



LA PUESTA EN VUELO DEL A400M: Estudio sobre la calidad en la prensa sevillana

Tesis Doctoral



Presentada por **Ana Rodríguez Rey**

Directores: **Doctora María del Mar García Gordillo**
Catedrático Carlos Gómez Camacho

Sevilla, 2016

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Departamento de Periodismo II

Facultad de Ciencias de la Información



LA PUESTA EN VUELO DEL A400M:

Estudio sobre la calidad en la prensa sevillana

Tesis Doctoral

Presentada por: Ana Rodríguez Rey

Dirigida por:

Doctora D^a. María del Mar García Gordillo

Catedrático D. Carlos Gómez Camacho

Sevilla, 2016

AGRADECER: DAR GRACIAS

La tesis doctoral que aquí se presenta es el resumen del espacio vital de quien la escribe: años, meses, días, horas de aprendizaje, de ensayo, de error, de acierto... hasta llegar a formar esta investigación y presentar sus conclusiones. Una vez finalizado todo ese proceso, es el momento de dar Gracias por llegar aquí, a este punto académico y vital, al que no he llegado sola. Aquí he llegado guiada, acompañada, apoyada y querida; por lo que aquí doy las Gracias. Gracias a todos aquellos que me han acompañado, guiado, empujado... A los que me enseñáis y ayudáis a vivir cada día.

El primer agradecimiento es para mis directores, unas Gracias muy especiales. El Cat. Carlos Gómez Camacho no me conocía, le mandé un *email* poco protocolario pidiéndole su ayuda a cambio de nada. Tenía el texto perfecto y la circunstancia para decir no, pero dijo sí y lo ha repetido todos los días que lo he necesitado. Gracias por abrir las puertas de su conocimiento y estima a una desconocida que apareció un día con una idea perfilada y nada más; por llevarme a la industria aeronáutica de la mano, abrirme camino y hacerme señales de guía siempre. Gracias por no abandonarme en la travesía, por confiar a ciegas y confiar siempre. No todo el mundo tiene la suerte de que le enseñen a pensar para ser más fuerte: yo la he tenido.

A la Dra. María del Mar García Gordillo, quien es un referente para mí desde que tenía diez años y la conocí. Gracias. Por ella y sus compañeros de promoción quise ser periodista. Empezó siendo una profesora de licenciatura y ha terminado siendo una maestra. Gracias por todo lo que hemos hecho juntas, por guiarme y no olvidarme. He sido testigo de tu lucha diaria y constante, tu capacidad de esfuerzo y voluntad: ese es tu mayor legado en mí. El relato que hemos creado juntas es un relato “con-sentido” y muy sentido.

Para realizar este trabajo ha sido necesaria la colaboración de personas y entidades ajenas a la Universidad de Sevilla que han sido parte fundamental. D. Arturo de Vicente y Dña. Rocío Caparrós, de EADS en su sede de Sevilla: Gracias por responder a la llamada del Cat. Carlos Gómez Camacho, abrirme las puertas de su compañía y

facilitarme todo lo que necesitaba. La cercanía y la acogida que le dieron a mi proyecto y a mí misma fueron extraordinarios.

A las periodistas Isabel Campanario, Eli García y Encarna Freire: Gracias por los mil correos, las quedadas, las grabaciones de entrevistas, el cariño con el que me tratáis. Vuestro trabajo diario inspira investigaciones como la mía. Sed periodistas siempre.

A la Dra. Alicia Enguix y el Dr. David Gutiérrez: GRACIAS por seguirme, por confiar en mí y ayudarme tanto. Sois mi valor agregado. Un día llamé a vuestra puerta con la idea de unir estadística y periodismo, Facultad de Matemáticas y de Comunicación. Sonaba loco y trasnochado, pero apostasteis por mí y aquí está la muestra de que las sinergias existen.

A Inés y Eva, de Tabula Rasa: Gracias por ver cuando yo no veía y ser las mejores guardianas del trabajo, por no dejarme tener fallos.

Mis principales referentes investigadores han sido y son mis directores, pero han sido muchos los que me han dado la oportunidad de trabajar, de ser profesional y de crear investigando. El primero de todos, el Dr. Francisco Caro, quien me enseñó a investigar, las variables, la importancia de los artículos... Han sido muchas experiencias y de todas hemos aprendido. Gracias, Dr. Francisco Caro, por darme la oportunidad de presentar mi primera comunicación a un congreso, mi primer póster y mi primer artículo en una revista científica, y hacerlo todo tan fácil para que aprendiera.

Un agradecimiento muy especial se merece la Dra. Inés Méndez Majuelos, por decirme quién era el Cat. Carlos Gómez Camacho, mostrarme el camino y animarme a contactar con él; por abrirme las puertas de la investigación europea, llevarme a un equipo internacional, de vanguardia, siendo mi Jefa y mi compañera; por ser pionera en unir ingeniería y periodismo, por animarme a seguir un camino emocionante.

A todos los que fueron mis compañeros en SISOB Project, un proyecto del 7º Programa Marco de Investigación de la Comisión Europea, un cerebro electrónico; una casa en la que trabajamos mucho, muy bien y que es una gran experiencia. La Dra. Beatriz Barros, como directora del proyecto, y el Cat. Miguel Ángel Aguirre confiaron y me dieron margen para crecer, viajar, aprender y ser parte de ese equipo; el equipo de

comunicación de SISOB que fue un equipo pionero: Inés Méndez, Martyna Bryla, Isabel Cabello. GRACIAS.

Desde 2010 que inicié los cursos de doctorado han sido muchos los momentos y personas que han pasado por mi formación como investigadora y por mi propio trabajo doctoral. La formación del grupo de investigación “Estudio de Medios para el Periodismo de Calidad”, el diseño y realización de propuestas para convocatorias, la preparación de artículos colectivos... Mucho trabajo y mucho crecimiento personal en el que he contado personas excepcionales que forman este equipo. El Dr. José Luís Rojas ha sido generoso y compañero, tanto aquí como allí, renovamos votos en Bilbao y compartimos preocupaciones e inquietudes: Gracias por arropar sabiendo lo que es el frío. Mi compañera Teresa Sánchez, luchadora total, siempre está al otro lado, nunca se ha cansado de animarme y apoyarme en todo: Gracias por valorarme siempre. Dr. Manuel Moguer, tenemos pendiente una estrategia, una tormenta de ideas... una charla infinita de la que aprendemos cosas: Gracias por tu buen humor y ánimo.

En el camino no solo ha habido investigación, también gestión. A todos aquellos con los que he compartido cuatro años de Claustro: Gracias por todo lo aprendido. Durante los años de claustral he sido miembro de la Mesa, de comisiones, subcomisiones... y he tenido unos compañeros luchadores con los que ha sido un lujo compartir experiencias: Jaime, Josefa, Miryam, Jesús... Son muchos y todos con un valor único, a todos, Gracias por dejarme aprender tanto de vosotros.

Este trabajo es fruto de una experiencia vital y de la relación con una profesión, el periodismo. Yo conocí esta profesión de la mano de periodistas maravillosos que aman contar historias y que luchan por contarlas. El periodismo es una profesión de historia, de personas: de vida. A lo largo del proceso de estudio han sido muchos los momentos en los que he necesitado volver a sentir la esencia del oficio y de esas personas de las que aprendí: Maestro Eladio, Paz, Javier, Gema, Ramón, Josefa, Isidoro... GRACIAS por enseñarme a Kapu, a Márquez, el valor de un total, de unas colas o de un subtítulo.

A mis compañeros de mi otra parte de la profesión, la docencia, Gracias por los ánimos en este curso, en particular, y en todos los demás, de forma especial. A mi compañera Pilar Suriñach, Gracias por tu energía, por acogerme y hacerme disfrutar de los tribunales, de los sucesos y de tantas cosas que compartimos.

Todo lo académico y laboral no hubiera sido posible sin mi base fundamental: mi familia. D. Manuel Barroso y Dña. Ana Rey: mis titanes, mis compañeros y mis resortes. Don Manuel es Barroso aunque también Rodríguez, pero aquí aparece y aparecerá como Barroso porque es lo que somos los dos, somos Barrosos. Son luchadores natos, han conseguido ser los mejores como padres, como profesionales, porque son los mejores como personas. Incansables, tenaces y superadores sin descanso, seguís luchando con nosotros. GRACIAS por traerme hasta aquí sin nada a cambio, por darme todo y lo mejor, que sois vosotros. Tendría que hacer mil tesis más para acercarme a todo lo que sois y habéis conseguido: cada uno sois referente y ejemplo en vuestra área, y la familia es uno más.

Mis tres hermanos, Manuel, Ismael y Ángel, cada uno único e insustituible: Gracias por el apoyo, consciente e inconsciente, que le dais a vuestra Cocola en su vida. Vivirla juntos es lo mejor.

A mi compañero Manolo: Gracias por apoyar este trabajo como si fuera tuyo, por no condicionarlo, ni cuestionarlo nunca; por empujarme a seguir cuando yo me paraba, por adaptar tu vida a tener como prioridad mi tesis, mi investigación, mis artículos... porque eran míos y los sentías tuyos; por defenderlo, sentirlo, sufrirlo y darle el sentido que yo no encontraba.

A Julia, Ana Jr. e Ismael Jr., por llegar, llenarlo todo y reiniciarnos. Pequeños gigantes que lo movéis todos: Gracias por darle alegría y vida a la vida.

A mis amigas de siempre, que no entendían nada pero que me decían “tú sigue”, que me lían y me evaden con decisiones interminables, que seguimos en el mismo recreo en el que nos conocimos... No sois muy conscientes, pero también estáis en este trabajo: Gracias. A mi querida María Roda, mi “persona especial”, por todo lo que me riñe, me acompaña, me mimas... Aunque esté en Madrid y yo aquí, Gracias por seguirme tan de cerca.

GRACIAS muy especiales a mi Atticus Finch particular, mi ejemplo de respeto y defensa de la democracia y la libertad. Gracias por todo lo que me has enseñado para ser persona, por lo que me has regalado para mirar el mundo y disfrutarlo. Gracias por

recordarme cada día lo bueno de ser periodista, que el periodismo es otra cosa a lo que vemos hoy y darme la esperanza para mirar al futuro.

GRACIAS mi Atticus por cogermelo de la mano y llevarme hasta el final del camino, que ha sido esta tesis doctoral, por darle sentido a terminar este trabajo y la sensibilidad para hacerlo. Tu criterio y sabiduría están en estas páginas, pero están en mí. Quiero decididamente ser responsable de toda tu entrega, no perder una coma de tu sentido y transmitir en vida todo lo que me has regalado. No sabía que buscaba un centinela, pero como tú sí: sin que me diera cuenta, me has dado la luz que no tenía.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN	15
1. Introducción	19
2. Justificación del objeto de estudio	22
3. Objetivos de la investigación	24
4. Hipótesis	26
5. Fases del estudio	26
6. Metodología	27
6.1. Análisis de textos	29
6.1.1. Evolución histórica del análisis de contenido	32
6.1.2. Definición y reglas del análisis de contenido	34
6.1.3. Estructura conceptual.....	35
6.1.4. Fases del proceso de análisis de contenido.....	37
6.2. Entrevistas	38
BLOQUE 2: MARCO TEÓRICO	41
Historia de la aeronáutica de Sevilla	45
1. La aviación en los tiempos de Tablada (1910-1936)	46
1.1. Semana de la Aviación en Sevilla, 1910	46
1.2. La base de Tablada.....	47
1.3. Distribución de Zonas Aéreas	48
1.4. La aviación comercial.....	48
1.5. Aeropuerto municipal	50
1.6. Plan Nacional de Líneas Aéreas	50
1.7. Los zeppelinos	52
1.8. Los grandes vuelos.....	53
1.9. Los levantamientos	58
1.10. El puente aéreo.....	60
2. La realidad y el deseo (1936-1972)	62
2.1. De la Hispano Suiza a la Hispano Aviación.....	64
2.2. Construcciones Aeronáuticas, Sociedad Anónima (CASA)	73
2.3. De CASA a Airbus Military	78

Cuestiones de Periodismo	84
1. Periodismo de proximidad de calidad	84
1.1. El papel del periodismo	84
1.2. El periodismo local, con sus particularidades.....	93
1.2.1. Condicionantes de la producción de noticias locales	99
1.2.2. Fuentes del periodismo local: necesidad de fuentes pertinentes	101
1.3. Periodismo de calidad y Valor Agregado Periodístico (VAP)	104
1.3.1. VAP: Valor Agregado Periodístico	107
2. Contar la actualidad de la aeronáutica.....	112
2.1. Periodismo científico: influencias periodísticas en el tratamiento de la aeronáutica en la prensa	112
2.1.1. Aeronáutica: ciencia-técnica-tecnología.....	112
2.1.2. Periodismo científico.....	117
2.1.2.1. Divulgación científica.....	117
2.1.2.2. Periodismo científico	120
2.1.2.2.1. Las fuentes en el periodismo científico	125
2.1.2.2.2. El lenguaje en el periodismo científico.....	127
2.1.2.2.3. Los géneros periodísticos en el periodismo científico	127
2.2. Periodismo económico: influencias periodísticas en el tratamiento de la aeronáutica en la prensa	129
2.2.1. Economía.....	130
2.2.2. Periodismo económico.....	132
2.2.2.1. Fuentes en el periodismo económico	134
2.2.2.2. Lenguaje en el periodismo económico	135
2.2.2.3. Géneros periodísticos en el periodismo económico.....	137
BLOQUE 3: ESTUDIO PRÁCTICO - ANÁLISIS DE CONTENIDO Y ENTREVISTAS	141
Análisis de contenido de noticias publicadas.....	147
1. Criterio de elección de los medios impresos.....	147
2. Construcción de la ficha de categorización	153
3. Tablas de Frecuencia y proceso de codificación	173
Resultados	174
1. Descripción de la muestra	174
1.1. Indicadores de localización	174

1.2. Indicadores de valorización	176
1.3. Características formales.....	186
1.4. Tratamiento informativo	205
1.5. Fuentes.....	209
Significación Estadística	223
Conclusiones del Análisis	228
Entrevistas a Periodistas.....	230
Isabel Campanario, la voz de la aeronáutica en <i>El Correo de Andalucía</i>	231
Eli García Villalón, la voz de la aeronáutica en Diario de Sevilla	239
Encarna Freire, la voz de la aeronáutica en ABC de Sevilla.....	245
Conclusiones de las entrevistas.....	249
BLOQUE 4. CONCLUSIONES	251
Conclusiones	255
Consideraciones generales.....	255
Conclusiones.....	259
BIBLIOGRAFÍA.....	263
ANEXO: ESTUDIO ESTADÍSTICO	283
1. Estudio de los Indicadores de Localización	287
2. Estudio de Indicadores de Valorización	287
2.1. ¿Qué noticias aparecen en portada?	287
2.2. ¿Cuál es la extensión de las noticias?.....	290
2.3. ¿Qué elementos de apoyo se utilizan en las informaciones?	293
2.4. ¿Qué rango de noticia se utiliza?	294
2.5. ¿Qué tipo de titular es el más común?.....	296
2.6. ¿Qué continuidad se da a las informaciones?.....	297
3. Estudio de las características formales	301
3.1. ¿Qué género se utiliza?	301
3.2. ¿Qué enfoque se da a las informaciones?.....	302
3.3. ¿Cómo se firman las informaciones?	307
3.4. ¿Qué uso del lenguaje se da en las informaciones?.....	308

3.5. ¿Cómo se explican los hechos?	312
3.6. ¿Qué elementos de contexto se dan?	315
4. Estudio del tratamiento informativo	325
4.1. ¿Cuál es el origen de la información?.....	325
4.2. ¿Qué trabajo periodístico se realiza?	330
4.3. Implicación institucional.....	336
5. Estudio de Fuentes	341
5.1. ¿Cuál es la proporción de fuentes en la muestra?	341
5.2. Cruces de variables sobre fuentes:.....	347
5.3. Glosario de fuentes analizadas.....	354

BLOQUE 1.

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE BLOQUE 1

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN	15
1. Introducción	19
2. Justificación del objeto de estudio	22
3. Objetivos de la investigación	24
4. Hipótesis	26
5. Fases del estudio	26
6. Metodología	27
6.1. Análisis de textos	29
6.1.1. Evolución histórica del análisis de contenido	32
6.1.2. Definición y reglas del análisis de contenido.....	34
6.1.3. Estructura conceptual.....	35
6.1.4. Fases del proceso de análisis de contenido.....	37
6.2. Entrevistas	38

1. INTRODUCCIÓN

La elección de Sevilla para el ensamblaje y pruebas de vuelo del avión de transporte militar promovido por la empresa Airbus —participada por Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, España, Turquía y Bélgica— fue un acontecimiento de primer orden, una proyección empresarial de enormes proporciones que trajo consigo importantes repercusiones económicas y políticas para el futuro de la capital andaluza.

El sector aeronáutico y la ciudad de Sevilla comparten una larga trayectoria; una historia que se recorre a través de las páginas de este trabajo: desde los vuelos iniciales y los primeros talleres de aviación (instalados a principios del siglo XX), hasta el mayor proyecto de aviación militar europeo. Así que, desde el punto de vista periodístico, tenía el mayor interés conocer cómo trataron los medios sevillanos los acontecimientos desarrollados en torno al gran proyecto aeronáutico.

El periodismo cuenta, comunica, describe, transmite una realidad a aquellos que tienen la necesidad de conocerla (porque la ignoran, aunque no lo sepan). En comunidades locales, ¿qué información dan sus medios para que la ciudadanía conozca la realidad en la que viven? ¿Solo de lo cercano? ¿Cómo convierten en local un acontecimiento de interés internacional? ¿Cómo están informados los sevillanos de una actividad de esta magnitud? ¿Cómo acercan los medios locales a la ciudadanía la realidad de un programa aeronáutico internacional?

Estas son las cuestiones que impulsan el interés por estudiar de qué manera la prensa local sevillana llevó a sus lectores el proceso político, técnico y económico que representaba la industria aeronáutica surgida en torno al prototipo de avión militar europeo.

En la satisfacción de las necesidades informativas de los individuos es donde se imbrica el periodismo, fruto de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, la cual está condicionada siempre por el medio de comunicación que se emplee como canal para dar respuesta a los intereses y necesidades de la audiencia. La información es básica para que el individuo sea ciudadano, ya que el conocimiento que le aporta le

hace partícipe del sistema en el que se ubica, le permite autonomía de juicio y capacidad para tomar decisiones.

El estudio que se presenta gira en torno al análisis del periodismo de proximidad, desde los parámetros de calidad y sabiendo que se trata de una cuestión de gran complejidad por los aspectos técnicos, económicos y políticos que conlleva.

Esta investigación tiene un precedente claro: la tesina doctoral Industria aeronáutica y periodismo. Análisis cuantitativo y de la calidad de la información sobre la industria aeronáutica de Sevilla en la prensa local, presentada por la titular del presente proyecto en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, en septiembre de 2010, y dirigida por la Doctora María del Mar García Gordillo. En aquel trabajo se llevó a cabo un primer estudio de mensajes periodísticos referentes a la industria aeronáutica en la prensa sevillana, y se validó una herramienta de análisis que se pretende perfeccionar a través de esta investigación.

La industria aeronáutica se perfila como uno de los sectores económicos más importantes para la comunidad andaluza. Según el Informe 2014 Sector Aeroespacial Andaluz, publicado por la Fundación Hélice (2014), 114 empresas se dedican a esta actividad, con 12.688 personas empleadas directa o indirectamente. La distribución del empleo en el sector aeroespacial en función del nivel de cualificación es muy significativa: el 61 % son empleos cualificados, frente a un 29 % de directivos. Estos datos revelan que no solo es un sector empleador, sino movilizador de la formación, que genera un potencial económico y un Know How esenciales para la especialización y el progreso.

La magnitud de las cifras de este sector es más evidente, tal y como refleja el informe, al focalizar las diferencias entre distintos ejercicios. Así, en 2014 se observa un aumento, respecto al año anterior, de 1.003 empleos y 183 millones de euros de facturación. En la ciudad de Sevilla estos datos son más significativos, con 80 empresas y 5.387 personas dedicadas a la actividad aeronáutica.

La larga tradición aeronáutica de Sevilla, que sin duda pesó además de otras circunstancias de orden geoestratégico, hacen de la capital andaluza una ciudad especialmente aeronáutica. Y son las características de esta empresa, con tanto peso

en los aspectos técnicos y de innovación, lo que induce a resaltar precisamente la faceta técnica a la que a menudo se ciñe a una repercusión estrictamente práctica, cuando en realidad tiene una mayor trascendencia. La técnica tiene un fundamental componente humanístico: acompaña al hombre en su evolución y lo complementa para poder superar las barreras de cada momento histórico. Es de este carácter humano del que se desprende la influencia de la técnica en otros ámbitos de la vida como la cultura, la política o la economía. Cuando se realiza una información con un tratamiento poco adecuado de la técnica, no sólo repercute en el desconocimiento sobre ella sino en otros muchos campos de la vida del hombre en el que influye de forma directa.

La desinformación sobre la técnica provoca un desconocimiento social de este área del conocimiento, provocando incertidumbre y reduciendo las herramientas del individuo para actuar como ciudadano de derecho, ante los poderes públicos, políticos y económicos. La información, por su parte, contribuye al desarrollo de una verdadera divulgación de conocimientos técnicos, científicos y tecnológicos, de tal manera que tanto los receptores como los propios profesionales de estos campos de investigación podrán valorar la innovación y el desarrollo como algo propio, al verse realmente reflejados en las informaciones publicadas.

Desde el punto de vista académico, un estudio de comportamientos periodísticos sobre un tema de fuerte contenido técnico (englobado en la especialización del periodismo científico) contribuirá a llenar un claro vacío, ya que solo hay un precedente: la investigación doctoral de la Dra. Inés Méndez Majuelos, en la Universidad de Sevilla, bajo el título *La Técnica como ámbito de especialización periodística: tratamiento de la biomasa en los medios de comunicación en Andalucía*, codirigida por D. Carlos Gómez Camacho, codirector también del presente trabajo.

La originalidad de este proyecto radica en relacionar periodismo de calidad y aeronáutica. Hasta la fecha, no se ha localizado una investigación o estudio que afronte la forma en que dicha industria queda reflejada en los medios ni, por tanto, la imagen que de ella se transmite. La industria aeronáutica ha sido abordada en el campo de las ciencias sociales con un carácter historicista y de recuperación y catalogación, pero no de cuestionamiento de su imagen social. Con este estudio se

trata de averiguar, por tanto, cómo ha sido el tratamiento periodístico en la prensa sevillana y hasta qué punto se ha hecho el esfuerzo en los medios de comunicación por acercar esta realidad técnica y su impacto a la sociedad.

2. JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Este trabajo analiza el tratamiento que la prensa local sevillana da a la industria aeronáutica desarrollada en la ciudad, centrando el estudio en el caso del avión A400M. El objetivo es valorar la calidad de la labor periodística publicada sobre este tema, al ser la aeronáutica un ejemplo de actividad técnica; y el A400M, un producto estrella dentro del sector de la navegación aérea.

Para realizar este trabajo se ha escogido la industria aeronáutica de Sevilla por tres razones fundamentales. En primer lugar, es un tema de gran interés social, por las repercusiones que reporta a la sociedad. En segundo lugar, centrar el estudio en un área concreta de acción, como es Sevilla, facilita y favorece el estudio. Al estar concentrada la acción, los actores principales y las consecuencias en un área geográfica determinada, la definición de los roles y las actividades es más concreta y precisa. Además, Sevilla cuenta con una prensa local muy activa, con un volumen de información considerable sobre el tema analizado, por lo que es posible realizar un seguimiento continuo.

La actividad del sector aeronáutico reúne las características apropiadas para ser foco de atención desde distintos ámbitos de interés periodístico: economía, empleo, empresa... Esto es así en cuanto que la propia industria posee esta cualidad multifacética, al ser amplios y complejos sus ámbitos de acción.

El ser foco de atención periodística desde distintas ópticas hace que el estudio de la industria aeronáutica se perfile como un buen caso para el análisis de la calidad periodística y sus repercusiones en la opinión pública.

Sin embargo, la determinación por el estudio de la industria aeronáutica es demasiado amplia para el presente estudio y las conclusiones que se pretenden alcanzar. Es por ello por lo que se ha acotado el análisis al caso del producto aeronáutico, ensamblado en Sevilla, A400M. Este posee cualidades que lo hacen idóneo para tal fin. Al ser el

primer avión de sus características y formar parte de un proyecto internacional, despierta gran expectación, por lo que los medios han seguido de cerca sus pasos.

La construcción del A400M ha durado varios años, con algunos silencios informativos en distintas ocasiones por la falta de novedades, motivo por el cual se ha acotado como periodo temporal para el estudio el comprendido entre 2009 y 2011, tres años en los que la negociación sobre el avión y su fabricación tiene una actividad constante, incluyendo el primer vuelo.

El medio de comunicación elegido ha sido la prensa, al reunir las condiciones idóneas para el análisis de contenido, la metodología definida para la investigación. Entre los medios impresos difundidos en la ciudad de Sevilla se han seleccionado: *ABC* (en su edición de Sevilla), *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía*, por ser las tres cabeceras más características y de mayor tirada de la ciudad.

Dentro de los periódicos se han considerado pertinentes para el análisis las secciones de opinión, información local y provincial, nacional, internacional, economía y ciencia y tecnología, además de la portada de cada día.

A la muestra originada por la selección, en los periodos marcados y en los medios seleccionados de informaciones sobre el caso del A400M, se le aplicará la herramienta de análisis de contenido, diseñada conforme a la metodología expuesta. Los resultados de dicho análisis serán procesados por métodos estadísticos —tratamiento y cruce de variables a través del programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)—, para poder obtener conclusiones sobre el tratamiento que se le da en la prensa de referencia de Sevilla a la industria aeronáutica que se desarrolla en la ciudad.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo de este trabajo de investigación es el estudio del trabajo periodístico de los diarios locales de Sevilla con relación a la construcción de un producto aeronáutico tan especial como el avión A400M.

En plena sociedad de la información, cuando el acceso a las noticias no tiene límites ni físicos ni temporales, los ciudadanos precisan de referencias fiables sobre su mundo más próximo, que les den las claves necesarias —a veces ocultas— para explicar decisiones sociales, políticas o económicas que incumben a su vida diaria. Esta la tarea que corresponde al periodismo de proximidad, la que desarrolla el diario local, el más representativo, el principal productor de contenidos sobre su propio ámbito y desde las connotaciones culturales e identitarias propias, el de referencia en la creación de opinión.

Para la realización del estudio sobre los principales periódicos de Sevilla es esencial la elección de un tema relevante desde el punto de vista social, económico y político, acotable en el tiempo y con el atractivo de sus connotaciones de innovación tecnológica y proyección internacional. Es el caso del proceso de producción del A400M, desde su inicio hasta la realización del vuelo inaugural.

El objetivo del estudio trasciende la simple descripción del seguimiento que los diarios hicieron a lo largo de tres años del proceso de construcción del aparato y la proyección económica de tan importante empresa, y lo que se pretende es aplicar parámetros de calidad periodística para evaluar el trabajo de la prensa local sevillana.

Este trabajo trata de obtener dos resultados principales: el estudio de la comunicación entre los agentes de la industria aeronáutica de Sevilla y la prensa del lugar; y, a partir de dichos resultados, y sobre el estudio teórico, poder perfilar las características que puedan mejorar la comunicación periodística para temas técnicos.

El estudio del caso de la aeronáutica sevillana se presenta fundamental por la relevancia de sus resultados: es importante para el propio sector, ya que puede ayudar a mejorar la transmisión de sus informaciones y a entender la configuración de su imagen social. A la vez, resulta interesante como ejemplo en el que poder confirmar la inferencia de otras especializaciones periodísticas y la repercusión de las mismas,

siendo precedente para una posible codificación en pautas para la especialización técnica.

Esta investigación tiene un eminente carácter práctico, empírico. Nace con la vocación de servicio real a los sectores técnicos, concretamente al aeronáutico, pero extrapolable como fórmula de análisis para otros, con el propósito de facilitar la transmisión de los mensajes y la configuración de la imagen de la técnica a través de la prensa.

Objetivos:

1. Análisis cualitativo y cuantitativo en la prensa local de Sevilla de la construcción del A400M hasta su puesta en vuelo.
2. Análisis cuantitativo del número de noticias y su jerarquización en las portadas de los tres diarios locales seleccionados: *ABC*, *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía*.
3. Análisis de los valores que predominan en el seguimiento informativo del acontecimiento: si preponderan los económicos, técnicos o de imagen internacional, y su reflejo en la sección elegida para la publicación de las noticias.
4. Estudio del tratamiento periodístico desde los parámetros de calidad, lo que implica detenerse en el uso de las fuentes informativas y en el grado de iniciativa de los periodistas y de su dependencia de las mismas.
5. Estudiar en qué medida se mantiene el predominio y exceso de fuentes oficiales.
6. Al tratarse de un tema con un alto contenido técnico y económico, se necesita estudiar el uso adecuado del lenguaje.
7. El objetivo de calidad proyectado hacia el conocimiento ciudadano implica que el trabajo periodístico se muestra en aportaciones de valor añadido de propia iniciativa: reportajes, entrevistas, etc.

4. HIPÓTESIS

1. La prensa local sevillana ha dado gran importancia a la información sobre la industria aeronáutica.
2. Los periódicos han prestado especial atención a las repercusiones económicas del proyecto por encima de los aspectos de innovación técnica.
3. Los periodistas tienden a apoyarse en fuentes oficiales, públicas o privadas, que ofrecen su información, en lugar de buscar fuentes propias.
4. Los aspectos favorables de la instalación de la empresa de Airbus en Sevilla generaron informaciones de carácter positivo.

5. FASES DEL ESTUDIO

La investigación se ha desarrollado en tres partes, diferenciadas por el contenido y la intencionalidad investigadora de cada una de ellas: fase de documentación y toma de contacto con el caso propuesto, fase de análisis de contenido y fase de formulación de conclusiones.

1. Fase de documentación

En la fase de documentación se desarrolla una puesta a punto teórica de varios aspectos: la técnica; el periodismo de calidad; el periodismo local, científico y económico; y la industria aeronáutica en Sevilla.

2. Estudio del tratamiento de la industria aeronáutica en la prensa local de Sevilla: el caso del A400M. Análisis de contenido y entrevistas

Estudiar el tratamiento periodístico de la industria aeronáutica en la prensa local de Sevilla. Caso del A400M	
Textos publicados en la prensa local de Sevilla. <i>ABC Sevilla, Diario de Sevilla, El Correo de Andalucía</i>	Utilizar el análisis de contenido para definir cómo ha sido el tratamiento periodístico en la cobertura y seguimiento del A400M
Periodistas de los medios analizados	Entrevistas dirigidas a definir las características, fortalezas y debilidades del proceso de producción periodística en la

Estudiar el tratamiento periodístico de la industria aeronáutica en la prensa local de Sevilla.	
Caso del A400M	
	cobertura y seguimiento del A400M. Principales problemas y facilidades a las que se enfrenta un redactor a la hora de cubrir la información aeronáutica en un medio local y su publicación en las secciones en las que lo hacen.

3. Fase de formulación de conclusiones

Teniendo como base los resultados obtenidos en las fases de documentación, el estudio del caso y el análisis de contenido, se replantearán los objetivos e hipótesis formulados al comienzo de la investigación para poder obtener conclusiones sobre lo planteado.

6. METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación explora el tratamiento periodístico de la información publicada sobre la industria aeronáutica, centrada en el caso del A400M, a partir de tres diarios locales: *ABC* (edición Sevilla), *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía*.

Para el examen de los objetivos propuestos, así como para la demostración de las hipótesis de partida, se ha empleado la triangulación de técnicas de investigación, una metodología consensuada y utilizada en las Ciencias Sociales. En este caso se combinan el estudio bibliográfico de la materia, la entrevista semiestructurada y el análisis de contenido de los textos periodísticos.

Esta metodología permite la combinación de técnicas de investigación con distinta naturaleza y tratamiento ante una misma realidad. De esta forma se consigue complementar distintos enfoques, tanto cualitativos como cuantitativos, en una investigación social. Tal como fue descrita por Denzin en 1990, la triangulación de técnicas de investigación es “la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos, métodos de investigación en el estudio de un fenómeno singular” (1990: 511). Como

explica Oppermann (2000: 141-146), no puede entenderse que el prefijo “tri”, de triangulación, haga referencia literal a la utilización de tres medidas, sino a la pluralidad de enfoques e instrumentos de investigación sobre una realidad concreta.

Denzin (1970) describe cinco posibles opciones a la hora de aplicar la triangulación a un estudio concreto: triangulación de datos, de investigadores, de métodos, de teorías o múltiples. Siendo todas ellas de gran interés por los resultados que pueden aportar, para el presente estudio se ha determinado como la más adecuada la triangulación de métodos.

La triangulación de métodos o metodológica también es posible encontrarla bajo la denominación arquetipo de triangulación. En esta idea organizacional de investigación se conciben los métodos como instrumentos, siendo el éxito de los resultados obtenidos el producto de la combinación y el aprovechamiento de los puntos fuertes de cada uno de los métodos usados.

En la triangulación metodológica pueden darse dos variantes: dentro de métodos (*within-method*) o entre métodos (*betwen-method* o *across method*). En el presente estudio se ha definido una triangulación entre métodos. Esto supone la combinación de varias estrategias de investigación en el estudio de una misma realidad.

En el caso que nos ocupa, para definir el tratamiento periodístico que reciben los temas aeronáuticos, las metodologías utilizadas han sido el estudio bibliográfico, las entrevistas semiestructuradas y el análisis de contenido de textos periodísticos (destinadas a cada uno de los elementos principales del proceso de creación de la noticia). Así, se ha realizado: un análisis de los textos publicados; entrevistas a los periodistas firmantes de estas noticias en los tres medios seleccionados; y un estudio de la historia y contexto de la industria aeronáutica en Sevilla.

La combinación de las tres metodologías planteadas supone la integración de los referentes teóricos en los criterios de análisis de contenido de los textos periodísticos, que a su vez se complementan con las experiencias profesionales de los periodistas que los trabajan en los medios analizados. A través de la combinación de las tres metodologías se consigue un análisis completo de la realidad del trabajo periodístico sobre el caso de estudio.

6.1. ANÁLISIS DE TEXTOS

Para el análisis de los textos, primero se definieron unos parámetros basados en la bibliografía y estudios precedentes sobre la calidad del mensaje periodístico y el periodismo de proximidad.

La muestra de análisis fue el resultado del seguimiento de los tres diarios seleccionados publicados durante los años 2009, 2010 y 2011. La muestra fue proporcionada por el Departamento de Relaciones Institucionales de Airbus en Sevilla, gracias a la colaboración de d. Arturo de Vicente y dña. Rocío Caparrós, quienes, al conocer el objetivo de la investigación, facilitaron los dossiers de prensa de la compañía. Además de este material hemerográfico, la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía proporcionó el dossier de prensa del sector aeronáutico de los años de análisis, con lo que se pudo complementar el material facilitado por la empresa.

Sobre esta muestra se realizó un análisis de contenido. Y, como en todos los estudios que han servido de referencia y guía en la construcción de esta herramienta, se ha entendido que el análisis cualitativo es el complemento necesario al cuantitativo, al no centrarse tanto en la frecuencia de aparición de los ítems, sino también en el campo ideológico. Por ello, en nuestro trabajo, los resultados de la aplicación de los distintos ítems se procesaron estadísticamente, para lo que se manejó la herramienta informática SPSS (como se ha apuntado anteriormente).

Además, todo el tratamiento estadístico ha estado coordinado y supervisado por dos profesores: la Dra. Alicia Enguix González, del Departamento de Estadística e Investigación Operativa de la Universidad de Sevilla, y el Dr. David Gutiérrez Rubio, profesor de Didáctica Matemática de la Universidad de Córdoba.

Profundizando en el análisis de contenido, es necesario resaltar cómo permite estudiar la información que reciben los lectores para extraer conclusiones en base a unos criterios predefinidos. Como afirma Klaus Krippendorff (1990: 7):

“el análisis de contenido puede llegar a convertirse en una de las más importantes técnicas de investigación de las ciencias sociales. Procura comprender los datos, no como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos, y abordar su análisis directo. Los métodos de las ciencias naturales no se ocupan necesariamente de los significados, referencias, valoraciones e intenciones”.

A lo que luego añade: “sin embargo, nadie puede poner en duda la importancia que tienen los símbolos en la sociedad” (1990: 7), afirmación que cobra más relevancia en el caso de los mensajes de los medios de comunicación.

El análisis de contenido se presenta, pues, como una técnica científica para la recogida de información basada en la medida y la creación de categorías dentro de una investigación. Como procedimiento científico tiene la finalidad de ofrecer resultados fiables y válidos, para lo cual debe cumplir los requisitos exigibles a este tipo de actuación: objetividad, sistematización y relevancia social.

Pese a lo que pueda apreciarse en una primera aproximación, la técnica de análisis de contenido no se limita a un estudio cuantitativo de los datos. En las investigaciones sobre comunicación también es posible la realización de un análisis cualitativo, aspecto muy relevante en la investigación en torno a los mensajes periodísticos.

La idoneidad de las técnicas de análisis de contenido en el estudio de la prensa queda validada por todas las investigaciones realizadas en este ámbito. Krippendorff (1990: 7) lo aconseja el análisis al considerar que los medios de comunicación “tienden a preservar y fortalecer los estereotipos sociales, los prejuicios y las ideologías, en lugar de modificarlos”.

Para la construcción de la herramienta de análisis de contenido aplicada en esta investigación se ha considerado otra metodología, que completa la intencionalidad de nuestro trabajo: el método VAP (Valor Agregado Periodístico). Desarrollado en la Pontificia Universidad Católica de Chile (Alessandri, *et al.*, 2001) resulta muy completo para evaluar de un modo objetivo la calidad del trabajo periodístico y así se ha puesto de manifiesto en múltiples investigaciones.

Esta metodología evalúa los textos periodísticos centrándose en dos etapas: el proceso de selección de la noticia (*gatekeeping*) y el de creación de la misma (*newsmaking*).

Para ello aplica unas fichas de análisis al trabajo periodístico durante la selección del acontecimiento y, posteriormente, en el proceso y jerarquización de la noticia.

Rastreando los indicadores de las dos etapas de concepción del texto periodístico se descubren cuáles son las variables en las que radica su calidad. En el caso del proceso de selección, se analizan indicadores de tres niveles: selectividad de la noticia, acceso y equidad.

A través de los relativos a la selectividad de las noticias se puede concretar la capacidad del redactor para discriminar entre diferentes acontecimientos noticiosos.

Para ello se determina:

- El tipo de noticia, distinguiendo entre noticias actuales (duras) y atemporales (blandas).
- El origen de la información, para determinar el grado de independencia del medio respecto de las fuentes informativas, destacando si ha sido iniciativa del medio, de la fuente, una reproducción o tiene un origen indefinido.
- La relevancia en función de la proximidad emocional del hecho con el público al que se dirige, pudiendo ser alta, media o baja.
- La relevancia en función de la proximidad geográfica, distinguiéndose entre área metropolitana, otros puntos del país y el extranjero (con y sin nacionales implicados en los hechos).
- La relevancia de las consecuencias de lo narrado, pudiendo ser nacional, regional, en un segmento o sector social, y en un grupo pequeño o especial.

Los indicadores del nivel de acceso dan cuenta de la capacidad de llegada a los actores principales de los acontecimientos. Son los indicadores que estudian la presencia de fuentes en las noticias, para lo cual describen: número de fuentes documentales, número de medios citados, número de fuentes personales y tipos de fuentes (gubernamental, oficial pública, oficial privada, experto, testimonial y no identificada).

La equidad en la información difundida se analiza a través de los indicadores del equilibrio informativo interno, que corresponden a: presencia del protagonista,

presencia del antagonista, y pauta informativa social (temática). Esta puede ser: política, social, internacional, económica, ciencia y tecnología, tiempo libre y magazine.

La segunda fase que contempla esta metodología es el proceso de creación. Por él se entiende el proceso de generar/crear la información del hecho noticioso, estudiando tres tipos de indicadores: de estilo, de contenido y de énfasis.

Los indicadores de estilo agrupan aquellas acciones relacionadas con el dominio del lenguaje y la creatividad en la construcción de la noticia.

A través de los indicadores de contenido se definen los rasgos informativos de contextualización realizados por el periodista al tratar el hecho. Se contemplan como tales: la presencia o ausencia de antecedentes y consecuencias de la noticia, así como la presencia de la observación del periodista ante los hechos.

Por último, los indicadores de énfasis recorren el punto de vista adoptado por el narrador para exponer los hechos. Para ello se considera como índices de medida: el núcleo de la información (si es fáctico o especulativo) y el enfoque (conflictivo, interés humano o trascendencia).

Esta metodología tiene como objetivo hacer hablar a los textos periodísticos sobre su creación, desde el momento en el que el hecho fue seleccionado como noticioso: traza las líneas de condiciones y presupuestos en los que se ha realizado; y, de esta forma, extrae desde el minuto cero de la información los criterios de calidad con los que ha sido construida.

6.1.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Los inicios del análisis de contenido son descritos por Jaime Andréu cuando afirma que “desde comienzos de siglo, aproximadamente durante cuarenta años, el análisis de contenido emprende su carrera en los Estados Unidos. En esa época, el material analizado es esencialmente periodístico y el rigor científico invocado es la medida” (2001: 5).

El incipiente análisis de contenido era respuesta a una demanda de información palpable. Como indica Krippendorff:

“un visible aumento de la producción masiva de material impreso en los Estados Unidos, así como la inquietud por evaluar los mercados de masas y conocer la opinión pública. (...) Estas demandas quedaron satisfechas por lo que entonces se denominó análisis cuantitativo de periódicos” (1990: 69).

La característica principal de esta primera fase del análisis de contenido es la primacía de los datos y las estadísticas. Krippendorff considera que “el problema metodológico dominante parecía ser el apoyo que los datos científicos ofrecían a las argumentaciones periodísticas. Para ser irrefutables, dichos datos tenían que ser cuantitativos” (1990: 17).

Tras la Segunda Guerra Mundial, en las décadas de 1940 y 1950, el análisis de contenido toma una nueva dirección. Como expone Jaume Andréu, “durante este periodo el 25 % de los estudios empíricos supeditados a la técnica del análisis de contenido pertenecen a la investigación política” (2001: 5). Los estudios de la propaganda centran los análisis de contenido para descubrir en los medios de comunicación presencia de elementos referentes a los contrarios.

En este segundo momento del análisis de contenido destaca la labor investigadora de Berelson y Lazarsfeld, quienes trabajaron para dotar a la metodología de la objetividad características de las disciplinas científicas. Lasswell, por su parte, desarrolló investigaciones destacables sobre la manipulación de la opinión pública, entre otras.

En las décadas de los 50 y 60 del siglo pasado se desarrolló una generalización del análisis de contenido. Distintas disciplinas de las ciencias sociales comenzaron a utilizarlo como técnica de investigación. A este respecto, Krippendorff explica: “el análisis de contenido se amplió a numerosas disciplinas. Si bien es cierto que la comunicación de masas dejó de ser su dominio empírico exclusivo, las aplicaciones referidas a ellas fueron, y siguen siendo, predominantes” (1990: 23).

Jaume Andréu apunta una característica más para este periodo: “la emergencia de numerosas preguntas y respuestas sobre el plan metodológico” (2001: 6). Con esta afirmación el investigador se refiere a que: “parece que el análisis de contenido se encuentra en un callejón sin salida y cierto número de investigadores se ven

desilusionados y desinteresados a comienzo de los años cincuenta con dicha técnica y comienzan a renovar diferentes aspectos metodológicos en congresos y reuniones científicas”.

