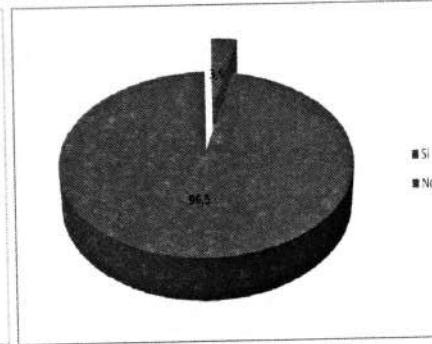
EL MERCURIO

Gráfico de Presencia de Consecuencias en las Informaciones Económicas

EL MERCURIO 2006



EL MERCURIO 2007

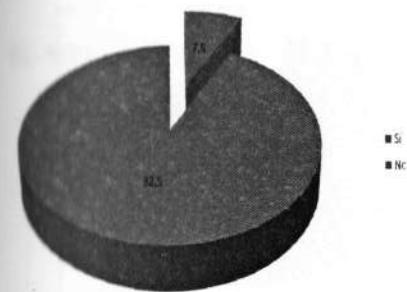


La baja cantidad de información conteniendo el factor "consecuencias" en el diario EL MERCURIO se da tanto en el primer como en el segundo período y nos señala que se trata de un diario donde predomina el aspecto descriptivo de los acontecimientos por sobre el explicativo en materia económica.

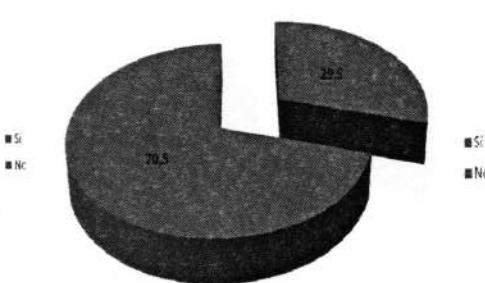
LA TERCERA

Gráfico de Presencia de Consecuencias en las Informaciones Económicas

LA TERCERA 2006



LA TERCERA 2007

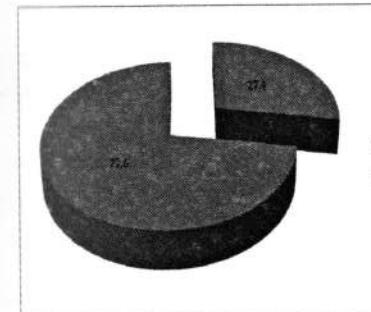


La Tercera aventaja netamente al diario EL MERCURIO en informaciones que contienen el factor "consecuencias", registrando un 7,5 por ciento de ellas en el primer bloque y sube a un sólido 17 por ciento en el segundo bloque o período.

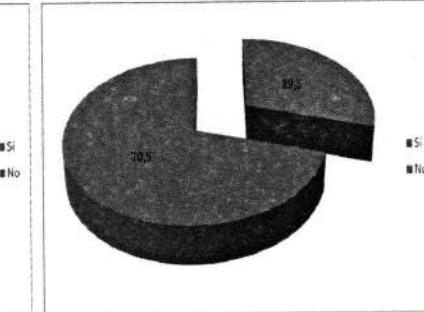
LA NACION

Gráfico de Presencia de Consecuencias en las Informaciones Económicas

LA NACION 2006



LA NACION 2007

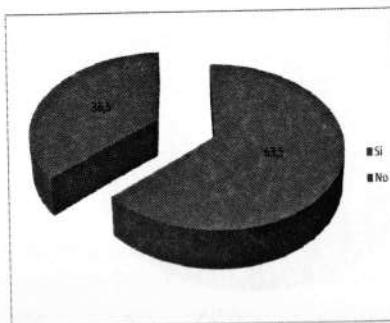


El diario LA NACION registra en el primer período un 27,4 por ciento de informaciones con el factor de consecuencias y en el segundo un 29,5 por ciento. Se trata, en ambos casos, de un alto porcentaje de informaciones con el factor "consecuencias", que lo diferencia netamente del diario EL MERCURIO, y lo sitúa por encima del diario LA TERCERA que en esta materia reúne un 7,5 por ciento y un 17 por ciento. Este registro del factor consecuencia, le confiere a LA NACION una "identidad diferenciadora" de los otros dos diarios, situándolo como un diario con una "identidad explicativa" mediana.

