

Calidad de las noticias y paridad informativa de protagonistas y fuentes

María González-Gorosarri

Universidad del País Vasco (EHU/UPV). Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
maria.gonzalezgorosarri@ehu.eus



Fecha de presentación: julio de 2017

Fecha de aceptación: marzo de 2018

Fecha de publicación: junio de 2018

Cita recomendada: GONZÁLEZ-GOROSARRI, M. (2018). «Calidad de las noticias y paridad informativa de protagonistas y fuentes». *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 58, 29-46. DOI: <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3117>>

Resumen

El concepto de calidad de las noticias se entiende como sinónimo de profesionalidad. Sin embargo, no aparece ligado al género de la información ni a la paridad informativa. El presente análisis pretende establecer la relación entre la calidad de las noticias y el género de la información, atendiendo a los protagonistas de las noticias y a las fuentes informativas. Se medirá la calidad de las noticias de los medios en euskera para comparar su resultado de manera segregada por géneros (tanto de los protagonistas como de las fuentes). De esa manera, se podrá valorar qué variables resultan decisivas en la relación entre la calidad de las noticias y la paridad informativa.

Palabras clave: calidad; calidad informativa; periodismo de calidad; género; paridad informativa; igualdad de género

Resum. *Qualitat de les notícies i paritat informativa de protagonistes i fonts*

El concepte de qualitat de les notícies s'entén com a sinònim de professionalitat. No obstant això, no apareix lligat al gènere de la informació ni a la paritat informativa. Aquesta anàlisi pretén establir la relació entre la qualitat de les notícies i el gènere de la informació, atenent als protagonistes de les notícies i a les fonts informatives. Es mesurarà la qualitat de les notícies dels mitjans en euskera per comparar-ne el resultat de manera segregada per gèneres (tant dels protagonistes com de les fonts). D'aquesta manera, es podrà valorar quines variables resulten decisives en la relació entre la qualitat de les notícies i la paritat informativa.

Paraules clau: qualitat; qualitat informativa; periodisme de qualitat; gènere; paritat informativa; igualtat de gènere

Abstract. *News quality and parity of information for protagonists and sources*

News quality is understood as a synonym for professionalism. However, it is not related to gender parity of such information, or information equality. This analysis aims to establish the connection between news quality and information equality, focussing on the protagonists of those news reports and on the information sources. Accordingly, news quality of the four main media in the Basque language and their web pages will be analysed, in order to assess them in terms of gender segregation (protagonists and sources). As a result, this research aims to determine which variables are decisive for news quality, concerning gender equality.

Keywords: quality; journalistic quality; news quality; quality journalism; gender equality; gender parity

1. Introducción

Siendo la calidad de las noticias la línea de investigación principal de la autora, la cuestión resulta si la excelencia informativa resulta inseparable de la perspectiva de género en la sociedad. Es decir, si los medios con mayor profesionalidad son quienes inciden en la realidad o quienes se limitan únicamente a reflejarla tal cual es. La importancia de este trabajo reside en su posible contribución a investigaciones futuras en tanto en cuanto ayude a entender la relación para los medios entre la calidad de las noticias y la paridad informativa.

2. Marco teórico sobre la calidad de las noticias

El concepto de calidad de las noticias hace referencia a la profesionalidad que muestran los periodistas al trabajar la información. Dicho concepto posee diferentes nominaciones como consecuencia de la dispersión de los trabajos académicos sobre cuestiones de calidad. En total, se impusieron tres denominaciones: calidad del periodismo, calidad del contenido de las noticias y calidad de las noticias. En primer lugar, la calidad del periodismo (*journalistic quality*, *journalistische Qualität*, *publizistische Qualität*) aparece ligada a la excelencia de la gestión. En segundo lugar, el término calidad del contenido de las noticias (*news content quality*) se empleó para el análisis de las noticias enviadas por las agencias de información. Por último, la calidad de las noticias (*news quality*) es un concepto que subraya la responsabilidad social del periodismo, además de incluir los procesos de selección y elaboración de la información. En consecuencia, en esta investigación se emplea el término *calidad de las noticias* (Bucher, 2003: 11-15; Torre y Téramo, 2004: 25-27; González Gorosarri, 2011a: 178-180; Hagen, 1995: 35-41; Schirmer, 2001: 65-67; Vehlow, 2006: 12-24).

Sin embargo, las teorías normativas tradicionales que explicaban el fenómeno comunicativo no permitían medir la calidad de las noticias. El concepto de *media performance* desarrollado por Denis McQuail en 1992 amplió el horizonte de la investigación sobre calidad:

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. (McQuail, 1992: 17)

Por ello, el concepto de *media performance* (la acción de los medios) desarrollado por McQuail integró los trabajos sobre calidad publicados hasta entonces. Los autores escandinavos fueron pioneros en esta línea de investigación académica y crearon el concepto de *informativity*. Al mismo tiempo, la dirección de la investigación en EE. UU. seguía objetivos comerciales. Por eso, subrayaba la excelencia de la rentabilidad que trae consigo la calidad. La comunidad científica alemana, en cambio, fijó el marco teórico del debate sobre calidad y lo completó articulando varias propuestas metodológicas. En último lugar, en Sudamérica han destacado la responsabilidad social de los medios en relación con las cuestiones de calidad informativa (Torre y Téramo, 2004: 48-51; González Gorosarri, 2011a: 215-284; Maurer, 2005: 85-88; Meyer, 2004: 65-76; Pellegrini y Múgica, 2006: 14-17; Rosengren, Carlsson y Tågerud, 1991: 49; Vehlow, 2006: 23-24).

El concepto de *media performance* permitió, además, superar las barreras de los diferentes soportes mediáticos. De esa manera, la calidad de las noticias pasó a analizarse siguiendo las investigaciones transmedia: Internet, radio, televisión y prensa. Los autores alemanes adoptaron el concepto desarrollado por McQuail y analizaron la calidad informativa porque equipararon la responsabilidad social de los medios con el paradigma sobre *profesionalidad* de tradición alemana (González Gorosarri, 2011a: 218-240; Maurer, 2005: 85-88; McQuail, 1992: 66-68; Vehlow, 2006: 23-24).