A partir de 1960, y en las décadas siguientes, un elemento nuevo y externo a la propia técnica se convierte en protagonista: el ordenador. Este nuevo elemento aporta grandes ventajas en el tratamiento de los datos, facilitando la labor del analista y posibilitando nuevas opciones de procesado de información.

6.1.2. DEFINICIÓN Y REGLAS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO

Klaus Krippendorff define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (1990: 16). De esta definición es clave la aportación de inferencia que realiza el autor, ya que será el elemento diferenciador entre el análisis de contenido y el solo análisis cuantitativo. Como define Eduardo López-Aranguren, la inferencia es “la formulación de conclusiones acerca de cuestiones no relacionadas con el contenido de los mensajes y comunicaciones, pero que se apoyan en los resultados del análisis de contenido que se ha efectuado” (1990: 402).

Por su parte, Laurence Bardin aporta en su definición otros rasgos característicos del análisis de contenido. Para este autor es “un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido del mensaje” (1996: 29). Pero a la vez que resalta su sistematicidad y objetividad, no olvida destacar que “el propósito del análisis de contenido es la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no)” (1996: 29).

El análisis de contenido es un instrumento de investigación que puede adquirir distintas formas en función de los objetivos y la naturaleza de la investigación que se lleve a cabo. Pero una cuestión básica, y que se da en todos los análisis de contenido, es la que resalta Jaume Andréu:

“se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser sistemática, objetiva, replicable y válida”. Añade que se trata de “una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los datos” (2001: 2).

Pero a la hora de definir las cualidades básicas que debe reunir el análisis de contenido para cumplir las exigencias del método científico, distintos autores coinciden en recurrir a la definición realizada por Berelson en 1952. Jaime Andréu así la recoge: “técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (2001: 2). Siguiendo las directrices de Berelson, el análisis de contenido debe someterse a varios criterios:

1. Debe ser objetivo: la objetividad se demuestra cuando otro investigador, ajeno a la elaboración del análisis, siguiendo los pasos indicados en el mismo, puede concluir en los mismos resultados. Es por ello, por lo que se hace imprescindibles la claridad en el esquema de análisis, los objetivos, la definición de las unidades de análisis, las categorías utilizadas...; y, en fin, en todos los elementos que comportan el análisis.
2. Debe ser sistemático: la sistematicidad se manifiesta a la hora de seguir los pasos marcados en el análisis. Los contenidos o los mensajes se seleccionarán, y se trabajará con ellos de acuerdo a los principios formuladores del análisis.
3. Debe ser cuantitativo: “que se pueda cifrar numéricamente la información (codificación) para obtener el recuento de las unidades e indicadores de los fenómenos que estamos interesados en mostrar” (2001: 3).
4. Debe limitarse al contenido manifiesto: “para asegurar que la codificación de los datos del análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable” (2001: 3).

6.1.3. ESTRUCTURA CONCEPTUAL

Krippendorff (1990) establece un marco de referencia conceptual en el que describe los principales elementos que debe tener en cuenta el investigador al realizar su análisis, ya que son elementos conformadores y condicionantes del ejercicio de

analizar. Para Krippendorff, el marco de referencia conceptual en el análisis de contenido está compuesto por:

1. Los datos, tal y como se comunican al analista.
2. El contexto de los datos.
3. La forma en que el conocimiento del analista le obliga a dividir su realidad.
4. El objetivo de un análisis de contenido.
5. La inferencia como tarea intelectual básica.
6. La validez como criterio supremo de éxito.

Eduardo López-Aranguren realiza una revisión de este marco de referencia conceptual y rescata una denominación de Krippendorff, estructura conceptual, para designar “el conjunto de conceptos interrelacionados que sirven para delinear el papel del investigador en el análisis de contenido y para guiar la realización del mismo” (1990: 385-386). Este está configurado por:

1. Los datos: “materia prima del análisis de contenido. (...) Debe estar claro, por tanto, qué datos van a ser analizados, cómo son definidos, y de qué universo de datos se han obtenido”.
2. El contexto de los datos: “es construido por el investigador, y esta construcción está determinada por sus intereses y sus conocimientos, los cuales deben, por ello, ser expuestos con claridad”.
3. Objetivo del análisis. “lo que el investigador quiere averiguar tendrá que estar expuesto con claridad para que sea posible juzgar si el análisis de contenido ha llegado o no a su término”.
4. Inferencia: “la construcción teórica que el investigador utiliza le proporciona las reglas de inferencia que le permiten establecer el puente entre los datos que analiza y el objetivo que persigue”.
5. Validez: “el investigador debe someter sus resultados (mejor aún, sus inferencias) a alguna prueba de validez”.

6.1.4. FASES DEL PROCESO DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Siguiendo a M^a del Mar Blanco Leal, que recoge la teoría expuesta por Bardin (1996) y los modelos de Clemente y Santalla, antes de plantear las etapas del análisis de contenido es indispensable definir dos aspectos: los protagonistas del proceso comunicativo que se va a analizar y los elementos que Krippendorff definía como marco de referencia conceptual (desarrollados en el apartado anterior). Al referirse a los elementos del proceso de comunicación, la autora reconoce: la fuente o emisor, el proceso de comunicación (que dará como resultado un mensaje), el canal de transmisión de información, el receptor o detector del mensaje y el proceso de decodificación.

Blanco Leal (2008: 79-83) contempla cuatro momentos claves en el proceso de análisis de contenido: preanálisis, codificación, inferencias y tratamiento informático e interpretaciones de resultados.

En la primera etapa se establecen cinco momentos:

- Lectura superficial: lectura rápida para captar aquello que es más obvio para el destinatario.
- Constitución del corpus científico: selección de los documentos que se van a analizar. Esta elección tiene que estar marcada por la exhaustividad, la representatividad, la homogeneidad y la pertinencia que debe de guardar el conjunto de los seleccionados.
- Formulación de hipótesis y objetivos.
- Señalización de índices y elaboración de indicadores: los índices e indicadores proporcionarán las pautas del estudio para proceder a la sistematización del análisis.
- Preparación del material para su análisis: determinar las rutinas que se van a seguir para la obtención de información y su organización.

La codificación se lleva a cabo siguiendo las siguientes pautas:

- Determinar las unidades de registro y de contexto.
- Definir las reglas de enumeración o indicadores que se van a seguir.
- Realizar el proceso de categorización o codificación. Es decir, clasificar los elementos en categorías buscando lo que cada uno tiene en común con los demás miembros de la muestra.

El proceso de inferencia es uno de los más importantes del análisis de contenido. A través de inferencias, el análisis de contenido aporta informaciones suplementarias al lector crítico de un mensaje.

Una vez superadas todas las etapas anteriores, los datos obtenidos se procesan a través de programas informáticos de tratamiento de datos para la interpretación de los resultados.

6.2. ENTREVISTAS

La entrevista es una de las técnicas de investigación social más utilizadas. Tal como exponen Corbetta, Fraile y Fraile, “la técnica de la entrevista cualitativa pretende obtener datos preguntando a los sujetos, pero con el objetivo característico de la investigación cualitativa de conocer la individualidad de la persona entrevistada y ver el mundo con sus ojos” (2010: 344). Del mismo modo, Gaitán y Piñuel explican que: “la entrevista permite describir e interpretar aspectos de la realidad que no son directamente observables: sentimientos, impresiones, intenciones o pensamientos, así como acontecimientos del pasado que solo permanecen en la mente de los sujetos” (1998: 88).

En el presente trabajo, las definiciones anteriores cobran rigor y sentido. Para el análisis de la calidad de los mensajes periodísticos es fundamental estudiar los mensajes, sus características, sus requisitos de calidad. Pero, para conocer cómo se confeccionan esos mensajes, qué pautas y condicionantes envuelven su producción es fundamental conocer los protagonistas del proceso: sus creadores y sus fuentes. Y, precisamente, se ha empleado la entrevista como la técnica a través de la cual conocer

las rutinas, las fórmulas de trabajo periodístico y las periodistas locales que cubren la información sobre aeronáutica.

En cuanto a la clasificación por tipo de entrevista, siguiendo lo expuesto por Corbetta, Fraile y Fraile (2010: 350), en función de la flexibilidad en las fórmulas de interacción con el entrevistado, pueden ser: entrevistas estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas.

La entrevista realizada a los periodistas y a la empresa fueron entrevistas semiestructuradas. Este tipo supone no tener unas preguntas fijas a las que recurrir ante el entrevistado, pero sí un esquema vertebral de la conversación en la que abordar los puntos y enfoques fundamentales para la aportación del interlocutor a los resultados del análisis.

Como explican Corbetta, Fraile y Fraile (2010: 353), la versatilidad de este tipo de entrevista se basa en que “el entrevistador puede plantear la conversación de la forma que desee, plantear las preguntas que considere oportunas y hacerlo en los términos que le parezcan convenientes, explicar su significado, pedir al entrevistado que le aclare algo que no entiende o que profundice sobre algún aspecto cuando lo estime necesario, y establecer un estilo propio y personal de conversación”.

Frente a la anterior clasificación, Gaitán y Piñuel plantean otra, que resulta al igual interesante. Los investigadores diferencian entre entrevistas abiertas y cerradas, siendo las primeras las vinculantes en esta investigación, al definir las como aquellas “que se aplican preferentemente a personas que pertenecen al grupo de sujetos informados, es decir, a aquellos que poseen un conocimiento acerca del referente investigado” (1998: 89). Se considera sujetos informados “aquellos que han tenido una experiencia directa o que, se sabe, han podido servirse de testimonios fidedignos o acceso privilegiado a documentación original del hecho del que se pretende recabar datos” (1998: 89).

BLOQUE 2:

MARCO TEÓRICO

ÍNDICE BLOQUE 2

HISTORIA DE LA AERONÁUTICA DE SEVILLA	45
1. La aviación en los tiempos de Tablada (1910-1936)	46
1.1. Semana de la Aviación en Sevilla, 1910.....	46
1.2. La base de Tablada	47
1.3. Distribución de Zonas Aéreas	48
1.4. La aviación comercial.....	48
1.5. Aeropuerto municipal.....	50
1.6. Plan Nacional de Líneas Aéreas	50
1.7. Los zepelines.....	52
1.8. Los grandes vuelos.....	53
1.9. Los levantamientos.....	58
1.10. El puente aéreo	60
2. La realidad y el deseo (1936-1972)	62
2.1. De la Hispano Suiza a la Hispano Aviación	64
2.2. Construcciones Aeronáuticas, Sociedad Anónima (CASA)	73
2.3. De CASA a Airbus Military.....	78
CUESTIONES DE PERIODISMO.....	84
1. Periodismo de proximidad de calidad	84
1.1. El papel del periodismo	84
1.2. El periodismo local, con sus particularidades	93
1.2.1. Condicionantes de la producción de noticias locales.....	99
1.2.2. Fuentes del periodismo local: necesidad de fuentes pertinentes.....	101
1.3. Periodismo de calidad y Valor Agregado Periodístico (VAP).....	104
1.3.1. VAP: Valor Agregado Periodístico.....	107
2. Contar la actualidad de la aeronáutica	112
2.1. Periodismo científico: influencias periodísticas en el tratamiento de la aeronáutica en la prensa	112
2.1.1. Aeronáutica: ciencia-técnica-tecnología	112
2.1.2. Periodismo científico	117
2.1.2.1. Divulgación científica	117

2.1.2.2. Periodismo científico.....	120
2.1.2.2.1. Las fuentes en el periodismo científico.....	125
2.1.2.2.2. El lenguaje en el periodismo científico	127
2.1.2.2.3. Los géneros periodísticos en el periodismo científico	127
2.2. Periodismo económico: influencias periodísticas en el tratamiento de la aeronáutica en la prensa	129
2.2.1. Economía	130
2.2.2. Periodismo económico	132
2.2.2.1. Fuentes en el periodismo económico	134
2.2.2.2. Lenguaje en el periodismo económico	135
2.2.2.3. Géneros periodísticos en el periodismo económico	137

HISTORIA DE LA AERONÁUTICA DE SEVILLA

Sevilla ha estado vinculada al desarrollo de la aeronáutica y la aviación en España desde el inicio; una industria que ha crecido en número de empresas, facturación y empleo en las últimas décadas hasta convertir a la ciudad, junto con el eje que conforma con la bahía de Cádiz, y con ello a Andalucía, en el tercer polo aeronáutico más importante de Europa, por detrás de Toulouse y Hamburgo.

Desde comienzos del siglo XX, la aviación y la aeronáutica sevillana han escrito innumerables capítulos dentro del sector y de la historia de la ciudad, con acontecimientos tan importantes como la construcción o montaje de los Me109, Heinkel 111, HA200 Saeta, Harrier Plus, o como el desarrollo y puesta a punto en vuelo de los modelos C212, CN-235, C295 o el más reciente del A400M.

Sevilla representó un papel fundamental en los orígenes de la aviación en España, pues en ella se desarrollaron las primeras competiciones aeronáuticas del país. Fue punto de partida de los grandes vuelos de los años veinte y treinta del siglo XX, que demostraron al mundo las posibilidades del transporte aéreo. También contribuyó decisivamente al crecimiento de la primera línea de aviación regular española, que tuvo un peso importante en la configuración de las futuras líneas y empresas de aviación civil.

El sevillano aeródromo de Tablada, además de acoger los primeros vuelos en Andalucía, se convirtió en escenario de acontecimientos históricos como la Sanjurjada, el Complot de Tablada o el puente aéreo que permitió a los sublevados contra la Segunda República imponerse a ella.

Por último, Sevilla ha sido y es uno de los vértices fundamentales de la industria aeronáutica en España, caracterizada desde los tiempos de la Hispano Aviación por una decidida apuesta por la investigación y el desarrollo de la innovación.

1. LA AVIACIÓN EN LOS TIEMPOS DE TABLADA (1910-1936)

A pesar de que, como recogen los autores Antonio González-Betés y Julio Rodríguez (2006: 25), el primer vuelo de un avión en España se produjo en Paterna (Valencia) el 5 de junio de 1909, y tanto en Madrid como en Barcelona se realizaron varios vuelos posteriores, fue en Sevilla donde se celebró la primera competición aeronáutica.

1.1. SEMANA DE LA AVIACIÓN EN SEVILLA, 1910

Siguiendo el relato aportado por González-Betés (2006), la Comisión de Fiestas del Ayuntamiento hispalense decidió organizar la Semana de la Aviación, del 1 y al 7 de abril de 1910, coincidiendo con las fiestas de primavera de la ciudad después de Semana Santa. El Consistorio escogió como escenario para este acontecimiento la Dehesa de Tablada, cuyo hipódromo sería empleado como aeródromo, y destinó 20.000 pesetas para premios, además de una copa de plata (la Copa Sevilla).

El 26 de marzo de 1910 llegaron a Sevilla los aviadores Jan Olieslagers (denominado el Demonio belga), Jules Tyck, Louis Kuhling y René Barrier, quienes habían traído monoplanos Beirrot XI. Como describen Guerrero y Clemente, estos monoplanos eran “idénticos a los utilizados, no hacía un año, por su celeberrimo diseñador y constructor Louis Bleriot para el primer cruce aéreo del Canal de la Mancha el 25 de julio de 1909” (2009: 18).

Aunque los festejos de aviación estaban de moda en esa época, el celebrado en Sevilla era notablemente distintivo del resto, ya que suponía el primer acontecimiento aerodeportivo de España en el que cuatro aviadores con sendos aviones competían por un premio.

El primer vuelo de un avión corrió a cargo del belga Olieslager el 28 de marzo de 1910, durante las pruebas previas a la competición. Debido al mal tiempo, los vuelos de competición se pospusieron hasta el día 7 de abril y se prolongaron hasta el 10 del mismo mes. Olieslager fue el ganador de la Copa Sevilla.

Esta experiencia aeronáutica tuvo una gran repercusión no solo en Sevilla, sino en toda Andalucía, donde entre 1910 y 1912 se celebraron eventos similares en Córdoba,

Granada, Málaga, Jaén y Cádiz. Se estima que unos 200.000 andaluces pudieron contemplar por primera vez el vuelo de un avión.

1.2. LA BASE DE TABLADA

Las características de la Dehesa de Tablada, como su amplia superficie; la ausencia de obstáculos naturales; su escasa altitud –24 metros sobre el nivel del mar–, o la cercanía al río Guadalquivir –que permitiría incluso el amerizaje y atraque de hidroaviones–) son las que, como recogen los autores Guerrero y Clemente (2009: 35), llaman la atención del coronel Pedro Vives para su utilización como campo de aviación permanente para la incipiente aviación militar española y como punto de enlace con el entonces protectorado español en Marruecos.

El investigador Juan Antonio Guerrero (2007b), por su parte, apunta que, en 1914 el coronel Vives consiguió del Ayuntamiento la cesión de una parcela de la Dehesa de Tablada, de unos 24.000 metros cuadrados, situados en las inmediaciones del hipódromo; y que el Consistorio hispalense concedió además una subvención de 15.000 pesetas para las obras que comenzaron en 1915. En las nuevas dependencias se instaló una escuela para la formación de personal de vuelo y en 1916 dio comienzo el curso de observadores.

Como señala Guerrero (2007b) en su artículo, al finalizar la Primera Guerra Mundial, y dado el recrudescimiento de la actividad militar en el protectorado de Marruecos, se decidió, en vista de su importancia estratégica y logística, la ampliación de la base de Tablada.

El Mando de Aeronáutica publicó un decreto, el 17 de marzo de 1920, que no solo afectó a la organización del territorio nacional en Zonas Aéreas Militares, como se verá a continuación, sino que también perturbaba al estado y equipamiento de las bases. Con el objetivo de adecuar las instalaciones de Tablada a las nuevas exigencias, el capitán de ingenieros Antonio Rodríguez Martín realizó el proyecto cuyas obras finalizaron en 1923. Juan Antonio Guerrero (2007b) relata que el 10 de abril de ese año los reyes de España inauguraron oficialmente la Base Aérea de Tablada. Entre sus dependencias, destacaba por su importancia, según el autor, el Parque Regional Sur (la

actual Maestranza Aérea), los talleres por donde ha pasado desde entonces para su reparación y mantenimiento la mayoría de los aviones del Ejército del Aire.

1.3. DISTRIBUCIÓN DE ZONAS AÉREAS

El 17 de marzo de 1920, el Mando Aeronáutico publicó un decreto organizando y distribuyendo el territorio nacional en Zonas Territoriales de Aeronáutica. Guerrero (2007b) concreta que en el artículo tercero de dicho decreto se establecía la creación de cuatro bases aéreas: la Primera de Madrid o Central, la Segunda de Zaragoza o del Norte, la Tercera de Sevilla o Zona Aérea Sur y la Cuarta de León o del Noroeste. Cada una de estas bases dispondría de una Jefatura (con sus servicios técnicos, administrativos y sanitarios), depósitos de combustibles, un taller o fábrica, hangares, escuelas y un aeródromo principal.

La Dehesa de Tablada se convirtió así en esta etapa en el epicentro de la actividad aeronáutica en Sevilla en todas sus facetas. Fue el lugar desde donde arrancó la primera línea área española y resultó clave en el desarrollo de la aviación comercial española: el punto desde el cual partieron algunos de los grandes vuelos transoceánicos; el primer centro fabril dedicado a la actividad aeronáutica en Andalucía; escenario de dos sublevaciones de signo muy distinto contra la República y, finalmente, factor decisivo en la Guerra Civil para la victoria de los sublevados al ser el vértice del primer puente aéreo de la historia que permitió el traslado del ejército de África a la península.

1.4. LA AVIACIÓN COMERCIAL

Desde finales de la Primera Guerra Mundial, multitud de pequeñas compañías intentaron establecer líneas aéreas comerciales regulares que enlazaran las principales capitales europeas (VV.AA., 1992). Alguna aspiró a llegar hasta las colonias africanas, como era el caso de la francesa Latécoère (VV.AA., 1992), que estableció líneas regulares entre las metrópolis europeas y sus colonias.

En la década de 1920, siguiendo el relato trazado por el investigador Juan Antonio Guerrero (2008a: 64), se asistió a lo que Tomás Martín Barbadillo denominó la Batalla

del Atlántico. Bajo este término se hace referencia a la carrera entre diferentes empresas para conseguir la primacía en el tráfico aéreo entre Europa y América. Los grandes vuelos transoceánicos de aquellos años tenían entre sus objetivos comprobar la viabilidad de esas nuevas rutas aéreas, hasta que, como recoge Guerrero (2008a: 64), en 1926 Charles Lindberg atravesara el Atlántico Norte sin escalas, las únicas alternativas viables técnicamente para el transporte de viajeros vía aérea entre Europa y América eran los hidroaviones y los dirigibles. En este contexto, y por su situación geográfica, Sevilla se postuló como escala necesaria para los vuelos transoceánicos, al tiempo que se consolidaba como punto clave en las líneas aéreas nacionales.

Como señala el investigador Pérez San Emeterio (2003: 13-45), el Gobierno español, en el Real Decreto de 26 de febrero de 1920, declaró de interés el establecimiento de diversas líneas aéreas postales. Una de ellas debía unir las ciudades de Sevilla y Larache, en la costa occidental del protectorado de Marruecos.

Pero, como recoge Juan Antonio Guerrero (2007a: 63), la sublevación de las cabilas rifeñas, que culminó en el desastre de Annual en 1921, hacía muy complicado el correo fluido entre la península, vía Ceuta, con la zona de Arcila, Larache, Alcazarquivir, por lo cual se consideró a esta línea como prioritaria. Pérez San Emeterio (2003: 13-45) explica que las condiciones estipuladas para la concesión de la línea postal aérea obligaban a la empresa que se hiciese cargo de ella a realizar un vuelo diario de ida y vuelta entre Sevilla y Larache, en un horario que permitiese su enlace con el tren expreso nocturno de Madrid.

Al concurso se presentaron cuatro empresas, pero las presiones políticas provocaron que la Compañía Española de Tráfico Aéreo (CETA), de Jorge Loring (González-Betés y Rodríguez-Carmona, 2006: 65), se hiciera con la concesión el 1 de agosto de 1921. Guerrero y Clemente explican que:

“la mayoría de los consejeros y accionistas eran personas muy influyentes y cercanas al Rey y ejercieron toda la presión política que pudieron hasta el extremo de que este exigirá al Gobierno la exclusión de la primitiva CETA con el argumento de que se trataba de una compañía no completamente española y el consiguiente peligro para tan estratégico enlace aéreo” (2009: 50).

Para cubrir las necesidades del servicio, la nueva CETA adquirió seis aparatos de Havilland DH-9 excedentes de la Primera Guerra Mundial modificados por la compañía Airco para el servicio postal. El 15 de octubre de 1921 tuvo lugar el vuelo inaugural de la línea Sevilla-Larache, la primera línea aérea postal española, que funcionó sin incidencias hasta julio de 1926, cuando fue sustituida por la nueva Sevilla-Tetuán-Larache, explotada por la Compañía Aérea Jorge Loring (CAJL). El punto de partida de los vuelos de esta compañía fue el aeródromo de la Dehesa de Tablada, donde se establecieron las dependencias de la CETA, primero, y la CAJL, después, junto a las empleadas por la Aeronáutica Militar.

1.5. AEROPUERTO MUNICIPAL

En 1927 el Ayuntamiento sevillano, animado por las perspectivas de la celebración de la Exposición Iberoamericana en 1929 (Guerrero, 2008a: 65), aprobó la construcción en Tablada del Aeropuerto Municipal de Sevilla, que se completaría con el previsto Aeropuerto Terminal de Dirigibles de la futura línea Sevilla-Buenos Aires, dentro de los planes de la Sociedad Transaérea Colón.

En el proyecto del nuevo aeropuerto, este ocuparía una banda de terreno en forma de L en la zona suroeste del campo de vuelos (que seguiría siendo usado por los vuelos de la compañía CETA para los vuelos de la línea con Larache y por las actividades militares de la Base Aérea) con una extensión de 150.000 metros cuadrados. En abril de 1927, la compañía Unión Aérea Española, con una autorización, estableció la línea aérea Madrid-Sevilla-Lisboa, y en 1929, otra línea Sevilla-Granada.

1.6. PLAN NACIONAL DE LÍNEAS AÉREAS

El Gobierno de Primo de Rivera intentó regularizar el tráfico aéreo e incentivar el desarrollo aeronáutico. En el Real Decreto del 9 de enero de 1928 (Guerrero, 2008a) convocaba un concurso de explotación, denominado Plan Nacional de Líneas Aéreas, en el que se detallaban las rutas que debían cubrir las compañías que concurriesen al mismo. En la normativa se exigía que directivos y personal fuesen de nacionalidad española y se perfilaba una red de tráfico aéreo, con líneas radiales Madrid-Barcelona,

Madrid-Valencia, Madrid-Galicia, Madrid-Sevilla-Cádiz y Madrid-Burgos. También se diseñaba la ruta mediterránea Barcelona-Valencia-Alicante-Málaga-Sevilla, así como la atlántica norte Vigo-Coruña-Gijón-Santander-Bilbao-San Sebastián, y la atlántica sur Melilla-Málaga-Ceuta-Cádiz, incluyendo el enlace ya en explotación Sevilla-Larache. En el Plan Nacional también se establecían rutas internacionales, con conexiones con Francia, Italia y Portugal, pero para fijar estas últimas serían necesarios acuerdos bilaterales con cada uno de los gobiernos.

Al concurso del Plan Nacional de Líneas Aéreas concurren, como constata Guerrero (Guerrero, 2008a), la Unión Aérea Española y un consorcio formado por Iberia, Compañía Aérea de Transportes (con participación de Deutsche Lufthansa) y CAJL. Pero el Gobierno presionó para que se hiciera una oferta conjunta en la que, además de la UAE y el consorcio, participase la industria aeronáutica nacional representada por Jorge Loring, CASA y la Hispano Suiza, bajo las siglas CLASSA (Concesionaria Líneas Aéreas Subvencionadas Sociedad Anónima).

En 1931, con la llegada de la Segunda República, el Gobierno declaró nulo el contrato de subvención con CLASSA, nacionalizando (previa indemnización a los accionistas) la empresa, que pasó a denominarse Líneas Aero Postales Españolas. En diciembre de 1933, la compañía LAPE inauguró la línea Sevilla-Canarias.

Para Juan Antonio Guerrero (Guerrero, 2008a), el desarrollo de la aviación comercial en Sevilla en este periodo es muy importante, pues supera incluso al tráfico aéreo del aeropuerto de Barcelona. Es por ello por lo que se planteó la necesidad de abandonar el aeródromo de Tablada y trasladar la actividad al nuevo aeropuerto que se estaba construyendo en San Pablo junto a la Terminal de Dirigibles.

Además de CLASSA y LAPE, Guerrero (2008a) incide en que desde Sevilla también operaría Lufthansa con líneas regulares. El autor recoge que, desde 1930, la compañía alemana mantuvo una línea hasta Sevilla para el correo a Sudamérica, que era allí embarcado en el Graf Zeppelin y llevado hasta Recife, en Brasil, para desde allí volar con la subsidiaria Condor hasta Río de Janeiro. El sistema se cambió en 1933 con el establecimiento del primer servicio regular transoceánico, usando bases aéreas flotantes como el buque Westfalen y cuatro aviones que volaban desde Alemania a

Sevilla, de aquí a Las Palmas y de la capital canaria a Banjul (Gambia), para continuar hasta Natal, en Brasil.

1.7. LOS ZEPELINES

En septiembre de 1926, Emilio Herrera, defensor del uso de los dirigibles como medio de transporte y colaborador de la empresa alemana Luftschiffbau Zeppelin (Guerrero, 2008a), consiguió del Gobierno de Primo de Rivera la aprobación del proyecto de línea aérea Sevilla-Buenos Aires, de Sociedad Trasaérea Colón. Pero tras la visita a Sevilla de Hugo Eckener, ingeniero de la Luftschiffbau Zeppelin, se desaconsejó la ubicación de la Terminal de Dirigibles en Tablada, eligiéndose como emplazamiento alternativo unos terrenos ubicados en la huerta de Hernán Cebolla, que fueron cedidos desinteresadamente por el torero Ignacio Sánchez Megías. Posteriormente, se utilizaron los terrenos, cedidos por Idelfonso Marañón Lavín, donde se ubica el actual aeropuerto de San Pablo. El 24 de abril de 1929 (Guerrero, 2008a), en vísperas de la celebración de la Exposición Iberoamericana, y a modo de prueba, llegaba a Sevilla el dirigible Graf Zeppelin. Causó sensación en el público (Chaves Nogales, 2001).

Las dificultades económicas del Ayuntamiento sevillano, según Juan Antonio Guerrero (2008a: 65)¹, impidieron realizar todas las obras necesarias para el desarrollo de la Terminal de Dirigibles que se levantaba en los terrenos del actual aeropuerto de San Pablo. No obstante, como destaca el investigador, el Graf Zeppelin arribó a Sevilla en otras quince ocasiones: la última, el 10 de julio de 1936. A pesar de todo, el inicio de la Guerra Civil, la tragedia del Hindenburg (VV.AA., 1992)² y el espectacular salto tecnológico de la aviación comercial tras la Segunda Guerra Mundial hicieron que la aventura y las travesías del Atlántico por parte de los zepelines acabasen de forma abrupta.

¹ En enero de 1933 se firmó el conocido como Convenio de Tablada, entre el Ayuntamiento de Sevilla y las empresas Luftschiffbau Zeppelin y Hamburg Amerika Line. A través de este acuerdo, el consistorio hispalense se comprometía a realizar las obras necesarias para la Terminal de Dirigibles y las empresas alemanas, dieciocho atraques anuales... Ninguna de las partes cumplió lo pactado.

² El accidente e incendio del zepelín Hindenburg en el aeródromo de Lakehurst (Nueva Jersey) el 7 de mayo de 1937 supuso el final de la carrera de estos aparatos.

1.8. LOS GRANDES VUELOS

Durante los felices años veinte, como se recoge en la obra *Crónica de la aviación* (VV.AA., 1992), se asistió a una carrera continua por conseguir establecer nuevos récords aéreos. Varios eran los elementos que confluían y alimentaban esta competición:

- Los premios económicos creados por empresas y particulares para estimular este tipo de vuelos. Los más conocidos de ellos serían los premios Orteigh y Dole (VV.AA., 1992). Estos premios sirvieron de acicate para hazañas como la de Charles Lindbergh (Berg, 2001: 131-201), que en 1927 atravesó en solitario el Atlántico.
- Los distintos fabricantes aeronáuticos estaban interesados en mostrar al mundo las bondades de sus nuevos productos. Aquellos vuelos se presentaban como el vehículo idóneo para promocionar los productos de Dornier, Breguet, Lockheed, De Havilland y Fokker, entre otros (VV.AA., 1992).
- La necesidad de las distintas aviaciones militares de mostrar “el pabellón” y enseñar “músculo”, dos expresiones que aluden a un afán ciertamente exhibicionista de las distintas aeronáuticas militares (VV.AA., 1992) que intentaban mantener su preeminencia en tiempos de paz.
- Motivos de carácter político. Los grandes vuelos se convertían en elemento de prestigio y promoción internacional para los gobiernos que los alentaban, y al mismo tiempo servían para reactivar relaciones políticas entre los países de origen y destino. Con el tiempo, las rutas empleadas en estos grandes vuelos se convertirían en líneas comerciales (Guerrero, 2007c: 61).

En el año 1925, durante la dictadura del general Primo de Rivera, el Servicio de Aviación Militar español, en aras de aumentar su prestigio, aprobó varios proyectos de vuelos a lugares distantes del planeta, unidos a España principalmente por lazos históricos; pero sin olvidar otros vínculos, como los que la actualidad del nuevo colonialismo español imponía. Fueron tres los *raids* previstos que principalmente interesaron al mando de la aviación militar española: un vuelo hasta Argentina, otro

hasta Filipinas y el tercero hacia la colonia de Guinea Ecuatorial (Permuy y González, 2010: 38).

El primero de estos, que abrió la etapa de los grandes vuelos, como lo describe Juan Antonio Guerrero (2007c: 61), fue realizado por los capitanes Ramón Franco y Mariano Barberán, como piloto y observador, respectivamente, del hidroavión DornierWal, que se pensaba utilizar para llegar a Buenos Aires. Franco era un experimentado piloto especialista en hidroaviones, mientras que Barberán era un reconocido navegante. Sin embargo, una vez que Franco recibió en Italia el hidroDornierWal n.º 12, Barberán había pedido la separación del Servicio de Aviación, por razones personales, y fue nombrado como nuevo navegante el capitán Julio Ruiz de Alda. Como mecánico del hidroavión se designó a Pablo Rada; y a estos se les unió el aviador naval teniente de navío Juan Manuel Durán, que participó en todas las etapas menos en una.

El hidroavión recibió el nombre de Plus Ultra, que, como apunta Guerrero (2007c: 62), es un lema muy ligado al descubrimiento de América. El *raid* comenzó el 22 de enero de 1926 en el puerto de Palos de Moguer, como simbólico recuerdo de los viajes de Colón, con escalas en Las Palmas de Gran Canaria, Port Praia, Fernando Noronha, Recife, Río de Janeiro y Montevideo, para llegar a Buenos Aires el 10 de febrero de 1926.

En total, el Plus Ultra recorrió 10.270 kilómetros; necesitó para ello 59 horas y 39 minutos (Guerrero, 2007c: 62). En el recibimiento en Buenos Aires, los aviadores fueron aclamados como héroes. El 6 de abril de 1926, 140 aviones despegaron de Tablada sobrevolando el Guadalquivir, para recibir al crucero argentino Buenos Aires, que traía a bordo al rey y a los héroes del Plus Ultra, en la que fue la mayor concentración aérea hasta la fecha vista en España.

Como apuntan Rafael Permuy y José González (2010: 38)³, persiguiendo los mismos objetivos que el Plus Ultra, se programaron vuelos hasta Manila, con la que se conoció

³ Para el raid hasta Filipinas se organizó una patrulla de tres aviones Breguet XIX, a la que se bautizó como Patrulla Elcano, y que estaba formada por los capitanes Eduardo González Gallarza, Joaquín Loriga Taboada y Rafael Martínez Esteve. Los 17.000 kilómetros entre Madrid y Manila se dividieron en diecisiete etapas que fueron ejecutadas en 39 jornadas. El raid comenzó el 5 de abril de 1926 y finalizó el 13 de mayo, aunque solo pudo llegar uno de los tres aviones a su destino.

como Patrulla Elcano, y hasta Guinea Ecuatorial, con la Patrulla Atlántida (2010: 39)⁴. Con posterioridad hubo otros intentos de vuelos militares, como el de una nueva patrulla de Breguet XIX a Jerusalén o el intento de vuelta al mundo de Ramón Franco en el DornierSuperWal Numancia, que no prosperaron.

A pesar de estos intentos fallidos, se planificaron otras expediciones aéreas, y el aeródromo de Tablada se convirtió en pieza fundamental de los grandes vuelos transatlánticos españoles: del Jesús del Gran Poder y el Cuatro Vientos (Guerrero, 2007c: 65). Los motivos para la elección de Sevilla-Tablada fueron varios, según el investigador Guerrero:

- La coincidencia con la celebración de la Exposición Iberoamericana de 1929 en el caso del Jesús del Gran Poder, que en su vuelo visitaría varios países hispanoamericanos.
- La pista (que se alargó 600 metros, hasta alcanzar los 1.800 metros) y la altitud (24 metros sobre el nivel del mar) a la que se situaba hacían de él un aeródromo idóneo para el despegue de este tipo de aeronaves.
- La Maestranza Aérea y sus técnicos, que prestaban un buen servicio a las aeronaves para su reparación y puesta a punto de los aparatos.

• Jesús del Gran Poder

El vuelo del Jesús del Gran Poder fue paradigmático para la aviación militar española. Como afirman Permuy López y González Serrano (2010: 39), la factoría CASA de Getafe construyó en 1928 dos aviones con los numerales 71 y 72 asignados por el Servicio de Aviación a la versión TR Bidón, de gran radio de acción. Uno de ellos, el n.º 72, fue bautizado Jesús del Gran Poder. Esta aeronave se asignó a los capitanes Ignacio

⁴ Otro de los vuelos subvencionados por la aviación militar española fue el de los tres hidroaviones DornierWal, encuadrados en la Patrulla Atlántida, que volaron desde Melilla hasta la colonia de Guinea Ecuatorial en diciembre de 1926. Para este vuelo, más científico y de carácter militar que con propósitos de lucimiento, fueron elegidos el comandante Rafael Llorente Solá y los capitanes Manuel Martínez Merino y Niceto Rubio Guardia. El raid se produjo sin novedad, con los tres hidroaviones volando en formación, llegando a Santa Isabel de Fernando Poo tras 15 días de viaje. Desde esta isla del golfo de Guinea los hidroaviones realizaron, durante un mes, vuelos de reconocimiento y exploración sobre la colonia, tras lo cual emprendieron el vuelo de regreso. El 26 de febrero de 1927 los tres hidroaviones amerizaron en El Atalayón (Melilla), después de haber recorrido 6.829 kilómetros en nueve etapas, demostrando las buenas cualidades de los DornierWal y la magnífica preparación de las tripulaciones.

Jiménez Martín y Francisco Iglesias Brage (Guerrero, 2007c: 65) para efectuar un vuelo destinado a batir el récord mundial de distancia, pero no lograron su objetivo.

En un principio, como recoge Guerrero (2007c: 65) en su obra, durante el vuelo estaba previsto que los aviadores se dirigieran a la India, hacia donde partieron el 29 de mayo de 1928, aunque sin éxito. Al sobrevolar el actual Irak, el aparato, debido al viento y al polvo de las zonas desérticas que estaba sobrevolando, tuvo problemas técnicos y aterrizó en Nassiriya, donde los aviadores fueron prisioneros de los beduinos locales y, posteriormente, rescatados por los hombres del 84º Squadron de la Royal Air Force destacados en Bassora. Según Guerrero (2007c: 65), en Irak permanecieron tres meses a la espera de los repuestos para su avión, con el que volvieron a Tablada haciendo escala en Estambul y Barcelona.

A pesar del revés sufrido, Juan Antonio Guerrero (2007c: 65) destaca que la misma tripulación, con el mismo aparato, despegó desde Tablada el 24 de marzo de 1929 rumbo al Atlántico Sur y, tras permanecer en el aire 44 horas, consiguió aterrizar en Bahía (Brasil). Recorrieron una distancia de 6.746 kilómetros, aunque, como destaca el investigador, no batieron el récord mundial establecido el año anterior por Ferrarin y Del Petre. Sin embargo, el autor relata que el éxito fue muy considerable y el *raid* continuó a través de América del Sur (Bahía, Río de Janeiro, Montevideo, Buenos Aires, Santiago de Chile, Arica, Lima Paita, Colón Guatemala y La Habana). Completaron finalmente unos 22.000 kilómetros.

• **Cuatro Vientos**

En octubre de 1932, recogen los investigadores Permuy López y González Serrano (2010), el capitán de aviación Mariano Barberán, director de la Escuela de Observadores de Cuatro Vientos, y que había colaborado con Ramón Franco en la planificación del raid del Plus Ultra, presentó el proyecto de un vuelo Sevilla-Cuba-México que debía cubrir 7.000 kilómetros sobre el Atlántico.

Según relatan los investigadores Permuy y González, por conducto reglamentario, la documentada memoria de Barberán, con informe favorable del mando, fue elevada al Ministerio de la Guerra, y el ministro Manuel Azaña aprobó con entusiasmo el vuelo. Este perseguía varios fines de gran interés: habría de construir un nuevo enlace entre

España y América, servía para testimoniar “el fraternal cariño que la República española sentía por las repúblicas americanas de su misma raza” y, especialmente, contribuía a que las “alas españolas llevaran el saludo cordial del viejo solar hispano a la República de México” (Permuy y González, 2010: 40-41), país que no había sido visitado por los aviadores en sus vuelos transatlánticos anteriores.

El avión destinado a emprender este vuelo, bautizado como Cuatro Vientos (Thomas, 1983: 49-54)⁵, se construyó en la fábrica de CASA, en Getafe, y era una nueva versión del Breguet XIX estándar de la aviación militar española de la época: el modelo Gran Raid TR Superbidón, según Guerrero (2008b: 65)⁶, capaz de realizar el vuelo transatlántico sin escalas (con un alcance mínimo de 8.000 kilómetros). En el diseño de esta aeronave habían participado los ingenieros españoles José Aguilera, Luis Sousa y Miguel Guinea.

En suma, se trataba de un avión de construcción española y era necesario demostrar la solvencia de los productos aeronáuticos nacionales ante el mundo. Como apuntan los investigadores González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 59)⁷, con la realización del vuelo transoceánico se pretendía poner de manifiesto la capacidad y competencia de los aviadores españoles, además del extraordinario interés de la República española por el progreso de la aviación y de la industria aeronáutica española. Finalmente, el vuelo del Cuatro Vientos también serviría para estudiar una nueva ruta aérea sobre el Atlántico, que en un futuro no muy lejano habría de ser el nuevo camino que seguirían las comunicaciones entre Europa y América Central.

⁵ El nombre de Cuatro Vientos aludía al aeródromo madrileño del mismo nombre, aunque tenía un doble significado. Por un lado, era un homenaje a todos los aviadores españoles que se habían formado en su escuela y donde Mariano Barberán era profesor. Por otro lado, era un homenaje a la República, al tomar el nombre del levantamiento republicano de Cuatro Vientos de diciembre de 1930, simultáneo al de los capitanes Fermín Galán y Ángel García en Jaca, en el que participaron, entre otros, Joaquín Collar y Ramón Franco.

⁶ Similar al Point d’Interrogation utilizado por los franceses Dieudonné Costes y Maurice Bellonte para realizar, entre otros vuelos, la travesía París-Nueva York, y la primera del Atlántico en dirección Oeste, al Cuatro Vientos se le habían hecho las modificaciones necesarias para poder incrementar su capacidad de combustible hasta los 5.300 litros.

⁷Dos años después, el Plan Gil Robles pondrá de manifiesto las graves carencias tanto de la aviación militar española como de la industria aeronáutica nacional.

La planificación del vuelo por parte de Barberán fue milimétrica. Escogió como piloto al teniente Joaquín Collar, un aviador español bien considerado en aquel momento. Con él realizó desde Tablada varios vuelos de prueba a Cabo Juby y Las Palmas.

A las cinco menos veinte de la madrugada del 10 de junio de 1933 el Cuatro Vientos partió de Tablada, siguiendo la ruta Madeira-Puerto Rico, hacia Cuba. Después de 39 horas y 55 minutos, los aviadores españoles aterrizaron en Camagüey, tras haber recorrido 8.095 kilómetros. Los cálculos de Barberán habían sido tan exactos que en los depósitos del avión solo quedaban 100 litros de combustible. Sin embargo, había que cumplimentar la segunda etapa del viaje hasta México, de forma que el 20 de junio partieron hacia la capital mexicana. El avión cruzó el Caribe entre Cuba y la península de Yucatán, donde se perdió su pista. A pesar del enorme y aparatoso operativo de búsqueda puesto en marcha por el Gobierno mexicano, nada más se supo de los aviadores españoles.

1.9. LOS LEVANTAMIENTOS

El aeródromo de Tablada, además de su importancia en el desarrollo de la aviación y de la industria aeronáutica en Sevilla, se convierte en escenario y pieza clave de la historia del país. En él se gestan y desarrollan tres de los *levantamientos* de la década de 1930.

En 1923, el general Miguel Primo de Rivera ejecutó un golpe de Estado que desembocaría en una dictadura, recobrando así la figura del levantamiento o asonada militar que marcó la historia de España durante el siglo XIX.