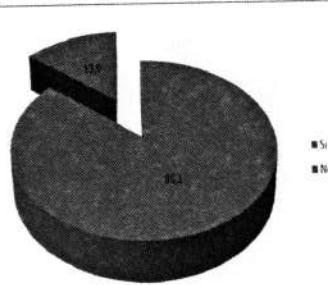
EL FINANCIERO

Gráfico de Presencia de Consecuencias en las Informaciones Económicas

EL FINANCIERO 2006



EL FINANCIERO 2007



De lejos, es el diario EL FINANCIERO el líder indiscutido en ofrecer una mayoritaria cantidad de información conteniendo el factor "consecuencia", superando con creces a los otros tres diarios y dándole una personalidad periodística inconfundible a la hora de caracterizar la manera de representar la realidad mediante las informaciones predominantemente explicativas. Sin duda que este aspecto forma parte de su sello editorial y es visible para sus lectores.

7. Reconocimiento de Fuentes en la Información Económica de los Diarios

Para medir la calidad de la información periodística, es esencial o central saber si las informaciones contienen o no un reconocimiento de las fuentes que están en la base de lo que se describe, observa o interpreta.

Fuente es una persona/institución, involucrada en un acontecimiento o proceso de actualidad, al cual hace referencia una información periodística. Fuente reconocida es aquella que podemos identificar claramente de dónde vienen las afirmaciones del relato y así evitar confundir el origen de la información.

A mayor cantidad de fuentes reconocidas, hay más trabajo real de buscar información y menos especulación no confirmada de parte del emisor directo. Si podemos identificar las fuentes podemos eventualmente verificar- con los responsables de la acción - lo puesto en la información; en caso contrario, no hay ninguna posibilidad de hacerlo.

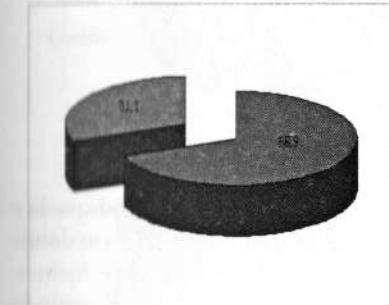
Una fuente puede ser reconocida cuando la persona o institución que afirma algo en el texto periodístico, es identificable por el lector o cualquier persona que podría, eventualmente, consultarle. Y no es fuente reconocida cuando el relato periodístico recurre a generalidades como: de fuentes generalmente bien informadas, un personero

de gobierno afirmó, o alguien cercano que no quiso identificarse (...) Todo esto son informaciones y fuentes no verificables y de poca o nula fiabilidad. Por ello, resulta importante contabilizar cuánta de la información entregada a los lectores contiene o no fuentes reconocibles.

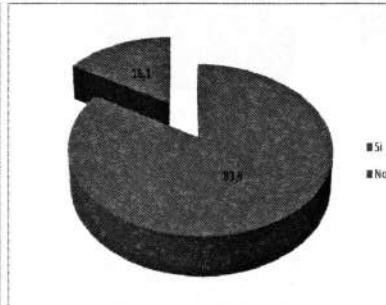
EL MERCURIO

Gráfico de Presencia del Reconocimiento de Fuentes en Las Informaciones Económicas

EL MERCURIO 2006



MERCURIO 2007



El porcentaje de reconocimiento de fuentes en el diario EL MERCURIO es relativamente alto en relación con la ausencia de tal cualidad en las informaciones. Desde este punto de vista, se trata de un medio que muestra un trabajo profesional predominantemente serio.