Sin embargo, los autores no han relacionado la paridad informativa con la excelencia de las noticias. En el espectro internacional, el proyecto Global Media Monitoring Project (en adelante, GMMP) monitorea desde 1995 la prensa escrita, radio, televisión e Internet, en países de los cinco continentes, para establecer la relación de género entre los protagonistas de la información. Las conclusiones de GMMP confirman que en España el 28 % de las protagonistas de la información son mujeres y, en lo referente a las fuentes informativas, las mujeres portavoces de instituciones y colectivos son menos del 18 % y las mujeres expertas consultadas constituyen únicamente el 21 % de las noticias. Es decir, en el 82 % de los casos, los portavoces oficiales son hombres y, cuando los medios recurren a fuentes expertas, en el 79 % de las veces consultan a hombres (GMPP, 2015). Algunos autores atribuyen la escasez de mujeres protagonistas de las noticias al deber profesional de los periodistas de reflejar la realidad. En ese sentido, cuando la fuente resulta ser la persona que protagoniza la información, tales autores señalan que la profesionalidad se refleja en el tipo de fuente utilizada y no en su sexo. De ello se deriva que los medios parecen no tener un papel activo en cambiar esa realidad informativa (Baitinger, 2015; Shor et al., 2015). La cuestión propuesta en este trabajo, sin embargo, incide en una nueva perspectiva: ¿repercute la paridad informativa en una mayor calidad de las noticias?

3. Hipótesis principal

La presente investigación analizará la relación entre la calidad de las noticias y la paridad informativa. Para ello, se han desarrollado las siguientes hipótesis, que pretenden ser validadas o refutadas siguiendo diferentes preguntas de investigación:

H1: Los medios, como reflejo de la sociedad, incluyen más noticias protagonizadas por mujeres que fuentes informativas femeninas.

RQ1: ¿Qué fuentes informativas se utilizan en las noticias cuyas protagonistas son mujeres?

RQ2: ¿En qué medida recurren los medios a fuentes femeninas incluso en las noticias cuyos protagonistas sean masculinos?

H2: La paridad informativa repercute en una mayor calidad de las noticias.

RQ1: ¿Supera la puntuación otorgada por el índice de calidad a las noticias protagonizadas por mujeres a aquella obtenida por la información con protagonistas masculinos?

RQ2: ¿La información elaborada a partir de fuentes femeninas es superior a la calidad media de las noticias de cada medio?

4. Metodología

En este apartado se señalan las cuestiones científicas relativas a la presente investigación.

4.1. Método

La calidad de las noticias se ha medido tradicionalmente mediante el análisis de contenido. Basándome en las aportaciones de autores internacionales (trabajos publicados en inglés, alemán, francés y castellano), desarrollé en mi tesis doctoral (2011) el presente método de medición de calidad de las noticias. Para que fuera un método científico, los indicadores se derivan de los valores esenciales de la sociedad, según los definió McQuail, y seguidos por los autores alemanes (Bucher y Altmeppen, 2003; Maurer, 2005; Vehlow, 2006). Además, para que los indicadores escogidos no fueran arbitrarios, los autores exigen que ya hayan sido empleados por lo menos en tres ocasiones (Gladney, 1990: 60). El presente método reunió ambos requisitos. Es más, recibió la calificación de *summa cum laude* por parte del Prof. Dr. Denis McQuail, presidente del tribunal de defensa de mi tesis doctoral, y ha sido empleado por varios grupos de investigación (Ramírez de la Piscina et al., 2014).

El método de evaluación de la calidad de las noticias evalúa el proceso de selección de la información —*gatekeeping*— y el de elaboración de la noticia —*newsmaking*. Ambos se miden en un índice de escala de cero a diez puntos: el índice de calidad de las noticias.

Se presenta aquí, a dos columnas, la ficha diseñada para medir el contenido de la calidad del contenido: en la columna de la izquierda aparecen las variables periodísticas consideradas —conceptos— y en la de la derecha, los parámetros ligados a los indicadores y el valor adjudicado.

En la columna de la izquierda de la ficha de trabajo aparecen destacados los dos procesos principales de la noticia: la selección y la elaboración de la información. Cada uno engloba cinco indicadores y cada indicador adjudica un punto a la noticia analizada. En el proceso de selección de la información

Tabla 1. Índice de calidad de las noticias

Índice de calidad de las noticias	Valores declarados
Selección	
Origen de la información	Mencionado (1), Indirectamente (0,5), No mencionado (0)
Tipo de fuente	Documentos o personas expertas (1), Fuentes personales identificadas con nombre-apellidos, cargo y contexto (0,8), Fuentes personales identificadas con nombre-apellidos y cargo (0,6), Fuentes personales identificadas con nombre y apellidos (0,4), Ciudadanía anónima identificada con nombre y apellidos (0,2), Fuentes anónimas o ausencia de fuentes (0)
Facticidad	Acontecimiento o suceso (1), Declaraciones (0,5), Anuncio (0)
Actualidad	Tres últimas horas (1), Hoy (0,8), Ayer (0,6), Mañana (0,4), 2-7 días (0,2), Más de una semana (0,1), Sin fecha (0)
Relevancia	Tema: Político (0,5), Social (0,4), Información práctica (0,2), Entretenimiento (0,1), Factor humano (0,01) Presentación: Gran trascendencia (x2), Temporal: actualidad, seguimiento informativo (x1,5), Imagen o personalización (x1)
Elaboración	
Precisión titular-texto	Resume o adelanta la noticia (1), Destaca una parte o característica (0,5), Resulta ambiguo (0,25), Es engañoso o no se corresponde con el contenido de la noticia (0)
Profundidad	7W — qué, quién, cuándo, dónde, por qué, cómo y de dónde— (1), 5W (0,5), 4W (0)
Causalidad	Tres causalidades (1), Dos causalidades (0,75), Monocausalidad razonada (0,5), Monocausalidad no razonada (0,25), Ninguna causalidad (0)
Idoneidad de los elementos complementarios	Muy significativos: 4-5W (1), Significativos: 2-3W (0,5), Función de relleno: 1W (0,25), No tiene (0), No coinciden con el contenido de la noticia (-0,5), No coinciden con el contenido de la noticia y no resultan técnicamente aceptables (-1)
Registro del lenguaje – comprensión	Adecuado (1), Genuino, popular (0,5), Correcto (0,25), No se entiende la primera vez (0), Por cada error ortográfico y gramatical encontrado en el titular, subtítulo, antetítulo, ladillo y pie de foto (-0,2), Por cada error ortográfico y gramatical encontrado en el texto (-0,1)
Selección (5 puntos)	
Elaboración (5 puntos)	
Total (10 puntos)	