Al golpe militar de Primo de Rivera, que contó con el apoyo del propio Alfonso XIII, le sucedieron otros de muy diferente signo, unos contra la monarquía y otros contra la República. En dos de ellos, el complot de Tablada y la Sanjurjada, la base de Tablada fue el escenario principal, y en el tercero (el del 17 de julio de 1936), que condujo a la Guerra Civil, jugó un papel muy importante.

- **El Complot de Tablada**

El primero de los levantamientos que tiene al aeródromo sevillano como epicentro es el conocido como el complot de Tablada, nombre acuñado por Blas Infante (1979), supuestamente uno de sus promotores. Tras la proclamación de la Segunda República el 14 de abril de 1931, se procedió a la convocatoria de elecciones constituyentes. A ella concurrió por la circunscripción de Sevilla la Candidatura Revolucionaria Federalista Andaluza, impulsada por Blas Infante, que actuaba como coalición de pequeños partidos de izquierda. Entre los miembros de esta candidatura, además del padre de la patria andaluza, destacaba la presencia de Ramón Franco y de Pablo Rada.

A finales de junio de 1931, durante la campaña previa a las elecciones constituyentes, como relata José Antonio Silva (1981), Franco, Rada, el comandante Romero Basat y el jefe de la base de Tablada, el coronel Camacho, prepararon un levantamiento para la proclamación de la República o Estado Libre de Andalucía. El autor apunta que las autoridades republicanas se adelantaron a la supuesta conjura enviando al general Sanjurjo, quien se personó en Tablada y sofocó el supuesto acto subversivo. La única víctima de este levantamiento sería Ramón Franco, que fue destituido de su cargo de director de Aeronáutica, aunque, como expone el investigador, lograría su acta de diputado, no por Sevilla, sino por Barcelona.

- **La Sanjurjada**

La segunda de las asonadas que tienen a Tablada como escenario estuvo protagonizada por el encargado de sofocar la anterior, el general Sanjurjo. Como aclara Gabriel Cardona (2007), este acontecimiento histórico es conocido como la Sanjurjada.

El 10 de agosto de 1932, el general José Sanjurjo (Cardona, 2007)⁸ se pronunció contra el Gobierno de la República. Encabezó un golpe de Estado que solo triunfó durante 24

⁸ El pronunciamiento contra la República se produce con el siguiente bando dado en 10 de agosto de 1932 en Sevilla: "El Excmo. Sr. General Don José Sanjurjo Sacanell, Teniente General de los Ejércitos: Hago saber: Queda declarado el Estado de Guerra en toda la región andaluza, con las consecuencias que dicho estado lleva consigo. Como Capitán General de Andalucía, asumo el mando, concentrado en mi autoridad todos los poderes. Así como Dios me permitió llevar al Ejército Español a la victoria en los campos africanos, ahorrando el derramamiento de sangre moza, confío en que también hoy, me será permitido, con mi actitud, llevar la tranquilidad a muchos hogares humildes y la paz a todos los espíritus. ¡Viva España Única e Inmortal!".

horas en la ciudad de Sevilla. El autor expone que, al mediodía, el general se dirigió a la base de Tablada y arengó a las tropas, que no se unieron al levantamiento, por lo que fue el único acuartelamiento sevillano que no lo secundó.

El fracaso de la asonada en el resto de España, debido a su mala planificación y preparación, y a la inminente llegada de tropas gubernamentales a la ciudad, explica Cardona, hizo que el general huyera en automóvil hacia Portugal. Lo detuvieron en la mañana del 11 de agosto en Ayamonte. Sanjurjo fue juzgado y condenado a muerte, aunque posteriormente fue indultado y puesto en libertad el 25 de julio de 1934, exiliándose a Portugal.

La Sanjurjada es considerada por el historiador Gabriel Cardona (2007) como el ensayo general del levantamiento del 17-18 de julio de 1936 que desembocaría en la Guerra Civil. El investigador afirma que, aunque la dirección y coordinación del golpe militar corrió a cargo del general Mola, era Sanjurjo quien hubiese ostentado la jefatura de los sublevados de no haber muerto en un accidente de aviación el 20 de julio, cuando regresaba de su exilio en Portugal.

• **Levantamientos de julio de 1936**

Tablada, según Nicolás Salas (2009: 197-199), volvió a ser protagonista durante los primeros momentos del levantamiento militar del 17-18 julio, para pasar a convertirse durante los meses de julio y agosto en la clave para el triunfo de la insurrección. El autor afirma que, aunque en un primer momento la base de Tablada se mantuvo fiel al Gobierno de la República, la decisiva actuación del capitán Vara del Rey hizo que la base se entregase a los sublevados el mismo día 18.

1.10. EL PUENTE AÉREO

El primer puente aéreo de la historia, siguiendo la exposición de los investigadores Permuy López y González Serrano (2010: 62-66)⁹, se gestó de forma espontánea en el

⁹ El 17 de julio de 1936, el jefe de las Fuerzas Aéreas de África era el comandante Ricardo de la Puente Bahamonde, primo carnal del general Francisco Franco Bahamonde. Puente Bahamonde se mantuvo fiel a la República y se opuso a los sublevados atrincherándose en el aeródromo de Sania Ramel. Fue detenido el 18 de julio, juzgado y condenado a muerte el 2 de agosto. La sentencia le fue comunicada y ratificada por su primo al día siguiente, siendo fusilado el 4 de agosto de 1936.

aeródromo de Tetuán, durante los primeros momentos del golpe de Estado que desembocaría en la Guerra Civil, y tendrá como vértice la base de Tablada.

Según el relato de estos investigadores, fue convocada y presidida por el general Francisco Franco una reunión de los altos jefes militares de Marruecos. Se sugirió el empleo de tres trimotores Fokker FVII 3m coloniales situados en Sidilfni para afrontar el paso del Ejército de África a la península. Según este relato, el 20 julio despegó del aeródromo de Sania Ramel de Tetuán, el primero de los Fokker FVII 3m, pilotado por Alfredo Arija Valenzuela, con nueve legionarios de la V Bandera de la Legión al mando del teniente Francisco Gassol, con destino a Tablada. Al final del día, en tres vuelos, fueron 42 soldados mandados por el comandante Antonio Castejón los que llegaron a Sevilla. En opinión de Nicolás Salas (2009: 328-347), estas exiguas fuerzas fueron determinantes a la hora de decantar el triunfo de los sublevados en la ciudad.

Entre el 20 y el 28 de julio de 1936, se trasladaron a Sevilla las IV y V Banderas de la Legión a un ritmo de 120 legionarios diarios. Los trimotores Fokker FVII 3m alternaban estos vuelos de transporte de tropas con otros nocturnos de bombardeo y reconocimiento.

Como expone Ángel Viñas (2007), el 24 de julio los sublevados incautaron un Junkers Ju-52 de Lufthansa en Villa Cisneros, y fue enviado con un emisario de Franco a Berlín en petición de ayuda militar al Gobierno alemán, que en opinión del autor fue muy generoso con los insurgentes, ya que el 27 de julio partieron rumbo a Tetuán veinte aviones de transporte Ju-52. Pero, como expone Juan Antonio Guerrero (2009: 62-63), no fue la única ayuda que recibieron los sublevados en estos primeros y decisivos momentos, ya que desde la Italia de Mussolini llegaron a Nador el 30 de julio ocho trimotores Savoia Marchetti S.M.81. Además, el 14 de agosto arribaron vía marítima a Melilla la primera docena de cazas Fiat CR-32 Chirri, que fueron montados en tierra y volaron hacia Tablada el 17 de agosto. Guerrero (2009: 62-63) vuelve en su relato a destacar la importancia de Sevilla en la aeronáutica del momento, al narrar cómo el 6 de agosto, a bordo del mercante Usaramo, llegaron al puerto de Cádiz seis cazas Heinkel 51 y otros diez Ju-52, que igualmente fueron trasladados a la base de Tablada.

2. LA REALIDAD Y EL DESEO (1936-1972)

Con el inicio de la Guerra Civil, Sevilla se convirtió en la principal base logística de la retaguardia del bando sublevado. Según los investigadores González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 61-64), los suministros alemanes e italianos llegaban a los puertos de Cádiz y Sevilla, y desde allí eran enviados a los distintos puntos del frente.

Tablada fue el enclave fundamental del despliegue del Ejército de África y la principal base aérea de los sublevados. Las instalaciones y personal de la Maestranza Aérea desempeñaban un papel preeminente al ser durante un tiempo el único lugar donde se podían reparar los aviones militares.

Las autoridades de la República, conscientes de la importancia de la industria aeronáutica para el desarrollo de la guerra, trasladaron las fábricas más cercanas a la línea del frente hacia su retaguardia. Se nacionalizaron las empresas, se crearon los SAF (Servicio Aviación de Fábrica) y la producción quedó supeditada a las necesidades de la contienda.

Tablada se constituyó como un punto estratégico para los sublevados. La importancia de este enclave no radicaba solo en su naturaleza de base aérea, sino en sus talleres: contenía “los mejores talleres aeronáuticos de la zona meridional de la península, el Parque Regional Sur” (Guerrero y Clemente, 2009: 173).

- **Plan Lafita**

En septiembre de 1937 (González-Betés y Rodríguez-Carmona, 2006: 61-64), en el bando nacional se prepararon unos planes para la futura industria aeronáutica. El general Alfredo Kindelán encargó al teniente coronel Felipe Lafita que convocara una reunión en Salamanca, a la que asistieran los empresarios aeronáuticos con el objetivo de tratar planes industriales para después de la guerra. Acudieron a la reunión representantes de la Hispano-Suiza, Elizalde y CASA, a los que se les expuso un programa para la fabricación de 1.000 aviones, de diseño propio o con licencias extranjeras, con un presupuesto estimado en mil millones de pesetas, y desglosado de la siguiente forma: 460 cazas, 280 bombarderos, cincuenta de transporte, cien de escuela y cien entre reconocimiento, hidroaviones y servicios generales.

En la misma reunión se expuso la necesidad de crear nuevas factorías, ya que CASA había sido desmantelada, al igual que la Hispano de Guadalajara y los talleres militares de Cuatro Vientos, que habían sido trasladados a Reus, Sabadell y Alicante, mientras que la factoría Elizalde estaba en Barcelona. Todas las fábricas de material aeronáutico, excepto la de CASA, en Cádiz, especializada en hidroaviones, habían quedado en la zona republicana.

Esta reunión, concluyen González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 61-64), sería fundamental para el futuro de la aeronáutica en Sevilla. Por un lado, los responsables de la Hispano Suiza, alentados por las previsiones del que se conocería como Plan Lafita y las necesidades de la aviación de los sublevados, instalaron una factoría en Triana, que con el tiempo se convirtió en la Hispano Aviación.

Por otro lado, en noviembre de 1938 (González-Betés y Rodríguez-Carmona, 2006: 61-64), José Ortiz de Echagüe, en representación de CASA, acompañó a Felipe Lafita a Alemania para visitar las factorías de Heinkel, Dornier, Junkers y Bücker, para así estudiar posibles acuerdos de fabricación de sus modelos bajo licencia en España. En junio de 1938, Ortiz de Echagüe consiguió del Consejo de Administración de CASA el aumento de su capital social con el fin de reconstruir la factoría de Getafe al final de la contienda y adquirir 100.000 metros cuadrados en Sevilla para levantar en ellos una nueva planta.

En opinión de los investigadores González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 61-64), fueron las necesidades del bando sublevado durante la Guerra Civil las que permitieron el asentamiento en Sevilla de dos de las principales empresas del sector aeronáutico español: Hispano Suiza y CASA, que acabarán fusionándose en 1972. En este periodo de 1936 a 1972, la actividad de ambas estuvo marcada por la escasez de recursos y la autarquía de la posguerra, así como por el desarrollo de grandes e ilusionantes proyectos desde mediados de los cincuenta.

2.1. DE LA HISPANO SUIZA A LA HISPANO AVIACIÓN

En 1904, como recogen los investigadores González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 45), los empresarios Damián Mateu y Francisco Seix, junto con el ingeniero suizo Marc Birkigt, crearon en Barcelona la Hispano-Suiza, Fábrica de Automóviles, SA. Esta empresa fue durante las tres primeras décadas del pasado siglo uno de los más prestigiosos fabricantes de automóviles del mundo. Gracias a su fiabilidad, calidad y prestancia, los automóviles Hispano-Suiza fueron pronto considerados como coches de lujo y símbolos de prestigio social.

En 1916 (González-Betés y Rodríguez-Carmona, 2006: 45), el Gobierno animó a la Hispano-Suiza a entrar en el campo de la fabricación de camiones militares, para lo que creó en Guadalajara La Hispano-Suiza, Fábrica Nacional de Automóviles y Material de Guerra, que inició su andadura fabricando camiones de 40/50 CV. En esos momentos se preveía acometer la construcción de aviones, por lo que se adquirió junto a la fábrica una extensión de terreno apta para campo de aterrizaje.

En diciembre de 1917, la Hispano-Suiza contrató los servicios del ya consagrado proyectista de aeroplanos Eduardo Barrón (González-Betés y Rodríguez-Carmona, 2006: 38), quien en 1918 diseñó y construyó los prototipos de aparatos de caza y reconocimiento que la empresa presentó al concurso de la Aviación Militar de 1918-1919. A pesar de conseguir el primer premio en el apartado de caza y el segundo en el de reconocimiento, y como explica Marcelino Viejo Canalejas (2001: 189), ninguno de estos prototipos se llegó a producir en serie, ya que el mando de la aviación militar consideró más atrayente, y económico, la adquisición de aparatos de importación o sus licencias.

La Hispano-Suiza de Guadalajara adquirió la licencia de fabricación de los aeroplanos de Havilland DH-9 y DH-6, de los que fabricó más de un centenar de aparatos, que fueron la espina dorsal de la aviación militar durante la guerra de Marruecos.

En el concurso de 1927, según lo recogido por Antonio González-Betés y Julio Rodríguez-Carmona (2006: 38), las autoridades militares prefirieron construir bajo licencia a apostar por un diseño nacional. En esta ocasión, la Hispano-Suiza recibió el encargo de fabricar 82 cazas Nieuport-52. No obstante, la empresa volvió a su política

inicial de proyectar aviones propios, y así surgieron el E.30, monoplano de ala alta parasol, y la avioneta biplana E.34.

La situación de la aviación militar a principios de los años treinta era el fiel reflejo de la convulsa situación en la que se hallaba el país, sumido en el tránsito de la dictadura de Primo de Rivera a la Segunda República, y bajo los efectos de la crisis de 1929.

En 1935 (González-Betés y Rodríguez-Carmona, 2006: 59)¹⁰, José María Gil Robles se hizo cargo del Ministerio de la Guerra y elaboró un plan general para la adquisición de material de vuelo con su armamento y material complementario, así como la construcción, ampliación y defensa de los aeródromos y la formación del personal de vuelo.

El conocido como Plan Gil Robles (González-Betés y Rodríguez-Carmona, 2006: 59) preveía la inversión de 400 millones de pesetas entre 1935 y 1940 para la construcción de diversos aviones, nuevamente bajo licencia. En la Hispano-Aviación, según este plan, se construirían los cazas Hawker Spanish Fury, de los que no se llegó a montar ni un solo aparato antes del inicio de la Guerra Civil.

Tras los primeros días de confusión, Guadalajara se mantuvo fiel a las autoridades republicanas. Después de los bombardeos aéreos realizados por la aviación de los sublevados los días 28 de julio y 12 de agosto, Marcelino Viejo Canalejas (2001: 131-139) señala que se decidió trasladar la factoría y a sus trabajadores, considerados fundamentales para la contienda que se estaba desarrollando, hasta Alicante. Como describe el investigador, la empresa fue intervenida por la República y reconvertida en una SAF (primero la n.º 5 y después la n.º 15 en Alicante). Allí repararon los aviones republicanos, y con grandes carencias de medios montaron y fabricaron los Polikarpov I-16 *Mosca*, Hispano Fokker D.XXI e Hispano Fokker CX (2001: 131-139)¹¹.

¹⁰ Resultan significativas las declaraciones del propio Gil Robles sobre el estado de la aviación española: “El panorama era desolador, prácticamente el Ejército estaba deshecho. Los aparatos de la aviación militar eran del año 1919 y las mayores bombas disponibles eran de seis kilogramos. Los ejercicios realizados habían demostrado que, en aviación, más del cincuenta por ciento de los aviones habían estado fuera de servicio o se habían estropeado, no habiendo podido cumplir sus misiones”.

¹¹ Como muestra de las carencias materiales con las que se trabajó, sobre todo la falta de motores, basten dos datos aportados por el autor: de los 25 Hispano Fokker y 50 Fokker D.XXI construidos en la SAF 15, solo llegaron a volar un aparato de cada modelo.

En este contexto, los propietarios de la Hispano-Suiza, cuyas dos principales factorías en España habían sido intervenidas por la República, la de Guadalajara y la de La Sagrera, en Barcelona, como explica Marcelino Viejo (Viejo, 2001: 131-139), se pusieron a la entera disposición de las autoridades franquistas. Tras la reunión de septiembre de 1937, en la que se esbozó el Plan Lafita, el autor (2001: 137) señala que enviaron a Sevilla al que hasta el inicio de la Guerra Civil había sido director de la factoría de Guadalajara, Gonzalo Taboada Sangro. Taboada alquiló unos viejos talleres de carpintería, situados en los números 102-106 de la calle San Jacinto del barrio de Triana, donde retomó la actividad la Hispano-Suiza. El primer cometido que se le asignó fue la reparación de los aviones Fiat CR-32 de la Aviazione Legionaria italiana, con objeto de descongestionar la frenética actividad de la Maestranza Aérea de Tablada.

Con el final de la contienda y la vuelta a su país de los mecánicos italianos, Taboada inició, como explican González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 74-76)¹², una frenética labor para volver al nivel de actividad previo a la Guerra Civil, con las vistas puestas en las previsiones, no ya del Plan Lafita, sino del mucho más ambicioso Plan Yagüe. Con este plan, como explican los investigadores, se trataba de levantar desde cero una fábrica, después de una guerra y prácticamente sin recursos técnicos, ni humanos.

El proceso de puesta en marcha de la factoría es descrito por Marcelino Viejo Canalejas (2001: 177-183) cuando expone que, en julio de 1939, cincuenta trabajadores de la SAF 15, antiguos operarios de la Hispano-Suiza de Guadalajara, recibieron por carta una oferta de trabajo para incorporarse a la nueva factoría de Sevilla. A ese primer grupo seguirían otros. Junto con los trabajadores, se recuperó parte del material de la desmantelada SAF 15 de Alicante y de la antigua fábrica de Guadalajara. Ante la imposibilidad de adquirirlas, se empleó la maquinaria existente para la fabricación de otras nuevas, en ocasiones recurriendo al despiece y copia pieza a pieza de las

¹² En 1939, siendo ministro del Aire el general Yagüe, se diseñó un plan para el futuro del Ejército del Aire concretado en la construcción de 3.200 aviones en siete años. Posteriormente, este plan se ampliaría a diez años para la fabricación de una flota aérea de 5.000 aviones, de los cuales, 1.870 eran de caza; 470, de ametrallamiento y reconocimiento estratégico; 1.590, de bombardeo; 290, de transporte; 155, de reconocimiento marítimo lejano y cercano; 280, para servicios generales y escuela de transformación; y, por último, 345 eran de escuela elemental. El costo aproximado del plan Yagüe fue de unos 5.043 millones de pesetas, con unas inversiones aproximadas de 500 millones por año.

originales. En este proceso se contrataron cuatro nuevos ingenieros que conformaron el departamento de proyectos, al que en 1940 se uniría Emile Dewoitine (Juárez, 2007: 402).

La Hispano-Suiza, a pesar, como apunta Marcelino Viejo (2001: 177-183), de las dificultades y las carencias materiales, se embarcó en el diseño de dos nuevos aviones. El primero, el HS-42, se trataba de una nave de entrenamiento avanzado; y el segundo, el HS-50, de un caza inspirado en el Dewoitine D-520.

La apuesta por el HS-50, según Viejo Canalejas (2001: 177-183), era audaz y arriesgada: audaz, porque se contrató a un ingeniero de primera línea para el diseño de uno de los aviones más modernos y tecnológicamente avanzado de su época; y arriesgada, puesto que, como explica el autor, la Hispano-Suiza comprometía medios y personal en el desarrollo de un diseño propio.

El investigador Juan Antonio Guerrero (2010: 66) apunta que la sustitución del general Yagüe por el general Vigón al frente del Ministerio del Aire, 27 de junio de 1940, supuso una vuelta al anterior Plan Lafita, y se concretaba en la elección como avión de caza, no del moderno HS-50, sino del ya obsoleto Fiat CR-32, que se construiría bajo licencia en las instalaciones de la Hispano-Aviación en la calle San Jacinto. El autor apunta a que, tal vez en compensación por ello, se recibió el encargo de la fabricación de cien unidades del avión de entrenamiento avanzado HS-42, que se construyó entre 1942 y 1948.

Manuel Lage (2000)¹³ expone que, de acuerdo con la ley de protección a la industria nacional de 1939 y el decreto de normas para la reorganización de la industria aeronáutica de 26 de abril de 1940, se constituyó en 1943 la empresa mixta Hispano Aviación, SA (HASA). Según el autor, un tercio del capital social de dicha empresa era estatal y los dos tercios restantes pertenecían a la Hispano-Suiza. Esta última también era propietaria de la fábrica de motores de Barcelona y de la mayoría del capital de la Société Française Hispano Suiza, que era independiente de Barcelona desde 1923.

¹³ En 1923 se creó la filial francesa Société Française Hispano Suiza por las presiones recibidas del Gobierno francés. Esta empresa se especializó en la fabricación de motores de aviación y terminó formando parte de SNECMA (Société Nationale d'Étude et de Construction de Moteurs d'Aviation). La Hispano Suiza española, por su parte, cedió sus derechos de fabricación de camiones y gran parte de sus instalaciones a la Empresa Nacional de Autocamiones, SA (ENASA), creada en 1946 por el INI.

Con la desaparición de la palabra *Suiza* del nombre de la empresa, explica Lage (2000), se quería expresar nominalmente la participación del Ministerio del Aire español en la nueva empresa.

- **La Hispano Aviación**

En 1943 la Hispano Aviación recibió el tercer gran programa en la posguerra: la construcción de 200 unidades del Me-109G. El primer avión de esta serie no voló hasta el 2 de marzo de 1945, dos meses antes de la rendición alemana en la Segunda Guerra Mundial.

En su obra *El taller de Ícaro*, sobre la historia de la Hispano Aviación en Sevilla, Marcelino Viejo (2001: 209-219) utiliza el título *El taller autárquico: la época del Buchón* para exponer la evolución que se desarrolla en la empresa durante las décadas de 1940 y 1950. Viejo Canalejas ilustra la situación en la que vivía y trabajaba la Hispano Aviación en aquellos momentos, teniendo que afrontar la construcción de un avión para lo cual carecía de los materiales básicos necesarios, por el embargo internacional al que España fue sometida desde la finalización de la Segunda Guerra Mundial.

Uno de los grandes problemas al que tuvieron que hacer frente fue dar una solución eficaz a la planta matriz de este avión. De hecho, de las 239 unidades de HA-1112, recoge Marcelino Viejo (2001: 209-219), se llegaron a realizar cinco versiones distintas con cinco motorizaciones diferentes. El autor aclara que, en principio, la única alternativa posible era la utilización de los motores ya existentes y fabricados en España, los cuales resultaban insuficientes porque no alcanzaban la potencia y velocidad del original Daimler-Benz alemán. Sin embargo, fue la última versión de este avión, HA-1112 M1L *Buchón*, la que consiguió cierto renombre al contar como planta motriz, según expone Permuy López y González Serrano (2010), con el motor Rolls-Royce Merlin 500/45 de 1.610 CV.

El *Buchón*, según los datos recogidos por Permuy López y González Serrano (2010)¹⁴, fue el único de su serie que participó en la Guerra de Ifni (1957-1958). Para poder

¹⁴ Entre las cláusulas de los Acuerdos de Amistad y Cooperación con Estados Unidos, figuraba la prohibición del uso de material de guerra norteamericano fuera de las fronteras españolas y Sidi Ifni era

participar, Marcelino Viejo (2001: 216-217) afirma que fue equipado con un depósito adicional de 425 litros con el que poder realizar el vuelo directo entre Sevilla y El Aaiún.

Antes de que finalizase el programa de construcción del HA-1112, la Hispano Aviación comienza a planificar su futuro. Marcelino Viejo (2001: 216-217) recoge que la empresa contaba entonces con una plantilla de 1.350 trabajadores, una escuela de aprendices en la misma factoría y un departamento de proyectos, al que el 1 de enero de 1952 se incorporó Willy Messerschmitt. El autor aclara que la Hispano contrató al ingeniero alemán y su equipo para la dirección del diseño y construcción, para el Ejército del Aire, de un entrenador avanzado con motor de hélice, HA-100 *Triana*; otro entrenador avanzado a reacción (el primero de los construidos en España) HA-200 *Saeta*, y un caza supersónico, HA-300.

Se trataba de una decidida apuesta por la innovación tecnológica, con las vistas puestas, no solo en el mercado nacional, con el Ejército del Aire como único cliente, sino también en el mercado exterior¹⁵. Viejo Canalejas (2001: 216-217) explica que se trataba de realizar el tránsito de la construcción en madera y con motores de pistón, a la construcción enteramente metálica y propulsión a reacción. La elección de la figura del Messerschmitt para dirigir estos proyectos era la más idónea.

Wilhelm Emil Messerschmitt había sido el diseñador de numerosos aviones de combate en las décadas de 1930 y 1940, pero de entre todos ellos destacaba, además del Me-109, el Me-262, el primer avión de caza a reacción del mundo.

Messerschmitt también desarrolló una serie completa de avanzados diseños de cazas y bombarderos que no llegaron a entrar en servicio antes de la finalización de la Segunda Guerra Mundial. Las limitaciones impuestas por los aliados a Alemania, en materia de desarrollo aeronáutico, al finalizar la contienda y las posibilidades de realizar libremente su trabajo a medio y largo plazo (el contrato firmado con la

considerado por los aliados como una colonia. Por tanto, en este conflicto, a pesar de disponer de material más moderno de procedencia norteamericana, se tuvo que recurrir al HA-1112 *Buchón*, C-2211 y C-352. Esta contingencia hizo reflexionar a las autoridades franquistas sobre la dependencia del material militar norteamericano en caso de un posible conflicto en el Sáhara. Sin embargo, en lugar de optar por el desarrollo de aviones militares de fabricación nacional, como el futuro HA-300 supersónico, se optó por la compra de material militar francés.

¹⁵ El HA-200 *Saeta*, será el primer avión español vendido en el extranjero.

Hispano era por tres años prorrogables) hicieron que Messerschmitt aceptara la oferta de la Hispano-Aviación en Sevilla.

El primero de los productos de esta nueva etapa en la Hispano Aviación fue el HA-100 *Triana*, sustituto del HS-42 como avión de entrenamiento avanzado para el Ejército del Aire español. Marcelino Viejo (2001: 231) explica que, al igual que sucediera con el HS-1112, el problema no estaba en el diseño y construcción del aparato, sino en su planta motriz. El investigador expone que, tras probar con los motores Beta 4 y Sirio de ENMASA, se comprobó la idoneidad para este avión del motor americano Wright Cyclone 957-C7B. Pero las 44 unidades del HA-100 *Triana* (Viejo, 2001: 231)¹⁶ nunca llegaron a despegar y fueron condenados al desguace en la Maestranza de Tablada, al no facilitar el Ministerio del Aire los motores necesarios para ellos.

A pesar del triste final de los Triana, no cesaba la actividad de los cerca de cien empleados, incluidos la docena de alemanes encabezados por Messerschmitt, del departamento de proyectos de la Hispano en Sevilla. Como apunta Marcelino Viejo (2001: 231), ya se trabajaba en el HA-200 *Saeta*, y se empezaba a esbozar lo que podría ser el primer avión supersónico español, el HA-300.

En 1953, la factoría sevillana recibió la visita del entonces jefe de Estado Francisco Franco, en la que proclamaba como “Empresa Modélica de Interés Nacional a la fábrica de aviones de combate la Hispano Aviación y su magnífica Escuela de Aprendices”. Sería la única visita del general Franco a la Hispano.

El 12 de agosto de 1955 volaba por primera vez el HA-200 *Saeta*. Como factor para que este hecho pudiera desarrollarse, Marcelino Viejo (2001: 236)¹⁷ apunta que el final de la etapa de aislamiento en la que España había vivido desde el final de la Guerra Civil permitió por primera vez contar con el motor idóneo. Es por ello por lo que los Saetas estaban dotados de dos turborreactores Turbomeca Marboré de 480 kilogramos de empuje que les permitía alcanzar los 690 kilómetros por hora.

¹⁶ El autor señala veladamente como posible causa del abandono del programa Triana la llegada a España en 1954, dentro del programa de ayuda norteamericana de los aviones de entrenamiento avanzado North American T-6 Texan, que todavía están en servicio.

¹⁷ El Ministerio del Aire había comprado la licencia de fabricación de los franceses Turbomeca Marboré, que pasaría a construirse para la serie en los rehabilitados talleres barceloneses de la antigua Hispano-Suiza.

En aquel momento solo existían tres aviones de características similares, y la intención de la empresa era venderlo en el exterior, para lo cual contaba con el apoyo de Messerschmitt, que, según Salas Larrazábal (1999: 81-82), estaba interesado en lograr su adquisición por parte de las Fuerzas Aéreas de la República Federal Alemana.

En la primavera de 1956 (Salas, 1999: 81-82), el HA-200 *Saeta* realizó una gira por Luxemburgo, Alemania, Austria y Suiza, y en junio de 1957 fue presentado en el Salón Aeronáutico de París. En ese mismo año el Ministerio del Aire español hizo el primer pedido de diez unidades del HA-200 *Saeta*, y se iniciaron contactos para la venta del avión a Egipto, Irak y Líbano. Mientras tanto, la oficina de proyectos de la Hispano-Suiza comenzaba a trabajar en el proyecto del HA-300, un caza supersónico.

En 1959, con la mediación de Messerschmitt a través de la sociedad suiza MECO, se consiguió atraer el interés del Gobierno egipcio, según explica Marcelino Viejo (2001: 246) sobre el programa del HA-200 *Saeta*. En 1960, las negociaciones llegaron a buen puerto y todo ello se plasmó en cuatro contratos independientes.

Viejo Canalejas (2001: 246) recoge que en el primero de los contratos se concretaba la venta de cinco HA-200 *Saeta*. En el segundo, los componentes de otros cinco. A través del tercer contrato se adquiría la licencia de fabricación del HA-200, todo el utillaje de producción en serie y, por último, los planos y memorias del HA-300 y de sus elementos fabricados, recibidos y comprometidos. El investigador (2001: 246)¹⁸ añade que con la documentación y materiales se desplazó a la factoría egipcia de Heluán cerca de un centenar de empleados de la Hispano con objeto de poner en marcha la fabricación de la versión egipcia del HA-200 y continuar con el desarrollo del HA-300.

En los siguientes años (Salas, 1999: 87)¹⁹ se intentó repetir la venta del *Saeta* a otros países como Líbano o Irak, esta vez sin éxito. En 1964, según Javier Juárez (2007: 406), se recurrió a los servicios de Otto Skorzeny para intentar vender la nueva versión del *Saeta*, el HA-220 *Súper Saeta*, presentado en el Salón Aeronáutico de París de 1965, a la República Sudafricana. Pero como explica Jesús Salas (Salas, 1999: 81), por diversos

¹⁸ Entre 1960 y 1968 se construyeron en Egipto, bajo supervisión del personal de la Hispano Aviación, un total de ochenta unidades del *Saeta*, bajo el sobrenombre de Al-Kahira (La Victoriosa, etimología de la ciudad de El Cairo).

¹⁹ En el caso de Irak, una delegación militar de ese país llegó a visitar Sevilla, pero la revolución del mariscal Kassem frustró la operación.

motivos tampoco fructificaron las gestiones para la venta de los HA-200 a Bolivia, Portugal o Indonesia. En palabras del propio autor (1999: 81): “desgraciadamente, la Hispano siguió con su trayectoria de grandes éxitos técnicos y escasos logros comerciales”.

El Ministerio del Aire español, mientras tanto, adquirió una nueva serie de 55 unidades *Saeta* y otras 25 unidades de *Súper Saeta*. Pero, según Salas Larrazábal (1999: 87)²⁰, no mostró el mínimo interés por el proyecto de desarrollo del caza supersónico HA-300.

A pesar de que la oficina de proyectos de la Hispano en Sevilla continuaba trabajando en el diseño de nuevos aviones, la falta de pedidos empezaba a generar problemas económicos en la empresa, agravados por la cancelación de los programas HA-200 y HA-300, así como por la vuelta de los técnicos que estaban en Egipto. Según Salas Larrazábal:

“La negativa del Ministerio del Aire a cursar un pedido de la serie E del HA-200, dejó a la empresa en una situación de penuria tal, que los ingenieros estaban percibiendo solo parte de sus nóminas y se arrastraba semana tras semana la duda de si el sábado siguiente los obreros podrían cobrar” (1999).

En 1967, el INI se convirtió en el accionista mayoritario de la Hispano Aviación al ampliar su participación en la misma. Pero, como explica Marcelino Viejo (2001: 260-261)²¹, esto no supuso una mejora en la situación, ya que debido a la falta de pedidos tuvieron que realizar “trabajos de supervivencia”. Según recoge Viejo Canalejas, los últimos aviones salidos de la Hispano Aviación fueron las avionetas de turismo Siat-Flamingo 223 fabricadas en Sevilla por mediación de Messerschmitt, que logró la adjudicación de 200 unidades, de las que, sin embargo, por los inconvenientes puestos por el INI, solo se llegaron a construir cincuenta. En opinión del investigador, “parecía como si el propietario de la empresa estuviese empeñado en liquidarla evitando

²⁰ A partir de 1953, con la firma del Tratado de Asistencia con Estados Unidos, el Ejército del Aire español empezó a recibir material norteamericano. Entre esos aviones se encontraba desde 1954 el avión de entrenamiento avanzado Lockheed T-33 *Shooting Star*; para cuyo mantenimiento la propia Hispano Aviación construyó en San Pablo el hangar Cudós. En régimen de alquiler, dentro del Programa de Asistencia Militar (MAP), llegaron a España veinte unidades de Lockheed F-104 *Starfighter*, que serían los primeros cazas supersónicos del Ejército del Aire. Para el Gobierno español resultaba más barata la opción de la cesión y alquiler de los aviones norteamericanos que la compra de los productos de la Hispano Aviación.

²¹Entre estos trabajos de supervivencia se construyeron partes del misil francés Exocet o respiraderos para los vagones de ganado de RENFE.

nuevos proyectos o derivando contratos a otras empresas del sector (Construcciones Aeronáuticas, CASA)” (2001: 260-261).

El 13 de julio de 1972, en la sede del INI, mediante un protocolo de liquidación empresarial, CASA y la Hispano Aviación se fusionaban. Como expone Marcelino Viejo (2001: 260-261), solo unos doscientos trabajadores fueron recolocados en CASA, entre ellos, buena parte del personal de la oficina de proyectos que seguirían desarrollando en ella proyectos de la Hispano Aviación, como el que con el tiempo se convertiría en el C-101 *Aviojet*.

2.2. CONSTRUCCIONES AERONÁUTICAS, SOCIEDAD ANÓNIMA (CASA)

El 3 de marzo de 1923, según el relato de Martínez Cabeza (1999: 91), José Ortiz de Echagüe, junto con José Tartiere, conde de Santa Bárbara de Lugones, crearon Construcciones Aeronáuticas, SA (CASA), con la intención de participar en el concurso abierto a constructores nacionales y extranjeros para dotar de aviones (cazas, bombarderos y de reconocimiento) a la aeronáutica militar, según el decreto del 3 de diciembre de 1922.

Los investigadores González-Betés y Rodríguez Carmona (2006: 47)²² explican que, con este decreto, que dio lugar al conocido como Plan Echagüe, se trataba de buscar una solución a las acuciantes necesidades de aviones para la guerra en Marruecos y facilitar el desarrollo de una industria aeronáutica nacional. Los autores añaden que las necesidades inmediatas de material aéreo para la contienda africana fueron solucionadas mediante los conocidos como aeroplanos del pueblo.

Al concurso se presentaron catorce modelos, ninguno de ellos de diseño español, por lo que se optó por la fabricación bajo licencia por parte de empresas españolas de los aviones elegidos. Martínez Cabeza (1999: 93-95) recoge que CASA fue la encargada de la construcción de treinta unidades de Breguet XIX. Para ello, añade Martínez (1999:

²² Teniendo en cuenta la grave situación en la Guerra de Marruecos, surge en Murcia una iniciativa, en septiembre de 1921, que consistió en que cada provincia regalase aeroplanos al Ejército por suscripción popular. La idea tuvo una favorable acogida y, con la ayuda de una comisión militar, se adquirieron algunos aeroplanos, los llamados aeroplanos del pueblo.

93-95), se levantó una factoría en Getafe inaugurada en 1924, de cuyas instalaciones saldría el primer Breguet XIX en 1926.

También en ese año, como describe Martínez Cabeza (1999: 93-95), la aprobación de un presupuesto extraordinario para la adquisición de aeronaves para la Aeronáutica Militar y la Aeronáutica Naval impulsó la creación en Cádiz de su segunda factoría, que se especializó en la construcción de hidroaviones. Las instalaciones de CASA en Cádiz estuvieron operativas en 1927 y en ellas se construyeron los hidroaviones: Dornier J Wal y Dornier Do R SuperWal.

Antes del inicio de la Guerra Civil (Martínez, 1999: 97), CASA consiguió diversos contratos para la construcción bajo licencia de diversos aparatos, entre ellos, 27 unidades de aviones torpederos Vickers Vildebeest, para la Aeronáutica Naval, en 1930; diez unidades de cazas Hawker Osprey, en 1934, y cincuenta bombarderos Martin B-10, en 1935, para la aeronáutica militar.

Pero el inicio de la contienda, señala José Antonio Martínez (1999: 97), paralizó estos proyectos y, al igual que en el caso de la Hispano Suiza, provocó la intervención por parte de las autoridades de la República de la factoría de CASA en Getafe, que fue trasladada a Reus, primero, y a Sabadell, después. En este último emplazamiento se unió a los talleres de la Aeronáutica Naval, reconvirtiéndose en la SAF 3/16.

En sus nuevas instalaciones se fabricaron bajo licencia trescientos aviones Polikarpov I-15 *Chato*. El investigador añade que, mientras, en la zona sublevada, los directivos de CASA, con Ortiz de Echagüe a la cabeza, trabajaban de forma activa a favor de las autoridades nacionalistas, participando en las reuniones que concretaron el Plan Lafita, y visitando las principales factorías aeronáuticas alemanas, con el objeto de conseguir la licencia de fabricación de sus aviones.

Acabada la contienda, CASA inició un proceso de recuperación y ampliación de su actividad. Así, se procedió a la reconstrucción de la factoría de Getafe y a la recuperación del material y la maquinaria trasladados por los republicanos a Reus y Sabadell. Al tiempo, se iniciaron los trabajos para la instalación de una nueva factoría en Sevilla, que entraría en servicio en 1942.

En 1943, el Instituto Nacional de Industria entró a formar parte de CASA con el 33 % de su accionariado, que en 1992 llegaría al 99,28 %. En 1945, se construyó una nueva factoría en Madrid dedicada, en un primer momento, al mecanizado y, desde 1952, a la fundición. Y, por último, en 1946 creó su Oficina de Proyectos con el objeto de diseñar aviones propios.

En los difíciles momentos de la posguerra, afirman Permuy y González (2010: 126), CASA puso las bases de su posición hegemónica actual, bajo la batuta de Ortiz de Echagüe, quien planteó con acierto la estrategia que habría que seguir. En un primer momento, en cada una de las factorías de CASA se procedió a la fabricación bajo licencia de modelos de aviones diferentes: en Getafe, los aviones de transporte Junkers Ju-52 C-352; en Sevilla, los bombarderos Heinkel He-111 C-2111 *Pedro*; y en Cádiz, los aviones de entrenamiento Bu-131 Jungmann C-1131 (Permuy y González, 2010: 126) y Bücker Bü-133 Jungmeister C-1133.

A partir de 1946, siguiendo el relato de Permuy y González (2010: 126), se empezaron a desarrollar y construir diseños propios, como los aviones de transporte C-201 *Alcotán*, C-202 *Halcón* y C-207 *Azor*, precedentes de los C-212 *Aviocar*, CN-235 y CN-295.

En un tercer momento, tras la firma de los Acuerdos de Amistad y Cooperación con Estados Unidos (Permuy y González, 2010: 126)²³, CASA se hace cargo de las labores de mantenimiento de buena parte de los aviones de la USAF en Europa. Respecto a esta colaboración con los norteamericanos, Martínez Cabeza (1999: 106)²⁴ afirma que se consolidó en 1965 con la fabricación bajo licencia de los Northrop F-5 en su factoría de Getafe.

²³ El 26 de septiembre de 1953, se firmaron los Acuerdos de Amistad y Cooperación entre España y Estados Unidos, en virtud de los cuales, estos obtenían el derecho a utilizar una serie de instalaciones militares (tanto terrestres, navales y aéreas) que se comprometían a ampliar y modernizar, y que serían de uso común por ambos países (Rota, Morón de la Frontera, Torrejón de Ardoz y Zaragoza). La firma de los acuerdos conllevó para España, en el plano militar, una drástica renovación del material de los ejércitos, por un lado; y, por otro, la introducción de modernos procedimientos operativos, doctrinas de empleo y, sobre todo, un enorme salto cualitativo en la mentalidad del personal. De esta forma, la aviación militar pasó de los aviones de hélice a los de reacción.

²⁴ Durante el año 1962, la firma estadounidense Northrop había entrado a formar parte del capital de CASA, lo cual daba vía libre para que en el 1964 se firmase el contrato para la construcción en España bajo licencia de setenta unidades del avión Northrop F-5. Esto supuso un enorme salto tecnológico para CASA, que así pasaba de los aviones de pistón a los de reacción.

Por último, la posición hegemónica de CASA, según Martínez Cabeza²⁵, se consolidó en 1972 con la absorción de la Hispano Aviación (1999: 106-107), al tiempo que se iniciaba el proceso de participación en proyectos europeos con su entrada en el Grupo de Interés Económico Airbus Industrie.

La factoría de CASA en Sevilla estuvo siempre supeditada a las pautas marcadas por la dirección de la empresa. Era uno más de sus centros fabriles y carecía de oficina de proyectos propia, como en el caso de la Hispano Aviación.

Con la otra gran factoría aeronáutica sevillana, la Hispano Aviación, CASA compartió las penurias del periodo de posguerra y de autarquía, y la dependencia de los diversos planes, como el Plan Lafita o el Plan Yagüe, para el equipamiento del Ejército del Aire. Mientras que en 1943 la Hispano Aviación recibió el encargo de la fabricación bajo licencia del Messerschmitt Me-109, a CASA se le confió la construcción de 200 ejemplares del bombardero bimotor Heinkel-111. Ambas empresas se encontraron con el mismo problema: la falta de materiales y, principalmente, de motores.

El primer Heinkel fabricado en Tablada por CASA, el C-2111 *Pedro*, voló el 23 de mayo de 1945, dos semanas después de la rendición del Tercer Reich. Conseguir los motores originales, tanto los Daimler Benz de las primeras versiones, como los Junkers Jumo de las últimas, resultaba muy difícil por la situación de ruina en la que se encontraba Alemania y por el bloqueo internacional al que se sometió a España.