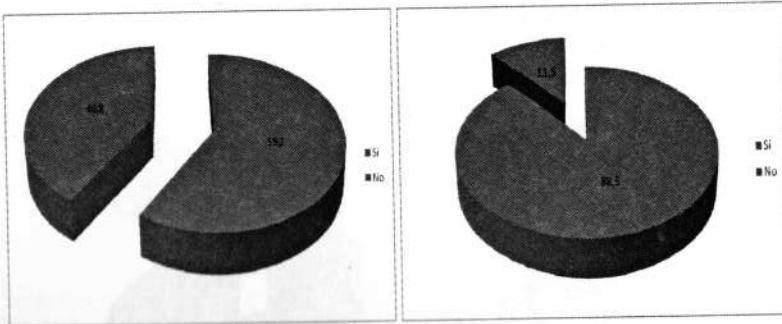
No obstante, que todavía exista un 16 por ciento de las informaciones que no tiene reconocimiento de fuentes, puede ser considerado, a nivel de un ejercicio profesional ideal, un porcentaje demasiado elevado para que este medio pretenda asegurar a sus lectores que está haciendo bien su trabajo de informar.

LA TERCERA

Gráfico de Presencia del Reconocimiento de Fuentes en Las Informaciones Económicas

LA TERCERA 2006

LA TERCERA 2006



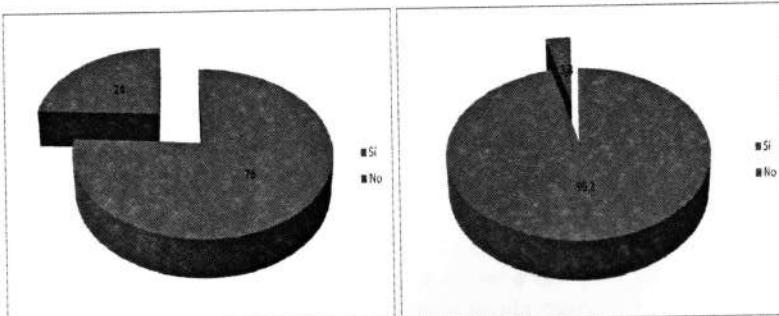
El diario LA TERCERA muestra haber realizado mejor el trabajo de búsqueda e identificación de fuentes de información en el segundo bloque que en el primero donde apenas sobrepasa la mitad de las informaciones donde se pueden reconocer las fuentes. El 88,5 por ciento de informaciones con reconocimiento de fuentes en el segundo bloque indica que las informaciones entregadas en este período son más fiables que las del primer período.

LA NACIÓN

Gráfico de Presencia del Reconocimiento de Fuentes en las Informaciones Económicas

LA NACIÓN 2006

LA NACIÓN 2007



La Nación igualmente hizo un mejor trabajo profesional de búsqueda de información y de identificación de fuentes , en el segundo período que en el primero, logrando un importante 96,2 por ciento, es decir, aumentando un 72 por ciento el número de informaciones donde se pueden reconocer sus fuentes en relación al primer período.

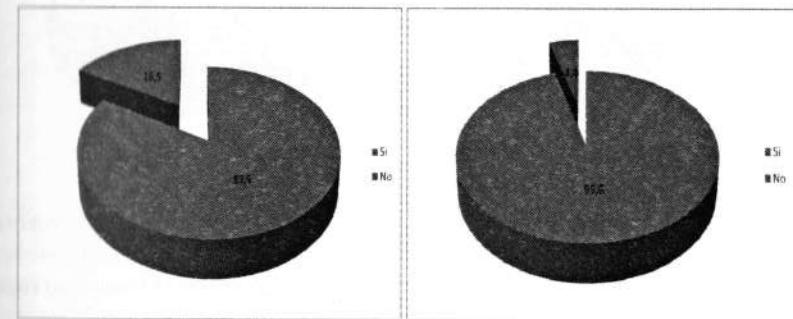
Resultaría inaceptable que un medio tenga un 24 por ciento de informaciones donde no se pueden reconocer o identificar sus fuentes, es decir un cuarto de sus informaciones son no fiables porque se basan más en la especulación que en la búsqueda de información.