Fuente: elaboración propia.

se distinguen cinco aspectos o indicadores. Cada uno de ellos se evalúa como máximo con un punto: cita del origen de la información, tipo de fuente, facticidad (si la información surge a partir de hechos o de declaraciones), actualidad y relevancia (nivel de interés de la noticia e incidencia). El proceso de elaboración de la información también consta de cinco indicadores. Cada uno se valora, como máximo, con un punto: exactitud entre titular y texto, profundidad (presencia de las 5W), aportación de diferentes perspectivas o causalidades, idoneidad de los elementos complementarios (fotografías, infografías, vídeos...) y registro del lenguaje (comprensión y errores gramaticales). En la columna de la derecha de la tabla aparecen los parámetros medibles adjudicados a cada indicador de calidad y el valor más alto que se puede otorgar a cada uno.

Así mismo, se medirán los datos relativos a los protagonistas de las noticias y a las fuentes de información a partir de indicadores cualitativos no incluidos en el índice de calidad de las noticias. Para ello, se han establecido las mismas características en la categoría de sexo, tanto de protagonistas como de fuentes, siguiendo la metodología aplicada en el contexto académico alemán (Maurer, 2005; Vehlow, 2006), a saber: mujer, hombre, paritario, no sexuado.

4.2. Test de fiabilidad

Después de establecer los parámetros medibles que integrarán el método de evaluación de la calidad de las noticias, resulta esencial certificar la operalización interna del mismo. El test de fiabilidad de Holsti garantiza la capacidad de los codificadores. En este caso, se codificaron dos veces el 5% de la muestra y se dejó un período de dos semanas entre ambas codificaciones (23 de marzo de 2016 y 8 de abril de 2016). Después, se aplicó la fórmula de fiabilidad a los resultados:

$$\text{Fiabilidad} = \frac{2 M}{N1 + N2}$$

En este caso, M representa las decisiones de codificación coincidentes en ambas series codificadoras. $N1$, en cambio, señala el número de decisiones de codificación recogidas en la primera serie codificadora y $N2$, por último, el número de las recogidas en la segunda. Los expertos exigen un porcentaje de fiabilidad superior al 90% para dar por válida la investigación (Früh, 2001: 60-63; Schirmer, 2001: 75-76; Zabaleta Urkiola, 1997: 226).

Al aplicar la fórmula de Holsti al método de calidad de las noticias, esta certificó un 95,32% de fiabilidad del mismo. Además, todos y cada uno de los apartados del método superaron la exigencia del 90%.

A pesar de tratarse de un método creado por la investigadora y haberlo aplicado ya desde 2011, resulta indispensable garantizar la fiabilidad de cada investigación realizada, especialmente cuando hay más de un codificador, aunque no sea este el caso del presente trabajo.

El test de fiabilidad otorga eficiencia a medir la calidad de las noticias mediante el análisis de contenido. Una vez el test de fiabilidad superó el método, las dudas que pudieran generar los indicadores fueron recogidas en un libro de códigos, que es un vademécum donde se recogen las decisiones de codificación.

4.3. Universo

La presente investigación medirá la calidad de las noticias de tres medios: Euskadi Irratia —radio pública—, ETB1 —televisión pública—, *Berria* —prensa diaria— y *Argia* —prensa semanal. Para ello, el universo de esta investigación lo formarán las noticias dadas en titulares o noticias de portada.

Cada medio que se analizará será el resultado de un día de trabajo de la información. De esa manera, se analizará el programa *Goizak gaur* de Euskadi Irratia a las 13 h, el informativo *Gaur egun* de ETB1 a las 14 h y el número siguiente de *Berria* y *Argia*.

Tabla 2. Universo de la investigación y horario objeto de la investigación

Tipo de medio	Medios	Producto principal
Boletín informativo de la radio pública	Euskadi Irratia, <i>Goizak gaur</i>	13 h
Informativo de la televisión pública	ETB1, <i>Gaur egun</i>	14 h
Prensa diaria	<i>Berria</i>	Día siguiente
Prensa semanal	<i>Argia</i>	Siguiente domingo

Fuente: elaboración propia.

4.4. Muestra

El número de noticias que se iban a analizar en cuatro soportes por cada uno de los tres medios de comunicación resultó tan alto, que la muestra de este trabajo se basará en la técnica de muestra de la semana compuesta para analizar la situación de los medios vascos en 2016. No se analizarán las noticias del fin de semana, porque en el caso de Euskal Telebista trabaja un segundo grupo en los informativos y porque los lunes no se publica *Berria*, es decir, los domingos la redacción del periódico permanece cerrada (Früh, 2001: 177-185; Zabaleta Urkiola, 1997: 190-205).

Tabla 3. Semana compuesta

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
4 de abril de 2016	12 de abril de 2016	20 de abril de 2016	28 de abril de 2016	13 de mayo de 2016

Fuente: elaboración propia.

En total, en esta primera investigación se ha analizado una muestra compuesta por 128 noticias. La muestra resulta proporcional a la de GMMP, donde analizaron los protagonistas de la información en todo el Estado con una muestra de 580 noticias (2015: 134).

5. Estudio de la calidad de las noticias

Para analizar la calidad de las noticias de cada medio se atenderá a criterios empresariales. De esa manera, la radio y la televisión públicas se evaluarán en el mismo apartado para poder comprobar las divergencias entre las mismas.