Al igual que con el HA-1112, se probaron diversos motores sin resultados efectivos, hasta que en 1951 empezaron a llegar los motores Rolls-Royce Merlin, que fueron montados en setenta C-2111 *Pedro*, el último de los cuales salió de la cadena de montaje en 1960. Los últimos de estos aviones fueron retirados del servicio entre 1974 y 1975.

Simultáneamente a la fabricación del C-211 *Pedro*, explica Martínez Cabeza (1999: 104) que la factoría de Tablada emprendió la construcción del que sería conocido como C-127. A esto añade el autor que, en 1953, CASA llegó a un acuerdo con la Oficina Técnica Dornier, ubicada entonces en Madrid, para la construcción del Dornier Do-25 en Tablada, cuyo primer prototipo efectuó su vuelo inicial en julio de 1954. De este

²⁵ En 1971 CASA entra a formar parte en Airbus Industrie con el 4,2 % de su capital.

diseño se evolucionó hasta el Do-27, del cual CASA fabricó bajo licencia en Tablada cincuenta unidades entre 1960 y 1961.

CASA logró superar la crisis del sector aeronáutico de principios de los sesenta provocada por el Plan de Estabilización de 1959 y la llegada de material de aviación de procedencia estadounidense. Según los investigadores González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 171)²⁶, gracias a las tareas de mantenimiento de aeronaves tanto propias como ajenas, especialmente las de la USAF con la que se venía colaborando desde 1954. Los autores (2006: 171) señalan que a esta tarea se dedicó casi en exclusiva durante la década de 1960 la segunda factoría de CASA en Sevilla, que se construyó en el extremo oeste del aeropuerto de San Pablo.

Con el nombramiento en 1960 de Ricardo Valle Benítez como director de proyectos, CASA inició una nueva etapa, marcada tanto por el desarrollo de nuevos proyectos propios, como por la colaboración con otras firmas aeronáuticas para la construcción de componentes para sus aviones. Martínez Cabeza (1999: 106) apunta que el primero de estos acuerdos de colaboración se plasmó en el desarrollo, junto con la firma alemana HFB, del HFB 320 *Hansa Jet*, un reactor bimotor de negocios, del cual CASA fue responsable del diseño de parte de su estructura y de la cola. Martínez (1999: 106) añade que, fruto de otro acuerdo de colaboración, en este caso con la firma francesa Avions Marcel Dassault, se construyeron en la factoría de Tablada partes de la estructura del birreactor *Mercure* y una sección del fuselaje del *Mirage F-1*.

En el momento de la absorción de la Hispano Aviación por parte de CASA, la situación de esta abrió el camino hacia una nueva etapa en el sector aeronáutico. CASA contaba en Sevilla con dos factorías, Tablada y San Pablo, que daban trabajo a cerca de 1.500 trabajadores, poseía una cierta experiencia en proyectos

²⁶ Las labores de mantenimiento de aviones de las fuerzas aéreas americanas empezaron en 1954, y durante bastantes años, aparte de formar profesionales en este tipo de trabajos y proporcionar a CASA cierto prestigio en ámbitos aeronáuticos, sirvieron para salvar el bache de la falta de trabajo. En el año 1972, un 30 % de la carga de trabajo de CASA provenía del mantenimiento de aviones. Entre 1967 y 1986, un total de 1.826 aviones fueron revisados por el personal de CASA. El mantenimiento de los aviones del Ejército del Aire español y de las aeronaves de la Marina se realizó en Sevilla, donde también se revisaron entre 1985 y 1986 los aviones de Iberia y Aviaco.

internacionales como fabricante de componentes estructurales y acababa de entrar a formar parte del consorcio Airbus.

2.3. DE CASA A AIRBUS MILITARY

La década de 1970 supuso un punto de inflexión en la historia tanto de CASA como de la industria aeronáutica española y andaluza. Construcciones Aeronáuticas, después de la absorción de la Hispano Aviación, se confirmó como la primera empresa tractora, fabricante de aviones, en España, e inició un proceso de proyección hacia el exterior como fabricante de componentes para grandes proyectos internacionales.

Este proceso queda recogido en *Crónica de la Aviación*:

“Tras la dimisión de José Ortiz de Echagüen como presidente de CASA, a principios de 1970, al cumplir 84 años y después de toda una vida al servicio de la aviación, la empresa que fundó tiene una etapa de absorciones cuya finalidad es la concentración de la industria aeronáutica española. CASA tiene en estos momentos un presente prometedor, con línea abierta de fabricación de los cazas supersónicos F-5 y un magnífico prototipo de transporte ligero, el C-212. La gran perdedora es la absorbida Hispano Aviación, cuyo proyecto HA-300 fue anulado y que ha conseguido sin embargo hacer volar el prototipo *Súper Saeta*, el HA-220” (VV.AA., 1992: 663).

En 1971, realizó su primer vuelo el C-212 Aviocar, avión de transporte ligero que, según Antonio González-Betés y Julio Rodríguez-Carmona (2006: 182), se ha convertido en el producto más exportado de CASA (unos 450 aparatos), y que fue la base para el desarrollo del CN-235 y del C-295, que convirtieron a la empresa en el primer fabricante mundial de aviones en la categoría de carga ligera (menos de 10 toneladas). Los autores reconocen que, aunque los prototipos del C-212 fueron fabricados en Getafe, la línea de producción del mismo y del CN-235 y C-295 se instaló en Sevilla.

El proyecto del C-212 Aviocar nació en 1960, como recoge José Antonio Martínez Cabeza (1999: 98), con el objeto de sustituir a los C-352 y DC-3 como aviones de carga y transporte capaces de transportar 1.000 kilogramos o doce personas a 1.000 kilómetros de distancia²⁷. El investigador expone que, en 1968, el Ejército del Aire

²⁷ En la nomenclatura de los aviones de CASA, la C indica el fabricante; la primera cifra de la centena, el número de motores; y, en los aviones de carga, las dos restantes, el número de pasajeros o la carga en

contrató la construcción de dos prototipos (el primero de los cuales voló en marzo de 1971), y en 1972 encargó la fabricación de otros cuarenta aparatos. En dos años tuvo lugar la firma de los contratos para la venta del C-212 en el extranjero, hasta la fecha, el avión español más vendido.

Indonesia, uno de los países compradores del C-212, se mostró interesada en el desarrollo de un avión similar, pero de mayor capacidad de carga. Martínez Cabeza (1999: 98) describe que, de esta forma, junto con la empresa indonesia IPTN (Industry Pesawat Terbang Nunsatara o Industry Pesawat Terbang Nurtanio), CASA constituyó en 1979 el consorcio Airtech para el desarrollo del nuevo avión. El autor (1999: 98) añade que el resultado de esta unión fue el CN-235²⁸, cuyo primer prototipo voló en 1983 y se convirtió en otro gran éxito de ventas para CASA, con más de 240 aparatos fabricados y operando en 24 países.

En la década de 1990, la empresa comenzó a trabajar en el desarrollo de un nuevo avión de transporte con una mayor capacidad de carga, estimada en 9,5 toneladas. Martínez Cabeza (1999: 110) relata que los trabajos se centraron en conseguir una versión más alargada del CN-235, que se convertiría en el C-295, aeronave que, recuerda el autor, realizó su primer vuelo en 1997 y entró en servicio en el Ejército del Aire español en 2001. Actualmente, opera en doce países distintos.

Estos tres aviones, C-212, CN-235 y C-295, han convertido a CASA en la empresa líder en el segmento de aviones de transporte ligero, y todos ellos se fabrican en la factoría sevillana de San Pablo.

Otro de los productos creados por CASA, que en opinión de González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 195) logró un gran éxito, fue el avión de entrenamiento avanzado C-101 *Aviojet*, que, aunque no se fabricó en Sevilla, sí tiene su origen en la ciudad hispalense. Los autores aclaran que el C-101 fue el resultado del desarrollo del último proyecto de la Hispano Aviación.

toneladas. En el caso del C-212, se trataba de un avión con dos motores capaz de transportar a doce pasajeros.

²⁸En CN-235, la C corresponde a CASA y la N a la empresa indonesia Nurtanio. El 2 indica que se trata de un bimotor y 35, el número de pasajeros, que prácticamente triplicaba a los del C-312.

Por otro lado, según se recoge en la obra colectiva *Crónicas de la Aviación* (VV.AA., 1992: 663), en 1971 CASA entró a formar parte de Airbus Industrie, un consorcio europeo en el que participaban también la compañía francesa Aerospatiale y la alemana Deutsche Aerospace, y al que en 1979 se incorporaría la inglesa British Aerospace. Desde el principio, el consorcio se fijó como objetivo competir con el principal fabricante de aviones del mundo, la compañía estadounidense Boeing²⁹, que en aquella época iba adquiriendo una posición cada vez más dominante en el sector de la aviación civil.

El investigador Martínez Cabeza (1997: 107) expone que, de la mano de los aviones de Airbus Industrie, CASA ganó prestigio internacional, entró de lleno en el campo de los modernos aviones civiles y adquirió una posición preeminente en tecnologías, tales como el diseño y fabricación de componentes en fibra de carbono. El autor desarrolla que esa línea de colaboración y participación en proyectos internacionales llevó a CASA a participar en 1972, junto con British Aerospace, MBB y Saab, en el fallido proyecto del Europlane.

En el año 2000, CASA, junto con la francesa Aérospatiale-Matra y las alemanas DornierGmbH y Daimler Chrysler Aerospace AG, crearon EADS (European Aeronautic Defence and Space Company), que se convirtió en la primera empresa del sector aeronáutico en Europa. Del mismo modo, como explican González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 228)³⁰, CASA ha participado como socio en el consorcio del programa

²⁹ Con la posterior compra de MacDonnell Douglas por Boeing, la empresa norteamericana se ha convertido en el primer fabricante mundial de aviones de pasajeros.

³⁰ Los programas de colaboración entre países europeos para el desarrollo de aviones militares habían sido habituales después de la Segunda Guerra Mundial ante el coste creciente de cada nueva generación de aviones. El EFA nació en diciembre de 1983 con la firma, por parte de los Estados Mayores Aéreos de cinco países europeos (Alemania, España, Francia, Gran Bretaña e Italia), de un Documento de Requerimientos Comunes, acuerdo del que posteriormente, en 1985, se descolgaría Francia. En 1987, se crearon en Munich la agencia NEFMA, para gestionar el programa por parte gubernamental, y los dos consorcios industriales, Eurofighter y Eurojet, para desarrollar y fabricar, respectivamente, la célula y los motores del avión.

En 1992, Alemania, ante su nueva situación geopolítica, pidió la reorientación del programa, lo que se acordó en diciembre de dicho año. Se redefinió el proyecto, se retrasó su desarrollo, se redujo el número de aviones pedidos y se cambió su denominación: pasó a llamarse Eurofighter 2000. De un total de 620 aviones y noventa opciones, le correspondieron a España 87 y dieciséis, respectivamente, es decir, un 14 % del total. Este porcentaje suponía la fabricación de todas las alas derechas y de todos los bordes de ataque de ambas alas, más el montaje y entrega de todos los aviones correspondientes a las Fuerzas Aéreas españolas. El prototipo español DA6 voló en agosto de 1996, entregándose los dos primeros aviones de serie a España a finales de 2003.

Eurofighter EF2000, encargándose, como afirma Martínez Cabeza (1999: 111), de la fabricación del 18 % de sus componentes y del ensamblaje de los EF2000 españoles.

- **La actualidad: A400M**

Desde finales de los años ochenta, las fuerzas armadas europeas estudiaban la necesidad de un cambio en las aeronaves de transporte, ya que las que estaban en uso en ese momento no cubrían todas las necesidades: los aviones del momento que podían aterrizar en cualquier tipo de pista eran pequeños para las cargas, y los que tenían gran capacidad de transporte, por sus grandes dimensiones, solo podían aterrizar en ciertas pistas que no se localizaban en todos los lugares necesarios. Esta inquietud dio como resultado, a principio de los noventa, la definición de European Staff Requirements, en acuerdo tanto de las naciones europeas como de la industria.

En marzo de 1996 se presentó European Staff Requirement for a Future Transport Aircraft, un acuerdo entre países para el diseño de una aeronave con la que cubrir las necesidades del momento. Las naciones implicadas fueron: Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido y Turquía.

Casi en paralelo, los fabricantes de los países europeos que ya estaban coordinados trabajaron en el concepto de un nuevo avión militar de transporte: Future Large Aircraft (FLA). Las empresas fueron: Aerospatiale (Francia), Deutsche Aerospace DASA (Alemania), British Aerospace (Reino Unido), CASA (España), FLABEL (Bélgica y Luxemburgo), Alenia (Italia), OGMA (Portugal) y Turkish Aerospace Industries (Turquía).

El proyecto más importante desarrollado por EADS fue el carguero militar A400M. Esta aeronave, como explica González-Betés y Rodríguez-Carmona (2006: 226), se insertaba en el Programa FLA (Future Large Aircraft), y ha sido uno de los intentos más serios de homogeneizar los equipos aeronáuticos en los países europeos. Como aclaran los investigadores, se trataba de desarrollar un avión que pudiese transportar cargas voluminosas y hasta 124 paracaidistas, propulsado por cuatro turbohélices, con una velocidad máxima de 700 kilómetros por hora, capaz de operar en pistas no preparadas con una tripulación de dos pilotos.

La sociedad mercantil española Airbus Military S.L. –participada por Airbus SAS, con el 69,4 %; EADS CASA, con el 20,6 %; TUSAS (Turquía), con el 5,6 %; y FLABEL (Bélgica), con el 4,4 %– era la responsable del desarrollo y fabricación del avión y está englobada en la División de Aviones de Transporte Militar de EADS.

La OCCAR (Organización Conjunta de Cooperación en Materia de Armamento) es la encargada de gestionar el Programa A400M, antes FLA, representando a los siete países compradores (Alemania, Bélgica, España, Francia, Gran Bretaña, Luxemburgo y Turquía).

El germen del A400M surgió a partir del contrato firmado el 27 de mayo de 2003, en Bonn, entre la OCCAR y Airbus Military, para la fabricación de 180 aparatos. Este pedido inicial suponía 20.000 millones de euros. A España le correspondían 27 unidades del A400M, el 15 % del total del programa.

Debido al carácter internacional del proyecto y la participación en él de distintos países, se ubicó la oficina de gestión del proyecto durante la fase de desarrollo en Toulouse, y funcionó con seis grupos de trabajo integrado, de los cuales, dos (el de planta de potencia y el de la línea de montaje final) estaban ubicados en España. Cuando se certificó el avión y empezó su producción en serie, el centro de gravedad del proyecto pasó a Sevilla, donde se ubicó la línea de ensamblaje final y el centro de entrega de aviones A400M.

Los trabajos en Sevilla para la realización de esta aeronave comenzaron en febrero de 2006, con la construcción de la planta de ensamblaje. Debido a retrasos en la construcción de las instalaciones, hasta diciembre de 2006 no llegaron a Sevilla las primeras piezas. Pero la producción de las piezas de la aeronave había comenzado en enero de 2005 en Alemania con la primera pieza de fuselaje.

El proyecto conllevó grandes dificultades, por las grandes dimensiones económicas y tecnológicas que suponía. Por ello, en julio de 2007, el grupo reconocía que había factores que podían retrasar el proyecto: el principal, el desarrollo de los motores. Finalmente, el montaje del avión se inició en agosto del mismo año, con la llegada del fuselaje a Sevilla.

La aeronave se presentó el 26 de junio de 2008 en la capital hispalense, ante multitud de autoridades de los países miembros del proyecto, entre ellos, el rey de España. Pero la fecha clave fue septiembre de 2008, cuando estaba previsto el vuelo inaugural, que no se pudo realizar, sin embargo, debido a los retrasos en el proyecto, quedando la cita finalmente aplazada.

Los retrasos en la producción se tradujeron en sobrecostes económicos que los países clientes debieron asumir, lo que provocaron numerosas reclamaciones. Por esta razón, en junio de 2009, la organización del proyecto convocó en Sevilla una cumbre de países clientes. La reunión, presidida por la ministra de Defensa española, Carmen Chacón, reforzó los apoyos al proyecto.

No es hasta septiembre de 2009 cuando llegaron los motores a la FAL (Final Assambly Line) de la compañía en Sevilla. Tras su ensamblaje, en noviembre del mismo año, comenzaron los ensayos en tierra del aparato, que duraron un mes.

A pesar de los espectaculares resultados en las primeras pruebas, los retrasos habían dejado huella en los países clientes, y en noviembre de 2009 el programa sufrió su primera cancelación. Sudáfrica anuló su pedido de ocho aeronaves, aludiendo a los retrasos del proyecto.

Definitivamente, el 11 de diciembre de 2009 se produjo la puesta de largo del carguero europeo: el primer vuelo del A400M, sobre Sevilla de 3 horas y 47 minutos entre el despegue y el aterrizaje. Esta cita convocó a las autoridades representativas de la vida política, empresarial y militar de los países unidos en el proyecto. Y, una vez más, Sevilla fue el marco de un hito histórico en la aeronáutica. Un hito que la vincula en el presente y la une en el futuro al que ha sido el proyecto aeronáutico europeo más importante. A fecha de mayo de 2016, hay 174 pedidos de esta aeronave, como puede consultarse en la web de la compañía (Airbus DS GmbH, 2016).

CUESTIONES DE PERIODISMO

1. PERIODISMO DE PROXIMIDAD DE CALIDAD

1.1. EL PAPEL DEL PERIODISMO

“La información y la comunicación que realiza el periodismo a través de los medios y con el poderoso apoyo de las nuevas tecnologías, tiene una importancia decisiva para el desarrollo individual y social. Es indispensable para la vida democrática, ya que para que la democracia pueda desarrollarse plenamente, la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos debe estar garantizada. Esta participación sería imposible si los ciudadanos no recibieran la información que requieren sobre los asuntos públicos y que deben procurarles los medios” (Núñez, 1993: párr. 17).

Esta definición, que expone el Consejo de Europa en su resolución sobre Ética del Periodismo, puede considerarse como la más ortodoxa y ajustada al objeto del presente estudio; y deriva directamente del artículo 1 de la citada resolución:

“Los medios de comunicación asumen, en relación con los ciudadanos y la sociedad una responsabilidad moral que es necesario poner de relieve, especialmente en el momento presente, en el que la información y la comunicación juegan un papel muy importante tanto para el desarrollo de la personalidad de los ciudadanos como para la evolución de la sociedad y de la vida democrática” (Núñez, 1993: párr. 1).

Tal y como describen Kovach y Rosenstiel (2012: 28): “la misión democrática del periodismo no es una idea moderna. El concepto de creación de soberanía ha impregnado todas las declaraciones importantes y los argumentos a favor de la prensa durante siglos”.

Esta es una declaración sobre la función más trascendental de los medios de comunicación y la actividad profesional que los sostiene, lo que no implica ignorar que deban tenerse en cuenta numerosas vertientes (económicas, profesionales, sociales, políticas, incluso psicológicas) desde las que pueden ser analizados.

La más simple descripción del periódico, el representante primigenio de los medios en los inicios del desarrollo masivo de la prensa, le atribuyó históricamente las funciones de formar, informar y entretener. La consolidación de los sistemas democráticos y el enunciado de los Derechos del Hombre, que incluía la libertad de información,

contribuyeron a elevar su rango; a considerarlo esencial para sostener los sistemas democráticos, para el mantenimiento de los derechos fundamentales, de las libertades, y como un instrumento para que los ciudadanos consiguieran información con la que ejercer sus derechos. Numerosas investigaciones sobre periodismo “se han centrado en la responsabilidad social y en la calidad democrática, a partir de la concepción del periodismo como bien público de cuyo buen y honesto funcionamiento depende el bienestar y el desarrollo democrático” (Gómez-Mompart, Gutiérrez y Palau, 2015).

El periodismo es un elemento esencial para el mantenimiento de los derechos fundamentales, de las libertades y de los sistemas democráticos que los amparan. La información convierte al individuo en ciudadano: el conocimiento que le aporta le hace partícipe del sistema en el que se ubica. Como afirman Kovach y Rosentiel “el propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (2012: 24). Numerosos autores hablan de necesidades informativas de la sociedad. Bogart a este respecto, añade:

“El hecho de mantenerse informado no es solo una función utilitaria; establece también, y refuerza, las conexiones que existen entre el individuo y su entorno social, definido estrechamente como su pueblo o comunidad y más ampliamente como su país o su mundo” (1985: 182).

Debido a que cada ciudadano no alcanza a conocer directamente los acontecimientos nacionales o internacionales, al menos puede acumular experiencias, aunque no sean directas: las que aportan los medios (Lippman, 2003: 17).

Los investigadores Kovach y Rosentiel apuntan una capacidad sustancial de los medios de comunicación, y con ello del periodismo, puesto que:

“Los medios de comunicación nos ayudan a definir la comunidad y elaborar un lenguaje y un conocimiento compartidos basados en la realidad. También contribuyen a identificar los objetivos de una comunidad, (...) y actúan como un guardián, impiden que el ciudadano caiga en la complacencia y ofrecen voz a los olvidados” (2012: 24).

El mundo real es demasiado grande, complejo y variable para poder conocerlo de forma directa, como ya expuso Lippmann (2003: 33) a principios del siglo XX. Por ello,

el periódico responde a la necesidad de reconstruirlo en modelos más asequibles, de dimensiones asimilables a las capacidades humanas.

La íntima y directa relación del ejercicio del periodismo con la construcción de la realidad social hace necesario reparar en una concepción teórica de esta, ampliamente desarrollada por investigadores sociales en el siglo pasado.

Las definiciones de realidad social son múltiples e interdisciplinares: un concepto recurrente de estudio en psicología, sociología... en todos los ámbitos de las ciencias sociales. Una sencilla definición de realidad social como conjunto de formas de organización social y de estructuras que comprenden las relaciones económicas, las fuerzas productivas, la fuerza de trabajo, la conciencia sociopolítica, los medios para producir, los procesos de circulación, distribución, producción y consumo..., y no de forma estática, sino en permanente evolución, pone en evidencia la dificultad de “retratar” la realidad social.

Para el presente trabajo resultan de sustancial interés dos concepciones teóricas. En primer lugar, la realizada por la investigadora Amparo Moreno, en la cual se conectan las vivencias personales y sociales con la creación de manifestaciones culturales. En palabras de la propia autora, la realidad social es: “el conjunto múltiple y diverso de vivencias experimentadas por los miembros del colectivo social personal y colectivamente, vivencias que abarcan cómo pensamos-sentimos-actuamos, vivencias comunicativas todas ellas que se traducen en diversas manifestaciones culturales (entendiendo por cultura todo producto humano)” (1986: 147).

Por su parte, Martín Serrano utiliza un concepto más abstracto que el anterior. Considera dos dimensiones: una sistemática, que describe los elementos o ámbitos existentes o posibles; y otra procesal, que comprende las relaciones en sí mismas. El autor explica que “la realidad social designa, en su dimensión sistemática, el ámbito físico, biológico psíquico, cultural, institucional, social, en el que cada sujeto desenvuelve su existencia y, en su dimensión procesal todo lo que acontece en ese ámbito” (1986: 48).

No es extraño que el análisis de la confrontación entre el *es*, la realidad social, y lo que de ella pueden presentar los medios de comunicación, haya sido de interés en estudios

de comunicación desde múltiples facetas. En lo referente al periodismo, pueden considerarse dos corrientes: la dedicada al estudio de los mensajes, a sus características, a las limitaciones o intencionalidades al reflejar la realidad y conformar la opinión pública; y la que presta atención al modo en que los periodistas realizan la tarea de escoger, con cadencia temporal determinada, el producto que presentan como espejo de la realidad.

Ya en 1983, la investigadora Gaye Tuchman (1983: 9) llamaba la atención a este respecto en su libro *La producción de la noticia*: “pensé que los medios de información ponen el marco en el que los ciudadanos discuten los acontecimientos públicos y que la calidad del debate cívico depende necesariamente de la información. Por eso quise averiguar cómo los informadores deciden qué es noticia, por qué se ocupan de algunos temas y no de otros y cómo deciden lo que yo y otros queremos conocer”. Tuchman hace una llamada de atención hacia una concepción equivocada y que puede generar error en la valoración del trabajo periodístico: la realidad social es mucho más amplia de lo que se presenta en los medios de comunicación. No se puede concebir como sinónimo de realidad social lo que se presenta a través del trabajo periodístico, no todo lo que se hace público es todo lo que acontece.

La capacidad del trabajo periodístico para reproducir la realidad social ha planteado grandes interrogantes a lo largo de la historia, así como las consecuencias que el relato periodístico tiene sobre el concepto de la realidad. McQuail reúne algunos de estos interrogantes sobre realidad, mensaje, efecto y consecuencias: “¿Qué parte de la producción de los medios de comunicación es realista?, ¿se desvía el contenido de la realidad?, ¿cuáles son los efectos de tal desviación?, ¿cómo deben valorar las desviaciones de la realidad?” (1983: 165). Estas cuestiones son planteadas abordando el dilema realidad mediática vs. realidad social a la vista de los mensajes contenidos en los medios.

A las preocupaciones reflejadas por McQuail hay que añadir la consideración al control o influencia que sobre los mensajes y el trabajo periodístico ejercen distintas instituciones, lo cual influye de forma directa en las posibles interpretaciones de la realidad. Este hecho hace que, en el último siglo, instituciones de primer nivel, como ONU o Consejo de Europa, hayan puesto de manifiesto la necesidad de marcos de

referencia para los periodistas, así como para empresas de comunicación, para velar por el buen efecto de la relación entre derechos fundamentales y los instrumentos para llevarlos a cabo, como son los medios de comunicación.

La concepción del periodismo como elemento integrante de la realidad social, y a la vez integrador del individuo en esa realidad, ha sido definida en múltiples investigaciones. Frazier y Gaziano (1979: 24) consideran que “las noticias cumplen una función esencial para la orientación de los individuos y de la sociedad hacia su mundo y su realidad determinando ajustes que permiten progresivamente preservar la integración social de los individuos y la permanencia de la sociedad”. Dentro de esta corriente, que considera el periodismo como conexión y mediación en la sociedad, es interesante integrar los objetivos que McQuail (1983: 88 y ss.) definió como fundamentales para el ejercicio periodístico: la información, la correlación, la continuidad, el entretenimiento y la movilización.

La investigadora Ofa Bezunartea (1988: 24 y ss.) reflexiona sobre el sentido de los objetivos definidos por McQuail para los medios. Así, cuando indica *información*, se refiere a proporcionar toda la información necesaria para que el receptor pueda entender las condiciones de la sociedad. Además, la autora señala incluso la incidencia de esta información en “la adaptación, innovación y progreso de la sociedad”. Respecto al objetivo de *correlación*, expone que consiste en “explicar, comentar e interpretar el significado de los acontecimientos y de la información; dar apoyo a la autoridad y a las normas establecidas; socializar; coordinar actividades distintas; creación de consenso; determinación de las prioridades y asignación del estatus relativo”. Por su parte, la *continuidad* corresponde a la “difusión de la cultura dominante y reconocimiento de las subculturas y los nuevos avances culturales; forjar y mantener la comunidad de valores”; el *entretenimiento*, a “proporcionar diversión y formas de descanso; reducir la tensión social”; y, por último, la *movilización*, a “hacer campaña a favor de los objetivos sociales en la esfera de la política, la guerra, el desarrollo económico, el trabajo y a veces la religión”.

Pero, a la vez que se le atribuye al ejercicio periodístico unas metas que cumplir respecto de la audiencia, también se indican satisfacciones que esta busca conseguir del uso de los medios de comunicación. En este punto, McQuail (1983: 89) describe

cuatro objetivos principales de la audiencia en el uso de los medios: la información, la identidad personal, la integración e interacción social y el entretenimiento.

A pesar de compartir objetivos, tanto periodistas como audiencia, los destinados a estos últimos se relacionan directamente con el concepto de realidad social anteriormente descrito. Los receptores utilizan los medios de comunicación en una búsqueda de mensajes y conceptos que los relacionen, los integren y les hagan interactuar en la dimensión en la que operan. Además, McQuail resalta que:

“Resulta aún más difícil de lo normal conectar con un motivo, una expectativa o un uso con un específico contenido, ya que tal vez deba entenderse que el uso general de los medios de comunicación proporciona en uno u otro momento todos los beneficios mencionados” (1983: 100).

El modelo de análisis de los medios a partir de los mensajes y de los usos que de ellos hace la audiencia parte de la premisa errónea de considerar a esta como un todo homogéneo, cuando en realidad, como señala Lippman, las actitudes psicológicas de los receptores son tan diversas como inclasificables:

“¿Qué fuerzas psicológicas influyen en la capacidad de comprensión del ciudadano? ¿Cómo interpreta la información sea o no ecuánime? ¿Qué reacciones emocionales provoca dicha información? ¿De qué manera afectan las emociones de los ciudadanos a sus juicios políticos? Los ciudadanos estamos condicionados no solo por lo que nos vemos obligados a creer, sino también por los mecanismos inconscientes de nuestra propia mente” (2003: 16).

Y, aún más, esas actitudes no dependen únicamente de las características individuales, emocionales o psicológicas, sino de las distintas posiciones de clase, sexo, edad, nivel de educación: “llegamos a creer o podemos ser inducidos a creer cosas distintas dependiendo de que seamos, por ejemplo, terratenientes o arrendatarios, empleados o patrones, obreros cualificados o no cualificados, compradores o vendedores, agricultores o urbanitas, acreedores o deudores, importadores o exportadores” (2003: 159).

Los efectos de los medios, tanto en la formación de la opinión pública como en los distintos modelos de influencia, han sido los que más interés y más abundante producción bibliográfica han producido como referencia a los mensajes. A lo largo del siglo XX fluyeron teorías en apariencia convincentes, pero que sucesivamente daban el

relevo a otras contrarias³¹. Así, al período de creencia de influencia directa, poderosa, de los medios (1920-1940) le siguió otro en el que se consideraban unos efectos muy restringidos (1940-1960). A continuación, llegó una creencia más matizada (1960-1970), para volver a las teorías que suponían a los medios con un poder prácticamente unívoco en la configuración de la opinión pública.

A pesar de estar Lippmann entre los intelectuales convencidos del poder de los medios en la configuración de la imagen del mundo, aporta una de las reflexiones más pragmáticas sobre las limitaciones prácticas de los periodistas para describir el mundo:

“La prensa es demasiado frágil para soportar sobre sus hombros todo el peso de la soberanía popular, es decir, para suministrar espontáneamente la misma verdad que los demócratas confiaban en que fuera innata. Por tanto, cuando esperamos que nos suministre tales verdades no hacemos más que juzgarla aplicando un criterio engañoso: malinterpretamos la naturaleza limitada de las noticias, junto a la ilimitada complejidad de la sociedad; sobreestimamos nuestra propia resistencia, espíritu público y capacidad en general” (2003: 292).

Además, Lippmann (2003) resalta que si los periódicos tuvieran que asumir la responsabilidad de traducir toda la vida pública de la humanidad, de manera que todos los adultos pudieran formarse una opinión sobre todos los asuntos discutibles, llegaríamos a la conclusión de que han fracasado, y ni los nuevos y ágiles sistemas de comunicación podrían impedir este fracaso. A ello añade lo siguiente: “a la prensa se le exige que a base de actuar sobre todos los individuos media hora cada 24 horas sea capaz de crear una fuerza mística denominada Opinión Pública”. Pero no es solo la limitación material: pocas noticias son exactas en función de estar basadas únicamente en hechos que quedan registrados con precisión, en algo que se preste a ser nombrado, medido y moldeado a un hecho específico. En general, las noticias están sujetas a las percepciones y prejuicios de la observación. En esta línea, Kovach y Rosenstiel recurren a una investigación realizada por Valeria Crane, que trabajaba con la Research Communication Limited de Massachusetts: “aunque los ciudadanos se preocupan por su comunidad, no confían en sus instituciones políticas (...) no es del tema de lo que están hartos, sino del modo en que se trata” (Kovach y Rosentiel, 2012:

³¹ La bibliografía que desarrolla el estudio de las distintas etapas y teorías es extensa. Destacan las referencias de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944); Larswell (1950); Blumer (1948); Katz y Lazarsfeld (1955); Klapper (1960); Habermas (1962); Mccombs y Shaw (1972); Mcquail y Windahl (1981); Lemert (1981); y Noelle-Neumann (1984).

241). En general, las noticias están sujetas a las percepciones y prejuicios de la observación.

Corresponde a este trabajo ceñir el periodismo a su faceta de mediación social, fundamental en las sociedades democráticas. Y, como explica José Luís Martínez Albertos, en el prólogo de *Noticias e ideología profesional* de Ofa Bezunartea, “el periodista es un experto social que toma decisiones acerca de los temas, de las fuentes y de los textos que van a condicionar la difusión masiva de ese producto de consumo intelectual llamado noticia” (1988: 10).

El elemento desde el que el periodismo ejerce su capacidad de mediación en la sociedad es la noticia. El relato a través del cual la audiencia configura la realidad social tiene la noticia como unidad clave, de manera que los elementos de construcción de la noticia son a la vez elementos de construcción del relato social y están determinados por el trabajo periodístico. El periodista, ante la construcción de una noticia, afronta decisiones en tres ámbitos distintos y complementarios de la realidad que construye: el contenido, las fuentes y la documentación a las que recurre, además de las formas de expresión del mensaje. A este respecto, Lorenzo Gomis explica que:

“El periodista tiene que ser alguien que escriba y no solo que transmite, un organizador y no solo un intérprete, así como alguien que reúne y hace accesibles los hechos. Además de saber cómo redactar informaciones en prensa y cómo contarlas en los medios audiovisuales, él o ella deben descubrir cómo introducirse en la cabeza a su público. En otras palabras, el periodista tiene que ser ahora un administrador de datos acumulados, un procesador de datos y un analista de datos” (Citado en Meyer, 1993).

Esta idea se ve reforzada por Kovach y Rosenstiel, quienes afirman que:

“La buena literatura periodística siempre es el resultado de la sólida labor de un reportero a la que se le añaden detalles y contexto necesario. Un buen trabajo requiere algo más que acudir al lugar de la noticia para a continuación sentarse en el teclado del ordenador” (Kovach y Rosentiel 2012: 205).

Desde la perspectiva, no ya del análisis de los mensajes, sino de los profesionales que promueven, seleccionan, jerarquizan y divulgan, los estudios que se han dirigido a describir y examinar cómo operan los periodistas. Gaye Tuchman (1983: 9), en su libro *La producción de la noticia*, fue pionera advirtiendo que el sistema de trabajo

periodístico suponía poner de relieve que cuantitativamente el número de noticias que se cubren representa una parte ínfima de los acontecimientos que ocurren.

Además, las condiciones de producción inducen a los periodistas a establecer una serie de rutinas, como en todo sistema industrial, que les asegure que el producto estará a disposición de la audiencia en unos plazos previstos:

“Pensé que los medios de información ponen el marco en el que los ciudadanos discuten los acontecimientos públicos y que la calidad del debate cívico depende necesariamente de la información. Por eso quise averiguar cómo los informadores deciden qué es noticia, por qué se ocupan de algunos temas y no de otros y cómo deciden lo que yo y otros queremos conocer” (Tuchman, 1983: 9).

Tuchman llama la atención sobre una concepción equivocada y que puede generar error en la valoración de los contenidos de los medios. La realidad social es mucho más amplia de lo que se presenta en los medios de comunicación. No se puede entender como sinónimo de realidad social aquella que se presenta a través del trabajo periodístico.

Las limitaciones periodísticas fueron descritas claramente por Lippmann:

“Todos los periodistas de sucesos del planeta, ni siquiera trabajando 24 horas al día, podrían presenciar todo lo que pasa en el mundo. Por otro lado, lo cierto es que no son muchos, que ninguno tiene capacidad de estar en dos sitios a la vez y que ni son clarividentes, ni utilizan bolas de cristal, ni tienen el don de la telepatía. Por tanto, nos parecería milagroso que estos profesionales, más bien pocos en términos corporativos, acierte a cubrir tal variedad de temas, si no fuera porque todos ellos siguen una rutina de trabajo tipificada”. Respecto a las rutinas de trabajo periodísticas, el autor aclara: “Rutina que significa colocarse en lugares estratégicos” (2003: 275).

Una característica común en los numerosos autores³² que, como Lippmann y Tuchman, han analizado los procesos de producción periodística, es el predominio de la perspectiva sociológica interesada en las consecuencias del modelo de trabajo periodístico, más que en el estudio de la profesión por los condicionantes industriales

³² En las décadas 70 y 80 del pasado siglo se produjo, especialmente en el mundo anglosajón, una verdadera eclosión de publicaciones dedicadas al estudio del comportamiento profesional de los periodistas, una cuestión sobre la que con anterioridad no se había mostrado ningún interés. Destacan, junto a Tuchman con la obra citada y varios artículos, Fishman, Mark: *La fabricación de la noticia*; Golding Peter-Elliott, Philip: *Making the news*; Gans Hebert, J: *Deciding what's news*; Sigal, Leon: *Reporteros y funcionarios*; Strenz, Herbert: *El periodista y las fuentes informativas*; Park, R.: *News as a form of knowledge*; Schudson, M.: *Discovering the news*; Grossi, Giorgio: *Profesionalità giornalistica e costruzione sociale della realtà*.

de la realización del producto. Preocupados por descubrir cómo y porqué los periodistas deciden qué es noticia, describen algunas características que concurren en ellas, pero concluyen que no hay criterios objetivos que se puedan aplicar y que todo son convencionalismos.

1.2. EL PERIODISMO LOCAL, CON SUS PARTICULARIDADES

El periodismo local, aun participando de los principios esenciales del periodismo enunciados con anterioridad, tiene notables peculiaridades, condicionantes que derivan de la mayor relación de proximidad y de un compromiso más estrecho con las necesidades de la audiencia.

La necesidad de información ha ido creciendo aceleradamente conforme la vida de la gente se ha hecho más compleja e interdependiente. También los flujos informativos han crecido aún más intensamente, multiplicándose los soportes de divulgación con las nuevas tecnologías. La inundación de mensajes no siempre facilita el acceso a la información útil, creíble, contextualizada, seleccionada en función de las condiciones y necesidades de la audiencia.

Entre los medios de comunicación es el periódico el que mantiene la capacidad única de responder a esa demanda y conectar al individuo con su mundo (una consideración especialmente ajustada a la prensa local, que registra la vida de la comunidad). Es el integrante de esa comunidad que jerarquiza las noticias, les da significado, asocia acontecimientos que pueden repercutir en la vida cotidiana de los convecinos. Además de describir los hechos básicos con los que entender nuestro mundo y explicar lo que esos hechos significan, señala Pilar Diezhandino (1994) que: “hay que indicar por qué son importantes, en qué contexto hay que situarlos, adónde nos conducen. Se dice a los lectores lo que sucedió, por qué sucedió y qué es probable que suceda a continuación”. El papel de ese periodismo en la vida ciudadana le aleja del concepto de medio masivo, pues una parte importante de sus mensajes individualiza los destinatarios: desde las esquelas hasta los anuncios publicitarios singularizan los contenidos y a los receptores.

El desarrollo de la vida en un lugar concreto genera información acerca de su propio entorno, así como condicionantes o particularidades sobre las informaciones no propias de ese área, pero dirigidas a sus integrantes. Xosé López y Juan Maciá, en su tratado sobre periodismo de proximidad, exponen que la información local:

“Se ha convertido en vital para que hombres y mujeres puedan participar en la vida de la comunidad, es decir, para que dispongan de los datos útiles que hagan posible una verdadera integración como miembros de esa comunidad en las localidades donde desarrollan buena parte de su actividad” (2007: 9).

Prueba de ello es la reflexión realizada por O’Neill y O’Connor (2008):

“In recent years, local newspapers have faced the challenges of changing patterns of newspaper consumption and changing communities whose inhabitants may be more transitory than in the past (Aldridge, 2003). Yet while the number of titles in circulation have declined, regional newspapers have maintained high levels of profitability while profit margins are higher than those achieved in national newspapers as well as other comparable industries (Williams and Franklin, 2007)”.

De este modo, el periodismo local no se reduce a la información generada en un lugar concreto. Esta sería una concepción simplista y reducida de la producción informativa que se puede generar en la práctica de este ejercicio. Así, para completar la definición resulta interesante recurrir a las conclusiones del I Congreso de Comunicación Local, celebrado en Castellón en 2001. Los expertos reunidos en este encuentro concluyeron que:

“El criterio de definición sobre qué es prensa local debe basarse en el modo cultural de comunicar los acontecimientos. Es decir, el medio local recoge los aspectos identitarios de la sociedad local y los coloca en la comunicación que está produciendo. Por tanto, un medio local no es el que informa del ámbito local, sino el que informa desde el ámbito local. La lectura de los acontecimientos (internos o externos) se realizará con la mirada cultural del ámbito social en el cual se desenvuelve el medio local” (Fernández y Vilar, 2002: 237).

Basándose en el concepto de *modo cultural de comunicar los acontecimientos*, que marca la definición de periodismo local, autores como Ignacio Bell destacan que “el desarrollo de la información local ha permitido sobre todo acercar la realidad informativa a los ciudadanos desde las coordenadas de una mayor proximidad” (Bell, 2002: 28). Esta tendencia ha potenciado en los últimos años “el desarrollo constante de medios de comunicación local que reflejasen las preocupaciones e intereses más

directamente sentidos por los habitantes de dichos núcleos, muchas veces olvidados por los contenidos informativos de los medios de ámbito nacional” (2002: 28).

En cierta medida, las características que Pilar Diezhandino asigna al periodismo de servicios sintonizan con los objetivos que cubre el periodismo local: “Información necesitada puede ser la información que el periódico ha sabido hacer necesaria porque aborda los intereses y necesidades de la vida cotidiana atendiendo los puntos más vulnerables del ser humano: ansia de seguridad, de estabilidad, de pertenencia” (1994: 88).

Estas sugerencias provienen no solo de las noticias, sino también de la publicidad directa o indirecta: puede ser un seguro, un modelo de coche, una casa, ofertas de ocio, actividades culturales, soluciones privadas o públicas a sus necesidades. El periodismo de servicio complementa las necesidades de conocimiento de los lectores con sus propuestas útiles. ¿A cuántas acciones puede invitar el repaso de las páginas de un diario local cada día?

El periodista local da respuestas a las necesidades informativas de la comunidad a la que pertenece, tanto con contenidos del lugar como de fuera de este, pero desde la perspectiva del interés local. Como define Jaume Guillamet, “el periodismo local es el día a día, es el cara a cara, es la proximidad con el lector y con los sujetos de la información” (Guillamet, 2002: 195).

Una de las grandes características del periodismo local, que condiciona su modo de trabajo, así como sus resultados, es la coincidencia espacio-temporal de las fuentes con los periodistas y los receptores, la proximidad de la que Guillamet hace referencia en su definición. En los medios de comunicación locales, los receptores de las informaciones pueden conocer personalmente o reconocer tanto los escenarios, como las fuentes reseñadas en las noticias, ya que conviven en el mismo sistema local que ellos. Esta característica hace que el trabajo periodístico sea más exigente, al estar en constante examen de veracidad por parte de los receptores. O’Neil y O’Connor recurren a una cita de Aldridge cuando afirman:

“regional newspapers should have little difficulty in addressing multiple dimensions of readers’ and potential readers’ lives: for most people, their home, employment, at least some of their kin network, their friendships, their consumption of essential and

optional goods and services, and their leisure are largely geographically co-terminous” (2003, p. 497). With a little imagination and some curiosity, journalists should be able to mine a rich seam of stories relevant to local communities” (O’Neill y O’Connor, 2008).