EL FINANCIERO

Gráfico de Presencia del Reconocimiento de Fuentes en las Informaciones Económicas

EL FINANCIERO 2006

EL FINANCIERO 2007



El diario EL FINANCIERO muestra que tanto en el primer período como en el segundo realizó un trabajo de búsqueda e identificación de fuentes de la información y donde menos de un 17 por ciento (primer período) y menos de un 5 por ciento (segundo período) de las informaciones se quedan sin un reconocimiento de fuentes.

Distribución de la favorabilidad de las fuentes en las informaciones económicas de los diarios.

La favorabilidad de las fuentes es un concepto que se establece cuando nos hacemos la pregunta : ¿Cuando la información se refiere a la fuente desde donde proviene la información, lo hace para favorecer su conducta, o para desfavorecerla? Si ninguna de estas alternativas es posible responder con un sí o un no , se registra dicha información con un valor de neutra.

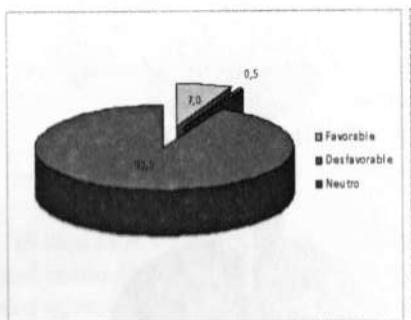
Este factor de favorabilidad se detecta para saber cómo es la conducta del diario en relación a sus fuentes-actores. En términos prácticos cualquier actor puede preguntarse,

cuando me entrevistan o me preguntan asuntos desde ese medio en específico, la tendencia es a que me favorezcan o me ataquen o no hagan ninguna de las dos cosas. Esto muestra un cierto perfil del diario y es una característica, que al compararla, entrega rasgos editoriales de significación profesional.

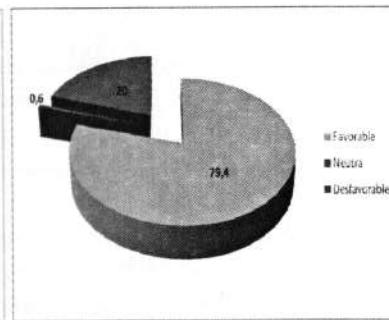
EL MERCURIO 2006

Gráfico sobre la Favorabilidad de las Fuentes en las Informaciones Económicas

EL MERCURIO 2006



EL MERCURIO 2007

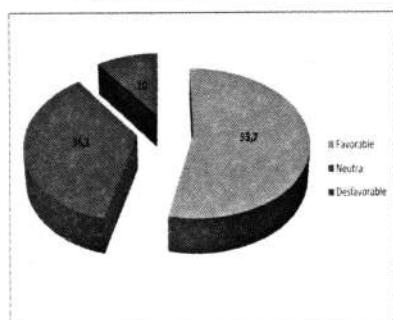


EL MERCURIO es ampliamente un diario que tiende a tratar favorablemente a sus fuentes de información. Habría que ver en qué tipos de fuentes se concentran, si es que el fenómeno se da así, y ver si las afirmaciones desfavorables tienen o no tienen una clase específica de actores.