5.1. Radio y televisión públicas: EiTb

Euskadi Irratia y ETB1 son medios del mismo grupo de comunicación. Los medios del grupo EiTb (Euskal Irrati Telebista), en tanto que medios públicos de la Comunidad Autónoma Vasca, cuentan con mayores recursos económicos que el resto de medios de comunicación aquí analizados, lo que les permite contratar más personal dedicado a buscar información propia y repercute, en consecuencia, en una mayor iniciativa informativa.

El 27 % de las noticias del boletín informativo *Goizak gaur* de Euskadi Irratia son relativas a deportes, a pesar de que la mayor parte de las mismas se desarrollan después en un informativo especializado posterior. Después, aparecen las noticias de política y sociedad (el 25 % y el 22 % de las noticias). Sus protagonistas son representantes de las instituciones, ya que la ratio de noticias en las que aparece la oposición es de 4-1. Del mismo modo, dichos protagonistas son hombres y, por cada mujer que aparece como protagonista de alguna información, aparecen tres hombres. En consecuencia, Euskadi Irratia ofrece demasiado deporte y, además, muestra mayoritariamente protagonistas oficialistas (González Gorosarri, 2011b: 308-324).

El informativo de ETB1 también dedica tanto tiempo a los deportes como a la economía: el 24,41 % de las noticias; después viene la sección Sociedad (16,98 %). Por lo tanto, además del pequeño espacio que ocupa la información política, cabe señalar que las noticias culturales son únicamente el 1,87 %. La televisión pública también muestra a los representantes de las instituciones como protagonistas principales de sus noticias (33,96 %). Es más, los agentes económicos solamente protagonizan el 5,66 % de la información y los agentes culturales ninguna. De esa manera, los representantes institucionales ocupan no solo la información política, sino que también son los únicos protagonistas de las noticias culturales que ofrece ETB1. Sin embargo, resulta de mayor gravedad que el principal protagonista de la información ofrecida en la televisión pública sea ciudadanía anónima: el 28,57 % del informativo («San Prudencio: Salen a celebrar la gran fiesta del patrón de Araba») y que no se dé voz a los movimientos sociales. Además, por cada mujer que aparece se muestran seis hombres, a pesar de que la Ley de EiTb de 1982 exige paridad en la información. En resumen, debemos recordar que la mitad del informativo de ETB1 está dedicado a los deportes. Además, los protagonistas principales de todas las secciones informativas son los representantes institucionales porque la oposición tiene menor acceso y los movimientos sociales, ninguno. Por último, casi un tercio de las noticias está protagonizado por ciudadanos anónimos que aparecen como protagonistas de la información de la televisión pública.

Ambos medios del grupo EiTb muestran potencialidades y deficiencias informativas. En lo relativo a la calidad de las noticias, su principal punto fuerte es que las informaciones se basan en acontecimientos (no en declaraciones) y los titulares resumen correctamente la información de la noticia. Sin embargo, es la televisión quien muestra más noticias de mayor actualidad, porque lo acontecido en las últimas tres horas ocupa el 56,86 % del informativo, mientras que en la radio ocupa el 43,48 %.

Las actividades periodísticas que menos cuidan los medios de EiTb son las relativas al tipo de fuentes informativas empleadas y la causalidad que muestra la noticia. Quien mayor número de fuentes no profesionales emplea es ETB1, donde la ciudadanía anónima informa sobre el 23,61 % del informativo. Atendiendo a la causalidad, más de la mitad de las noticias en televisión (50,98 %) son informaciones de parte que no incluyen argumentación alguna.

En ese sentido, el índice de calidad de las noticias ha otorgado 5,89 puntos a Euskadi Irratia y 5,08 a ETB. La radio se impone en la fase de selección de noticias porque desarrolla la información deportiva, de menor trascendencia, en un informativo posterior. Además, la causalidad ha resultado decisiva porque el 13,04 % de las noticias de Euskadi Irratia ofrecen argumentos de dos posiciones. La radio pública también ha destacado en la profundidad informativa, ya que el 8,69 % de las noticias ha incluido las respuestas a las siete preguntas en W. El informativo de ETB1 ha conseguido la menor puntuación porque solo destaca en un indicador: la idoneidad de los elementos complementarios. Las imágenes que ofrece la televisión pública muestran más respuestas a preguntas en W que los cortes de audio de la radio.

5.2. *Diario Berria*

El diario *Berria* se publica de martes a domingo. Al contrario que los medios del grupo EiTb, *Berria* —perteneciente al grupo Euskarazko Komunikazio Taldea (EKT)— se financia únicamente a través de las aportaciones de los accionistas, de la venta de publicidad, de la venta de diarios y de las ayudas públicas a favor del euskera.

Si nos fijamos en el modelo informativo que ofrece el diario *Berria*, en portada muestra un abanico de noticias de todas las secciones, entre las que destacan Economía (24,32 %), Política (21,62 %) y Cultura (16,21 %). Por ello, los agentes culturales tienen gran presencia (15,625 %), al igual que los movimientos sociales (15,625 %), a pesar de que, tal como ocurre en ETB1, los representantes institucionales sean los principales protagonistas de la información (34,375 %). La segunda semejanza con la televisión pública es el género de los protagonistas: por cada mujer que aparece protagonizando alguna noticia en la portada de *Berria* aparecen seis hombres. No obstante, *Berria* sí hace un especial esfuerzo por mostrar el País Vasco en su totalidad (6,89 %), mientras que ofrece el mismo espacio a las noticias originadas en el País Vasco sur, en el País Vasco francés y en Navarra (3,45 %). Sin embargo, la Comunidad Autónoma Vasca obtiene mayor representación (17,24 %).

De ese modo, el modelo periodístico del principal medio del grupo EKT se basa en acontecimientos sociales, tratados con precisión y en profundidad. El índice de calidad de las noticias le otorga 5,62 puntos. *Berria* destaca por el empleo de fuentes informativas de gran peso y en causalidad, ya que ofrece más noticias con dos y tres perspectivas (7,14% y 21,41%).