En el contexto del periodismo local adquiere gran transcendencia la idea de “prosumidor” definida por Kovach y Rosenstiel: “el periodista se convierte en líder de un foro o en mediador, más que en profesor o conferenciante. El ciudadano deja de ser exclusivamente consumidor y se convierte en prosumidor, es decir, e consumidor y productor” (2012: 34).

Uno de los rasgos del trabajo del periodista local es que la observación directa, sus propias vivencias, le convierten en una fuente plenamente identificada con los intereses y necesidades de sus conciudadanos. Él mismo o sus amigos y familiares sufren los atascos, las dificultades de aparcamiento, la falta de instalaciones deportivas, la deficiente atención de determinados funcionarios, las malas previsiones de las autoridades municipales ante situaciones incómodas que pueden anticiparse...

A este respecto, Fernández del Moral señala que “al contrario de lo que ocurre en el ámbito de la información nacional y, por supuesto, internacional, la relación directa entre sujeto y objeto informativo es tan evidente y fuerte que puede condicionar la propia información” (2004: 428). La relación del periodista local con sus receptores tiene una connotación de especial responsabilidad, aunque también favorece relaciones de complicidad entre los emisores y lectores, por los lugares y referencias que ambos comparten.

La verdadera responsabilidad del periodismo local en su área de acción no solo descansa en la veracidad de sus contenidos, sino también en la influencia que esos contenidos pueden ejercer sobre el consenso social, como elemento vertebrador de la sociedad.

La definición de noticia propuesta por Tom Koch aporta matices muy interesantes en la definición del periodismo local: “News is the essential source by wich citizens acquire the data they need to make personal and comunal choices” (1991: 13). Como afirma este autor, los ciudadanos se nutren de las noticias para crear sus juicios y convicciones, que les ayudarán a tomar decisiones en sus vidas, ya sean personales o

sociales. En este punto, el periodismo local se presenta, según explican Fernández y Vilar, como vertebrador de la sociedad. Ambos destacan que esta condición del periodismo local “mana del hecho de que no solo informa sobre la realidad, sino que reconstruye la realidad social, construye con sentido. Es decir, la prensa local no solo define lo que hay, sino también construye lo que hay” (2002: 237).

A esta responsabilidad de la prensa como vertebradora de la sociedad hay que unir la especial relación que los medios locales mantienen con el lugar en el que se ubican, y de la cual se retroalimentan. La prensa local se convierte así en un elemento identitario del área en el que se desarrolla: la sociedad del lugar se identifica con el medio y este se ve reflejado en sus lectores. El autor Izquierdo Labella define este proceso como “hacer ciudad”, cuando describe que “los ciudadanos se identifican con su diario y el diario se identifica con sus ciudadanos, y su mutua retroalimentación y dependencia les permite hacer ciudad juntos” (2010: 61).

La responsabilidad del ejercicio del periodismo local es muy alta, tanto por la exigencia en la comprobación y veracidad de la información, dado el conocimiento de los lectores, como por la capacidad de vertebrar la conciencia conjunta de una sociedad determinada. Por tanto, resulta interesante conocer qué piensan los receptores sobre el ejercicio periodístico más próximo. El estudio *Media Research Center Commissioned* de Media Trust (s.d.), realizado en Gran Bretaña, perfila, a través de preguntas a los receptores, cómo el periodismo local debe responder a las que denominan como “genuinas necesidades de la calidad de las noticias y el periodismo”, es decir, todas aquellas relaciones con la formación de la conciencia social y los valores cívicos y democráticos. De las conclusiones de este estudio se desprende que los receptores demandan más información sobre lo que ocurre a su alrededor, más periodismo de investigación, y la evidencia de que el periodista conoce a fondo las noticias. Los lectores definen como buen periodismo local aquel a través del cual se escucha y representa a la gente corriente. Esto es, informaciones que no solo traten la actividad de las Administraciones públicas y las entidades privadas relevantes, sino también las motivaciones que hay entre ellas y las implicaciones para los ciudadanos.

A través de entrevistas y cuestionarios, en el estudio *What the public expects of local news* (Heider, McCombs y Poindexter, 2005: 952) se pretende perfilar los matices de

las características más importantes del periodismo local desde dos perspectivas: los receptores y los periodistas. Desde el punto de vista de los receptores de los medios locales, la principal prioridad es el rigor (94 %), seguida de la información equilibrada y no manipulada (84 %). Además, valoran como positivo que las noticias incluyan distintos puntos de vista (69 %); que el ejercicio periodístico entienda y cuide la comunidad (68 %); y que ofrezca soluciones a los problemas (51 %). Frente a estas cuestiones con gran porcentaje de apoyo, temas importantes para la periodística, como propiciar debate, ejercer de *watchdog* o la rapidez de la información, no alcanzaron el interés de más del 50 % de los receptores.

Al otro lado, la visión de los periodistas consultados en el estudio dibuja un perfil diferente del que representan los lectores. Los primeros puestos de prioridades para los profesionales los ocupan el rigor y la falta de prejuicios, siendo el papel de *watchdog* el más importante (70 %) y la rapidez de la información un 59 %, frente al 35 % de los lectores.

La historia cotidiana de cualquier periódico local demuestra hasta qué punto tiene un papel en el entramado institucional de la comunidad en la que se desenvuelve. Con frecuencia se producen esas situaciones en las que los vecinos, individualmente o en grupo, saben que, para resolver un problema de falta de respuesta de las instituciones, la solución es darlo a conocer en el periódico. A veces, hasta se usa como elemento de presión: si, por ejemplo, la Administración no resuelve el problema de un semáforo en un punto negro de circulación, una de las consecuencias es su denuncia ante un diario. Al mismo tiempo, es habitual que las propias instituciones se valgan del periódico para anunciar la resolución de un problema o la mejora de un servicio.

La descripción más sencilla y gráfica de lo que debe ser un periódico local es la que hace Lippmann, atribuyéndola al editor del diario:

“Para empezar debe quedarte claro que al común de los lectores le interesa, en primer lugar, por sí mismo y en segundo lugar por sus vecinos. Asia y las Islas Tonga ocupan el último lugar en la lista. Por tanto, no dejes que se funde una nueva iglesia, que se venda una sola granja, se construya una nueva casa, se abra una nueva tienda, ni suceda nada que pueda interesar a una docena de familias, sin que los hechos queden debida y brevemente descritos en tus columnas. Si algún agricultor talase un árbol de gran altura, cultivase una remolacha gigante o recolectase una cosecha más

abundante de lo habitual, divúlgalo tan sucinta y frecuentemente cuanto te sea posible” (2003: 275).

1.2.1. CONDICIONANTES DE LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS LOCALES

Las funciones definitorias del periodismo local son a la vez condicionantes de su desarrollo en el día a día del periodista. De modo general, la información debe contribuir a los valores democráticos, plurales y participativos de la sociedad; pero, además, las rutinas de trabajo en un medio local vienen marcadas por el compromiso que genera la atención a la proximidad y por el objetivo de ser de utilidad inmediata a los receptores. Por otra parte, los periodistas locales están condicionados por la estructura de los medios en los que trabajan, la crisis económica, la falta de recursos... La descripción de las funciones específicas del periodismo local que desarrollan Xosé López y Juan Maciá (2007: 23) es una guía para identificar las dificultades a las que estos profesionales de la información hacen frente en sus rutinas de trabajo.

Estos autores defienden que el periodista local debe “contar lo que sucede en los ámbitos de proximidad, con rigor, precisión y amenidad” (López y Maciá, 2007:23). Esta indicación lleva implícita la necesidad de una contextualización completa de los hechos, para la cual es necesario tener un buen dominio y trato con las fuentes principales. Como se ha mencionado en otros momentos de este estudio, el trato con las fuentes y su exposición a los lectores son de los puntos más difíciles de superar en el periodismo local. La cercanía de los lectores a los hechos hace que muchos de ellos sean conocedores de las circunstancias, del dónde, cómo y cuándo, de las posibles fuentes, etc., por lo que la precisión del periodista debe ser máxima. Cualquier error mermará la credibilidad del periodista y del medio, y la identificación mutua receptores-medio, que se establece en esta dinámica periodística, difícilmente podrá restablecerse.

La segunda función descrita por López y Maciá es la necesidad de “especialización en todas las informaciones temáticas que se producen en ese ámbito, en profundidad y con calidad” (2007:23). En el ámbito local se desarrollan dinámicas políticas, sociales, económicas, científicas, medioambientales... y todas ellas estarán cubiertas por los periodistas de una misma sección: Local. El periodista local tiene que conocer en

profundidad cada actividad de la sociedad en la que trabaja, dominar sus fuentes y transmitir la información con rigor, aunque deba trabajar en temáticas muy diversas. Esta cuestión se ha agravado en los últimos años, convirtiéndose en un problema, pues, debido a la crisis económica, las plantillas se han reducido, los redactores están saturados de trabajo y se aleja cualquier posibilidad de especialización temática. Así, un periodista local puede tratar en un mismo día temas dispares, pero en todos se les exige el mismo rigor en la producción periodística, aun cuando no dispongan de los recursos materiales y temporales necesarios para ello.

La tercera función está muy relacionada con la anterior: el periodista local “debe tener capacidad para escuchar a todos los actores, conocer sus intereses y disponer de abundante información para elaborar información seria y responsable” (López y Maciá 2007: 23). Al igual que ocurre con la función descrita anteriormente, la consecución del buen trabajo periodístico enfocado a proporcionar suficientes conocimientos al ciudadano choca frontalmente con la realidad de los medios de comunicación locales.

La cuarta y quinta función descritas por los autores están íntimamente relacionadas con las consecuencias e interacciones sociales de las informaciones locales con su ámbito de actuación. Se trata del fomento del debate público para la participación democrática y del interés por lo que ocurre en los escenarios locales. Tal y como explican estos autores, “el periodismo local tiene unas funciones específicas que nacen de su compromiso con la proximidad, con la información participativa, plural y democrática, y con el objetivo de resultar útil a los usuarios” (López y Maciá, 2007: 23).

El periodismo local tiene que superar los procesos propios de la creación de contenidos periodísticos inherentes al producto informativo en cualquiera de sus especializaciones. De todos estos procesos tiene especial interés en el área de local la construcción de la agenda informativa, por las funciones específicas del proceso de selección del hecho noticioso.

Como exponen Armentia y Caminos:

“La actividad periodística está marcada por la constante elección. Elección de informaciones, de datos, de vocablos. Elección de espacios, de material gráfico, de ubicación... Los jefes de sección, los redactores jefe, los subdirectores y el director son los que tienen en sus manos la responsabilidad fundamental de analizar, valorar y decidir sobre lo que se debe publicar” (2003: 121).

En el periodismo local, el proceso de elección está directamente influenciado por las funciones que ejercen los medios en la sociedad.

Pero no debe simplificarse el ejercicio de la selección en los medios, ya que este comienza antes de que el hecho noticiable llegue al redactor que la trabajará. Como describe Wilson, “Editing begins as soon as a journalist sees and hears something newsworthy. The process of selection, elimination and presentation starts almost instantly. No reporter reports everything known, nor in the order it occurred” (1996: 29).

1.2.2. FUENTES DEL PERIODISMO LOCAL: NECESIDAD DE FUENTES PERTINENTES

El estudio del uso de las fuentes en cualquier especialización o área periodística supone evaluar un aspecto sustancial de esta práctica. En el ejercicio del periodismo local, el uso o abuso de las fuentes adquiere connotaciones muy específicas sobre la relación del receptor con el periodista y el medio. En este sentido, el análisis de las fuentes es un pilar fundamental en la descripción de la calidad periodística.

El periodista, para realizar su trabajo —“poner en conocimiento del ciudadano la información que precisa para tener criterio y actuar con elementos de juicio” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 24)—, necesita conocer la realidad que trata, sus personajes, expertos, testigos. Requiere de interlocutores, documentos, técnicos con los que completar el relato de los hechos que transmite a los ciudadanos: son sus fuentes informativas. En este sentido, Casero-Ripollés y López explican que la capacidad de las fuentes “para proporcionar datos sobre acontecimientos y sucesos de actualidad las sitúa como un componente imprescindible. Los periodistas las necesitan para que les aporten informaciones relevantes y dignas de confianza” (2013: 73). Es por esta razón que Bezunartea explica que “las relaciones con las fuentes proporcionan a los periodistas una de las pocas facetas en la autonomía de su trabajo: las fuentes constituyen su patrimonio personal” (1988: 167).

En definitiva, hablamos de un recurso imprescindible para la construcción del relato y para la credibilidad, tanto de la información como del procedimiento usado por el periodista para elaborarla. Diezhandino, a este respecto, afirma: “la primera razón del

valor instrumental de la fuente, instancia fundamental para consultar, constatar, probar, comprobar y verificar es la de conferir credibilidad al relato periodístico y probar la veracidad” (2007: 63).

Tradicionalmente se han considerado dos grandes tipologías de fuentes: las propias y las ávidas. Las primeras son las que el periodista consigue por su propia iniciativa, durante una investigación o seguimiento de un hecho noticioso; mientras que las fuentes ávidas son aquellas que toman la iniciativa, ofreciendo información al periodista para que este la convierta en noticia. La proactividad de la fuente ávida sobre el trabajo periodístico es un factor condicionante: se traduce en facilidad para el trabajo periodístico, pero también en el hecho de que quien ha decidido la noticiabilidad de un mensaje no es el periodista, sino la fuente. En este sentido, es importante considerar que a pesar de que los periodistas tienen el poder de interpretar la realidad a través de sus noticias,

“Si la cobertura es fundamentalmente sobre acontecimientos preplanificados programados a menudo para atraer la atención de los medios, entonces los periodistas abdican de ese poder a favor de los planeadores de acontecimientos, aquellos que detentan el poder político y económico. Quienes arguyen que la prensa es el espejo del mundo, olvidan que los creadores de noticias son a menudo un pequeño grupo de personalidades de elite que pueden atraer la atención periodística y colocar el espejo en la dirección conveniente a sus intereses” (Keir, McCombs y Shaw, 1986: 7-8).

Como afirma Xosé López, “el número y la calidad de las fuentes del periodista de proximidad resultarán determinantes para conseguir una información plural, equidistante de los intereses de las fuentes y que favorezca el interés de la comunidad” (2007: 111). En la misma línea, Borrat expone que “la potencia informativa de un medio puede medirse por el número, la calidad y el pluralismo de las fuentes que emplea” (1989: 57). Estas condiciones no siempre se cumplen. La actitud proactiva de las fuentes institucionales y, en general, las relacionadas con el poder, se convierte en un recurso útil para las rutinas profesionales y las escasas plantillas de redactores, que, si tienen que responder a la abundante información generada por ellas, difícilmente disponen de tiempo para contrastar distintas fuentes o dedicarse a las noticias de iniciativa propia.

El empleo de diversas fuentes de información en la cobertura de un hecho noticioso es de vital importancia para el relato y el trabajo periodístico. Casero-Ripollés y López explican que:

“El empleo de diversas fuentes resulta un mecanismo clave para comprobar la validez de una información. El contraste se convierte en un elemento clave para determinar la calidad del producto periodístico, ya que establece la veracidad de una información. El número de fuentes diferentes utilizado en una noticia constituye un patrón para comprobar la incidencia de este criterio” (2013:75).

Ya en 1964, Walter Gieber, en un estudio sobre noticias locales, explicaba que:

“Los periodistas, a pesar de que se crean agentes actuando libremente, buscando e investigando sus propias historias, realmente son no independientes de sus fuentes, al contrario, generan noticias basadas en la información de fuentes que se benefician más de ello que los propios periodistas” (291).

En el día a día, un redactor tiene que enfrentar gran cantidad de paraperiodistas, como los denominó Schudson (2003), esto es, gabinetes de comunicación, empresas, relaciones públicas, portavoces, corporaciones: agentes comunicativos que saturan, físico y temporalmente, al redactor, fracasando este en el intento de localizar nuevas fuentes para contrastar. Algunos autores, como Maxwell McCombs, inciden en la prevalencia de la publicación de noticias basadas en fuentes ajenas, principalmente institucionales; un fenómeno ante el que es necesario plantearse quién realiza realmente la agenda informativa en estos casos: las fuentes, los medios o los periodistas.

Como se ha apuntado anteriormente, el buen trabajo periodístico de fuentes se refleja en el producto informativo: en el contraste de información, los múltiples enfoques, lo completa y ecuánime que resulta la noticia. Sin embargo, cada día es más frecuente encontrar en los medios de comunicación piezas informativas con una sola fuente. En este caso, no profundizan en el hecho noticioso, no presentan los distintos puntos de vista, excluyendo con ellos posicionamientos posibles. A este respecto, O’Neill y O’Connor (2008: 487) explican que “los periodistas son cada vez más pasivos, meros procesadores de información de un solo lado o de un puro dictado de las fuentes”. La descripción de O’Neill y O’Connor es dura para el periodismo local: “la prensa local necesita despertar rápido y reinventarse a sí misma antes de que los únicos lectores

que queden sean los funcionarios, los relaciones públicas y grupos de presión que han arrastrado a los editores y reporteros sin imaginación” (2008: 498).

1.3. PERIODISMO DE CALIDAD Y VALOR AGREGADO PERIODÍSTICO (VAP)

La calidad de las informaciones periodísticas ha sido y es centro de múltiples estudios e investigaciones: piedra angular de la reflexión sobre la propia profesión. La información periodística tiene consecuencias directas sobre la sociedad, que cada vez es más compleja y donde las instituciones, entre ellas la prensa, se hallan en plena crisis de credibilidad. Como explica Gómez Mompert:

“De calidad periodística no hay una definición única y difícilmente puede ser universal, pero sí hay bastantes elementos que permiten que profesionales honestos de cualquier parte del mundo y ciudadanos democráticos se pongan de acuerdo a la hora de decidir qué es buen periodismo y para qué sirve en una sociedad deliberativa de libertades y derechos iguales” (2013: 9).

La dificultad inherente al proceso de definir y concretar los elementos de calidad en los mensajes periodísticos la describen De Miguel Pascual y Berganza Conde al afirmar que:

“La calidad de un cuerpo físico tangible, la de un artefacto mecánico, por ejemplo, se objetiva con facilidad mediante el análisis de una serie de indicadores empíricos de su rendimiento, tales como la eficiencia energética, la fiabilidad, la seguridad, la potencia, etc. Pero, ¿se puede juzgar la calidad de un producto intelectual como se juzga la de uno material?” (2013: 54).

El criterio de calidad, así como la reflexión sobre el mismo, no siempre ha sido unánime y ni ha ido en la misma línea. Desde estudios de calidad con enfoques de sistema de producción industrial hasta la contextualización actual, la evolución ha sido muy amplia. Las primeras investigaciones sobre la calidad periodística, como expone Gutiérrez Coba:

“Partieron de las teorías sobre *gatekeeping* y *newsmaking*, en las cuales se trazaron pautas para establecer los criterios de noticiabilidad que hacen atractivo un hecho para el medio de comunicación, y la forma en que se realiza el proceso de construcción de la noticia” (2006: 31).

Además, el investigador hace una precisión terminológica interesante y sugiere que “no es posible hablar de manera exclusiva de calidad informativa sino más bien de calidad periodística, ya que los elementos que la componen no se encuentran solo en el producto como tal sino en todo el proceso de su producción” (2006: 34).

En este contexto destaca el trabajo realizado por dos autores mencionados ya anteriormente: Bill Kovach, presidente del *Comitee of Concerned Journalists*, y Tom Rosenstiel, director del Proyecto para la Mejora de la Calidad del Periodismo. Ambos trabajaron dos años en debates y estudios al más alto nivel con periodistas e intelectuales para describir y sintetizar los elementos del periodismo. La conclusión de la investigación es clara: es preciso que el periodismo cumpla con una serie de elementos para lograr el propósito de proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo. Estos elementos de calidad periodística parecen evidentes, pero sufren distorsiones: la obligación de veracidad, de disciplina de verificación, control del poder, foro para la crítica y el debate, noticias exhaustivas y equilibradas... (Kovach y Rosenstiel, 2003).

Leo Bogart, en *Press and public* (1985), tras un profundo estudio sobre contenidos de los periódicos y hábitos de lectura del mercado periodístico americano en los años 70 del pasado siglo, realizó una propuesta de indicadores de calidad en periódicos que, con algunas actualizaciones, podían ser aplicados a cualquier publicación. Recogía los siguientes puntos:

1. Relación de redactores por servicios de cable y de reportajes ajenos.
2. Contenido total sin publicidad.
3. Relación de interpretaciones de prensa y material de referencia para detectar posibles noticias.
4. Número de cartas al editor por edición.
5. Diversidad de los columnistas políticos.
6. Puntuación alta de legibilidad.
7. Relación de ilustraciones por texto.

8. Relación del contenido no publicitario en relación con el contenido de la publicidad.
9. Relación de las noticias con respecto a los reportajes.
10. Número de empleados por reportaje.
11. Relación de noticias y reportajes deportivos respecto al contenido total de noticias.
12. Número de editoriales por edición.
13. Número de agencias noticiosas.
14. Relación de las noticias culturales, informes y reportajes respecto al contenido total de noticias.
15. Relación de servicios de noticias periodísticas con respecto al contenido total de noticias.
16. Proporción de noticias y reportajes de negocios en relación con el contenido total de noticias.
17. Número de columnistas políticos.
18. Número de tiras cómicas.
19. Extensión promedio de las informaciones de primera página.
20. Presencia de una columna de astrología.
21. Relación de noticias estatales, nacionales e internacionales en relación con las noticias locales.

En el año 2003, Meyer y Kim realizaron una revisión de los indicadores propuestos por Bogart, incluyendo las aportaciones recogidas en una encuesta a miembros de la American Society of Newspaper Editors. Del estudio realizado se obtuvo como resultado multitud de indicadores que los autores agruparon en cinco grandes bloques, considerados las cinco piezas claves de la producción de noticias en una publicación: facilidad de uso, localismo, vigor editorial, cantidad de noticias e interpretación (2003: 9). Del mismo modo, Schulz (2000) propone tres líneas fundamentales en las que fijar los criterios de calidad periodística: la disponibilidad de

los recursos necesarios para desarrollar el trabajo periodístico; el ordenamiento político y legal, que proteja y garantice las libertades de comunicación e información; y la adhesión del periodista al cumplimiento de los estándares profesionales.

No hay que olvidar que la percepción de la calidad periodística está ligada al trabajo periodístico, a los modos, rutinas, procesos y productos informativos que se obtienen como resultado. En esta línea, Leo Bogart describe en 2004 los que pueden entenderse como criterios de calidad en el trabajo periodístico: integridad, precisión, concisión, rapidez en la revelación de los hechos, autoridad de la fuente, profundidad de la cobertura, variedad del contenido, reflejo de los intereses de la mayoría del público, redacción fluida, legibilidad y objetividad. Se trataba de una revisión de los indicadores propuestos por el autor con anterioridad, pero aunando los criterios formales con las particularidades del trabajo periodístico actual, tal y como explica Mar Foncuberta (1999), “el concepto de calidad periodística es relativo y transversal (...). Sus parámetros se vertebran en torno a tres ejes: el respeto a un código deontológico, la búsqueda de una identidad propia y la coherencia de sus contenidos”.

1.3.1. VAP: VALOR AGREGADO PERIODÍSTICO

La definición de la calidad periodística se basa en la veracidad, contraste, coherencia y equidad de la información: criterios que, con frecuencia, se enfrentan a condicionantes económicos, ideológicos, laborales, así como profesionales. A veces se denominan periodísticos productos que solo cumplen algunas condiciones de lo noticiable: ser algo novedoso, llamativo, pero sin cumplir necesariamente los requisitos de vital importancia para la función social del periodismo como son la veracidad, el interés público, el contraste, la contextualización. Ante esta realidad, es esencial determinar los elementos de identificación de los mensajes de los medios a los que atribuir calidad periodística.

Las metodologías de análisis y estudio de los mensajes periodísticos son múltiples y están en constante desarrollo: desde aquellos que contemplan indicadores puramente cuantitativos, a los que optan por los cualitativos, pasando por los que implican ambas concepciones del estudio de mensajes. Entre todos ellos destaca el método VAP (Valor Agregado Periodístico) (Alessandri, *et al.*, 2001), desarrollada en la Pontificia

Universidad Católica de Chile (Puente, *et al.*, 2003-2004) y de Argentina (De la Torre y Téramo, 2004; De la Torre, 2003; y Téramo y Vernino, 2003), se trata de una herramienta para evaluar de un modo objetivo la calidad del trabajo periodístico. Por Valor Agregado Periodístico se entiende “la capacidad que tiene el periodista de entregar y procesar información sin distorsionar la realidad, seleccionando y jerarquizando profesionalmente lo que es noticia, y las fuentes involucradas” (Alessandri, *et al.*, 2001: 114).

Esta metodología evalúa los textos periodísticos abordando los dos momentos cruciales del trabajo en la elaboración de una información: el proceso de selección de la noticia (*gatekeeping*) y el proceso de creación (*newsmaking*). La forma de abordarla es aplicando fichas de análisis de contenido al trabajo periodístico en la fase de selección del acontecimiento y, posteriormente, en su proceso de creación y jerarquización. Como definen los investigadores titulares de esta metodología, “La VAP es una medición de la capacidad del medio y del periodista de entregar y, sobre todo, de procesar información, seleccionando y priorizando tanto lo que es noticia como las fuentes involucradas en el hecho, otorgándole a cada una el espacio que le corresponde. Analiza también los elementos que influyen en que el mensaje esté elaborado de manera comprensible y atractiva para el público, contextualizándolos, y dándoles el enfoque adecuado” (Pellegrini, *et al.*, 2011: 27).

El método VAP ha sido validado y puesto en marcha en múltiples investigaciones sobre calidad periodística, en los cuales destaca su uso para evaluar el proceso de selección de temas y de elaboración de contenidos de *Clarín* y *La Nación*, en Argentina (Pellegrini, *et al.*, 2011: 57-78); *El Colombiano* y *El Tiempo*, en Colombia (Pellegrini, *et al.*, 2011: 79-98); *El Mercurio* y *La Tercera*, en Chile (Pellegrini, *et al.*, 2011: 99-122); *El Comercio* y *Correo*, en Perú (Pellegrini, *et al.*, 2011: 123- 142).

El método VAP establece, para cada una de las etapas cruciales en la creación del producto periodístico, unos indicadores aplicables al análisis de los textos con los que determinar su calidad periodística. En el proceso de selección, los indicadores, o puntos de máxima atención del análisis, son relativos a tres ámbitos del trabajo:

a) Selectividad de la noticia:

Los indicadores de esta etapa pretenden determinar la capacidad del redactor para seleccionar entre los distintos acontecimientos noticiosos de un momento determinado:

- Qué tipo de noticia es, distinguiendo entre noticias actuales (duras) y atemporales (blandas).
- El origen de la información, para determinar el grado de independencia del medio respecto de las fuentes informativas, destacando si ha sido iniciativa del medio, de la fuente, una reproducción o tiene un origen indefinido.
- La relevancia en función de la proximidad emocional del hecho con el público al que se dirige, pudiendo ser alta, media o baja.
- La relevancia en función de la proximidad geográfica, distinguiéndose entre área metropolitana, otros puntos del país o el extranjero, con y sin nacionales implicados en los hechos.
- La relevancia de las consecuencias de lo narrado, pudiendo ser nacional, regional, en un segmento o sector social, y en un grupo pequeño o especial.

b) Nivel de acceso:

Los indicadores del nivel de acceso determinan la capacidad de llegada a los actores principales de los acontecimientos. Para ello estudian la presencia de fuentes en las noticias, describiendo:

- Número de fuentes documentales.
- Número de medios citados.
- Número de fuentes personales.
- Tipos de fuentes: gubernamental, oficial pública, oficial privada, experto, testimonial y no identificada.

c) Nivel de equilibrio informativo:

Los indicadores del equilibrio informativo interno en la información difundida se analizan a través de los indicadores como:

- Presencia del protagonista.
- Presencia del antagonista.
- Pauta informativa social (temática), pudiendo ser: política, social, internacional, económica, tiempo libre y magazine.

El segundo momento que contempla esta metodología es el proceso de creación de la unidad informativa, proceso que corresponde al momento de generar o crear la información del hecho noticioso. Para ello se consideran tres tipos de indicadores claves: estilo, contenido y énfasis.

Los indicadores de estilo corresponden al dominio del lenguaje y la creatividad en la construcción de la noticia:

- La estructura narrativa, distinguiendo: la pirámide invertida, la estructura cronológica, la estructura mixta y las entrevistas.
- El nivel narrativo, que define la presencia de la voz del narrador, identificándolo a través de la figura de la transcripción y del procesamiento.
- Número de adjetivos calificativos.
- Número de verbos de atribución.
- Número de fotos.
- Número de infografías.
- Número de gráficos.

A través de los indicadores de contenido se definen los rasgos informativos de contextualización. Se contemplan como tales: la presencia o ausencia de antecedentes y consecuencias de la noticia, así como la presencia de la observación del periodista ante los hechos.

Por último, los indicadores de énfasis recorren el punto de vista adoptado por el narrador para exponer los hechos, considerando como índices de medida el núcleo de la información (si es fáctico o especulativo) y el enfoque (conflictivo, interés humano o trascendencia).

Con el uso de la metodología VAP, los textos periodísticos se analizan desde su creación, desde el momento en el que el hecho fue seleccionado como noticioso, para trazar las líneas de condiciones y presupuestos en los que se ha realizado; y, de esta forma, extraer desde el minuto cero de la información los criterios de calidad con los que ha sido construida.

En definitiva, con la metodología VAP se pueden diagnosticar los males de la calidad periodística en la actualidad, partiendo de los propios textos y con la opción de modificar y mejorar las rutinas periodísticas y, con ello, la formación de la conciencia crítica de la sociedad.

2. CONTAR LA ACTUALIDAD DE LA AERONÁUTICA

El eje temático en el presente estudio es la aeronáutica, aunque centrado en un caso concreto: el avión A400M y su tratamiento en los medios locales. Además de ser un tema local, por la implicación que para el área de estudio tiene, es un tema cercano y recurrente, también idóneo para analizar las especializaciones periodísticas ligadas a la temática: ciencia, técnica, tecnología y economía.

Los medios de comunicación tienden a difuminar las diferencias que pueda haber entre ciencia, técnica y tecnología, pues las noticias no suelen ocuparse de cuestiones conceptuales, sino de hechos concretos. Por supuesto, tampoco existen secciones específicas para estos campos. En el caso del A400M, las informaciones resaltan los aspectos innovadores del aparato y su repercusión económica, pero sin resaltar que tales innovaciones tengan importancia por razones científicas, técnicas o tecnológicas.

2.1. PERIODISMO CIENTÍFICO: INFLUENCIAS PERIODÍSTICAS EN EL TRATAMIENTO DE LA AERONÁUTICA EN LA PRENSA

2.1.1. AERONÁUTICA: CIENCIA-TÉCNICA-TECNOLOGÍA

El primer paso para describir las especializaciones periodísticas que tienen influencia en el tratamiento de la aeronáutica consiste en trazar la conceptualización de esta. Para ello, es necesario diferenciar tres contenidos clave: técnica, ciencia y tecnología, términos que socialmente pueden utilizarse como sinónimos o conceptos cercanos, pero que describen realidades totalmente distintas.

Técnica es un término que abarca múltiples aspectos, en los que confluyen dos rasgos clave: que se trata de una capacidad humana y que tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades del hombre. La íntima relación entre el ser humano y la técnica hace necesario que la sociedad tenga un concepto claro e inequívoco de lo que el conocimiento y la aplicación de la técnica suponen para la evolución del ser humano como individuo y como ser social, lo que parece un objetivo claro y unidireccional: que los ciudadanos estén correctamente informados sobre la evolución de la técnica.

Tradicionalmente, los contenidos periodísticos tienden a unir la técnica a la ciencia y a la tecnología, cuando conceptos y aplicaciones prácticas de estas tres disciplinas son totalmente distintas. Cabe plantearse si es correcta —y, más importante si cabe, si es positiva para la conformación de la conciencia social— la falta de una diferenciación y una especialización en la información sobre técnica, ciencia y tecnología, puesto que esta se desarrolla como si fuera una sola temática, perdiéndose los detalles y enfoques específicos de cada disciplina. En este sentido, Méndez Majuelos expone en su tesis doctoral: “en el sector técnico, sin embargo, existen opiniones enfrentadas sobre el área que cada una debe cubrir e incluso el significado u origen de cada una de ellas” (2002: 42).

La evolución de la técnica, como afirma García Bacca (1968: 62), influye en el conocimiento que se pueda tener de otros ámbitos tan decisivos para el desarrollo del individuo como la política, la economía, la sociedad y la religión, ya que ayuda a comprender el porqué de las revoluciones sociales, políticas, económicas, religiosas...

La definición de *técnica* que recoge el Diccionario de la Real Academia Española (Real Academia Española [RAE], 2014) es:

Del lat. mod. *technicus*, y este del gr. τεχνικός *technikós*, der. de τέχνη *téchnē* 'arte'.

1. adj. Perteneiente o relativo a las aplicaciones de las ciencias y las artes.
2. adj. Dicho de una palabra o de una expresión: Empleada exclusivamente, y con sentido distinto del vulgar, en el lenguaje propio de un arte, ciencia, oficio, etc.
3. m. y f. Persona que posee los conocimientos especiales de una ciencia o arte.
4. m. *Mex.* Miembro del cuerpo de Policía.
5. f. Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte.
6. f. Pericia o habilidad para usar una técnica.
7. f. Habilidad para ejecutar cualquier cosa, o para conseguir algo.

Un buen punto de partida para una conceptualización sobre la técnica es la definición realizada por Ortega y Gasset en *Meditación de la Técnica y Otros Ensayos sobre Ciencia y Filosofía*, en la que expone la técnica como “aquellos actos que llevan al ser humano a reformar el entorno que le rodea (...). De esta forma pretende eliminar, en

lo posible, sus necesidades, suprimiendo o menguando el azar y el esfuerzo que exige satisfacerlas” (1939: 25).

Junto a estas definiciones resulta de interés resaltar la realizada por DeGregori, quien considera la técnica como “un proceso ideativo; el uso de ideas para transformar el mundo material y no material, como parte de un proceso de resolución de problemas” (1988: 67); idea que puede completarse con las apreciaciones de Quintanilla, quien explica que las técnicas “son entidades culturales de carácter abstracto, que pueden tener distintas realizaciones o aplicaciones y se pueden formular de diferentes formas” (1986: 33).

La técnica no hace referencia a un procedimiento o forma de hacer o producir, ni a la tarea material del hacer. La actividad técnica requiere de un conocimiento y operaciones intelectuales englobadas dentro del concepto. No debe ser entendida, pues, como un instrumento, ni como el análisis de los instrumentos. La técnica engloba el saber hacer, un concepto que en la filosofía clásica era muy bien diferenciado al enfrentar técnica (el saber hacer) *versus* experiencia (el hacer). Jesús Canga Larequi, en su Memoria de Cátedra, explica que “a la técnica no le concierne el orden de producir los efectos que se intentan, sino el orden de saber producirlos” (*Memoria de Cátedra de Jesús Canga*, 1996). De esta aportación se desprende otra característica básica de la técnica: deriva de un proceso que precisa de la intervención humana. El hombre necesita modificar su entorno y la técnica es su aliada en este proceso. La filosofía clásica aporta un matiz muy importante en esta cuestión: la diferenciación que plantea Aristóteles (1982) entre producción de cosas, que se basa en un principio técnico, y el nacimiento de cosas, que es un principio natural.

La dificultad de concreción de una definición sobre técnica, debido a las distintas interpretaciones sobre la misma, ha llevado a que existan dos corrientes de pensamiento a este respecto. De un lado, están los autores que consideran la transformación creadora como el elemento clave del concepto de técnica; y, del otro, aquellos que conciben la técnica como una metodología (procedimientos), pero no como el actuar activo que implica la primera corriente.

En el presente trabajo cobra especial relevancia la íntima relación entre la técnica y la sociedad, entre aquella y la cultura. A este respecto, Méndez Majuelos afirma que “la

técnica actual no solo influye en el cambio cultural, sino que demanda un tipo de cultura concreto, guiada por el conocimiento científico y basada en unos valores morales de carácter racional” (2002: 42).

Frente al concepto de técnica se presentan ante la sociedad los de tecnología y ciencia. Es por esta razón que es necesario especificar estas distintas conceptualizaciones y descripciones de diversas realidades. Referente a la tecnología, el Diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2014) expone:

Del gr. *τεχνολογία* *tecnología*, de *τεχνολόγος* *technológos*, de *τέχνη* *téchnē* 'arte' y *λόγος* *lógos* 'tratado'.

1. f. Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.
2. f. Tratado de los términos técnicos.
3. f. Lenguaje propio de una ciencia o de un arte.
4. f. Conjunto de los instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.

La relación entre tecnología y técnica parte, pues, de la propia etimología. Tecnología procede de los términos *techne* (*technicus*), que significa 'técnica', y de *logos* (*logia*) en el sentido de 'ley, tratado'. De esta forma, puede entenderse la tecnología como el tratado de la técnica; o principio desde el cual el concepto de tecnología se sustenta en el de la técnica.

Tecnología sí puede identificarse como instrumento para la transformación de una realidad. En este sentido, Harry Katzan (1974) explica que tecnología es “la aplicación sistemática de un conocimiento organizado a objetivos prácticos”. Pero es importante introducir un matiz más en la definición de tecnología, como expone Canga Larequi en su Memoria de Cátedra (*Memoria de Cátedra de Jesús Canga*, 1996): para transformarse en algo productivo, la tecnología tiene que estar enfocada a lograr tareas específicas, resultados prácticos y concretos, allí donde sea aplicada.

Por último, el Diccionario de la Real Academia Española recoge sobre ciencia lo siguiente:

(Del lat. *scientĭa*).

1. f. Conjunto de conocimientos obtenidos mediante la observación y el razonamiento, sistemáticamente estructurados y de los que se deducen principios y leyes generales.

2. f. Saber o erudición. *Tener mucha, o poca, ciencia. Ser un pozo de ciencia. Hombre de ciencia y virtud.*

3. f. Habilidad, maestría, conjunto de conocimientos en cualquier cosa. *La ciencia del caco, del palaciego, del hombre vividor.*

4. f. pl. Conjunto de conocimientos relativos a las ciencias exactas, fisicoquímicas y naturales. *Facultad de Ciencias, a diferencia de Facultad de Letras*” (RAE, 2014).

Por su parte, Manuel Calvo Hernando reúne definiciones más cercanas al terreno divulgador:

“La ciencia es una penetración cada vez más honda y más extensa en el mundo en que estamos inmersos (Zubiri). Es también la vida humana haciéndose cargo de sí propia (Ortega) y es, en definitiva, el sentido común organizado y comprobado (Gerard). Se ha dicho que la ciencia es el arte de comprender la naturaleza (George Boas)” (2004: 20-21).

Un rasgo fundamental de la ciencia es su modo de proceder: el método científico. Este se basa principalmente en el uso de la lógica para buscar la verdad en los hechos con los que se trabaja. A través de él se pretende un conocimiento estable, probado y que pueda demostrarse. Alex Fernández Muerza lo describe así:

“Un proceso intelectual que incluye los siguientes pasos: 1. Detectar el objeto de nuestro conocimiento. 2. Eliminar aspectos no esenciales. 3. Experimentación. 4. Enunciar una interpretación provisional. 5. A partir de la teoría, predecir fenómenos no detectados. 6. Enunciar una teoría” (2004: 18).

Tradicionalmente las ciencias se han catalogado en ciencias exactas, naturales, humanas y sociales. Dentro de las ciencias exactas se incluyen las matemáticas y las disciplinas que derivan de la misma. Como ciencias naturales se entienden aquellas materias referentes al estudio de la naturaleza.

En torno a la clasificación del conocimiento en las distintas tipologías tradicionales existe una controversia: la diferenciación entre cultura y ciencia. Derivado de los

esquemas tradicionales, durante un largo tiempo se ha considerado como cultura los frutos del pensamiento humanístico, mientras que el conocimiento científico se excluía de esta denominación. Esta problemática es descrita por Charles P. Snow (1963) en *Las dos culturas y la revolución científica*, donde apunta que el auge de la ciencia conlleva a la división de los estudiosos de la ciencia frente a los de las letras, considerando que estos últimos estaban al margen del conocimiento científico.

Calvo Hernando cierra esta polémica al plantear que esta separación “está superándose hoy por un nuevo conocimiento, el de las ciencias de la complejidad, y por una creciente interdisciplinariedad, es decir la convergencia de dos o más disciplinas científicas para el conocimiento de un objeto” (1992: 69).

2.1.2. PERIODISMO CIENTÍFICO

En el presente trabajo se aborda el tratamiento en los medios de comunicación de un tema técnico. Al no existir una especialización de periodismo técnico como tal, es conveniente abordar los conceptos periodísticos de la especialización más próxima a la temática tratada: el periodismo científico. Para tratar esta cuestión es necesario, ante todo, realizar algunas concreciones terminológicas y definir el concepto. En este recorrido, el primer paso es diferenciar entre divulgación científica y periodismo científico.

2.1.2.1. Divulgación científica

Partiendo de la idea de que la ciencia forma parte de la cultura, y de que es necesario que los ciudadanos estén informados sobre ella para tener un sentido crítico de la realidad en la que viven, surge la controversia de cómo se transmite a la opinión pública la actualidad científica, también asumible a la actualidad técnica: a través de la divulgación o del periodismo.

Tanto la divulgación como el periodismo científico se engloban en la denominada Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología (CPCT), donde se enmarca “cualquier sistema susceptible de ser vehículo de comunicación de la ciencia destinado al público no especialista” (Fernández Muerza, 2004: 29).

Calvo Hernando, iniciador de la teorización del periodismo científico y principal referente en España, dedica el primer capítulo de su libro *Periodismo Científico* (1992: 18) a asentar los conceptos básicos referentes a la difusión del conocimiento científico. Resalta que bajo la denominación de divulgación científica se puede englobar cualquier actividad con la que se explique y difunda conocimiento, cultura o pensamiento científico y técnico. Pero a esta primera concepción, el investigador pone dos condiciones: la primera, que para que se considere como tal, la explicación debe realizarse al margen del marco oficial de enseñanza; y la segunda, que dichas explicaciones no pueden tener como objeto formar a especialistas en su propio campo, sino la función de completar la cultura de los especialistas fuera de su área.

Aunque la sitúe fuera del marco oficial de enseñanza, Calvo Hernando resalta la importancia que tiene esta actividad para la sociedad actual: “la divulgación de la ciencia se configura, junto con la educación, entre los grandes retos de la sociedad tecnológica y como una necesidad de las sociedades democráticas, una necesidad cultural, económica e incluso política” (2002b: 18).

La divulgación científica tiene como principal objetivo difundir entre el público más numeroso posible los resultados de las investigaciones científicas y técnicas, a través de mensajes que sean fácilmente asimilables por la mayoría. Debe acercar el discurso científico: su contenido y su lenguaje. Pero esto no siempre es fácil. Como describe Ángel Rubio Moraga (2002), “a lo largo de la historia los científicos han mantenido un peculiar escepticismo sobre la posibilidad de transmitir sus conocimientos al resto de la sociedad”. A partir del siglo XVII distintos sectores sociales comienzan a interesarse por asuntos científicos, provocando el inicio de la difusión masiva.

La forma en la que se transmite el mensaje del ámbito científico al gran público es la parte en la que se ubican los mayores problemas de la divulgación científica. Además de la lógica “traducción” de tecnicismos y términos específicos, el divulgador se enfrenta a un cambio del enfoque del emisor al transmitir un contenido científico. Como explica Rubio Moraga (2002), “en el lenguaje divulgativo, la presencia del propio autor y su credibilidad van a ser garantía suficiente para el espectador, por lo que desaparecen citas o referencias críticas al estilo del lenguaje científico”.