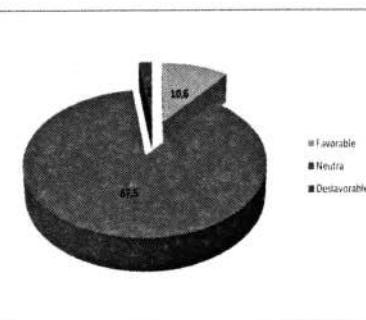
LA TERCERA

Gráfico sobre la Favorabilidad de las Fuentes en las Informaciones Económicas

LA TERCERA 2006



LA TERCERA 2007

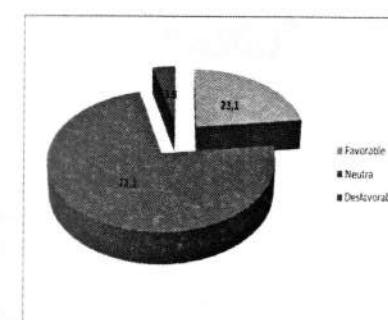


En el segundo período del diario LA TERCERA, aumentaron notablemente los registros neutros y disminuyeron los registros favorables con respecto al primer período. Comparado con EL MERCURIO, este diario tiende a tratar a las fuentes con un sesgo predominantemente neutral.

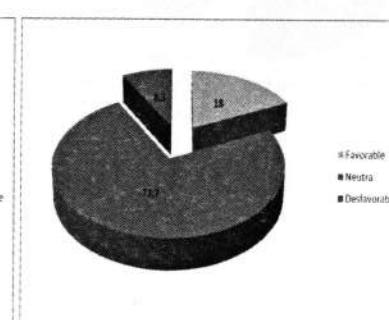
LA NACION

Gráfico sobre la Favorabilidad de las Fuentes en las Informaciones Económicas

LA NACIÓN 2006



LA NACIÓN 2007



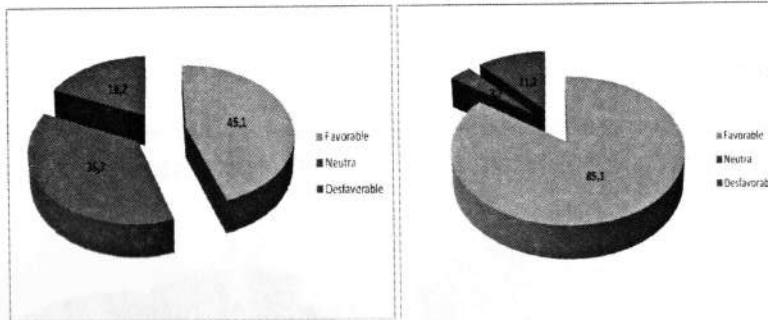
El diario LA NACION guarda una conducta poco variable en este tema de la favorabilidad, predomina el sesgo neutro tanto en el primer como en el segundo período y aumenta la desfavorabilidad en más de un 50 por ciento en el segundo período, que es el período donde también aumenta notablemente el reconocimiento de las fuentes. Es decir, el diario junto con hacer un trabajo más serio se pone también menos benevolente en el tratamiento de sus fuentes, aunque predomina ampliamente el sesgo neutral y favorable en los dos períodos del estudio.

EL FINANCIERO

Gráfico sobre la Favorabilidad de las Fuentes en las Informaciones

EL FINANCIERO 2006

EL FINANCIERO 2007



El sesgo de favorabilidad es mucho más dominante en el segundo periodo que en el primero, donde prácticamente se doblan los registros, disminuyendo sensiblemente el rasgo neutral que ocupaba un 36,7 por ciento y que pasa en el segundo periodo a solo un 3,7 por ciento.

Este cambio brusco en el tratamiento de las fuentes, podría encontrar una explicación en que EL FINANCIERO puede ser muy sensible a las directrices de los editores económicos, más que responder a variaciones del ambiente.

8. Conclusiones

Los cuatro diarios monitoreados muestran un estilo periodístico poco diferenciado entre ellos. Es decir, presentan una estructura informativa homogénea. Cuando se los analiza desde la distribución de los géneros periodísticos, tienden claramente todos ellos a asumir tipos de mensajes breves, descriptivos, circunscritos a lo inmediato, revelando una conducta informativa reñida con la diversidad, sobreabundando las notas y los breves y escaseando los reportajes, entrevistas, editoriales y columnas. Posiblemente se trata de responder a la estrategia de presentarse ante los lectores como medios "objetivos" o neutros.