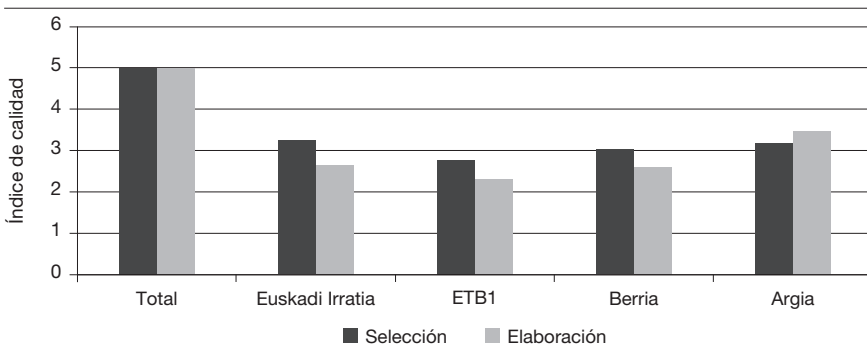
5.3. Semanario *Argia*

El semanario *Argia* es el principal producto informativo del grupo Komunikazio Biziagoa, SL. *Argia* es propiedad de sus trabajadores, a pesar de que las suscripciones, la publicidad y las ayudas al fomento del euskera también sean fuentes de ingresos.

En la portada del semanario se distinguen noticias de contenido social, cultural y político (36,364%, 27,273% y 24,24%, respectivamente). Los movimientos sociales protagonizan más noticias que los representantes institucionales (25% y 18,75%). Además, es el único medio de comunicación que ofrece paridad de género en la información. En la agenda geográfica también cabe señalar el gran esfuerzo que realiza para reflejar el País Vasco (11,76%) e interpretar las noticias locales en clave nacional vasca («Gatika: analizando las razones por las que un pueblo euskaldún ha perdido hablantes»).

Las potencialidades del semanario *Argia* son las siguientes: cita del origen de la información (para ofrecer información transparente), noticias basadas en acontecimientos, titulares de gran precisión e información profunda y que muestra varias causalidades. En cuanto a la profundidad de la información, el 58,82% de las noticias responde a las siete preguntas en W. De la misma manera, las noticias que ofrecen más de dos perspectivas de la información son el 41,18%. Así, el índice de calidad otorga 6,63 puntos a las noticias del semanario, la puntuación más alta de todos los medios analizados. Cabe destacar, también, que *Argia* es el único medio que no utiliza fuentes anónimas.

Figura 1. Calidad de las noticias de los medios en euskera



Fuente: elaboración propia.

Además, la fase de selección de la información obtiene mejor puntuación que la de elaboración en todos los medios excepto en el semanario *Argia*.

6. Incidencia de la paridad informativa en las noticias

En este apartado se estudiará la repercusión que tiene el análisis de la perspectiva de género en la calidad de las noticias. Para ello, se evaluarán dos categorías en relación con la excelencia informativa: los protagonistas de las noticias y las fuentes informativas empleadas.

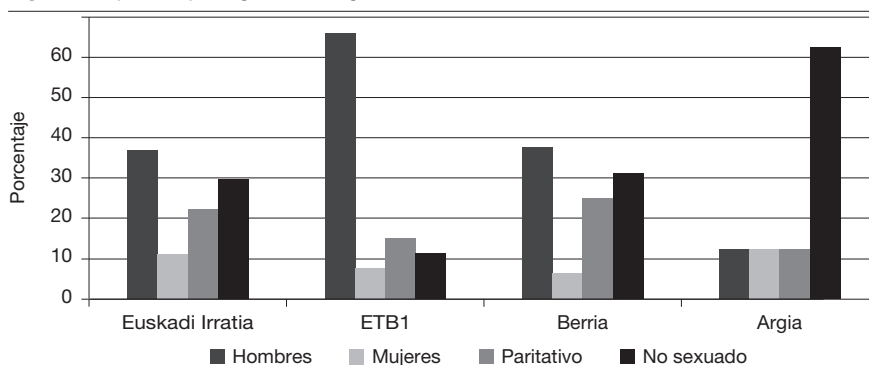
6.1. Protagonistas de las noticias

Según la última medición del GMMP, solamente el 28 % de las noticias de los medios españoles están protagonizadas por mujeres (2015). Sin embargo, no aparece correlación alguna con respecto a las fuentes informativas empleadas en esas noticias, ni la calidad de las mismas. Por ello, tales cuestiones serán analizadas en un marco más próximo, como es el periodismo en euskera.

Los cuatro medios evaluados tienden a mostrar en titulares noticias protagonizadas por hombres: 37,04 % en Euskadi Irratia; 66,04 % en ETB1; 37,5 % en *Berria* y 12,5 % en *Argia*. Muchas de esas noticias tienen, además, un sesgo androcéntrico expreso («Implantes de pelo: crecen un 76 % en la última década en Euskadi», ETB1). Sin embargo, el resto de noticias no están protagonizadas por mujeres, sino que se ha diferenciado entre las noticias solo protagonizadas por mujeres y las que ofrecen un protagonismo paritario. De esa manera, el porcentaje de noticias protagonizadas únicamente por mujeres resulta ser inferior al estudio de GMMP: 6,25 % en Euskadi Irratia; 7,55 % en ETB1; 6,25 % en *Berria* y 12,5 % en *Argia*. Únicamente este último semanario ofrece paridad en los protagonistas de la información. Así mismo, *Argia* mantiene dicha proporción en las informaciones con protagonistas en situación de paridad de género, mientras que en los medios públicos esta es superior al doble de informaciones con mujeres protagonistas, y en *Berria*, tres veces mayor. En conclusión, si sumamos las noticias en las que al menos aparece alguna mujer como protagonista, los medios vascos se sitúan por encima de la medida establecida por el estudio GMMP de 2015, excepto la televisión pública: 33,33 % en Euskadi Irratia; 22,63 % en ETB1; 31,25 % en *Berria* y 37,5 % en *Argia*.