A lo largo de su evolución, y en función de las circunstancias y materias, la divulgación científica ha adoptado diferentes formas en busca de una mayor eficacia comunicativa. En general, se definen cuatro formas de divulgación: a través de la escritura, de la palabra, de la imagen o combinando las tres dimensiones.

Por divulgación científica a través de la escritura se entiende aquella que se realiza mediante revistas, diarios, libros o enciclopedias. Cuando el mensaje divulgador se transmite a través de cursos, conferencias, programas radiofónicos o cualquier formato que utilice la palabra hablada, se tratará de divulgación por la palabra. Por el contrario, si se utilizan dibujos, fotografías, cine... es divulgación por la imagen. La opción de usar simultáneamente los tres formatos anteriores se halla en el caso de los viajes de divulgación, exposiciones y museos científicos, y se denomina divulgación en tres dimensiones. En la actualidad, además, hay soportes que son indispensables: los interactivos y las nuevas tecnologías, que ofrecen más recursos para la difusión de los mensajes científicos.

La divulgación científica abarca ámbitos en los que no actúa el periodismo científico. Calvo Hernado (1992: 18-22) explica que tienen propósitos distintos: mientras el periodismo científico propicia un acercamiento de los que el autor denomina “determinados sujetos culturales” a distintos aspectos de la práctica científica, la divulgación científica persigue transmitir al gran público.

De esta manera, avanza la idea de la que parte la investigadora Carolina Moreno (2008) para desarrollar una exhaustiva diferenciación entre ambas disciplinas, que se resume a continuación. El divulgador científico se caracteriza por:

- Tratar de publicitar, propagar o difundir a un público amplio un determinado corpus de conocimiento.
- Se posiciona ante los hechos y opina. Ofrece información en un sentido o en otro.
- No tiene por qué ser periodista. De hecho, suelen ser científicos.
- Los mensajes que difunde a través de los medios se conciben como géneros puramente de opinión y con una marcada presencia del emisor.

- Opina y el protagonismo no está tanto en el mensaje que ofrece sino en cómo lo cuenta y en qué cuenta.

El periodista científico se caracteriza por:

- Trabajar con informes y datos que le proporcionan las distintas fuentes de información.
- Su actividad profesional consiste en seleccionar, clasificar y elaborar textos sobre ciencia y tecnología que se transmiten a través de los medios de comunicación.
- Le corresponde al periodista científico informar de acontecimientos de actualidad, y suele hacerlo a través de los géneros periodísticos (noticia y reportaje, principalmente).
- Informa y el protagonista de su mensaje está en el texto que elabora, en la noticia.

2.1.2.2. Periodismo científico

La ciencia es parte de la vida cotidiana de los ciudadanos; está presente en la salud, el medio ambiente, la informática... Cualquier aspecto de la vida está determinado en cierta forma por la ciencia. Esto implica que, cada vez, tanto la ciencia, como la técnica, como la tecnología están presentes en los medios de comunicación, que se están convirtiendo, a su vez, en fuente de información científica para la sociedad: “Media are a primary source of science information for the public. After individuals finish their formal education, media becomes the most available and often sole source of information about scientific discoveries” (Yi-Fan Su, *et al.*, 2015). Para que la información que se difunde sobre ciencia sea la adecuada a las necesidades de los receptores, es necesario el ejercicio adecuado del periodismo científico (Moreno, 2004: 241).

Ante la necesidad de definir el periodismo científico, Calvo Hernando realiza una apreciación importante:

“La expresión periodismo científico está sujeta a varias posibles interpretaciones: una disciplina que estudia el periodismo como ciencia, un conjunto de tecnologías que tiene como objetivo final la información o bien una especialización informativa que consiste en divulgar la ciencia y la tecnología a través de los medios de comunicación” (1992: 22).

Tras ello, define el periodismo científico como “una especialización informativa que consiste en divulgar la ciencia y la tecnología a través de los medios de comunicación de masas” (Calvo, 1992: 22).

La investigadora Carolina Moreno Castro (1999) afirma que el periodismo científico “debe estar encaminado a que los ciudadanos entiendan los problemas tecnocientíficos que les afectan con la menor ambigüedad posible y, por tanto, informar al público sobre los riesgos de dependencia tecnológica”. Pero, como explica Julia García Agustín, “no solo debe ser capaz de explicar fenómenos, sino que debe permitir a los individuos evaluar alternativas y tomar decisiones cuando lo requieran” (2011: 31).

Partiendo de esta concepción clásica, es necesario considerar los nuevos modelos de periodismo científico que se están presentando en la actualidad. Algunos autores (Secko, Amend y Friday: 2013) esbozan modelos en función de la implicación ciudadana en la información científica, o en las consecuencias de la misma. El planteamiento actual, pues, no parte solo de la transmisión de información, sino también de la posible movilización ciudadana que pueda originar. Así, estos nuevos modelos se diseñan en función de si el objetivo es transmitir información, para el que se contemplan los modelos de divulgación y contextual; o movilizar hacia el compromiso público a partir de la información, a través del llamado modelo “para profanos” y el de participación ciudadana.

El modelo de divulgación general se dirige a un público indeterminado, al que se le traduce la información científica sin más pretensión que la propia información. El modelo contextual es más concreto, ya que aborda la información científica en contextos específicos. Parte del principio de que la ciencia adquiere significaciones específicas en diferentes ubicaciones, tanto geográficas como sociales. Periodísticamente, se concreta en la construcción de mensajes relevantes para audiencias particulares, en función de las necesidades y la situación que tenga.

El modelo “para profanos” (*lay expertise*) va dirigido a públicos localizados pero que no tienen especial interés por el tema que se trata, a pesar de estar en el ámbito de influencia de ese tema. En este caso, el trabajo coordinado con expertos que traduzcan los intereses de la zona en los asuntos que se tratan es muy importante. La comunicación que plantea este modelo se basa en la experiencia y la historia de las comunidades locales, a partir de lo cual se implica el tema científico.

El modelo de participación ciudadana es el más proactivo de todos los descritos. A través de los textos (piezas de informativas) del trabajo periodístico se intenta hacer que el proceso científico sea más interactivo y fomentar así el debate público.

El contenido científico de los medios va a determinar en gran medida el conocimiento científico de la sociedad en general. Este es el tercer aspecto resaltable de la definición de periodismo científico. Los medios se presentan como un puente entre los científicos y la opinión pública, que ayudan a la comprensión de las cuestiones específicas y técnicas (Yi-Fan Su, *et al.*, 2015).

En cuanto a las funciones que debe cumplir el periodismo científico, existen multitud de clasificaciones. Calvo Hernando (1992: 29-32) recopiló las clasificaciones de funciones de reconocidos teóricos como José Reis, Wilson da Costa Bueno y Unger. Tras este recorrido, el investigador español resuelve su propia propuesta, que contempla tres funciones básicas: informar, interpretar y control en nombre del público.

La función informativa se plasma en la realidad al transmitir y hacer comprensible el contenido de la ciencia, también al estimular la curiosidad del público a través de lo que se comunica.

Al interpretar, el periodismo científico precisa los significados del contenido de sus mensajes. Es importante precisar las aplicaciones, consecuencias... aquello que con la simple presentación del hecho no tiene que darse por conocido, pero que puede influir o afectar a los receptores.

La última función es la más controvertida de todas, ya que el periodista científico debe presentarse como controlador, en nombre del público, para tratar de incidir en las

decisiones políticas y gubernamentales, para que estas se tomen teniendo en cuenta los avances científicos y tecnológicos.

Al margen de las funciones presentadas por Calvo Hernando, Carolina Moreno Castro añade otra, no menos importante: el periodismo científico como instrumento democratizador. Para esta autora, los principios en los que se basa esta especialidad periodística para llegar a ser un instrumento democratizador y socializador del conocimiento son:

“Para lograr una mayor participación política, (...) debe contribuir a que los ciudadanos puedan tomar decisiones sobre aspectos relacionados con el progreso científico, (...) y debe advertir a las sociedades democráticas sobre las desigualdades sociales que pueden causar las nuevas tecnologías de la información, la ingeniería genética y, especialmente, los trabajos de ADN recombinante” (1999: 99-100).

El cumplimiento de estas funciones no es fácil. El campo de trabajo del periodismo científico es muy complejo. Sobre sus problemas de ejecución, Fernández Muerza (2004: 48) recupera una clasificación realizada por el periodista científico brasileño Wilson da Costa Bueno. El investigador habla de:

- Visión dogmática y romántica de la ciencia y la tecnología.
- Predominio de fuentes, con primacía para los burócratas, en detrimento de científicos e investigadores.
- Falta de utilización de las empresas como fuentes de información en ciencia y tecnología.
- Problemas derivados de falta de interés o de coordinación en aspectos como las políticas de difusión, su planificación y financiamiento y la capacitación de recursos humanos.

La descripción de la problemática del periodismo científico más arraigada es la elaborada por Manuel Calvo Hernando (1992: 54-69), la cual contempla las complicaciones derivadas de su condición científica, informativa y divulgadora.

Los problemas de comunicación que pueden encontrarse en el periodismo científico surgen de tres focos distintos: los que derivan de la responsabilidad de los medios, los

propios de la configuración de los géneros periodísticos y su puesta en práctica, y la distorsión de la información transmitida.

Por último, respecto a las dificultades que surgen de la función divulgadora, la primera surge al enfrentar los conceptos de ciencia y divulgación, que se traduce en un encuentro entre el saber científico y el popular. El periodista científico tiene que ser consciente de que la ciencia podrá popularizarse cuando el público pueda asimilar bastantes conocimientos básicos de ciencia y el científico sea capaz, a su vez, de traducir la esencia de su tarea a un lenguaje más accesible, lejos del argot propio de la profesión.

Otros conceptos que entran en conflicto son las profesiones (las tareas profesionales) del periodista y del científico. Ambas tienen un objetivo en común, que es dar a conocer los avances de la ciencia; pero mientras el científico tiende a una expresión técnica, con un lenguaje propio poco accesible; el periodista apuesta por unas formas más cercanas al gran público.

De hecho, sobre la figura del periodista científico existe cierta polémica, al plantearse quién está más capacitado para ejercer esta profesión, si un periodista o un científico. A este respecto, Fernández Muerza se plantea:

“¿Quién puede ser este periodista-divulgador-comunicador científico? El mismo término podría responder a esta pregunta: un periodista experto en ciencia y tecnología, un científico experto en periodismo (más difícil), o en general, cualquier persona que sepa de comunicación y de ciencia y tecnología (aún más difícil)” (2004: 52).

La cara positiva es la descrita por Calvo Hernando (2002a), cuando afirma: “el periodista científico ha sido definido como el tercer hombre indispensable, un intermediario entre el investigador y su público”. Otra visión de la realidad la describe Carlos Elías (2001): “la elevada preparación que exige el ejercicio de periodista especializado en ciencia y tecnología y la escasa valoración que les otorgan los responsables de medios de comunicación, así como la falta de perspectivas laborales, favorece que pocos licenciados en Ciencias de la Información quieran dedicarse al periodismo científico”.

Lo específico de las labores realizadas y la información que maneja el periodista científico conlleva una serie de connotaciones. Cumplir los objetivos establecidos para esta especialización periodística sin cometer errores o inferencias en el conocimiento de la opinión pública es la meta de todo periodista científico. Pero el camino que ha de recorrer es largo y complicado, lleno de circunstancias que pueden hacer que su objetivo no llegue a buen puerto.

2.1.2.2.1. Las fuentes en el periodismo científico

Una de las piezas clave en la ejecución del periodismo son las fuentes informativas en las que el periodista basa su trabajo. Esta no es una condición exclusiva del periodismo científico, puesto que se adscribe al periodismo en general; pero en esta especialidad adquiere gran relevancia debido a la particularidad de los protagonistas y a la repercusión de la información.

De las fuentes dependen las referencias a las que puede remitirse el profesional para argumentar su pieza informativa. En el campo del periodismo especializado en ciencia, Calvo Hernando (1992: 103-108) resalta dos problemas graves relativos a las fuentes a los que hay que hacer frente desde la profesión periodística. En primer lugar, la dificultad que supone hacerse con un elenco de fuentes fiables y asequibles, que sean especialistas en cada sector, tarea en la que se puede tardar años. Este problema repercute en la labor del periodista especializado de manera directa. Al respecto, Fernández Muerza afirma que “la naturaleza de la ciencia y la tecnología, donde es difícil encontrar fuentes y opiniones fiables, favorece la confianza en las fuentes oficiales, fuentes previsibles y que saben preparar la información” (2004: 73).

Para un buen uso de las fuentes, haciendo una puesta en práctica de la lógica periodística y persiguiendo los principios de objetividad y relevancia informativa, es necesario conocer los tipos de fuentes de los que puede hacer uso el periodista científico.

Calvo Hernando (1992: 103-108) opta por una clasificación simple y directa, desarrollada en el sexto capítulo de su obra *Periodismo Científico*. Diferencia entre:

- Agencias informativas.
- Universidades, centros de investigación e investigadores.
- Organismos internacionales, embajadas y empresas.
- Libros y revistas.
- Cadena documental.
- Bases de datos.

Frente a esta sencilla clasificación, Fernández Muerza se decanta por tipificar las fuentes del periodismo científico en: fuentes oficiales, revistas especializadas e internet. Al ser una clasificación posterior a la anterior, el autor prescinde de las bases de datos apuntadas por Calvo Hernando, para centrarse en la que considera una herramienta más potente, internet.

Dentro de las llamadas fuentes oficiales se engloban los científicos, las instituciones, las empresas y los gabinetes de comunicación. Y concluye: “la relación del periodista científico con sus fuentes debe ser tal que se transmita fiel y verazmente la información, aunque siempre con la vista puesta en los lectores a los que se debe el periodista” (Fernández, 2002).

El otro gran grupo lo componen las fuentes oficiales, esto es, las instituciones y empresas científicas y sus gabinetes de comunicación, entre los cuales se resalta la figura investigadora de la universidad.

El segundo gran bloque como fuente de información científica son las revistas especializadas, donde la información de ciencia y tecnología se desarrolla en inglés lo que no debería provocar ningún efecto negativo. Pero sí lo producen, principalmente porque al no saber concretar una traducción total de los textos, los periodistas que se nutren de este tipo de revistas para apoyar sus informaciones, transcriben tecnicismos en inglés. Esta práctica se acompaña por lo general con una falta de contextualización y sin adaptarlos al texto en español, por lo que se produce una disfunción del mensaje.

Dentro de las revistas especializadas se contemplan dos categorías: las muy especializadas y las generales. Uno de los factores de calidad está relacionado con el índice de impacto elaborado por el Institute for Scientific Information (ISI). Este

instituto indica la frecuencia con la que los artículos publicados son citados por otros autores. Una revista con un índice de impacto alto se supone que es leída por todos los especialistas del campo concreto que cubra la revista y que todos tienen como referencia el tipo de investigaciones que allí aparece.

La última gran fuente de información es Internet, un medio de comunicación de referencia indispensable como fuente de información y que supone la vía de acceso a otras muchas fuentes.

2.1.2.2.2. El lenguaje en el periodismo científico

Una de las principales herramientas comunicativas que posee el periodista para transmitir una información es el lenguaje, y en el periodismo científico las capacidades del mismo adquieren una dimensión mayor y más compleja. La expresión en la información científica y tecnológica adquiere una singularidad concreta al estar condicionada por el desconocimiento del propio idioma, la complejidad y exigencia del lenguaje científico y la oscuridad que caracteriza a los términos de la ciencia.

En el mensaje del periodismo científico se dan cita dos concepciones distintas del lenguaje: la científica y la periodística. De esta diferencia conceptual del lenguaje entre ambas disciplinas surge uno de los mayores problemas a los que tiene que hacer frente el periodista científico: la transcodificación de los mensajes científicos. Para ello, el periodista tendrá que sortear dificultades como los neologismos, el gran crecimiento en el número de términos y los extranjerismos, rasgos que caracterizan el lenguaje de la ciencia y la tecnología.

2.1.2.2.3. Los géneros periodísticos en el periodismo científico

Los contenidos científicos adoptan la forma de los distintos géneros periodísticos en función de las necesidades comunicativas y redaccionales que estime el periodista. La información científica puede adoptar cualquier género periodístico, pero es especialmente prolífico en alguno de ellos.

La noticia es el género más usado para comunicar a través de los medios de comunicación información sobre ciencia. Calvo Hernando expone que “la noticia tiene

por objeto hacer partícipe al público de la gran aventura del conocimiento” (1997: 114). Este autor destaca que el volumen de información, contenido en una noticia científica, podría medirse por la incertidumbre que contribuye a eliminar, ya que su objetivo último es difundir conocimiento. Sobre este género periodístico, Calvo Hernando (1997: 114) destaca que está menos sometido a la actualidad y a la inmediatez, que cuenta con una perspectiva más amplia y un marco conceptual más sólido. Además, para el periodista científico, no solo los hechos son materia de noticia, sino que las ideas y las hipótesis lo son también.

En cuanto a la redacción de la noticia científica, Martí Domínguez (2004: 164) expone que “ha de ser lo más clara y explícita posible, y este afán de sencillez debe surgir desde el mismo título”. A lo que añade: “el texto debe estar redactado con corrección, y nada debe diferenciarlo de una noticia general, salvo quizá una mayor precisión y rigurosidad en el momento de definir los términos técnicos” (2004: 164).

En busca de este estilo claro y organizado de presentar la información se utiliza normalmente la técnica de la pirámide invertida. Otro aspecto que contribuye a la corrección de la noticia y de su eficacia comunicativa es la explicación de los tecnicismos. Como apunta Martí Domínguez, “cualquier tecnicismo debe ser inmediatamente explicado entre paréntesis (o incluso entre corchetes) o bien evitando con el uso de una perífrasis” (2004: 164).

Otro de los géneros usuales en el periodismo científico es el reportaje, definido por Calvo Hernando como “la conciliación entre el aspecto serio y el aspecto pintoresco de las cosas” (1990: 100). El reportaje une las ventajas de la noticia, las posibilidades del periodista, entre las que destaca la cultura que posea, la sensibilidad que demuestre, las fuentes que conozca y de las que haga uso, así como su sentido narrativo y su conocimiento del público al que se dirige (1990: 100).

A medio camino entre los dos géneros anteriores y los de opinión se encuentra la crónica. Esta peculiaridad se debe a que, como afirma Fernández Muerza, “la crónica tiene elementos noticiosos, titulada normalmente como una información, y puede incluir análisis, y por lo tanto, cierta opinión o interpretación que el autor explica y razona” (2004: 78).

En la defensa del papel de la crónica en el periodismo científico se postula Martí Domínguez. Para este autor, la crónica es un género recurrente en la especialización científica:

“A menudo, a una publicación de divulgación científica le interesa reflejar la celebración de un acto (...), aunque dicha noticia vaya ser leída semanas después de haberse producido. (...) En estos casos, la crónica permite un estilo ameno, fácil, con cierta libertad hacia la propia interpretación (y no estrictamente basado en el hecho noticioso)” (2004: 165).

Uno de los géneros que mantiene cierta frecuencia en el periodismo científico es la entrevista. Según Calvo Hernando (1992), “la entrevista es un género periodístico extraordinariamente apto para la difusión de la ciencia”. A tal afirmación Fernández Muerza une otro componente favorable:

“La entrevista es un género idóneo para la difusión de la ciencia, dado que detrás de cada noticia científica suele haber un nombre propio. A través de ella se llega a la fuente de la información y muchas veces sirve de base para otros géneros” (2004: 78).

2.2. PERIODISMO ECONÓMICO: INFLUENCIAS PERIODÍSTICAS EN EL TRATAMIENTO DE LA AERONÁUTICA EN LA PRENSA

El periodismo económico es la segunda especialización periodística en la que se sustenta la difusión de la información sobre la industria aeronáutica, debido a la trascendencia económica que el desarrollo e implantación de la construcción del A400M tiene para la región.

Para poder valorar qué grado de especialización se adquiere en este tipo de informaciones es necesario conocer las características y patrones fundamentales del periodismo económico. La implicación de este en el tratamiento de un tema como la industria aeronáutica no es una cuestión aislada. Como afirma Fernández del Moral:

“En la medida en que nuestra sociedad es y tiene que ver con la economía, todo pasa por relacionarse con ella, de modo que cualquier información de cierta relevancia, sea o no económica, con amplia repercusión social tiene a mayor o menor plazo efectos económicos” (1995: 398).

Los contenidos económicos son cada vez más abundantes en los medios de comunicación. Los motivos de esta constante presencia tienen distintos orígenes, y trae consigo, entre otras consecuencias, que la economía se halle en discursos y comunicaciones de las que estaba excluida por lo específico de su contenido y la poca comprensión de las cuestiones que trata entre la población. Así lo expone Luis María Mirón:

“El interés por la economía ha sido creciente en los últimos años. (...) La economía ha sido el eje fundamental sobre el que han girado las últimas elecciones generales para la presidencia del Gobierno en España. Los políticos hablan sin miedo en términos económicos, palabras que hace algunos años atrás no podrían haberse mencionado porque hubieran sido desconocidas para el gran público” (2006: 138).

Elementos comunes en muchas áreas distintas de la actualidad periodística, los contenidos económicos se han convertido en referencia obligada para la comprensión de los hechos de la realidad social y en componente de la cultura ciudadana. Por ello, se hace necesario exponer cuáles son los principales rasgos y características que se dan en el tratamiento periodístico de la economía en la prensa.

2.2.1. ECONOMÍA

La primera concreción teórica necesaria para abordar el estudio del periodismo económico es delimitar el área sobre el que versa, la economía, ya que, como expone Alfonso Vara (2004), “la naturaleza de esta información estará determinada por la naturaleza del objeto sobre el que se informa, por la economía, entendiendo por esta toda actividad humana destinada a la satisfacción de unas necesidades mediante unos recursos escasos”.

Según la Real Academia Española, bajo el término economía se engloban los siguientes significados:

(Del lat. *oekonomia*, y este del gr. *οικονομία*).

1. f. Administración eficaz y razonable de los bienes.
2. f. Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo.

3. f. Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos.
4. f. Contención o adecuada distribución de recursos materiales o expresivos.
5. f. Ahorro de trabajo, tiempo o de otros bienes o servicios.
6. f. pl. Ahorros mantenidos en reserva.
7. f. pl. Reducción de gastos anunciados o previstos” (RAE, 2014).

Parcelas o aspectos de todas estas acepciones recogidas en el diccionario se tratan en el periodismo económico. La transmisión sobre estas parcelas de conocimiento no siempre es fácil y lineal, ya que, en la realidad, cada una de ellas depende de una complicada red de condicionantes y relaciones que construyen la economía de la sociedad. Hay que tener en cuenta que la información sobre economía tiene una doble vertiente. Por un lado, es necesaria para el gran público, ya que define los parámetros por los que se rige el sistema en el que desarrollan su vida. Pero, a la vez, la población no posee el nivel de conocimientos económicos que sería necesario. A este respecto, el investigador Alfonso Vara (2004) se presenta tajante al afirmar que:

“La economía es (o mejor dicho, debería ser) una materia cercana al ciudadano y una herramienta útil en su vida corriente. Sin embargo, la experiencia y numerosos estudios demuestran que la cultura económica de la mayoría de la población es insuficiente”.

El autor remite a la naturaleza de la propia economía para explicar el desinterés social por este ámbito: una naturaleza abstracta, sistémica o relacional. En la misma línea, Manuel de Ramón afirma que: “no solo deberían interesar al común de la ciudadanía aquellas noticias económicas que hablan del coste de la vida (...), sino que deberían preocuparles todas” (2003: 85).

La importancia de los contenidos económicos trasciende la información de servicios, como explica Del Río: “la información económica es el corazón de la información política” (2008: 29). La gestión del Estado, la situación geoestratégica de un país, las directrices de un Gobierno... no pueden entenderse sin el contexto económico en el que se desarrollan.

2.2.2. PERIODISMO ECONÓMICO

El periodismo económico es una especialización periodística que crece cuantitativa y cualitativamente cada día. Una de las principales causas de este crecimiento es la relevancia que en la sociedad adquiere el conocimiento de los hechos económicos. Así lo destaca Francisco Esteve al afirmar que “la información económica es una de las áreas de especialización periodística con mayor incidencia en la sociedad, ya que sus contenidos tienen una especial repercusión en la vida cotidiana de los ciudadanos” (2004: 263).

El protagonismo notable y la transversalidad de la economía en la vida de los ciudadanos hace que la presencia de estos temas sea cada vez mayor en la prensa. Como expone M^a José Izquierdo:

“La trascendencia de la información económica para gobiernos, partidos políticos, empresas e instituciones financieras, su vinculación a centros de poder influyentes, tanto públicos como privados, la convierten quizás en una de las áreas de información más proclive a filtraciones interesadas, así como a intentos de manipulación o presión. Que estos casi nunca se produzcan de forma explícita, tosca o vulgar no quiere decir que no existan” (1995: 300).

Esta circunstancia dificulta la labor del periodista especializado, que en ocasiones es presionado en pro de una información o un enfoque partidista.

En la información económica se dan cita distintos poderes con diferentes inclinaciones, pero todos tienen que quedar reflejados para la buena información del ciudadano. Ello posiciona al periodismo económico entre las propensiones económicas y la necesidad social de conocer verazmente la realidad.

La práctica del periodismo económico no es fácil. Alfonso Vara expone que:

“El panorama actual de la información económica se caracteriza por la incertidumbre del sector, el retroceso en las cifras de difusión, por una cierta crisis de credibilidad derivada de haber participado en el inflado de la burbuja tecnológica durante los años de efervescencia de la Nueva Economía, y la indefinición del modelo de periodismo especializado a seguir para salir de estos momentos de cambio” (2004: 101-109).

Respecto a las características que debe reunir el periodista económico para realizar su labor de forma diligente, Francisco Esteve y Javier Fernández del Moral refieren las siguientes:

“Conocimientos específicos sobre economía, estadística, derecho mercantil, legislación económica, etc. Amplio conocimiento de la terminología económica y su correcta codificación divulgativa. Suficientes contactos en medios empresariales, financieros, bursátiles, etc. Conocimientos de idiomas extranjeros, especialmente inglés. Y poseer un amplio equipo de expertos en las principales subáreas de la información económica” (1999: 219).

La información económica plantea al periodista especializado dificultades tanto en el contenido como en la forma en el momento de hacer llegar a los públicos sus noticias a través de los medios de comunicación. Hay dos cuestiones básicas que el periodista debe definir con claridad para evitar, o disminuir, los problemas inherentes a la especialización: quiénes son los protagonistas de la información económica y cuáles son las fuentes.

Sobre la cuestión de quiénes son los protagonistas de la información económica, el investigador Javier Ayuso explica que:

“En etapas sucesivas, los periodistas hemos concedido excesivo protagonismo primero a los sindicatos y a la patronal, luego a ministros y políticos, más tarde a especuladores y ejecutivos de empresas públicas... y, en estos momentos, a los gabinetes de comunicación y a los propios informadores” (1995: 37).

Pero el investigador perfila más el proceso y expone que una equivocada elección de los protagonistas, con exceso protagonismo de las fuentes, basado en declaraciones y comunicados, puede llevar a la pérdida de la información, la interpretación y el análisis.

El reflejo en la prensa económica de protagonistas no “reales” de la actualidad económica conlleva graves problemas en la opinión pública, ya que es una información desvirtuada de la realidad, en la que los contenidos no están completos. Esta cuestión debe plantearse como prioridad del periodista económico, ya que, como explica Frances Homs:

“La información económica está ejerciendo un papel dominante en los comportamientos de la propia sociedad hasta el extremo de que hoy, si prescindieramos de esta fuente de conocimiento, es probable que se provocara una contracción en la evolución de la economía por la incertidumbre que se causaría, generando desequilibrios económicos en la sociedad” (1995: 394).

2.2.2.1. Fuentes en el periodismo económico

Otras de las claves en la elaboración de información económica por parte de periodistas especializados son las fuentes informativas. La materia económica se compone principalmente de cifras, datos, estudios específicos de ámbitos muy restringidos, que adquieren significado pleno para el gran público cuando son interrelacionados y explicados, sin tecnicismos. Para realizar esta tarea, el periodista económico necesita de las fuentes, no solo para obtener información, sino también como medios para la consulta. A este respecto, César Coca y Pilar Diezhandino estiman que:

“Los periodistas que se dedican a la información económica deben tener en lugar preferente de su agenda todas aquellas fuentes que proporcionan datos sobre los que basar sus informaciones, datos que luego irán interpretados, comentados por los agentes sociales y económicos, comparados con los de otras instituciones u otros años, o situados en un contexto concreto. Pero siempre datos, cifras sin las cuales la información económica no tiene sentido” (1997: 28).

Para los periodistas no es fácil tener un acceso seguro a la información de todas las fuentes. Como explican los investigadores Coca y Diezhandino: “las noticias económicas, o por mejor decir, los hechos que son noticia, corren por unos circuitos sumamente exclusivos, por el interior de las empresas y cuantas instituciones están relacionadas con este ámbito de la actividad” (1991: 98). Los intereses y las connotaciones que envuelven los hechos económicos dificultan la labor de los periodistas.

En torno a las fuentes, para asegurarse a ellas y a la información que proporcionan, los periodistas económicos deben intentar acercar lazos de confianza. César Coca y Pilar Diezhandino resaltan que “el conocimiento previo entre fuentes y periodistas, y la confianza de las primeras en los segundos, es básico en la información económica, probablemente en mucha mayor medida que en cualquier otro tipo de información” (1991: 98). De esta forma, el periodista evita perjuicios en su trabajo; y es consciente

en todo momento de la importancia y la repercusión social de la información con la que trabaja. Es por ello por lo que asegura y confirma tanto las relaciones como las informaciones que le ofrezcan sus fuentes.

El periodismo económico se desarrolla en todos los medios de comunicación: televisión, radio, Internet y prensa escrita. En esta última lo hace a través de la prensa generalista y de publicaciones especializadas (tanto diarias como con otra periodicidad).

Para desarrollar las características formales de esta especialización periodística, la configuración de indicadores y el análisis de contenido en los que se basa el presente trabajo parte de informaciones publicadas en prensa diaria generalista, con enfoque económico.

Para muchos autores, la prensa es uno de los medios en los que mejor se canaliza la información económica al gran público. Pero esto no siempre ha sido así: “los periódicos diarios ofrecen una sección de información económica y es uno de los espacios más importantes de los diarios, lo que parecía impensable hace algunos años” (Vara, 2004: 101-109).

La presencia y peso específico de la información económica en la prensa generalista cada vez es más fuerte. Francisco Esteve y Fernández del Moral afirman que:

“La información económica en la prensa generalista no se limita solo a las secciones diarias o a los suplementos especializados sino que dada su importancia y trascendencia para la vida de la sociedad contemporánea, traspasa las fronteras de los espacios predefinidos para presentarse también en las primeras páginas de los diarios, en los editoriales, en las páginas de opinión e, incluso, en las páginas de tribunales” (1999: 266).

En cuanto a los temas tratados, al igual que el resto de medios de comunicación, en la prensa el mayor o menor grado de interés por un tema económico dependerá de la demanda informativa de los receptores.

2.2.2.2. Lenguaje en el periodismo económico

Las claves del lenguaje periodístico se basan en la sencillez y claridad, con la intención de conseguir la mayor eficacia comunicativa posible. Esta idea la resalta Vellón Lahoz al

afirmar que “las prácticas divulgativas no se limitan a una simple exposición de contenidos reformulados en un lenguaje asequible sino que obligan a operaciones más complejas de reelaboración y de recontextualización” (2014: 102).

Pese a que parece haber unanimidad frente a la necesidad de claridad en el lenguaje periodístico, como afirma Mirón López:

“Una de las acusaciones más importantes que se hace al periodismo económico es su falta de claridad y que su lenguaje resulta a veces difícil de comprender. (...) El periodismo tiene entre sus misiones la de formar, y es preciso, por tanto, que la información económica se sitúe en su lugar exacto y ofrezca también esta posibilidad y no dé por conocido lo que no lo es” (2006: 285).

Como freno a esta tendencia el libro de estilo de El País contempla que:

“Los periodistas han de escribir con el estilo de los periodistas, no con el de los políticos, los economistas o los abogados. Los periodistas tienen la obligación de comunicar y hacer accesible al público en general la información técnica o especializada. La presencia de palabras eruditas no explicadas refleja la incapacidad del redactor para comprender y transmitir una realidad compleja. El uso de tecnicismos no muestra necesariamente unos vastos conocimientos, sino, en muchos casos, una tremenda ignorancia” (2007: 31).

Al definir el lenguaje que se emplea en las informaciones referentes a economía en los medios de comunicación, principalmente en la prensa escrita, César Coca y Pilar Diezhandino profundizan y resaltan los rasgos concretos que caracterizan a la expresión periodística de la economía: “el lenguaje de la información económica, podríamos definirlo como un lenguaje lleno de barbarismos y términos excesivamente técnicos, que toma numerosos prestamos de otros campos con los que se intenta popularizar y acercarse a un número mayor de lectores” (1991: 142).

De estas características poco afortunadas del periodismo económico proceden los problemas a nivel de expresión a los que se enfrenta esta especialización periodística. Al igual que ocurre en otros campos del periodismo especializado, lo específico del lenguaje dificulta la comprensión, en el caso económico se acentúa por la constante utilización de eufemismos, anglicismos y un tipo de expresión difícil para la difusión generalizada.

Para mejorar la expresión y la comprensión de los mensajes periodísticos de temática económica, y con ello situación comunicativa, como explica Manuel de Ramón: “frente

al lenguaje técnico y oscurantista que normalmente caracteriza a la información económica, el mejor remedio es la explicación. Hay que explicar y explicar y, a continuación, hay que seguir explicando” (2003: 91).

Pero el periodismo económico no es una especialidad de espaldas a su realidad, se ha desarrollado una tendencia de evolución hacia la sencillez del lenguaje y la claridad de los mensajes periodísticos económicos, recogida por Francisco Estévez, cuando describe que: “se impone la utilización de un lenguaje mucho más asequible que en los medios especializados, ya que estas informaciones van dirigidas a un público menos conocedor de la terminología específica del mundo económico y financiero” (2004: 267).

2.2.2.3. Géneros periodísticos en el periodismo económico

Los contenidos económicos adoptan la forma de los distintos géneros periodísticos en función de las necesidades comunicativas y redaccionales que estime el periodista. La información económica se desarrolla a través de cualquier género periodístico, pero con ciertas particularidades, como afirma Francisco Esteve:

“Los géneros de la información económica tienen sus matizaciones y diferenciaciones respecto a otro tipo de informaciones. Es necesario destacar que en la información económica determinados aspectos como pueden ser el reportaje interpretativo, la opinión o las noticias tienen gran valor en los receptores y su tratamiento será distintito con relación, por ejemplo, al utilizado en la sección de sucesos” (2004: 267).

La información económica se desarrolla tanto a través de los géneros de opinión como los informativos. Los primeros adquieren gran importancia para el lector, ya que en ellos encuentra la orientación personal ante un acontecimiento económico o financiero, que no encuentra en la información como tal.

Uno de los géneros más usados en información económica es el editorial, el cual ofrece al medio de comunicación la oportunidad de mostrar su posicionamiento ante un acontecimiento económico o financiero concreto. Debido a las implicaciones y las repercusiones sociales que tiene la información económica, es habitual que sea protagonista de la declaración de opinión del propio medio. Además de sucesos o acontecimientos económicos que resalten por su importancia particular, hay ciertos protagonistas fijos en los editoriales económicos.

El otro género de opinión cultivado para la transmisión de información económica es la columna de opinión. Este persigue el mismo objetivo que el editorial, el de orientar al receptor ante una cuestión determinada, pero con un enfoque distinto. Al estar firmada por un columnista, que se presupone experto o conocedor del ámbito al que se suscribe la información, resulta más eficaz desde el punto de vista comunicativo y de la persuasión.

En cuanto a los géneros informativos, la noticia es la que más protagonismo alcanza en la información económica, ya que aúna el criterio de utilidad y el de novedad. En las noticias se plasman acontecimientos y datos, tanto económicos como financieros, que deben ser expuestos de forma que los receptores los entiendan e interioricen, ya que muchos de ellos serán condicionantes para su vida diaria. Ante esta cuestión, Manuel De Ramón apunta que “no les falta razón a quienes critican las noticias de economía, asegurando que son demasiado técnicas o que están redactadas con un lenguaje confuso y abstracto” (2003: 85).

Dentro de los géneros informativos se encuentra también el reportaje, muy recurrido en el periodismo económico al dar la posibilidad de ampliar la información sobre los datos o situaciones expuestas, lo que supone mayor claridad para el lector, frente a la concisión de la noticia.

La principal ventaja del reportaje frente a otros géneros informativos es que “permite ver distintos perfiles del mismo asunto, lo que supone una información muy completa para el receptor; pueden introducirse distintas opiniones de expertos, lo que también completa un tema” (Mirón, 2006: 210).

La crónica, por su parte, no es de los géneros más utilizados en la cobertura de temas económicos, pero puede llegar a ser un buen recurso periodístico para acercar las temáticas económicas a los lectores. Por sus características de influencia literaria y de posibilidades expresivas, ofrece muchas posibilidades para abordar una información y acercarla a los receptores.

Dentro de las entrevistas que se publican en prensa (de declaraciones, entrevista-perfil, etc.), la que más abunda a la hora de abordar temas económicos es la entrevista de declaraciones. Pero para que se desarrolle correctamente, este género debe seguir

unas pautas, que Mirón López resume así: “para informar de economía, deberá contener lo que dice el entrevistado y no se intercalarán frases o comentarios del periodista que realiza la entrevista. Por ello, este tipo de entrevista es un género puramente informativo” (2006: 214).

Al ser un género en el que se recogen y transmiten directamente las declaraciones de un entrevistado, se corre el riesgo de que la expresión del mismo dificulte la comprensión del mensaje, por el uso de tecnicismos, de una expresión poco acertada... Así, para que la entrevista refleje la comunicación que se pretende, es fundamental la revisión del periodista.

BLOQUE 3:
ESTUDIO PRÁCTICO -
ANÁLISIS DE
CONTENIDO Y
ENTREVISTAS

ÍNDICE BLOQUE 3

BLOQUE 3: ESTUDIO PRÁCTICO - ANÁLISIS DE CONTENIDO Y ENTREVISTAS	141
Análisis de contenido de noticias publicadas.....	147
1. Criterio de elección de los medios impresos.....	147
2. Construcción de la ficha de categorización	153
3. Tablas de Frecuencia y proceso de codificación	173
Resultados	174
1. Descripción de la muestra	174
1.1. Indicadores de localización	174
1.2. Indicadores de valorización	176
1.3. Características formales.....	186
1.4. Tratamiento informativo	205
1.5. Fuentes.....	209
Significación Estadística	223
Conclusiones del Análisis	228
Entrevistas a Periodistas.....	230
Isabel Campanario, la voz de la aeronáutica en <i>El Correo de Andalucía</i>	231
Eli García Villalón, la voz de la aeronáutica en Diario de Sevilla	239
Encarna Freire, la voz de la aeronáutica en ABC de Sevilla.....	245
Conclusiones de las entrevistas.....	249

ÍNDICE BLOQUE 3. ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ficha de análisis	154
Ilustración 2: Gráfico de distribución de unidades de análisis en diarios	174
Ilustración 3: Tabla de relación entre diarios y secciones.....	175
Ilustración 4: Gráfico de frecuencias de unidades de análisis en secciones	175
Ilustración 5: Tabla de relación entre diarios y aparición en portada	176
Ilustración 6: Tabla de relación entre diarios y temas	177
Ilustración 7: Comparación de portadas de los diarios	177
Ilustración 8: Tabla de relación entre diarios e implicación institucional.....	178
Ilustración 9: Tabla de relación entre diarios, aparición en portada y extensión.....	180
Ilustración 10: Tabla de relación entre diarios y elementos de apoyo	182
Ilustración 11: Tabla de relación entre diarios y rango de la información.....	182
Ilustración 12: Tabla de relación entre diarios tema y rango de la información	183
Ilustración 13: Tabla de relación entre diarios y titular	184
Ilustración 14: Tabla de relación entre temas y continuidad de la noticia	185
Ilustración 15: Tabla de relación entre diarios y géneros periodísticos.....	186
Ilustración 16: Tabla de relación entre diarios, enfoque y temas.....	187
Ilustración 17: Tabla de relación entre diarios, enfoque y presencia en el lugar de los hechos.....	189
Ilustración 18: Gráfico diarios y origen de la información	190
Ilustración 19: Tabla de relación entre diarios, enfoque y origen de la información ..	191
Ilustración 20: Gráfico de reparto de tipos de firmas	193
Ilustración 21: Tabla de relación entre diarios y firmas	193
Ilustración 22: Gráfico de distribución de tipos de firmas en los diarios	194
Ilustración 23: Gráfico de frecuencia de uso de tecnicismos.....	195
Ilustración 24: Tabla de relación entre diarios y uso del lenguaje.....	195
Ilustración 25: Tabla de relación entre diarios, uso del lenguaje y temas	196
Ilustración 26: Gráfico de la relación entre uso del lenguaje y temas	197
Ilustración 27: Gráfico de la frecuencia de tipos de explicaciones	198
Ilustración 28: Tabla de relación entre diarios y explicación de los hechos	198
Ilustración 29: Gráfico del tipo de explicación de los hechos en función del origen de la información	199
Ilustración 30: Gráfico de la contextualización de la información en función de los diarios	200

Ilustración 31: Tabla de relación entre diarios y desarrollo de consecuencias.....	201
Ilustración 32: Tabla de relación entre diarios, presencia en el lugar de los hechos y desarrollo de antecedentes.....	202
Ilustración 33: Gráfico de la contextualización de antecedentes en función de la presencia del periodista	203
Ilustración 34: Gráfico de la contextualización de antecedentes en función al origen de la información.....	203
Ilustración 35: Tabla de relación entre diarios, origen de la información y el desarrollo de consecuencias.....	204
Ilustración 36: Gráfico de la frecuencia de contextualización de consecuencias en función del origen de la información	204
Ilustración 37: Gráfico de las rutinas periodísticas en función de los diarios.....	205
Ilustración 38: Gráfico de las rutinas periodísticas en función de los temas.....	206
Ilustración 39: Tabla de relación entre diarios e implicación institucional.....	207
Ilustración 40: Tabla de relación entre diarios, temas e implicación institucional.....	208
Ilustración 41: Tabla de relación entre diarios, presencia en el lugar de los hechos e implicación institucional.....	209
Ilustración 42: Tabla de relación de noticias en función del número de fuentes.....	211
Ilustración 43: Gráfico de noticias con número de fuentes y diarios.....	211
Ilustración 44: Tabla resumen de todas las fuentes localizadas	212
Ilustración 45: Gráfico distribución tipos de fuentes	213
Ilustración 46: Tabla resumen de las fuentes referentes a la empresa tractora	213
Ilustración 47: Tabla de fuentes de la empresa tractora en referencia al total de fuentes.....	214
Ilustración 48: Tabla de fuentes referentes a medios de comunicación	215
Ilustración 49: Tabla de fuentes referentes a instituciones nacionales.....	216
Ilustración 50: Tabla de fuentes referentes a instituciones internacionales.....	217
Ilustración 51: Tabla de fuentes referentes a sindicatos	218
Ilustración 52: Tabla de relación entre el tipo de fuente y el nivel de implicación	219
Ilustración 53: Tabla de relación entre el tipo de fuente y la relación de la fuente con el periodista.....	220
Ilustración 54: Tabla de los elementos presentes en el relato	221
Ilustración 55: Tabla de relación entre la relación de la fuente con el periodista y el nivel de experiencia de la fuente	221
Ilustración 56: Tabla de relación entre el número de fuentes y la implicación institucional	222

Ilustración 57: Tabla de relación entre enfoque, presencia en el lugar de los hechos y diarios 224

Ilustración 58: Tabla de relación entre tema, lenguaje y diarios 225

Ilustración 59: Tabla de relación entre origen de la información y diarios..... 226

Ilustración 60: Tabla de relación entre origen de la información, antecedentes y diarios 226

Ilustración 61: Tabla de relación entre origen de la información, consecuencias y diarios 226

Ilustración 62: Tabla de relación entre tema, implicación institucional y diarios..... 227

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE NOTICIAS PUBLICADAS

1. CRITERIO DE ELECCIÓN DE LOS MEDIOS IMPRESOS

Este análisis pretende describir cómo es el tratamiento periodístico que se le da a la cobertura de temas aeronáuticos. Para la consecución de este objetivo se ha determinado un caso concreto de análisis, el A400M. Este planteamiento limita el ámbito de estudio periodístico al área geográfica de influencia económica y social más próxima al proceso de fabricación y montaje de la aeronave: Sevilla. Es por esta razón por la que se han seleccionado para su estudio las tres cabeceras locales de mayor peso en la sociedad sevillana: *ABC* (edición Sevilla), *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía*.