Igualmente cuando medimos el factor de favorabilidad de las fuentes-actores, predomina en los cuatro diarios, la positiva alusión a las personas y situaciones, lo que, sumados a los neutros, generan la impresión que la información económica está llena de personas y de situaciones buenas, mientras que los malos, los antihéroes, los contratiempos, tienen un escaso espacio en el conjunto de los diarios. En la información económica no se verifica la situación popularmente atribuida al periodismo, que las "verdaderas noticias son las malas y las buenas no existen".

Tal situación es, contraria a lo que observamos en las noticias policiales o políticas de cualquier medio nacional, donde abundan los escenarios negativos. Las informaciones económicas de los cuatro diarios estudiados están directamente ligadas con el predominio de las visiones optimistas-neutrales y con un bajo componente pesimista. Con esta tendencia se completa un cuadro de positivismo increíble. Es como si estuviéramos en la "tierra de Jauja".

Las informaciones económicas presentan bajas contradicciones o escaso entendimiento crítico y, en consecuencia tienen un bajo valor en juego.^c

Al mismo tiempo, al utilizarse poco el género de entrevistas, reportajes, editoriales y de las columnas en el conjunto de los diarios, podemos afirmar que estos medios hacen un trabajo pobre en interpretación de la realidad. Si a ello agregamos que un altísimo porcentaje de sus informaciones económicas no contienen las consecuencias, podemos establecer que sus lectores tienen bajas probabilidades (valor de probabilidad o nequentrópico)^d de comprender los acontecimientos descritos.

Al asociar la distribución de los géneros con el factor de presencia-ausencia de las consecuencias, se puede caracterizar a la oferta periodística analizada como un sistema pobre en explicaciones de la realidad, lo que nos lleva a pensar que hay una alta correlación entre maneras de buscar y tratar la información, con el abuso de los géneros periodísticos dominantes de notas y breves, que no permiten una cobertura diversa de la realidad y el bajo uso de los géneros interpretativos, confiriéndole a las informaciones una baja explicación o escasa profundización en el tratamiento de los acontecimientos y de los discursos de sus actores.

No obstante esta afirmación, es necesario señalar que hay notables diferencias entre los diarios cuando los relacionamos con la cantidad de información económica que entregan, siendo el más fuerte el diario EL FINANCIERO y el más débil el diario LA NACION.

Sobre el reconocimiento de fuentes hay una lectura optimista de los resultados, que puede asegurar que en este tema el sistema de los diarios chilenos ofrece garantías de seriedad informativa al alcanzar en promedio un 81 por ciento. Sin embargo que casi un 20 por ciento de las informaciones económicas, las que pueden tener implicancias directas en la toma de decisiones de sus lectores, no tengan las fuentes identificables, puede ser gravísimo.

Si toda información verdaderamente fiable, debe tener el requisito o la condición de identificación de sus fuentes, y un 20% del material difundido no la tiene, podemos afirmar que estamos en presencia de un trabajo periodístico claramente deficiente. Deficiente porque ningún lector podría asegurar que su entendimiento de la actualidad no esté impregnado o cruzado por el 20 por ciento de mensajes infundados o no verificables en cuanto a sus fuentes.

Al correlacionar las visiones , en el campo económico, con los géneros periodísticos podemos darnos cuenta que los mismos géneros que concentran el mayor empleo en los diarios, como son las notas y los breves, son al mismo tiempo los géneros que muestran más sesgo optimista. Es curioso, por usar una adjetivación simpática, que el diario de gobierno, La Nación, sea el más neutral y el menos optimista en la información económica.

El estudio que hemos realizado utilizó el método “crítico-estructural” en tanto se basa en consignar y cuantificar los aspectos más invariables de los medios, que denominamos estructurales -como son la cantidad de información, la distribución de los géneros, el reconocimiento de fuentes y la presencia-ausencia de consecuencias. El aspecto crítico del estudio está en el uso de la variable sobre los sesgos optimista-pesimista-neutro y en las correlaciones que se establecen entre las variables estructurales, las que permiten hacer inferencias fiables en el plano de la calidad de la información.