En la última categoría se han incluido aquellas noticias en las que los protagonistas no aparecen sexuados: «Donostia 2016, en Madrid, en el Museo del Prado» (Euskadi Irratia), «Fuego en Seseña: Arde el almacén de neumáticos más grande de Europa» (ETB1), «La oposición pregunta por el excesivo coste de la lonja de Pasaia» (*Berria*) y «El 15-M comenzó en las plazas, para terminar cambiando la agenda política» (*Argia*).

Figura 2. Tipos de protagonistas según el medio

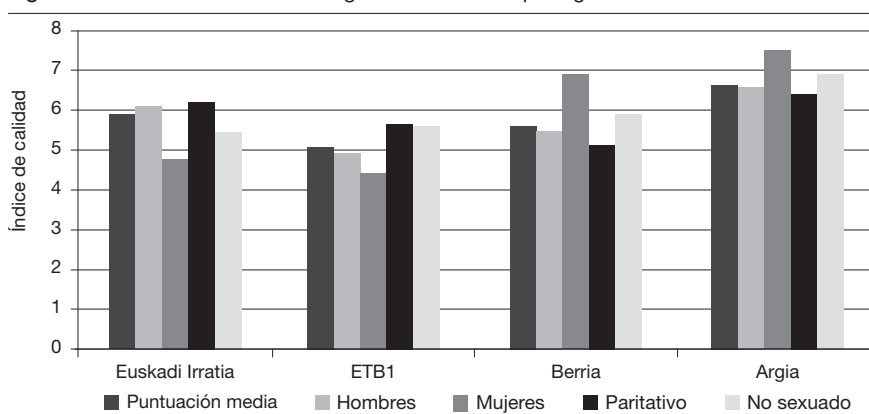


Fuente: elaboración propia.

Siguiendo esa distinción, se ha medido la calidad de las noticias de acuerdo con sus protagonistas. Así, resulta que las noticias protagonizadas únicamente por mujeres obtienen menor puntuación en el índice de calidad en los medios públicos, mientras que en *Berria* y *Argia* su puntuación es superior a la media de las noticias de dichos medios. El análisis establece que en Euskadi Irratia y ETB1 solo obtienen mejor calidad las noticias con protagonistas paritarios.

Con el objeto de analizar por qué las noticias protagonizadas por mujeres muestran peor calidad informativa en los medios públicos, pero mayor excelencia en los privados, teniendo en cuenta que la calidad de las noticias de estos últimos ya es mayor que la media de los públicos, se han analizado los datos sobre la base de dos indicadores. Por un lado, la distinción entre *hard* y

Figura 3. Calidad de las noticias según el sexo de los protagonistas



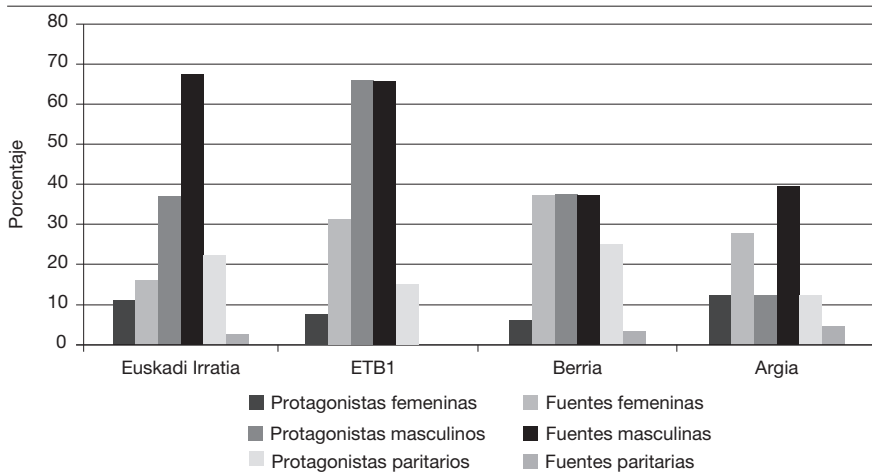
Fuente: elaboración propia.

soft news señala que las noticias únicamente protagonizadas por mujeres pertenecen todas ellas a la categoría de *hard news*. En ese sentido, la pérdida de calidad informativa se debe a la elaboración de tal noticia y no a la relevancia de la misma. Por el otro, si diferenciamos entre las noticias producidas en el País Vasco y las elaboradas a partir de agenda, de nuevo comprobamos que las noticias con protagonistas femeninas son las más cercanas, ya que estas permiten la iniciativa periodística del medio. Únicamente la televisión pública presenta noticias protagonizadas por mujeres extranjeras. En ese caso, además, la calidad informativa de las mismas aumenta significativamente a 4,77 puntos al tratarse de cargos políticos de nivel internacional, mientras que las protagonizadas por mujeres autóctonas descienden a 3,44 puntos. Considerando que la calidad media de las noticias de ETB1 es de 5,08 puntos, comprobamos que, en la televisión pública vasca, la información con protagonistas femeninas resulta de menor calidad que el resto.

6.2. Fuentes informativas empleadas, segregadas por sexos

Teniendo en cuenta que las noticias protagonizadas por mujeres solo implican mayor calidad informativa en dos medios, se analizarán las fuentes empleadas en las mismas para validar o refutar la segunda hipótesis de esta investigación. Por un lado, al analizar el porcentaje de noticias elaboradas a partir de fuentes femeninas, resulta que los cuatro medios presentan a más mujeres como fuentes informativas que como protagonistas de la información.