Estos diarios mantienen una dilatada trayectoria en Sevilla, implicados en la vida y los problemas concretos de sus ciudadanos. Además, forman parte de grupos empresariales importantes: *ABC* pertenece al Grupo Vocento y *Diario de Sevilla*, al Grupo Joly. *El Correo de Andalucía* merece una mención especial, ya que durante los años que recoge la muestra pertenecía al Grupo Gallardo; pero, tras pasar por una situación financiera crítica, y gracias al apoyo de la sociedad sevillana, en la actualidad forma parte del Grupo Morera y Vallejo.

Las tres cabeceras han mostrado en distintos momentos de su historia interés por los temas aeronáuticos vinculados a la ciudad de Sevilla, publicando contenidos singulares y especiales sobre esta temática. Además, la trayectoria profesional de estos diarios hace que sean referentes en la opinión pública de la ciudad y fuente de información recurrente para otros medios de comunicación.

Para realizar este estudio se ha optado por la utilización de medios de comunicación impresos, frente a sus ediciones digitales. En la actualidad, la comunicación de los medios a través de sus formatos web y aplicaciones móviles es cada vez más extendida y afianzada por los receptores. Pero, a pesar de la difusión y versatilidad de los digitales, los impresos siguen considerándose los más adecuados como referencias de

opinión pública debido a la universalidad de la audiencia, la homogeneidad de su difusión, la sistematización técnica de sus contenidos y el liderazgo mediático que representan.

Los medios impresos son los que mejor se adaptan al tipo de metodología que se utiliza en este estudio, siendo el soporte de referencia para la utilización del análisis de contenido. La aplicación de este método en ellos hace posible concretar el tratamiento de las noticias a través de los géneros periodísticos, así como valorar la importancia que otorga cada medio a los distintos temas, para lo cual se cuenta con indicadores que miden la jerarquización de las noticias, como la aparición en portada, la extensión de las noticias, los titulares y el acompañamiento de fotografías u otros apoyos gráficos. Además, se hace posible el seguimiento de los temas abordados en cada publicación durante el período de análisis, la distribución espacial de los temas, así como el estudio de los elementos de contextualización empleados por el periodista.

A través del análisis de contenido en la prensa escrita también se puede llegar a la relación de fuentes informativas seleccionadas por noticia, tema, sección y periódico, así como observar los géneros complementarios que acompañan al texto principal.

Se ha considerado unidad de análisis las notas periodísticas de información y de opinión, entendidas como aquellas compuestas por un titular (destacado tipográficamente) y un texto, incluyendo los elementos gráficos y géneros complementarios (los que hacen referencia al título del elemento principal).

El elemento temático vertebrador de la muestra han sido todos los acontecimientos relativos a la aeronave A400M, así como la totalidad de temas colaterales y vinculantes a los procesos en torno a este avión. Siempre que tuvieran una vinculación con el A400M se han considerado como elementos de estudio: la actividad de producción aeronáutica desarrollada en la ciudad de Sevilla, así como lo referente a su historia; la actualidad de las empresas aeronáuticas, tanto tractoras como auxiliares que actúan en la ciudad; la actividad de investigación en el sector aeronáutico en Sevilla o que vincule a centros de investigación o producción del lugar.

Como criterio para considerar la actividad aeronáutica en Sevilla, se ha tomado como referencia la definición de dicha actividad realizada en el Informe Estadístico del Sector

Aeroespacial de Andalucía, elaborado por la Fundación Hélice (2014) a través de la consultora Aertec. Como se expone en este informe, “el sector aeronáutico andaluz está formado por empresas que realizan actividad industrial aeronáutica y con CIF en Andalucía o con centro de trabajo en la Comunidad Andaluza”; mientras que por actividad aeronáutica se entiende: “La participación, en productos o servicios, relacionada con la construcción de aeronaves civiles o militares en alguna de sus fases, el mantenimiento, reparación y revisión de aeronaves y la aviación general”. Para el caso de estudio, se considerarán solo las empresas cuya actividad radique o sea vinculada al A400M.

Se ha manejado una ficha de análisis de contenido con variables cuantitativas y cualitativas referidas a las informaciones publicadas sobre el A400M. En la configuración de esta herramienta se han considerado indicadores de localización de la noticia, de valoración, de descripción de aspectos formales, de tratamiento informativo y, debido a la importancia en la calidad periodística de las fuentes, se han descrito indicadores específicos para este elemento periodístico.

La muestra analizada se compone de 416 unidades de análisis, recopiladas en las ediciones impresas de *ABC* (edición Sevilla), *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía*, durante los años 2009, 2010 y 2011. Estas unidades de análisis se reparten en 178 días a lo largo de los tres años analizados y componen el total de textos informativos y de opinión publicados sobre el A400M.

No se han considerado para el análisis los dominicales, ya que suelen ser revistas realizadas fuera de las redacciones habituales de los diarios y con un tratamiento diferente a los periódicos en cuanto a diseño, maquetación, temática y tratamiento de la información.

La confección de la muestra atiende a unos condicionantes temáticos y temporales. El A400M de Airbus Military ha sido definido como eje temático del estudio por aunar los principales rasgos definitorios de la industria aeronáutica: desarrollo económico, técnico, tecnológico, industrial... Al mismo tiempo, es un elemento “glocal”, pues, a pesar de su marcado carácter internacional, pueden estudiarse sus influencias en áreas locales, como es el caso de Sevilla, donde se ensambla.

La vida del A400M es muy amplia, desde los primeros tratados y conferencias internacionales en los que se trataba la necesidad de crear un producto aeronáutico con sus características, hasta las más recientes entregas de aviones a los países compradores. Debido a esta amplitud temporal, ha sido necesario definir un periodo que reuniese las características de noticiabilidad, impacto de la información, conjunción de contenidos económicos, técnicos y sociales en relación con la aeronave. Es por esta razón por la que se ha delimitado como horquilla de estudio los años 2009, 2010 y 2011. Durante este trienio han acontecido hitos importantes en la vida del A400M, así como de toda la industria aeronáutica. La muestra se inicia con la preparación del primer vuelo del A400M en 2009 y finaliza con el inicio del avión solicitado por Francia en 2011.

El rastreo de la información y las noticias se ha llevado a cabo en dos vertientes. La compañía Airbus se ha mostrado interesada por este trabajo, por lo que, desde un primer momento, se ha contado con la colaboración y asesoría de su sede en Sevilla, gracias a d. Arturo de Vicente y da. Rocío Caparrós, y da. Ambra Canale de la sede de Madrid de la compañía .

Este interés hizo que la compañía cediera los dosieres de prensa de los años de estudio para que fueran analizados. El material propiciado por la compañía es muy amplio y extenso, abarcando la prensa internacional y en distintos formatos, pero solo versaban sobre la compañía o sus productos aeronáuticos. Aunque en el análisis se han considerado únicamente las informaciones relativas o relacionadas con el A400M, durante el periodo de estudio era necesario tener un contexto general del sector, incluyendo aquellas empresas o actividades no vinculadas a la compañía tractora. Por este motivo, el dossier de prensa facilitado por Airbus ha sido completado con la revisión de material hemerográfico.

La influencia y el impacto de las publicaciones locales frente a las de carácter generalista en un ámbito determinado puede analizarse desde distintos enfoques y criterios, como los anteriormente descritos: la calidad de la información, la vinculación del relato con el receptor, la capacidad de reconocimiento de las fuentes... Todos ellos son factores y condiciones del trabajo periodístico que requieren de un análisis profundo. Pero no menos sustancial es otro criterio, a veces olvidado, pero de gran

obviedad como es el número de lectores y de ejemplares vendidos. En el presente estudio esto tiene especial significación: las cabeceras locales seleccionadas son las que mayor impacto y difusión tienen entre la población local, a la que afecta el mensaje que difunden. Este fenómeno no es único en la ciudad de Sevilla, sino que se trata de una tendencia es extrapolable a ciudades con cabeceras propias locales y generalistas.

En función de los datos facilitados por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), al difundir el Estudio General de Medios (EGM) y el de la Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD), en el periodo comprendido entre julio de 2014 y junio 2015, la distribución de lectores y ejemplares en la ciudad de Sevilla corresponde a los siguientes datos:

- *ABC de Sevilla*: 120.000 lectores y 21.389 ejemplares.
- *Diario de Sevilla*: 73.000 lectores y 14.585 ejemplares.
- *El Correo de Andalucía*: 43.000 lectores y 4.351 ejemplares.
- *El País*: 41.000 lectores y 4.173 ejemplares.
- *El Mundo*: 37.000 lectores y 5.604 ejemplares.

A través de estas cifras puede constatarse la tendencia de los lectores sevillanos al posicionarse ante un medio local frente a uno nacional. Las diferencias entre tiradas y lectores son lo suficientemente cuantiosas como para poder afirmar una preferencia por los medios locales, que contemplan las características expuestas en apartados anteriores, a medios generalistas, que se alejan del periodismo local y tan solo adaptan ciertos contenidos a la población local.

El corpus resultante está compuesto por:

- *ABC* (edición Sevilla): 105 unidades de análisis.
- *Diario de Sevilla*: 152 unidades de análisis.
- *El Correo de Andalucía*: 159 unidades de análisis.

Biografía técnica de los diarios:

- Nombre del diario: *ABC*
 - Indicaciones que acompañan al nombre: fundado en 1903 por don Torcuato Luca de Tena
 - Fundadores: Don Ignacio Luca de Tena, en 1929
 - Director: Álvaro Ybarra
 - Empresa editora: Diario ABC, SL
 - Lugar de edición: Sevilla
 - Número de columnas por página: cinco columnas
 - Sitio web: sevilla.abc.es
- Nombre del diario: Diario de Sevilla
 - Indicaciones que acompañan al nombre: sin indicaciones
 - Fundadores: Federico Joly, en 1999
 - Director: José Antonio Carrizosa
 - Empresa editora: Grupo Joly
 - Lugar de edición: Sevilla
 - Número de columnas por página: cinco columnas
 - Sitio web: www.diariodesevilla.es
- Nombre del diario: El Correo de Andalucía
 - Indicaciones que acompañan al nombre: sin indicaciones
 - Fundadores: Cardenal Spínola, en 1899
 - Director: David López Royo (desde noviembre de 2013)
 - Empresa editora: El Correo de Andalucía, SL
 - Lugar de edición: Sevilla
 - Número de columnas por página: cinco columnas
 - Sitio web: www.elcorreoweb.es

2. CONSTRUCCIÓN DE LA FICHA DE CATEGORIZACIÓN

Para construir el aparato metodológico, y proceder al posterior tratamiento y análisis de los datos, se han seguido los criterios propuestos por los teóricos citados con anterioridad, particularmente Bardin, Krippendorff y López-Aranguren.

En lo relativo a la confección de la ficha de categorización, se ha continuado la metodología centrada en definir categorías y variables del equipo liderado por Silvia Pellegrini (2012) sobre el desarrollo del método VAP (Valor agregado Periodístico), un sistema métrico de la calidad periodística. También han sido muy importantes las contribuciones de *Estudio del periodismo de información científico en la prensa de referencia: el caso español a partir de un análisis comparativo*, de Alex Fernández Muerza (2004); *Políticas de comunicación de las instituciones públicas ante proyectos que provocan rechazo social. Caso Zabalgardi*, de M^a del Mar Rodríguez González (2005); e *Información ambiental y respuesta social en España: Análisis de los casos de Doñana y las políticas energéticas en la prensa nacional y local*, de Inés Rodríguez Cruz (2013).

Las categorías e indicadores de esta ficha de análisis han sido diseñados con la finalidad de poder contabilizarlos y clasificarlos, y de desarrollar técnicas estadísticas precisas en el estudio. Con los datos obtenidos se ha desarrollado un estudio estadístico minucioso a través de tablas de frecuencia y contingencia.

Todo el proceso de estudio estadístico ha sido supervisado por la dra. Alicia Enguix González, del Departamento de Estadística e Investigación Operativa de la Universidad de Sevilla, y por el doctor David Gutiérrez Rubio, profesor de Didáctica Matemática de la Universidad de Córdoba. La tutorización y seguimiento del estudio por parte de dos especialistas matemáticos tiene el objetivo de garantizar la viabilidad metodológica del estudio, así como la corrección matemática de los resultados.

La ficha de análisis cuenta con variables cuantitativas y cualitativas. Se han considerado indicadores de localización de las unidades de análisis, de valoración y descripción de sus características formales, así como del tratamiento informativo, teniendo especial protagonismo los elementos de contextualización, con categorías propias para los antecedentes y consecuencias.

Dada la importancia de las fuentes para la evaluación de la calidad de un texto periodístico, la ficha de análisis contiene categorías propias referentes a ellas, donde se consideran la tipología, la identificación y las relaciones de las fuentes con los hechos narrados, así como con el periodista.

Antes de interpretar los resultados, es necesario exponer cada uno de los índices y variables tenidos en cuenta en el estudio, para así poder enriquecer la comprensión del análisis.

- **Ficha de análisis**

Ilustración 1: Ficha de análisis

Indicadores de localización

N.º de noticia	
Periódico	1. <i>ABC</i> 2. <i>Diario de Sevilla</i> 3. <i>El Correo de Andalucía</i>
Día	Del 1 al 178
Sección	1. En portada 2. Opinión 3. Local/provincia 4. Andalucía 5. España 6. Mundo 7. Sociedad 8. Economía 9. Cultura y ocio 10. Pasarela/Gente 11. Televisión 12. Contraportada 13. Deportes 14. Otras

Indicadores de valoración

Aparece en portada	1. Sí 2. No
Extensión	1. Breve 2. Menos de ½ página 3. Media página 4. Más de ½ página 5. Una página 6. Página y media 7. Dos páginas
Nº de columnas titular	1. Una columna 4. Cuatro columnas 2. Dos columnas 5. Cinco columnas 3. Tres columnas
Elementos de apoyo	1. Sin nada 2. Fotografía 3. Breve 4. Infografía

	5. Despiece
Rango	1. Noticia principal 2. Noticia secundaria 3. Noticia tercera 4. Breve
Titular	1. Interés enfocado en el asunto aeronáutico 2. Interés enfocado en una personalidad, empresa o institución
Continuidad de la noticia	1. Acontecimiento esporádico 2. Acontecimiento en río 3. Noticias fragmentadas 4. Noticias fragmentadas en río
Presencia en el lugar de los hechos	1. Periodismo de calle 2. Presencia en acontecimientos programados 3. Periodismo de mesa 4. Relato impreciso

Características formales

Género periodístico	1. Noticia 2. Reportaje 3. Entrevista 4. Crónica 5. Artículo de opinión 6. Editorial 7. Análisis
Enfoque	1. Científico 2. Técnico 3. Económico 4. Mixto 5. Acontecimiento de actualidad 6. Político 7. Cuestiones aeronáuticas
Tema	1. A400M 2. Investigación 3. Aspectos empresariales 4. Financiación A400M 5. Político

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Vuelo inaugural A400M 7. Escuela de pilotos del A400M 8. Otros productos aeronáuticos
Firma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sin firma 2. Redactor 3. Redactora 4. Agencia 5. Medios 6. Redactor no identificado 7. Varios redactores
Lenguaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. tecnicismos explicados 2. tecnicismos sin explicar 3. Sin tecnicismos
Tipos de datos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aparecen datos comprobables 2. No aparecen datos comprobables
Explicación del hecho	<ol style="list-style-type: none"> 1. Con expresiones propias del autor 2. Con citas directas de las fuentes
Elemento del texto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción del hecho en sí (solo hechos) 2. Descripción + implicaciones de los hechos

Tratamiento informativo

Origen de la información	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iniciativa del periodista 2. Iniciativa de la fuente 3. Agencia de noticias 4. Medios generalistas 5. Medios especialistas 6. No se aprecia
Desarrollo de antecedentes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antecedentes contextualizados 2. Antecedentes no contextualizados
Desarrollo de consecuencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consecuencias contextualizadas 2. Consecuencias no contextualizadas

Presencia en el texto	<ol style="list-style-type: none">1. Protagonistas2. Antagonistas3. Expertos4. Sin presencia5. Testigos o ajenos
Implicación institucional	<ol style="list-style-type: none">1. Institucional público2. No institucional público

Fuentes de información

Número de fuentes	<ol style="list-style-type: none">0. Sin fuentes1. Una fuente2. Dos fuentes3. Tres fuentes4. Más de tres fuentes
Tipología	<ol style="list-style-type: none">1. Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)2. Instituciones y organismos de investigación3. Gabinetes de instituciones especializadas4. Revistas especializadas5. Contenidos especializados6. Organismos internacionales7. Organismos nacionales8. Organismos locales o regionales9. Empresas del sector10. Expertos económicos, asociaciones empresariales11. Contenidos económicos12. Agencias de noticias13. Bibliografías14. Periodista15. Políticos16. Medios de comunicación17. Sindicatos

	18. Testigos
Nivel de experiencia	1. No reseñable 2. Inexperto 3. Experto
Nivel de implicación	1. Periodista, como narrador 2. Narrador: objetivas y neutrales 3. Beneficiadas o favorecedoras 4. Perjudicadas u obstaculizadoras 5. Ajena o testigo 6. Implicada
Relación de la fuente con el periodista	1. Relación presencial 2. Fuente buscada 3. Ávida 4. No se aprecia
Atribución	1. Identificada 2. No identificada 3. Fórmulas genéricas

Indicadores de localización

Número de noticia

Cada unidad de análisis está enumerada para poder recuperarla. No solo se consideran las noticias principales, también las paralelas o vinculadas en la misma página. Para distinguirlas se emplea la siguiente enumeración:

Noticia principal: 1, 2, 3...

Noticias vinculadas: 1.1, 1.2...; 2.1, 2.2...; 3.1, 3.2...

Diarios

1. *ABC* (Edición de Sevilla).
2. *Diario de Sevilla*.
3. *El Correo de Andalucía*.

Día

Fecha de publicación de la noticia.

Sección

Cada diario tiene una definición de secciones distintas, por lo que se ha establecido una clasificación genérica que engloba a todas ellas. Así, en el presente estudio se contemplan las siguientes secciones:

- En portada (desarrollo de lo que el medio destaca como tema del día, que en el caso de *ABC* se denomina Enfoque y en *El Correo de Andalucía*, En primera Plana).
- Opinión (donde se incluyen editoriales y artículos de opinión).
- Local/provincia.
- Andalucía.
- Nacional.
- Internacional.
- Sociedad.
- Economía.
- Cultura y ocio.
- Pasarela/gente.
- Televisión.
- Contraportada.
- Deportes.
- Otras (esta categoría se destina a todas aquellas secciones que no son constantes y que varían según el día de la semana o que surgen por alguna ocasión especial).

Indicadores de valoración

La valoración y jerarquización de las informaciones pueden analizarse a través de elementos propios del mensaje, como las dimensiones de los titulares y textos y la presencia o no en portada de la noticia, en el caso de la prensa escrita. También es preciso tener en cuenta si el texto principal de la información va acompañado de algún elemento de apoyo, como son los denominados géneros complementarios y los recursos gráficos.

Por todo ello, en la ficha de análisis se han considerado las siguientes categorías —muy relacionadas con el sistema de medición de la calidad periodística VAP³³— como indicadores de valoración y jerarquización de la información en el medio:

Aparición en portada

Se contemplan las opciones “sí” y “no”. El caso afirmativo se dará tanto si la información es la principal de la portada del diario, o si simplemente aparece una llamada o pequeña muestra de la misma.

A través de este indicador se pretende intuir la valoración que el medio hace de la información analizada: la aparición en la portada, aun en un pequeño lugar, puede considerarse como una valoración muy importante por parte del medio, ya que la presenta en la página con más peso comunicativo.

Extensión

La importancia que el medio le concede a un tema se traduce en visibilidad, espacio y recursos. Es por ello por lo que es importante considerar en el análisis el espacio que el medio le dedica a cada una de las informaciones seleccionadas.

Se han considerado siete opciones de medida, que a continuación se exponen en orden ascendente de importancia:

1. Breve.
2. Menos de media página.
3. Media página.

³³ PELLEGRINI, S. et ALL (2011): *Valor agregado periodístico. La apuesta por la calidad de las noticias*, Santiago, Ediciones Universidad Católica de Chile

4. Más de media página.
5. Una página.
6. Página y media.
7. Dos páginas.

Número de columnas del titular

Uno de los elementos claves en la definición de la visibilidad de la información publicada, y con ella de la importancia que le concede el medio, es el titular.

La titulación no solo es un elemento de la redacción periodística, sino que es a la vez una expresión de la jerarquización de los contenidos, por lo que se ha valorado el tamaño del titular, medido en número de columnas, como elemento de valorización. En la tabla de análisis se recogen titulares que ocupan de una a cinco columnas (el número máximo de columnas que componen la página de los diarios analizados).

Elementos de apoyo

El simple hecho de que un diario le conceda elementos de apoyo a una noticia para transmitir mejor su mensaje denota la importancia que para el medio tiene dicha información. Los elementos de apoyo considerados han sido: la fotografía, el breve, la infografía, la ilustración y el despiece; así como la combinación de infografía con fotografía y del breve con la fotografía.

1. Sin nada.
2. Fotografía.
3. Breve.
4. Infografía.
5. Despiece.

El rango

El rango corresponde con el lugar informativo que ocupa la información analizada dentro de la página. De esta forma, se contempla la siguiente clasificación:

1. Noticias principales.

2. Secundarias.
3. Terciarias.
4. Breves.

Protagonista del titular

Definir el protagonista del titular de la noticia ayuda a descifrar cuáles son los elementos, dentro del asunto tratado, al que el diario concede mayor importancia. Las categorías definidas son:

1. Interés enfocado en el asunto aeronáutico.
2. Interés enfocado en una personalidad, empresa o institución.

Continuidad de la noticia

1. Acontecimiento esporádico.
2. Acontecimiento en río (noticia que se amplía o desarrolla durante varios días).
3. Noticias fragmentadas (noticias segmentadas en varias con distintos aspectos o protagonistas).
4. Noticias fragmentadas en río (noticia fragmentada y desarrollada a lo largo de varios días).

Presencia en el lugar de los hechos

1. Periodismo de calle. El periodista está en el lugar de la noticia.
2. Con presencia en acontecimientos programados (convocatorias, ruedas de prensa...).
3. Periodismo de mesa. El trabajo del periodista se desarrolla desde la redacción, pero accediendo a las fuentes (teléfono, correo electrónico) y a la documentación necesaria.
4. Relato impreciso (no se puede saber, por el relato, el tipo de trabajo realizado por el periodista para crear la noticia: dónde, cómo y en qué fuentes se ha basado para redactar la noticia).

Características formales

Con los indicadores reunidos bajo este epígrafe se analizan los aspectos redaccionales, puramente periodísticos y de especialización de la muestra. De esta forma, se delimitan los rasgos de especialización que toma cada información sobre aeronáutica en la prensa local de Sevilla.

Género

La primera cuestión periodística formal es definir el tipo de información que se está analizando, qué género desarrolla:

1. Noticia.
2. Reportaje.
3. Entrevista.
4. Crónica.
5. Artículo de opinión.
6. Editorial.
7. Análisis.

Enfoque

Para definir el tipo de especialización periodística que se le da en la prensa escrita al sector aeronáutico es fundamental delimitar el enfoque prioritario de la información:

1. Enfoque científico.
2. Enfoque técnico.
3. Enfoque económico.
4. Mixto.
5. Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro.
6. Político.
7. Cuestiones aeronáuticas.

Atendiendo a la naturaleza del sector aeronáutico, se han definido dos enfoques que pueden dar respuestas a sus contenidos: científico y técnico. A ello hay que añadir el enfoque económico, pues la aeronáutica es un sector productivo que genera una amplia actividad empresarial.

Para cada uno de los tres enfoques anteriores es necesario que en el texto se encuentren indicios de la especialización periodística, pero puede ocurrir una cuarta posibilidad: que el tema no se trate como información especializada, sino como un hecho de actualidad. Esta cuarta opción es necesario contemplarla. Debido a la expectación que pueden crear algún acontecimiento del sector estudiado, cabe la posibilidad de que los medios no lo traten como un tema especializado, sino como una llamada de actualidad, que no requiere de un tratamiento o redacción específica.

También se contempla la opción de un enfoque político debido al gran peso institucional e internacional que tiene el proyecto A400M y la convergencia de actores de distintos ámbitos que confluyen en él.

Tema

La variedad temática es muy amplia en el sector aeronáutico, por lo que se ha decidido delimitar cinco posibles áreas en las que clasificar las unidades de la muestra. Para realizar la selección se han considerado las características espacio-temporales del análisis, así como los principales actores que participan en el sector. Las áreas temáticas propuestas son:

1. Preparativos del primer vuelo del A400M.
2. A400M.
3. Investigación.
4. Aspectos empresariales.
5. Financiación del A400M.
6. Política.
7. Vuelo inaugural.
8. Escuela de pilotos del A400M.

9. Otros productos aeronáuticos.

Firma

A través de este indicativo se pretende profundizar en el perfil de los autores de las informaciones periodísticas sobre industria aeronáutica. Para ello se han determinado ocho categorías, intentando contemplar las opciones de autoría que aparecen en los medios analizados:

1. Sin firma.
2. Redactor.
3. Redactora.
4. Agencia.
5. Medios.
6. Redactor no identificado.
7. Varios redactores.

En caso de que la información esté firmada por un redactor del medio, se recogerá el nombre del redactor para constatar si en un medio es siempre la misma persona la que realiza la cobertura de los temas aeronáuticos, lo que supondría una cierta especialización; o si, de lo contrario, los redactores van cambiando sin haber un seguimiento específico del tema.

También es importante diferenciar si el firmante de la información es hombre o mujer, para así poder acercarse al perfil de la persona que sigue los temas de la industria aeronáutica.

Lenguaje

El lenguaje es uno de los aspectos definitorios de la especialización periodística, por lo que en la tabla de análisis se ha contemplado el uso de tecnicismos. Pero no solo es importante determinar su aparición, sino el uso que el periodista hace de ellos. Es por esta razón por la que se han descrito las opciones:

1. Tecnicismos explicados.
2. Tecnicismos sin explicar.

3. Sin tecnicismos.

De esta forma queda recogido en el análisis si el redactor hace un esfuerzo por acercar el lenguaje específico a los lectores.

Tipo de datos

Resulta importante destacar si los datos a los que remite el redactor en su información son comprobables, a través de las fuentes, y aparece indicado como tal o no. Esta cuestión repercute directamente en la calidad de la información presentada. Si los datos a los que remite no pueden ser comprobados por el lector, o no aparecen muestras de haber sido comprobados, el producto pierde calidad informativa. En la tabla de análisis se contempla este indicador, al que le corresponden dos opciones:

1. Aparecen datos comprobables.
2. No aparecen datos comprobables.

Explicación del hecho

A través de este indicador se pretende resaltar si en la información analizada aparecen citas directas de los protagonistas o las fuentes; o si, por el contrario, la exposición de los hechos se hace a partir de interpretaciones del redactor:

1. Con expresiones propias del autor.
2. Con citas directas de las fuentes.

La utilización de citas directas demuestra un contacto directo del redactor con las fuentes o protagonistas de los hechos, lo que supone un valor de calidad informativa, mucho más relevante en el caso del periodismo especializado.

Elementos del texto

En este indicador se recoge parte de la estructura narrativa de la información. A través de dos opciones, se establece si en el texto aparece solo la explicación o descripción de los hechos ocurridos; o si a la exposición se le añaden las implicaciones de los hechos.

1. Descripción de los hechos en sí (solo hechos).
2. Descripción + implicaciones de los hechos.

Esta característica es propia del periodismo especializado. Denota conocimiento del tema tratado y capacidad para interpretar las aportaciones de las fuentes.

Tratamiento informativo

Para poder determinar la calidad de la información publicada en la prensa local sobre la industria aeronáutica es significativo definir una serie de rasgos como son: el origen de la información, ya que no puede tener la misma consideración una información que parte de una fuente interesada, que la que es fruto de una decisión profesional del periodista; el seguimiento que se realiza del acontecimiento; la equidad de los personajes que aparecen, para determinar si están presentes los distintos puntos de vista del hecho o no; y la relevancia geográfica y temporal de la información analizada.

Origen de la información

Al determinar el origen de la información, se puede definir su finalidad. Si es fruto de la iniciativa de una fuente determinada, principalmente una empresa a través de su organización de comunicación, en general responde a una operación de imagen. Sin embargo, cuando la iniciativa corresponde al redactor, los intereses predominantes son los informativos.

En la tabla de análisis se han considerado como posibles orígenes de la información los siguientes:

1. Iniciativa del periodista.
2. Iniciativa de la fuente.
3. Agencia de noticias.
4. Medios generalistas.
5. Medios especialistas.
6. No se aprecia.

Desarrollo de antecedentes

Al igual que el indicador anterior, el desarrollo de los antecedentes y consecuencias del hecho mostrado repercute en la calidad informativa. Esta característica es importante

para todo documento periodístico, pero requiere una especial atención en el caso de la especialización:

1. Antecedentes contextualizados.
2. Antecedentes no contextualizados.

Desarrollo de consecuencias

1. Consecuencias contextualizadas.
2. Consecuencias no contextualizadas.

A través de los antecedentes y consecuencias se evidencia el carácter especializado del redactor, conocedor del tema en el presente y en el pasado y capaz de perfilar, basándose en su conocimiento, las características que presentará en el futuro.

Presencia en el texto

Para valorar la calidad de la información que se publica sobre la industria aeronáutica es necesario saber quiénes son los protagonistas de las informaciones que se publican. Es necesario cotejar si solo aparecen los protagonistas, los expertos y si en este tipo de informaciones tienen cabida los antagonistas o voces en contra:

1. Protagonistas.
2. Antagonistas.
3. Expertos.
4. Sin presencia.
5. Testigos o ajenos.

La calidad de la información mejorará con la presencia del mayor número de puntos de vista posibles, con los que conseguir una contextualización más plena de la información y de sus principales actores.

Implicación institucional

Para contextualizar el interés de la información es preciso determinar el interés específico que las instituciones públicas tengan en su publicación. En ocasiones, importantes acontecimientos o sucesos, con un peso importante, no se presentan en

la prensa al carecer de relación con el ente público (instituciones políticas, por ejemplo). También es posible que informaciones con idénticas características sean tratadas como noticias secundarias o terciarias de la página al no tener carácter institucional.

A través de esta categoría se pretende, pues, poner de manifiesto la dependencia que presentan los medios ante la información que proviene de las instituciones públicas. Para atender a esta particularidad se han definido las siguientes categorías:

1. Institucional público (instituciones administrativas, como los ayuntamientos).
2. Institucional privado.

Fuentes

Las fuentes informativas son un elemento fundamental para determinar la calidad periodística. Los enfoques, la profundización, la concreción de los datos aportados, etc. dependen de la fuente a la que ha acudido el redactor para la elaboración de la información.

Para trazar unas líneas maestras sobre las fuentes utilizadas para informar sobre el sector aeronáutico en la prensa local sevillana se han tenido en cuenta parámetros como su número, identificación, tipología, nivel de experiencia en el tema y actitud e implicación mostrada frente al acontecimiento.

Número de fuentes

1. Sin fuentes.
2. Una fuente.
3. Dos fuentes.
4. Tres fuentes.
5. Más de tres fuentes.

Tipo de fuentes

Atendiendo a la tipología de actores en el sector aeronáutico, y particularmente en Sevilla, se han tipificado las principales fuentes con las que puede contar el periodista que cubra una información de este tipo. La tipología resultante es:

1. Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas aeronáuticos).
2. Institución y organismo de investigación científica.
3. Gabinetes de instituciones especializadas.
4. Revistas especializadas científicas.
5. Contenidos especializados.
6. Organismos internacionales.
7. Organismos nacionales.
8. Organismos locales o regionales.
9. Empresas del sector.
10. Expertos económicos o asociaciones empresariales.
11. Contenidos económicos publicados en Internet.
12. Agencias de noticias.
13. Bibliografías.
14. Periodistas.
15. Políticos.
16. Medios de comunicación.
17. Sindicatos.
18. Testigos.

Nivel de experiencia

Resaltar este aspecto de las fuentes informativas es recurrir al “nivel de experiencia” que tienen los datos aportados en el texto periodístico. Es un punto determinante en

la calificación de la calidad informativa. Para el presente análisis se han considerado tres posibilidades:

1. No reseñable.
2. Inexperto.
3. Experto.

Nivel de implicación

El nivel de implicación de las fuentes da una idea de la intencionalidad de las mismas en la información que suministran. Se han establecido seis posibles niveles:

1. Periodista, como narrador.
2. Narrador: objetivas y neutrales (que no aportarían significación añadida a la información).
3. Beneficiadas o favorecedoras (que, debido a su implicación, podrán querer sesgar la información que suministren).
4. Perjudiciales u obstaculizadoras (al igual que en el caso anterior, pero en busca de no beneficiar).
5. Ajena/testigo, que complementa la información, pero no relata el acontecimiento.
6. Implicada.

Relación de la fuente con el periodista

Una cuestión importante que hay que tener en cuenta para definir la relación de la fuente con la información publicada es la de destacar si el impulsor de la comunicación ha sido la fuente o el periodista. Este dato puede precisar el interés de la información cedida por la fuente.

Para describir este hecho se han descrito las siguientes categorías:

1. Relación presencial. El periodista está presente en el lugar de los hechos.
2. Fuentes buscadas por el periodista. Es iniciativa del periodista contactar con la fuente, ya sea de manera presencial, por teléfono o en forma documental.

3. Ávida. La fuente tiene interés en comunicar su mensaje, por lo que se pone en contacto con el periodista: personalmente, a través de una convocatoria pública, un comunicado...
4. No se aprecia en el texto cómo ha sido la relación.

Atribución

En este apartado se ha considerado identificada una fuente cuando aparecía explícitamente definida en el texto. Sin embargo, para el caso en el que no se hacía referencia a la fuente de la que provenía la información, se catalogaba como no identificada. También se ha contemplado la posibilidad de que los redactores usen frases hechas, en las que se acerca la identificación, pero siendo esta genérica. Para estos últimos casos se ha descrito la categoría fórmulas genéricas.

1. Identificadas.
2. No identificadas.
3. Fórmulas genéricas.

3. TABLAS DE FRECUENCIA Y PROCESO DE CODIFICACIÓN

A través de la lectura y análisis de cada uno de los textos periodísticos de la muestra se ha podido obtener una descripción de los elementos que los conforman, así como de las principales características de la calidad periodística observada en ellos.

Para abordar este proceso se le adjudicó a cada una de las categorías e indicadores contemplados en la ficha de análisis un valor numérico. El uso de valores numéricos en sustitución de indicadores nominales hace posible un tratamiento estadístico.

Una vez analizados todos los elementos de la muestra, los resultados codificados obtenidos se ordenaron y trataron en una tabla de Excel, con el objetivo de detectar errores en la aplicación de las categorías o indicadores. Los datos revisados y clasificados han sido procesados a través del programa estadístico SPSS (Statistics Package for the Social Sciences), una herramienta recurrente y validada en múltiples ámbitos de las Ciencias Sociales para el tratamiento de datos.

A través del SPSS se realizaron distintos cruces de datos con las diferentes categorías, obteniendo como resultado tablas de frecuencias y de contingencia en las que se establecía de forma estadística la relación de las categorías. Como se ha apuntado anteriormente, este estudio estadístico fue supervisado desde el planteamiento hasta la obtención de resultados por la Dra. Alicia Enguix González, del Departamento de Estadística e Investigación Operativa de la Universidad de Sevilla, y por el Dr. David Gutiérrez Rubio, profesor de Didáctica Matemática de la Universidad de Córdoba. Ambos expertos participaron tanto en el planteamiento de las hipótesis matemáticas de dependencia de variables, como en la ejecución de test de dependencia para validar, en cada uno de los cruces resultantes, la certeza matemática con la que se presentan las relaciones entre las categorías cruzadas.

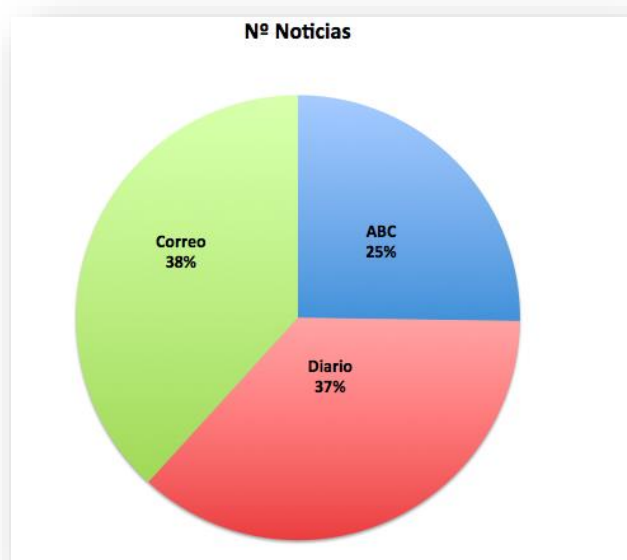
El estudio parte de 416 noticias analizadas a través de 31 categorías, con las que se han realizado 70 cruces y tablas de contingencia. Cada uno de los cruces y tablas han sido diseñados en base a una hipótesis matemática de dependencia entre variables. Esta hipótesis ha sido defendida de forma estadística a través de test matemáticos de dependencia en cada uno de los cruces y tablas.

RESULTADOS

1. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

El trabajo de campo lo componen 416 noticias aparecidas en todas las secciones de los tres medios incluidos en el estudio, publicados en los años 2009, 2010 y 2011: *ABC* (105 noticias), *Diario de Sevilla* (152 noticias) y *El Correo de Andalucía* (159 noticias). Como recoge el siguiente gráfico, de las noticias referidas al A400M, el 38 % correspondía a *El Correo de Andalucía*; el 37 %, a *Diario de Sevilla*; y el 25 %, a *ABC*.

Ilustración 2: Gráfico de distribución de unidades de análisis en diarios



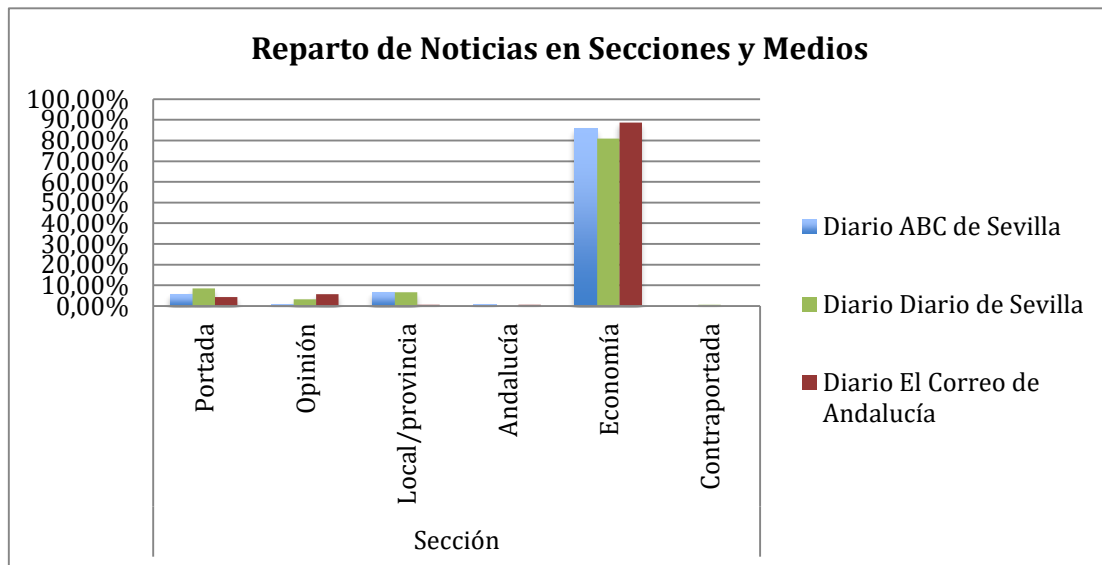
1.1. INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

Dentro de cada publicación, la distribución de las noticias no es homogénea. El primer paso para analizar el comportamiento de los medios en el tratamiento del caso es trazar la disposición de las unidades de análisis en ellos y en sus secciones. El reparto de las noticias corresponde a los porcentajes descritos en la siguiente tabla y gráfico.

Ilustración 3: Tabla de relación entre diarios y secciones

% dentro de Diario							
	Sección						Total
	Portada	Opinión	Local/provincia	Andalucía	Economía	Contraportada	
ABC de Sevilla	5,7%	1,0%	6,7%	1,0%	85,7%		100,0%
Diario de Sevilla	8,6%	3,3%	6,6%		80,9%	0,7%	100,0%
El Correo de Andalucía	4,4%	5,7%	0,6%	0,6%	88,7%		100,0%
Total	6,3%	3,6%	4,3%	0,5%	85,1%	0,2%	100,0%

Ilustración 4: Gráfico de frecuencias de unidades de análisis en secciones



La información sobre el A400M se concentra en la sección de economía, siendo casi residual en la sección de local y opinión. Esto confirma que el aspecto que se considera prioritario en la aeronáutica es el económico, por la repercusión que pueda tener en la zona. De hecho, hay que considerar que es un factor de imagen para Sevilla, con un trasfondo monetario muy importante.

Muchas de las noticias que se publican son pasos dentro del proceso de puesta en vuelo del A400M, por lo que no tienen implícitamente un contenido económico, como por ejemplo los vuelos de pruebas o las llegadas de nuevas piezas a la FAL. Pero al no existir una sección o lugar fijo dentro de las publicaciones para la innovación, se incluyen en economía.

1.2. INDICADORES DE VALORIZACIÓN

• ¿Qué noticias aparecen en portada?

La aparición en portada es uno de los indicadores de jerarquización de la información en un diario. La portada es la página más valiosa, donde se expone lo más importante en ese día, los temas relevantes sobre los que se llama la atención a los lectores; una apuesta, en definitiva, del periódico, que prioriza ciertas informaciones ubicándolas en el escaparate informativo del día.

En función a los datos obtenidos, nuestro objeto de estudio apenas es un tema de portada para los medios: tan solo lo ha sido en 45 ocasiones durante los tres años, lo que supone que de los 1.095 días en los que ha podido ser portada en los tres periódicos analizados (3.285 posibles primeras planas), solo en el 1,37 % de las ocasiones el tema aeronáutico ha alcanzado este privilegio. *Diario de Sevilla* fue el que más resaltó este tema en su portada (13,8 %).