Nótese que este estudio no es un análisis de contenido en el sentido que no compara el contenido de los mensajes de cada uno de los diarios. Lo que hace este estudio es consignar la conducta informativa utilizando indicadores morfológicos y descriptivos articulándolos entre sí, lo que permite mostrar aspectos cualitativos esenciales como son las tendencias, los rasgos y los niveles de calidad informativa de los diarios.

Referencias

- a Se trata de la investigación patrocinada por Dicyt , Dirección de Investigación Científica y Tecnológica , perteneciente a la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Santiago de Chile, denominada : Monitoreo Estadístico de Los Diarios Chilenos y dirigida por el profesor, periodista y Dr. en Comunicación Social, Héctor Vera Vera. Participaron como co-investigadores los profesores Luis Felipe Figueroa, Dr. en Estadística; la profesora Margarita Pastene, periodista y magíster en Ciencias Políticas y las periodistas Andrea Medina y Roxana Chiappa. El profesor Dante Castillo, participó como experto en tratamiento sociológico-estadístico de la información (SPSS). Se desempeñaron como alumnas ayudantes en el registro electrónico, los estudiantes de Periodismo de la USACH, Paula Campos , María Paz Nuñez, Daniela Osorio, y Yessenia González.
- b Llamamos aquí calidad al resultado del análisis de un conjunto de informaciones económicas , publicadas en diferentes períodos por los diarios, a las que se le aplica indicadores de cantidad de información, de géneros periodísticos, de reconocimiento de fuentes, de favorabilidad de las fuentes, de los sesgos de visión optimista, pesimista o neutra y a la presencia-ausencia de las consecuencias sociales de lo que se informa.
- c “Valor en juego” es definido por Robert ESCARPIT como el atributo que tiene la información de decírnos explícitamente cuales son los intereses que están en conflicto

a las consecuencias que están ligadas al relato periodístico para las personas y los procesos sociales. Hay mayor valor en juego en cuanto más conoce el lector sobre los actores y sus intereses y sobre la implicancias de las contradicciones y menor valor en juego en cuanto menos se sabe de las intenciones de los actores y de sus contradicciones.

d El “valor de probabilidad” o valor neguentrópico de la información es para Escarpit el atributo que tiene la información de poder responder a las preguntas sobre lo que es probable que ocurra. A más respuestas hay más valor negentrópico a menores respuestas hay menos valor negentrópico. Si ligamos las posibilidades de respuestas al número de factores de la información y a sus relaciones, una información periodística tiene mayor valor de probabilidad cuando, comparado con otra, tiene más fuentes reconocibles , más fuentes contrastadas, más actores, más situaciones, más consecuencias y combina de manera intensa estos factores entre sí.

Bibliografía

- Abril, Gonzalo: “Teoría General de la Información”. Paidós. Barcelona. 2003.
- Aleina, Rodrigo: “La Construcción de la Noticia”. Paidós Comunicación. Barcelona 1989. Págs. 23-77.
- Alessandri, Francisco; Edwards, Cristóbal; Pellegrini, Silvia; Puente, Soledad; Rozas, Eliana; Saavedra, Gonzalo; Porta, Williams: “VAP: Un Sistema Métrico de la Calidad Periodística”. En Cuadernos de la Información N° 14. Facultad de Comunicaciones de la PUC. Santiago de Chile, 2001.
- Amado Suarez, Adriana y varios autores: “Periodismo de Calidad: Debates y Desafíos”. Editorial FROPEA. La Crujía. Buenos Aires, 2007.
- Berger, Peter y Luckman, Thomas: “La Construcción Social de la Realidad”. Amourrortu Editores. Buenos Aires, 1995. Págs. 13-65.
- Bryant, Jennigs y Zillmann, Dolf: “Los Efectos de Los Medios de Comunicación, Investigaciones y Teorías”. Paidós, Barcelona, 1996. Págs. 13-34 (Influencia de Las Noticias sobre Nuestras Imágenes del Mundo, Mc COMBS, Maxwell) y Págs. 89-126 (Teoría Social cognitiva de la comunicación de masas. BANDURA, Albert).
- Cáceres, J.: “Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación”. Pearson Editorial. México, 1998.
- Casals Carro, María Jesús: “Periodismo y Sentido de la Realidad, Teoría y Análisis de La Narrativa Periodística”. Editorial Fragua. Madrid, 2005.
- Casasus, Josep María: “Ideología y Análisis de Medios de Comunicación”. Editorial Mitre. Barcelona, 1985. Págs. 53-101. (Metodología para el análisis de medio.)