Figura 4. Porcentaje de noticias protagonizadas por mujeres y de noticias elaboradas con fuentes femeninas

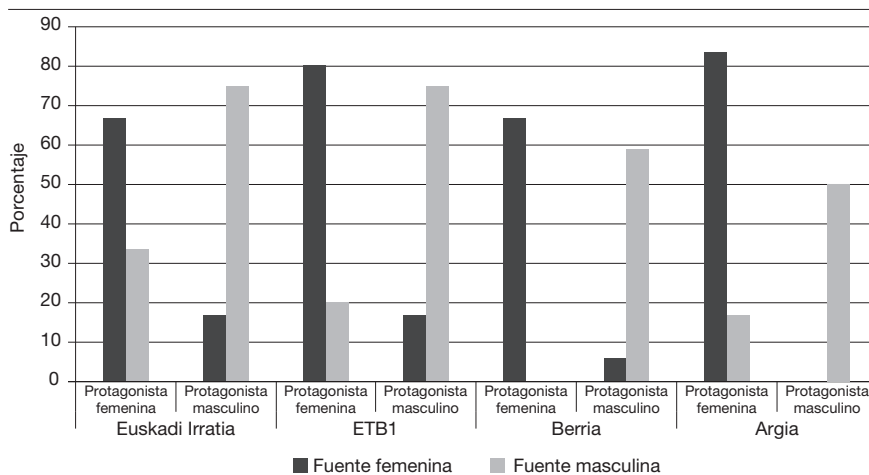


Fuente: elaboración propia.

De esa manera, comprobamos que las noticias que muestran protagonistas en equidad de género no se basan en ese mismo principio para elegir sus fuentes informativas. Mientras que en Euskadi Irratia y en *Berria* esas noticias emplean fuentes masculinas en su mayoría (61,54 % y 47,06 %, respectivamente), en ETB1 y en *Argia* esa relación se invierte y son las fuentes femeninas quienes informan sobre protagonistas paritarios (61,54 % y 60 %, respectivamente).

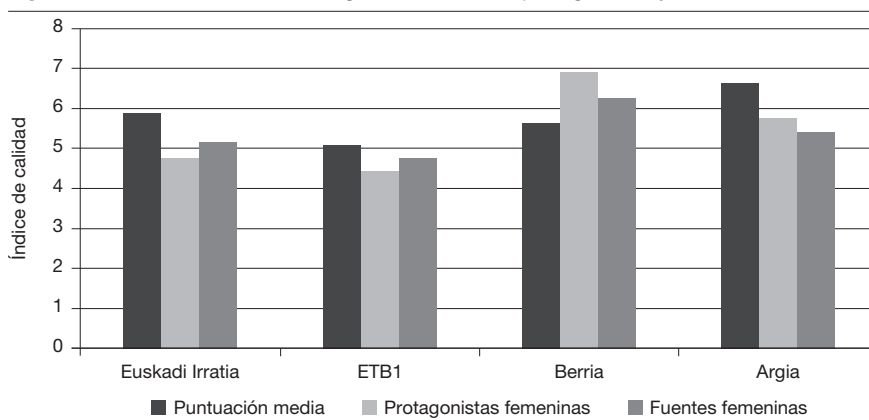
Aun así, es posible establecer una correlación entre el sexo de los protagonistas y las fuentes informativas empleadas. Los cuatro medios analizados coinciden en que el sexo de los protagonistas determina el sexo de las principales fuentes de información.

Figura 5. Correlación entre el sexo de los protagonistas y las fuentes empleadas



Fuente: elaboración propia.

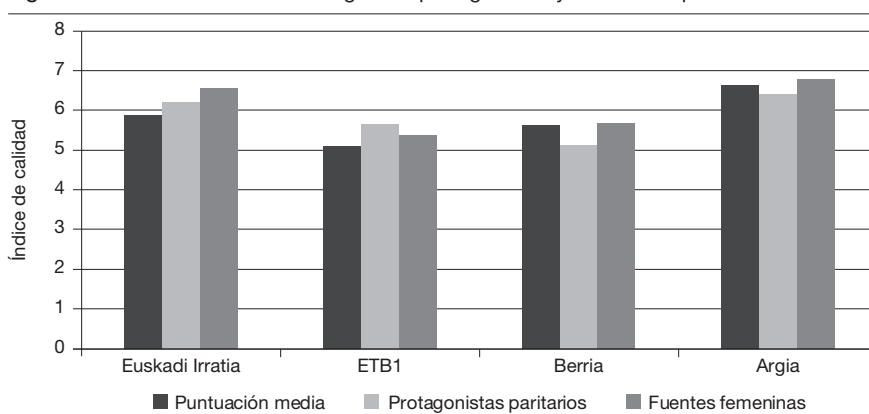
Para analizar la incidencia del sexo de las fuentes en la calidad de las noticias, se observará la puntuación obtenida por cada una de ellas. De esa manera, comprobamos que en los medios públicos las noticias elaboradas a partir de fuentes femeninas mejoran la calidad obtenida por las protagonizadas únicamente por mujeres, pero siguen siendo de inferior calidad que la media de las noticias ofrecidas tanto por Euskadi Irratia como por ETB1. Sin embargo, *Berria* y *Argia* muestran la tendencia contraria, es decir, las noticias con protagonistas femeninas son de mayor calidad que las elaboradas empleando fuentes femeninas. No obstante, ello solo aumenta la calidad de las noticias en *Berria*, ya que perjudica la excelencia informativa de *Argia*.

Figura 6. Calidad de las noticias según el sexo de las protagonistas y las fuentes

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, estudiando la calidad de las noticias con equidad de género, se comprueba que los cuatro medios muestran la misma tendencia: las fuentes paritarias son quienes mejoran la calidad informativa.

Por ello, atendiendo al tipo de fuente que corresponde al sexo de cada protagonista, se comprueba que, en el caso de las noticias protagonizadas únicamente por mujeres, las fuentes estatales han contribuido a otorgar representatividad a las mujeres. De esa manera, el 80% de las fuentes femeninas empleadas por ETB1 para informar sobre protagonistas mujeres son representantes de las instituciones y en *Berria* son el 66,67%. *Argia*, por su parte, huye de fuentes oficiales, pero recurre a las fuentes informativas femeninas para las noticias protagonizadas por mujeres, especialmente en el ámbito cultural (83,33%).

Figura 7. Calidad de las noticias según los protagonistas y las fuentes paritarias

Fuente: elaboración propia.