- De Fleur, Melvin y Ball-Rokeach: "S.L. Teoría de la Comunicación de Masas". Paidós Comunicación. Barcelona, 1996. Págs. 193-373.
- De Fontcuberta, Mar: "La Noticia, Pistas para Percibir El Medio". Paidós Papeles de La Comunicación. Págs. 11-34 y Págs. 39-54.
- De Moragas, Miguel: "Sociología de La Comunicación de Masas, Estructuras, Funciones y Efectos". G.G. Barcelona, 1994. Pág. 11 (De Moragas), Pág. 22 (Lazarsfeld), Pág. 50 (Lasswell), Pág. 11 (Hovland),Pág. 127 (Katz), Pág. 172 (Eco).
- Del Rio Reynaga, Julio: "Teoría y Práctica de Los Géneros Periodísticos Informativos". Editorial Diana, México, 1992.
- Escarpit: "Teoría de La Información y Práctica Política". Editorial Siglo XXI. México, 1985.
- Gomis, Lorenzo: "Teoría del Periodismo, Como Se Forma el Presente". Paidós Comunicación, Barcelona. 1991. Págs. 129-146.
- Gomis, Lorenzo: "El Medio Media". Editorial Mitre. Barcelona 1987. Págs. 105-127 y Págs. 129-147.
- Jensen y Jankowski: "Metodologías Cualitativas de Investigación en Comunicación de Masas". Bosch Casa Editorial, Barcelona, 1993. Págs. 99-115 (Métodos Cualitativos en El Estudio de Las Noticias) y Págs. 261-280 (Pragmática).
- Krippendorff, Klaus: "Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica". Paidós Comunicación. Barcelona 1997. Págs.7-9; Págs. 15-25 y Págs. 28-40.
- Mattelart, Armand y Michele: "Pensar los Medios. Comunicación y Crítica Social". Editorial LOM, Santiago de Chile, 2000.
- Mc Quail, Denis: "Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas". Editorial Paidós Comunicación. Barcelona, 1991.
- Morín, Edgard: "El Método, las Ideas". Colección Teorema. Serie Mayor. Ediciones Cátedra. Madrid, 1992.
- Roda Fernández, Rafael: "Medios de Comunicación de Masas". Págs. 300-377 (Teoría de Los Indicadores Culturales).
- Santamaría, Luisa y Casals, María Jesús: "La Opinión Periodística Argumentos y Géneros para La Persuasión". Fragua. Madrid, 2000.
- Saperas, Enric: "Los Efectos Cognitivos de La Comunicación de Masas". Ariel Comunicación. Barcelona, 1987. Págs. 5-51 y Págs. 113-163.
- Terramo, M.T.; De La Torre, E.: "Medición de La Calidad Periodística: La Información y Su Público". En Doxa Comunicación. Madrid: Universidad San Pablo CEU. Madrid, 2005. Págs. 173-171.
- Van Dijk, Teun: "La Noticia como Discurso. Comprensión, Estructura y Producción de La Información". Paidós Comunicación. Barcelona, 1990. Págs. 35-123.

Vera V., Héctor: "Periodismo e Ingeniería Social. Teoría Fenomenológica Aplicada a las Noticias". Colección Ciencias Sociales. Editorial Universidad de Santiago. Santiago de Chile, 2008.