Esta correlación entre fuentes expertas y mayor calidad de las noticias es más relevante en las noticias con protagonistas en situación de paridad informativa. En este caso, la calidad mostrada por esas noticias es mayor, en la misma proporción en la que aumentan las fuentes femeninas estatales. En consecuencia, la inclusión de mujeres como fuentes de información mejora la calidad informativa, siempre y cuando su aportación sea debida a su condición de expertas en la materia y no únicamente como protagonistas anónimas, fruto de encuestas callejeras que pretenden reflejar una equidad de género asimétrica, donde las mujeres no aparecen en puestos relevantes («¿Cómo vas a seguir el partido del Baskonia?», Euskadi Irratia).

Finalmente, la inclusión de protagonistas no sexuados aumenta la calidad de las noticias únicamente en la elaboración de la información porque muestra un esfuerzo por parte del medio. De ahí que deba ser un recurso consciente, puesto que, de lo contrario, se tiende a caer en prácticas poco profesionales, características del *fast journalism*.

7. Conclusiones

Retomando las preguntas de investigación planteadas al inicio, estas son las conclusiones del presente trabajo:

1. Al contrario de lo planteado en la primera hipótesis, se ha comprobado que los medios emplean un mayor número de fuentes informativas femeninas, las cuales llegan a ser el doble y el triple en proporción a las noticias protagonizadas únicamente por mujeres. Por lo tanto, la investigación ha refutado la primera hipótesis.
2. Los medios tienden a emplear fuentes informativas del mismo sexo que los protagonistas, ya que ellos mismos protagonizan muchas veces la información, aunque no excluyen las fuentes informativas del sexo contrario.
3. La inclusión de mujeres como protagonistas de las noticias indica el grado de representatividad de las mismas en los medios. Sin embargo, de esta primera investigación no se puede concluir que su simple inclusión repercuta en una mayor calidad informativa. Resulta necesario que las mujeres participen en los medios en calidad de expertas para que la paridad informativa repercuta positivamente en la excelencia informativa. En consecuencia, a fin de investigar tal correlación, convendría un segundo estudio que confirme estas tendencias.
4. Actualmente, el empleo de fuentes de información paritarias mejora la calidad de las noticias, ya que tales mujeres son expertas en la materia, resultado de la inserción de cuotas de género en organismos estatales. Además, no se trata únicamente de la fase en que se elabora la información, ya que las fuentes paritarias mejoran la calidad de las noticias en ambos procesos: tanto en la selección de la información como en el de elaboración de la noticia. Así, la segunda hipótesis de esta investigación queda parcialmente validada.

Referencias bibliográficas

- BAITINGER, G. (2015). «Meet the Press or Meet the Men? Examining Women's Presence in American News Media». *Political Research Quarterly*, 68 (3), 579-592.
<<https://doi.org/10.1177/1065912915586632>>
- BUCHER, H.-J. (2003). «Journalistische Qualität und Theorien des Journalismus». En: BUCHER, H.-J.; ALTMEPPEN, K.-D. *Qualität im Journalismus: Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle*. Wiesbaden: Westdeutscher, 11-34.
- FRÜH, W. (2001). *Inhaltanalyse: Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK Medien.
- GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT (2015). *GMMP 2015 Report*. Toronto: WMTN. <www.whomakesthenews.com> [Fecha de consulta: 20/07/2017].
- GONZÁLEZ GOROSARRI, M. (2006). «Euskarazko tokiko hedabideen kalitatea». *Uztaro*, 59, 41-61.
- (2011a). *Albisteen kalitatea: 'Euskadi Irratia', 'Etb1' eta 'Euskaldunon Egunkaria' / 'Berria' (Research on Basque Media's News Quality)*. Leioa: UPV/EHU.
- (2011b). «Euskadi Irratia: Nortasuna + albistegintza-eredua = nortasun-eredua». En: VV. AA. (2011). *The Radio is Dead. Long Live Radio! 1. Nazioarteko Kongresua*. Leioa: UPV/EHU, 308-324.
- (2012a). «Albisteen kalitatea: 'Euskadi Irratia', 'Etb1' eta 'Euskaldunon Egunkaria' / 'Berria'». *Jakin*, 190, 23-55.
- (2012b). *Komunikazio-empresa: kalitatea, helburu eta xede*. Bilbao: UEU.
- (2013). *Albisteen kalitatea: 'Euskadi Irratia', 'Etb1' eta 'Euskaldunon Egunkaria' / 'Berria'*. Bilbao: UEU.
- HAGEN, L. (1995). *Informationsqualität von Nachrichten*. Opladen: Westdeutscher.
- MAURER, T. (2005). *Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität: Eine Längsschnittstudie zur Nachrichtenentwicklung in Deutschland*. München: Reinhard Fischer.
- MCQUAIL, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Londres: Sage.
- MEYER, P. (2004). *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age*. Columbia: University of Missouri Press.
- PELLEGRINI, S.; MÚGICA, M. C. (2006). «Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo». *Palabra Clave*, 9 (1), 11-28.
- RAMÍREZ DE LA PISCINA, T.; GONZÁLEZ GOROSARRI, M.; AIESTARAN, A.; ZABALONDO, B.; AGIRRE, A. (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, 248-274.
<<https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1011>>
- ROSENGREN, K. E.; CARLSSON, M.; TÄGERUD, Y. (1991). «Quality Assessment of Broadcast Programming». *Studies of Broadcasting*, 27, 21-80.
- SCHIRMER, S. (2001). *Die Titelseiten-Aufmacher der BILD-Zeitung im Wandel: Eine Inhaltsanalyse unter Berücksichtigung von Merkmalen journalistischer Qualität*. München: Reinhard Fischer.
- SHOR, E.; VAN DE RIJT, A.; MILTSOV, A.; KULKARNI, V.; SKIENAB, S. (2015). «A Paper Ceiling: Explaining the Persistent Underrepresentation of Women in Printed News». *American Sociological Review*, 80 (5), 960-984.
<<https://doi.org/10.1177/0003122415596999>>
- TORRE, L. DE LA; TÉRAMO, M. T. (2004). *La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público*. Buenos Aires: Educa.

- VEHLOW, B. (2006). *Qualität von Spätnachrichten-Sendungen*. München: Reinhard Fischer.
- ZABALETA URKIOLA, I. (1997). *Komunikazioaren ikerkuntzarako metodologia*. Bilbao: UEU.