Ilustración 5: Tabla de relación entre diarios y aparición en portada

% dentro de Diario		Aparición en portada		Total
		Sí	No	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	8,6%	91,4%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	13,8%	86,2%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	9,4%	90,6%	100,0%
Total		10,8%	89,2%	100,0%

• ¿Qué temas, dentro de los establecidos, aparecen en portada?

De todos los temas planteados en el estudio del A400M como protagonista, el elemento actualidad es el que más lo lleva a portada. Esta aeronave situó nuevamente la industria aeronáutica de la ciudad de Sevilla en el mapa internacional. Los avances en el proceso de montaje del avión suponían una novedad que los medios premiaron en sus portadas, por encima de temas como la financiación del proyecto, la repercusión empresarial o las implicaciones políticas.

Este hecho contradice en cierta medida los datos anteriores que ubican la información del A400M en la sección de economía, donde se trata la importancia empresarial, los resultados monetarios, las implicaciones laborales... En sus portadas, los tres medios

analizados no consideraron la información económica o financiera, sino la propia aeronave como protagonista.

Ilustración 6: Tabla de relación entre diarios y temas

% dentro de Diario		Tema						Total
		A400M	Aspectos empresariales	Financiación del A400M	Político	Vuelo inaugural del A400M	Otros productos aeronáuticos	
Diario	ABC de Sevilla	44,4%				55,6%	100,0%	
	Diario de Sevilla	52,4%	4,8%	19,0%	4,8%	19,0%	100,0%	
	El Correo de Andalucía	66,7%		6,7%		20,0%	6,7%	100,0%
Total		55,6%	2,2%	11,1%	2,2%	26,7%	100,0%	

La actualidad que genera la producción de la aeronave de Airbus supone un acontecimiento remarcado para los medios locales. Todo aquello que afecte a la continuidad o no del proyecto y de la producción del A400M es resaltado, no solo en los textos interiores de las noticias, sino también en las portadas. Ejemplo de esta tendencia son las portadas siguientes, que tratan un posible retraso en la producción como acontecimiento noticioso de primer orden el día.

Ilustración 7: Comparación de portadas de los diarios

Las tres portadas anteriores corresponden a la publicación del día 13 de enero de 2009. Todas ellas coinciden en anunciar en primera plana un posible retraso en la fabricación del A400M. Con los titulares: “La entrega de los A400M se retrasa al menos hasta 2012” de *El Correo de Andalucía*; “EADS aplaza sin fecha la entrega del primer A400M” de *ABC* de Sevilla; y “El avión A400M que se ensambla en Sevilla sufre un retraso de al menos tres años”, de *Diario de Sevilla*, las cabeceras analizadas plantean la situación de un posible retraso en la fabricación de la aeronave.

Tanto en la primera página como en las noticias interiores, las referencias se dirigen a las repercusiones que para Sevilla tendría un retraso o cancelación del proyecto, debido a un fallo en los motores: referencias al número de pedidos, al posicionamiento de la empresa, a la posible cancelación del programa. En ninguna de las piezas de los diarios se explica la complejidad del sistema de motores de la aeronave o el aspecto técnico que debe ser desarrollado para superar ese problema. El foco informativo se centra en las posibles consecuencias, como serían los retrasos o cancelaciones de pedidos, pero no en la raíz de la cuestión. Todas estas noticias se concentran en la sección de economía y están tratadas como un movimiento sectorial más que como una cuestión técnica aeronáutica que superar.

- **¿Hay presencia institucional en las noticias que aparecen en portada?**

Ilustración 8: Tabla de relación entre diarios e implicación institucional

% dentro de Diario		Implicación institucional		Total
		Institucional público	Institucional privado	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	22,2%	77,8%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	61,9%	38,1%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	53,3%	46,7%	100,0%
Total		51,1%	48,9%	100,0%

El 51,1 % de las noticias que publicadas en portada sobre el programa A400M tienen presencia de instituciones o representantes de entes públicos. Este dato supone que todos los posibles protagonistas del programa (técnicos, investigadores, empresas...) quedan en un segundo lugar cuando aparece un representante de una institución. Es necesario en este punto referenciar la tendencia al “seguidismo” que los medios de

comunicación en general hacen a las instituciones públicas. Esto implica que la existencia de un representante institucional convierte por sí solo un acontecimiento en noticia, independientemente del valor noticiable que tuviera sin su presencia.

En el caso del A400M, las instituciones y representantes públicos que están presentes en actos referentes al programa son muy variados, desde jefes de Estado a ministros de Industria y Defensa de diferentes nacionalidades, pasando por las autoridades nacionales, autonómicas y locales. En el caso de las nacionales, tienen gran presencia la ministra de Defensa del momento, Carme Chacón; así como el consejero de Innovación, Francisco Vallejo; y el alcalde de Sevilla, Alfredo Sánchez Monteseirín.

El A400M supuso un acuerdo entre distintos países al más alto nivel de negociaciones, para conseguir la élite de la innovación aeronáutica en un producto concreto. En los actos públicos de presentación de la aeronave, las representaciones institucionales estaban a la altura, contando, por ejemplo, con la presencia del entonces rey de España, don Juan Carlos, y otros jefes de Estado en el vuelo inaugural del avión.

La presencia de este tipo de representantes públicos es noticia de primer orden para los periódicos locales, como los analizados en este estudio, por lo que les ceden el mejor lugar de sus publicaciones: la portada.

- **¿Qué extensión suelen tener los textos sobre temas aeronáuticos?**

La jerarquización de la información en un diario tiene elementos cualitativos, como la aparición en portada o las aportaciones léxicas y de fuentes; y cuantitativos, como la presencia del tema (en número de noticias) o la extensión que se le dedica al mismo.

Al unificar un criterio cualitativo con otro cuantitativo se puede obtener una visión muy afinada del criterio de jerarquización del medio en función del tema tratado.

En el presente estudio se han considerado todas las posibles medidas de textos en las tres cabeceras estudiadas. Los datos obtenidos se han analizado en función de dos criterios: uno, considerando todas las posibles extensiones; y dos, agrupando estas extensiones en función de la similitud o correlación en las páginas. Cada una de estas categorías de datos se han cruzado con la aparición en portada del medio. El estudio completo puede consultarse en el anexo correspondiente al caso práctico, en el que se

exponen, además de los cruces de variables, los indicadores estadísticos correspondiente a cada análisis.

Al comprobar los datos del estudio se observa que el uso de grandes formatos de extensión, como pueden ser las dos páginas o más de media página, tiene un uso residual en las cabeceras analizadas, a pesar de ser noticias que aparecen en portada. El formato más extendido es el menor a media página, como tónica general, siendo paralelas las dinámicas de uso en los tres diarios, como se puede comprobar en la siguiente tabla.

Ilustración 9: Tabla de relación entre diarios, aparición en portada y extensión

Diario			Extensión						Total	
			Breve	Menos de media página	Media página	Más de media página	Una página	Página y media		Dos páginas
ABC de Sevilla	Aparición en portada	Si		22,2%	11,1%		11,1%	44,4%	11,1%	100,0%
		No	15,6%	38,5%	12,5%	18,8%	10,4%	3,1%	1,0%	100,0%
	Total		14,3%	37,1%	12,4%	17,1%	10,5%	6,7%	1,9%	100,0%
Diario de Sevilla	Aparición en portada	Si	23,8%	19,0%		28,6%	14,3%	14,3%		100,0%
		No	16,8%	50,4%	12,2%	11,5%	3,1%	3,8%	2,3%	100,0%
	Total		17,8%	46,1%	10,5%	13,8%	4,6%	5,3%	2,0%	100,0%
El Correo de Andalucía	Aparición en portada	Si		46,7%	6,7%	20,0%	20,0%		6,7%	100,0%
		No	16,0%	47,9%	10,4%	17,4%	7,6%	0,7%		100,0%
	Total		14,5%	47,8%	10,1%	17,6%	8,8%	0,6%	0,6%	100,0%
Total	Aparición en portada	Si	11,1%	28,9%	4,4%	20,0%	15,6%	15,6%	4,4%	100,0%
		No	16,2%	46,4%	11,6%	15,6%	6,7%	2,4%	1,1%	100,0%
	Total		15,6%	44,5%	10,8%	16,1%	7,7%	3,8%	1,4%	100,0%

La lógica de la producción periodística dicta que los temas de portada son los de mayor relevancia y noticiabilidad para el medio. De ello que se entienda que se le dedicara en el interior un espacio destacado, para desarrollar lo que se presupone un tema estrella. Pero en el caso del A400M esta dinámica no se cumple. Las noticias que se destacan en portada sobre este tema no se desarrollan en el interior de la publicación en un gran formato: todas son de media o pequeña extensión.

La alta proporción de noticias de menos de media página pone de manifiesto que, a pesar de ser destacado —por tanto, se entiende que es un tema importante—, no se profundiza en el tema. Esta falta de desarrollo puede estar provocada por la falta de especialización técnica y aeronáutica en el periodismo actual. Los profesionales que

tratan esta información no tienen los recursos de tiempo y análisis para desarrollar grandes formatos informativos sobre el tema, a pesar de considerarlo importante y resaltarlo en portada. Un elemento crucial para poder desarrollar este tipo de contenido es el conocimiento sobre el ámbito técnico aeronáutico, para profundizar en las implicaciones y repercusiones, o posibles soluciones de las situaciones descritas en las noticias.

- **¿Qué elementos de apoyo son los más comunes?**

El uso de géneros complementarios o elementos de apoyo para contextualizar o completar la información es un rasgo de interés del medio. Los diarios pueden presentar un tema solo con la información escrita, que debe ser completa y cumplir con el rigor y calidad esperados; pero también pueden invertir recursos en la transmisión de esa información para que sea más atractiva y didáctica para el lector. Los elementos de apoyo, como la fotografía, el despiece, la infografía, en la actualidad tienen identidad propia y se consideran géneros periodísticos complementarios. Esta consideración se fundamenta en el trabajo especializado y profesional que requieren y en el efecto comunicativo que generan en el lector.

Los elementos de apoyo son un valor en alza, aumentan el impacto visual dentro de la página, incluso de la sección en la que se localice la información. Pero, a la vez, son una apuesta (una inversión) tanto económica, al requerir profesionales distintos a los redactores, como de espacio y valoración del tema en el entorno informativo en el que se localice.

En el caso de estudio no siempre las noticias son acompañadas por géneros complementarios. En el 44,7 % de las ocasiones carecen de este recurso. Cuando sí se utilizan, la fotografía es el elemento de apoyo más utilizado, ya que de todas las noticias que se complementan con estos recursos, en el 51,9 % de las ocasiones son fotografías. Esta realidad puede deberse a que el A400M es una aeronave visualmente muy potente, con unas características morfológicas muy reconocibles y de gran impacto visual. Pero también hay que considerar que para realizar, por ejemplo, una infografía, es necesario contar con información técnica y específica de aquello que se

va a presentar “descifrado”, lo que supone una labor más profunda de conocimiento y tratamiento de la información.

Ilustración 10: Tabla de relación entre diarios y elementos de apoyo

% dentro de Diario		Elementos de apoyo				Total
		Ninguno	Fotografía	Infografía	Despiece	
Diario	ABC de Sevilla	37,1%	56,2%	4,8%	1,9%	100,0%
	Diario de Sevilla	46,1%	50,7%	3,3%		100,0%
	El Correo de Andalucía	48,4%	50,3%	1,3%		100,0%
Total		44,7%	51,9%	2,9%	0,5%	100,0%

La tendencia de uso de recursos en los diarios analizados es la misma: la fotografía es el elemento mayoritario, seguida a mucha distancia de la infografía, quedando con un uso casi residual el despiece, que solo utiliza ABC.

• **¿Qué rango de noticia suele ser el más común?**

La organización interna de una página corresponde a la selección y priorización de temas en función del criterio del diario. De esta forma, en una plana se encuentran noticias principales, que son el centro de impacto visual y de interés para el lector, noticias secundarias, terciarias y breves, con un impacto e interés decrecientes.

En el caso del A400M, el 49,3 % de las veces son noticias principales de las páginas en las que se publican, siendo secundarias en el 28,1 % de las ocasiones; terciarias, en el 14,4 %; y breves, en tan solo el 8,2 %. Esto supone que los tres diarios analizados priorizan en sus páginas las informaciones sobre el A400M sobre el resto del corpus informativo, como puede comprobarse en la siguiente tabla.

Ilustración 11: Tabla de relación entre diarios y rango de la información

% dentro de Diario		Rango				Total
		Noticias principales	Noticias secundarias	Noticias terciarias	Noticias breves	
Diario	ABC de Sevilla	54,3%	29,5%	11,4%	4,8%	100,0%
	Diario de Sevilla	47,4%	27,6%	14,5%	10,5%	100,0%
	El Correo de Andalucía	47,8%	27,7%	16,4%	8,2%	100,0%
Total		49,3%	28,1%	14,4%	8,2%	100,0%

Resulta de interés en el presente estudio saber, dentro de los temas referentes al A400M que se han contemplado en la tabla de análisis, cuáles son los que se tratan como noticias principales de las páginas en las que se publican. Como se describe en la siguiente tabla, el vuelo inaugural del A400M ha sido el tema que más veces se ha considerado como noticia principal. Es en este punto donde se pone de manifiesto que el elemento periodístico de novedad queda patente. El vuelo inaugural representa un acontecimiento novedoso para la ciudad de Sevilla, y de impacto. Por esta razón, es la noticia más resaltada de las páginas en las que aparece, la noticia principal.

Ilustración 12: Tabla de relación entre diarios tema y rango de la información

% dentro de Tema			Rango				Total
			Noticias principales	Noticias secundarias	Noticias terciarias	Noticias breves	
Total	Tema	A400M	51,7%	22,9%	17,4%	8,0%	100,0%
		Investigación	50,0%	50,0%			100,0%
		Aspectos empresariales	47,6%	34,1%	11,0%	7,3%	100,0%
		Financiación del A400M	40,4%	33,7%	13,5%	12,4%	100,0%
		Político	20,0%	40,0%	40,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	66,7%	27,3%	3,0%	3,0%	100,0%
		Otros productos aeronáuticos		100,0%			100,0%
		Total		49,3%	28,1%	14,4%	8,2%

• **¿Qué tipo de titular es el más común?**

Los titulares juegan un papel capital en la valoración del tema tratado. A través de su tipología se manifiesta el interés por la noticia.

Al enfocar un tema en una persona se produce un acercamiento hacia el lector. La personalización rompe distancia y humaniza el asunto tratado. Como se puede comprobar en la tabla resumen de datos, esta tendencia a la personalización de los titulares es la tónica general en el tratamiento del caso estudiado. El diario con manifiesta tendencia a la personalización de los titulares es *ABC de Sevilla*, ya que en el 56,2 % de los casos presenta esta inclinación, frente a *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía* que, aun teniendo titulares personalizados, optan mayoritariamente por un enfoque sobre el asunto aeronáutico tratado.

Ilustración 13: Tabla de relación entre diarios y titular

		Titular		Total
		Interés enfocado en el asunto aeronáutico	Interés enfocado en una personalidad, empresa o institución	
Diario	ABC de Sevilla	43,8%	56,2%	100,0%
	Diario de Sevilla	54,6%	45,4%	100,0%
	El Correo de Andalucía	57,9%	42,1%	100,0%
Total		53,1%	46,9%	100,0%

• **¿Cómo es la continuidad de las noticias?**

La realidad a la que hace referencia el relato periodístico no es homogénea: hay hechos noticiosos que tienen vigencia un día, tramas de investigación que hay que seguir años, procesos judiciales que duran meses, acontecimientos de largo desarrollo... El tratamiento periodístico que los medios dan a cada caso depende no solo de las características del suceso, sino de la relevancia que quieran darle. Así, hay temas a los que un medio decide prestarle atención un solo día, mientras que otros prolongan su interés noticioso por más tiempo.

El caso de estudio del presente trabajo tampoco es homogéneo. Dentro de la vida del proyecto A400M, que es asunto central de este estudio, conviven temas que describen cuestiones anteriores al inicio del propio proyecto del A400M, aunque vinculadas a él. La importancia o notoriedad que el diario decida respecto a esta área temática se ve reflejada en distintos modelos de seguimiento: una cobertura esporádica presentada en un solo texto, o con varias informaciones complementarias, o una cobertura que se mantiene a lo largo del tiempo con distintos episodios sobre el desarrollo del proceso.

A continuación, la tabla muestra las elecciones de los medios sobre las diferencias en el tratamiento en función de los distintos aspectos de la vida noticiosa del A400M: empresariales, financieros, políticos, etc. En ella aparece el promedio de los medios. El análisis pormenorizado de la tendencia de cada medio puede consultarse en el anexo del estudio estadístico.

Ilustración 14: Tabla de relación entre temas y continuidad de la noticia

% dentro de Tema			Continuidad de la noticia				Total
			Acontecimiento esporádico	Acontecimiento en río	Noticias fragmentadas	Noticias fragmentadas en río	
Total	Tema	A400M	33,3%	41,3%	12,4%	12,9%	100,0%
		Investigación	50,0%			50,0%	100,0%
		Aspectos empresariales	28,0%	32,9%	30,5%	8,5%	100,0%
		Financiación del A400M	4,5%	79,8%	5,6%	10,1%	100,0%
		Político	80,0%	20,0%			100,0%
		Vuelo inaugural del A400M		84,8%	15,2%		100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	66,7%	33,3%			100,0%
		Total	24,3%	50,7%	14,4%	10,6%	100,0%

En función a los datos obtenidos, puede afirmarse que las noticias con presencia de políticos son las que mayoritariamente se tratan de forma esporádica. Esta tendencia se explica en la presencia de actores políticos en actos y convocatorias puntuales, en los que aparecen como representantes de instituciones, no como actores constantes de los acontecimientos. Sin embargo, la financiación ha sido un tema de continuidad en el tiempo y en el tratamiento: el 79,8 % de las noticias con continuidad en río. Destaca el porcentaje del 84,8 % de noticias en río sobre el seguimiento del vuelo inaugural, un hito histórico para la ciudad de Sevilla y para la industria aeronáutica que tuvo un seguimiento desde fechas previas a que se produjera.

Los días anteriores a la fecha de inauguración se fueron publicando las novedades sobre el acontecimiento, pero pasada la fecha inaugural no se volvió a tratar el tema. También la financiación de la aeronave ha sido un aspecto de continuidad permanente en el periodo temporal del análisis.

Resulta interesante resaltar que, al tiempo que la financiación ha tenido un seguimiento mantenido en el tiempo, los aspectos técnicos vinculados a la aeronave, que se han ido desarrollando durante su fabricación y corrían paralelos al financiero, han sido tratados de forma esporádica.

1.3. CARACTERÍSTICAS FORMALES

- **¿Qué género periodístico es predominante?**

Como se dijo anteriormente, el estudio de los géneros periodísticos en el análisis de contenido en relación a la calidad periodística se justifica por la diferente intencionalidad que cada uno representa. La incorporación de géneros interpretativos o de opinión a la pura información implican un plus de calidad.

Al estudiar el tratamiento del A400M en los diarios analizados hay un primer dato que destaca: el 88,7 % de las publicaciones son noticias, frente a un 11,3 % en el que se aglutinan todos los géneros de interpretación y análisis. El tema estudiado se trata como elemento noticioso, pero no se genera opinión en torno a él, solo se cuenta la actualidad del proceso sin profundizar.

De los diarios analizados destaca *ABC*, por ser el que más utiliza la noticia, frente a *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía* que, a pesar de hacer un uso mayoritario de la noticia, potencian el uso de otros géneros como el artículo de opinión, el reportaje o la crónica.

El siguiente gráfico muestra la distribución de los distintos géneros en las tres cabeceras. A pesar de existir editoriales y artículos de opinión sobre el A400M, son excesivamente minoritarios frente al fuerte número de noticias.

Ilustración 15: Tabla de relación entre diarios y géneros periodísticos

% dentro de Diario		Género							Total
		Noticia	Reportaje	Entrevista	Crónica	Artículo de opinión	Editorial	Análisis	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	91,4%	1,0%	1,9%	1,9%	2,9%	1,0%		100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	87,5%	2,0%	0,7%	2,0%	4,6%	2,6%	0,7%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	88,1%	1,3%		3,8%	2,5%	4,4%		100,0%
Total		88,7%	1,4%	0,7%	2,6%	3,4%	2,9%	0,2%	100,0%

- **¿Qué enfoque es predominante en la información sobre el A400M?**

El enfoque con el que se aborde una información es la clave para averiguar cuál es el aspecto predominante que los medios dan a la construcción del A400M en Sevilla.

Como ya se ha expuesto, confluyen varios posibles enfoques: como información de interés local, con interés económico o con interés científico-técnico. En el estudio se han contemplado estas posibilidades para saber qué enfoque es el más desarrollado.

Cabe destacar que de los tres diarios analizados el único que trata el tema de la investigación en aeronáutica es *El Correo de Andalucía*, el cual, además, lo hace con un enfoque científico que enriquece el tratamiento y la comprensión del mismo. También resulta significativo que los tres diarios analizados traten aspectos empresariales con un enfoque científico, lo que lleva a la conclusión de que este solo se utiliza cuando tiene un interés empresarial o económico, no con el objetivo de divulgar el conocimiento que se genera.

En la siguiente tabla se puede comprobar la dinámica general entre los distintos enfoques y temas. En el anexo estadístico es posible consultar los datos referentes a estas variables en cada uno de los diarios analizados.

Ilustración 16: Tabla de relación entre diarios, enfoque y temas

% dentro de Enfoque			Tema							Total	
			A400M	Investigación	Aspectos empresariales	Financiación del A400M	Político	Vuelo inaugural del A400M	Escuela de pilotos del A400M		Otros productos aeronáuticos
Total	Enfoque	Enfoque científico	16,7%	33,3%	50,0%						100,0%
		Enfoque técnico	80,0%					20,0%			100,0%
		Enfoque económico	40,5%		29,2%	28,6%		1,6%			100,0%
		Mixto	100,0%								100,0%
		Acontecimiento de actualidad	39,0%		14,6%		2,4%	36,6%	7,3%		100,0%
		Político	38,6%		14,5%	43,4%	2,4%	1,2%			100,0%
		Cuestiones aeronáuticas	75,6%		7,8%		2,2%	13,3%		1,1%	100,0%
		Total		48,3%	0,5%	19,7%	21,4%	1,2%	7,9%	0,7%	0,2%

• **¿Afecta la presencia del periodista en el enfoque que se adopte de la información?**

El proceso de producción de una noticia no es un procedimiento unívoco que se repita con las mismas características. Para descifrar la calidad del producto periodístico es imprescindible considerar las distintas formas de abordarlo. La presencia y la forma de

trabajar del periodista difiere si es un acto programado, una convocatoria de rueda de prensa, un tema propio, etc. Todas estas formas que adquiere la rutina periodística han sido consideradas en este estudio bajo la nomenclatura de presencia del periodista, incluyendo: periodismo de calle, periodismo de mesa, acontecimientos programados o relato impreciso.

En este sentido, no se trata solo de aspectos descriptivos del proceder profesional, sino que pueden estar ligados a la calidad: si en el tratamiento predominan los acontecimientos programados a instancias de las fuentes interesadas; si en el periodismo de mesa no se añaden perspectivas documentales o de aportaciones de expertos diferentes, si escasea el periodismo de calle (que implica un interés del periodista por obtener datos o testimonios que complementen o incluso pongan en cuestión lo aportado por las fuentes implicadas), al final el resultado es el de un periodismo de baja calidad, excesivamente deudor de las informaciones que ofrecen las instituciones públicas o privadas.

A partir de los datos obtenidos puede afirmarse que en el tratamiento del A400M hay un predominio sustancial del periodismo de mesa: el 51 % de las informaciones publicadas han sido trabajadas con este procedimiento. Esta realidad se sustenta en la atenta relación que la empresa responsable del proyecto mantiene con los periodistas que realizan el seguimiento del A400M. De cada cambio, de cada novedad, la empresa informa puntualmente a los redactores, facilitando en ocasiones el material gráfico que acompaña a la noticia. La presencia directa del periodista solo se da en acontecimientos programados, generalmente de la empresa tractora. Y el trabajo de periodismo de calle es marginal: 1,7 %, frente al 51% de periodismo de mesa y al 32,7 % que suponen los actos programados.

Como puede comprobarse en la siguiente tabla, los tres diarios siguen una dinámica similar. Es destacable la ausencia de periodismo de calle. Tanto en *Diario de Sevilla* como en *El Correo de Andalucía* los datos son marginales (3,3 % y 1,3 %, respectivamente); pero en *ABC* no se ha dado ni un solo caso de este tipo de práctica periodística durante el tiempo de análisis.

Ilustración 17: Tabla de relación entre diarios, enfoque y presencia en el lugar de los hechos

% dentro de Enfoque							
Diario			Presencia en el lugar de los hechos				Total
			Periodismo de calle	Presencia en acontecimientos programados	Periodismo de mesa	Relato impreciso	
ABC de Sevilla	Enfoque	Enfoque científico		100,0%			100,0%
		Enfoque técnico		25,0%	75,0%		100,0%
		Enfoque económico		29,7%	62,2%	8,1%	100,0%
		Acontecimiento de actualidad		64,3%	28,6%	7,1%	100,0%
		Político		50,0%	43,8%	6,3%	100,0%
		Cuestiones aeronáuticas		29,4%	52,9%	17,6%	100,0%
	Total			41,0%	50,5%	8,6%	100,0%
Diario de Sevilla	Enfoque	Enfoque científico			100,0%		100,0%
		Enfoque técnico		50,0%	50,0%		100,0%
		Enfoque económico	3,8%	19,0%	59,5%	17,7%	100,0%
		Mixto			100,0%		100,0%
		Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	7,7%	38,5%	30,8%	23,1%	100,0%
		Político	4,2%	33,3%	50,0%	12,5%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas		38,7%	35,5%	25,8%	100,0%	
Total		3,3%	27,0%	51,3%	18,4%	100,0%	
El Correo de Andalucía	Enfoque	Enfoque científico		66,7%	33,3%		100,0%
		Enfoque técnico	25,0%	25,0%		50,0%	100,0%
		Enfoque económico		26,1%	65,2%	8,7%	100,0%
		Acontecimiento de actualidad		42,9%	35,7%	21,4%	100,0%
		Político		33,3%	40,7%	25,9%	100,0%
		Cuestiones aeronáuticas	2,4%	38,1%	45,2%	14,3%	100,0%
	Total		1,3%	32,7%	50,9%	15,1%	100,0%
Total	Enfoque	Enfoque científico		50,0%	50,0%		100,0%
		Enfoque técnico	10,0%	30,0%	40,0%	20,0%	100,0%
		Enfoque económico	1,6%	23,8%	62,2%	12,4%	100,0%
		Mixto			100,0%		100,0%
		Acontecimiento de actualidad	2,4%	48,8%	31,7%	17,1%	100,0%
		Político	1,2%	39,8%	44,6%	14,5%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	1,1%	36,7%	43,3%	18,9%	100,0%	
Total		1,7%	32,7%	51,0%	14,7%	100,0%	

Las formas de trabajo del periodista repercuten directamente en el producto informativo. Debido a la ausencia de periodismo de calle y a la gran dependencia mostrada hacia la información y convocatorias oficiales, se observa una falta de entrevistas a expertos o a trabajadores de la empresa, así como de reportajes. Los

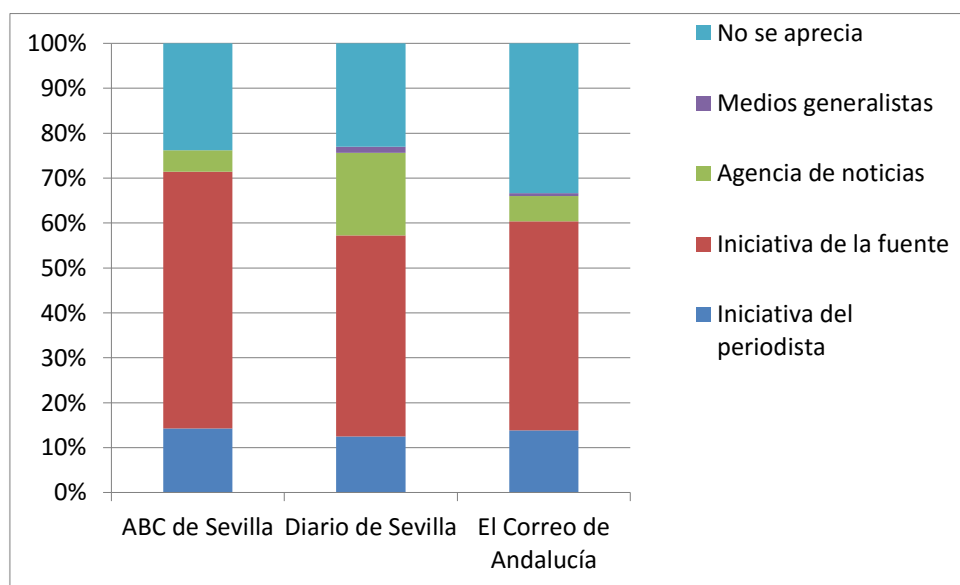
periodistas no tienen información obtenida directamente por ellos, trabajan prioritariamente con información suministrada por las instituciones o entidades vinculadas al A400M.

- **¿Cuál es la relación del enfoque con el origen de la información?**

Tras comprobar el enfoque de las noticias en relación al tema y a la forma de trabajo del periodista, es importante resaltar la relación entre el enfoque y el origen de la información.

El origen de la información está íntimamente ligado a la forma de trabajo del periodista. Tras analizar los datos obtenidos en el estudio, llama la atención las escasas informaciones que tienen su origen en la propia iniciativa del periodista, solo el 13,5 %. Puede decirse, en función de los datos obtenidos, que el A400M es un tema en el que los redactores no salen a buscar la información, sino que son las fuentes las que suministran los datos necesarios para la elaboración de las noticias (48,6 %). Este dato coincide con la tendencia al periodismo de mesa y a las convocatorias oficiales que se constató en el epígrafe anterior.

Ilustración 18: Gráfico diarios y origen de la información



También es significativo que, cuando la noticia tiene un enfoque científico, o es la fuente la que tiene la iniciativa (66,7 %) o no queda claro en el texto (33,3 %), lo cual se

traduce en un escaso contacto de los redactores con técnicos o científicos. Esto es llamativo si se tiene en cuenta que el sector aeronáutico de Sevilla cuenta con reputados profesionales del ramo, a los que hay que añadir los universitarios, que hubieran permitido motivar a los lectores y desarrollar un mayor interés por la importante industria aeronáutica. En la siguiente tabla pueden comprobarse las tendencias en cada uno de los diarios analizados y la dinámica general del conjunto de datos.

Ilustración 19: Tabla de relación entre diarios, enfoque y origen de la información

% dentro de Enfoque			Origen de la información					Total
Diario			Iniciativa del periodista	Iniciativa de la fuente	Agencia de noticias	Medios generalistas	No se aprecia	
ABC de Sevilla	Enfoque	Enfoque científico		100,0%				100,0%
		Enfoque técnico		75,0%			25,0%	100,0%
		Enfoque económico	13,5%	56,8%	5,4%		24,3%	100,0%
		Acontecimiento de actualidad	21,4%	35,7%			42,9%	100,0%
		Político	15,6%	68,8%	3,1%		12,5%	100,0%
		Cuestiones aeronáuticas	11,8%	47,1%	11,8%		29,4%	100,0%
	Total		14,3%	57,1%	4,8%		23,8%	100,0%
Diario de Sevilla	Enfoque	Enfoque científico		100,0%				100,0%
		Enfoque técnico	50,0%	50,0%				100,0%
		Enfoque económico	19,0%	35,4%	22,8%	2,5%	20,3%	100,0%
		Mixto	100,0%					100,0%
		Acontecimiento de actualidad	7,7%	38,5%	15,4%		38,5%	100,0%
		Político		70,8%	16,7%		12,5%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	3,2%	48,4%	12,9%		35,5%	100,0%	
Total		12,5%	44,7%	18,4%	1,3%	23,0%	100,0%	
El Correo de Andalucía	Enfoque	Enfoque científico		33,3%			66,7%	100,0%
		Enfoque técnico	25,0%	25,0%			50,0%	100,0%
		Enfoque económico	18,8%	43,5%	2,9%		34,8%	100,0%
		Acontecimiento de actualidad	21,4%	21,4%	7,1%		50,0%	100,0%
		Político	7,4%	51,9%	18,5%	3,7%	18,5%	100,0%
		Cuestiones aeronáuticas	7,1%	59,5%	2,4%		31,0%	100,0%
	Total		13,8%	46,5%	5,7%	0,6%	33,3%	100,0%
Total	Enfoque	Enfoque científico		66,7%			33,3%	100,0%
		Enfoque técnico	20,0%	50,0%			30,0%	100,0%

% dentro de Enfoque								
		Enfoque económico	17,8%	42,7%	11,9%	1,1%	26,5%	100,0%
		Mixto	100,0%					100,0%
		Acontecimiento de actualidad	17,1%	31,7%	7,3%		43,9%	100,0%
		Político	8,4%	63,9%	12,0%	1,2%	14,5%	100,0%
		Cuestiones aeronáuticas	6,7%	53,3%	7,8%		32,2%	100,0%
	Total		13,5%	48,6%	10,1%	0,7%	27,2%	100,0%

Un dato destacado, por la preocupación sobre la calidad del trabajo periodístico que supone, es el número de inconcreciones que se detectan. De todas las noticias analizadas, en el 27,2 % de los casos no queda claro de quién es la iniciativa que propicia la información. Esto supone que las claves de la información no estén claras en el texto: una imprecisión del trabajo periodístico decididamente negativa desde el punto de vista de la calidad de la información.

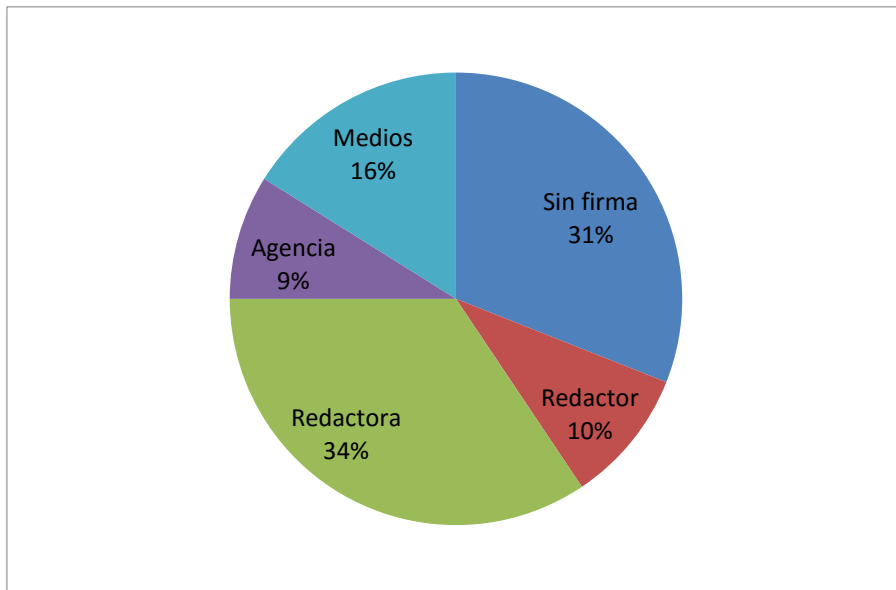
• **¿Cómo se firman las informaciones sobre el A400M?**

Del total de noticias analizadas, el 31 % aparece sin firma; el 16 %, con la firma del medio; el 9 % son de agencias; y el 44 % vienen firmadas por el periodista (34 % redactoras y 10 % redactores). De la diferencia en el porcentaje entre hombres y mujeres se concluye que en los tres medios analizados son las redactoras las especialistas en el tema, las responsables del seguimiento del sector aeronáutico; y solo en su ausencia el tema es trabajado por compañeros redactores.

Encarna Freire, en *ABC de Sevilla*; Eli García Villalón, en *Diario de Sevilla*; e Isabel Campanario, en *El Correo de Andalucía*, son las periodistas responsables del seguimiento del sector aeronáutico.

En el presente trabajo se cuenta con entrevistas a cada una de ellas para completar el relato del proceso de producción de las noticias. El reparto de autoría de las noticias se resume en el siguiente gráfico.

Ilustración 20: Gráfico de reparto de tipos de firmas

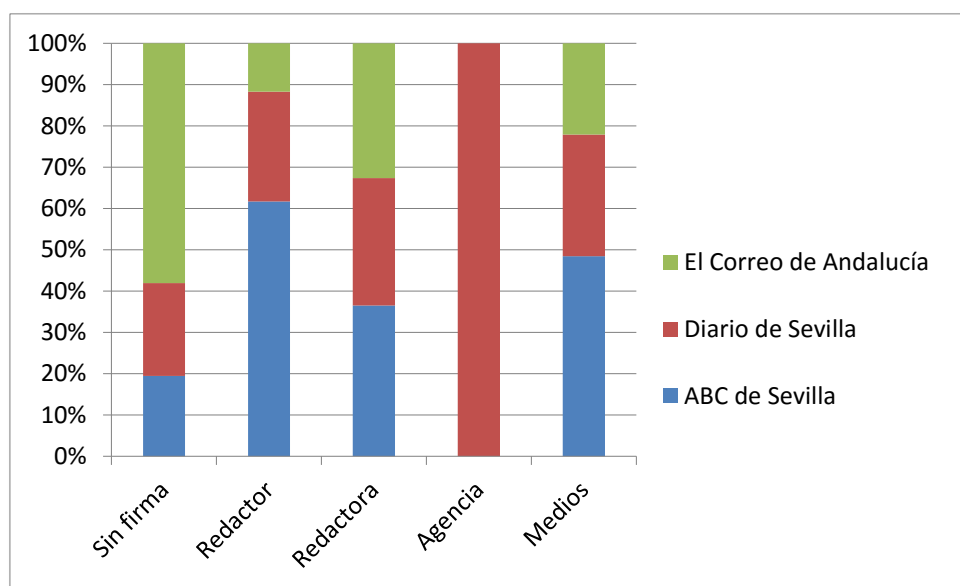


A pesar de que cada cabecera tiene una periodista encargada del seguimiento de la actividad del sector, el número de noticias sin firma resulta llamativa, ya que suponen el 31 % del total de la muestra. *Diario de Sevilla* es el único periódico en el que aparecen las noticias con la firma de agencias de noticias, que además suponen un montante considerable en el volumen de publicaciones del medio, ya que son el 24 % de las publicaciones. En la siguiente tabla y gráfico pueden comprobarse los valores más significativos de cada publicación, así como el reparto de las firmas.

Ilustración 21: Tabla de relación entre diarios y firmas

% dentro de Diario		Firma					Total
		Sin firma	Redactor	Redactora	Agencia	Medios	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	17,1%	20,0%	38,1%		24,8%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	19,7%	8,6%	32,2%	24,3%	15,1%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	50,9%	3,8%	34,0%		11,3%	100,0%
Total		31,0%	9,6%	34,4%	8,9%	16,1%	100,0%

Ilustración 22: Gráfico de distribución de tipos de firmas en los diarios



- **¿Cómo es el uso del lenguaje en las noticias sobre el A400M?**

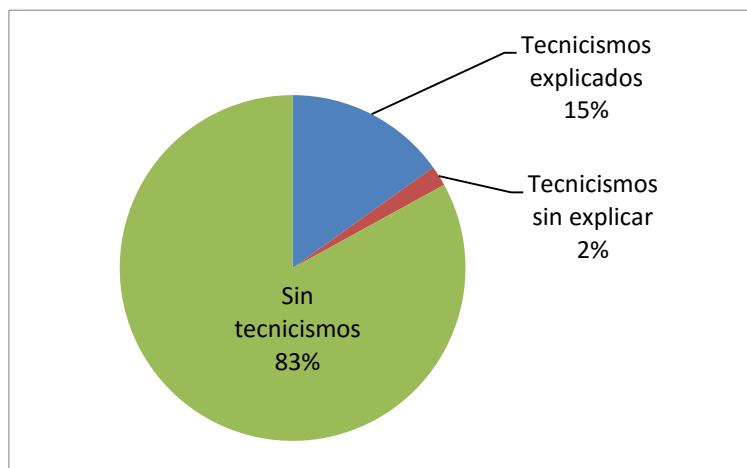
El lenguaje es la herramienta principal del periodista en su labor de información y formación de la opinión pública. En el caso de las noticias sobre el A400M, en el tratamiento de la noticia confluyen dos tendencias a la hora de abordarla: la económica y la científico-técnica, que tienen formas de expresión marcadamente diferentes.

La aeronáutica es un área compleja, con aspectos técnico-científicos poco conocidos por el común de los lectores, a los que es necesario introducir y hacer comprender los procesos, las acciones, los conceptos. En este sentido, tanto en la vertiente económica como en la científico-técnica, es fundamental que el uso del lenguaje sea el adecuado y así facilitar la comprensión de la realidad que se describe.

Un elemento clave en el uso del lenguaje como elemento divulgador es la aparición de tecnicismos, propios de un área, pero que es necesario explicar para que el lector incorpore el nuevo concepto a su visión de la realidad. Por esta razón, se ha incluido en el análisis una categoría sobre el lenguaje, en concreto, relacionada con el uso de tecnicismos: cuánto se emplean y en qué medida se dan las explicaciones oportunas para mejorar la comprensión del texto.

Tras el análisis puede afirmarse que la tendencia en las noticias sobre el A400M es la de no usar tecnicismos (83 %); y, en caso de hacerlo, son explicados (15 %). Los casos de informaciones con tecnicismos sin explicar son puntuales, solo suponen el 2 % del total de las noticias, como puede comprobarse en el siguiente gráfico.

Ilustración 23: Gráfico de frecuencia de uso de tecnicismos



Al poner el foco en cada uno de los diarios, puede comprobarse que la tendencia general se cumple en cada uno de ellos. Los redactores prefieren no incluir tecnicismos en sus informaciones de forma casi unánime: del 85,7 % de *ABC* al 78,9 % de *Diario de Sevilla*. En caso de recurrir a ellos, se explican; y, dentro del uso marginal que suponen los tecnicismos sin explicar, es *Diario de Sevilla* el que más los utiliza (3,9 %).

Ilustración 24: Tabla de relación entre diarios y uso del lenguaje

% dentro de Diario		Lenguaje			Total
		Tecnicismos explicados	Tecnicismos sin explicar	Sin tecnicismos	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	13,3%	1,0%	85,7%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	17,1%	3,9%	78,9%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	14,5%	0,6%	84,9%	100,0%
Total		15,1%	1,9%	82,9%	100,0%

• **¿Cómo es el lenguaje en función del tema?**

Tras ver la tendencia generalizada del lenguaje en los medios analizados, resulta de interés detectar en qué temas de los tratados el lenguaje tiene más o menos

incidencia, en función del uso o no de tecnicismos. En el anexo estadístico pueden consultarse los datos relativos a cada diario y cada tema.

Al describir las dinámicas de los tres medios se comprueba que temas como la investigación, la financiación del A400M y las cuestiones políticas vinculadas al proyecto se tratan en su totalidad sin tecnicismos. Estos temas podrían incluir los propios de los complejos procesos de financiación de un proyecto internacional como es el A400M, en el que intervienen varios Estados fabricantes, con unas altas cotas de riesgo empresarial. Sin embargo, los tres medios reúsan utilizar tecnicismos y adaptan el tema tratado para simplificarlo.

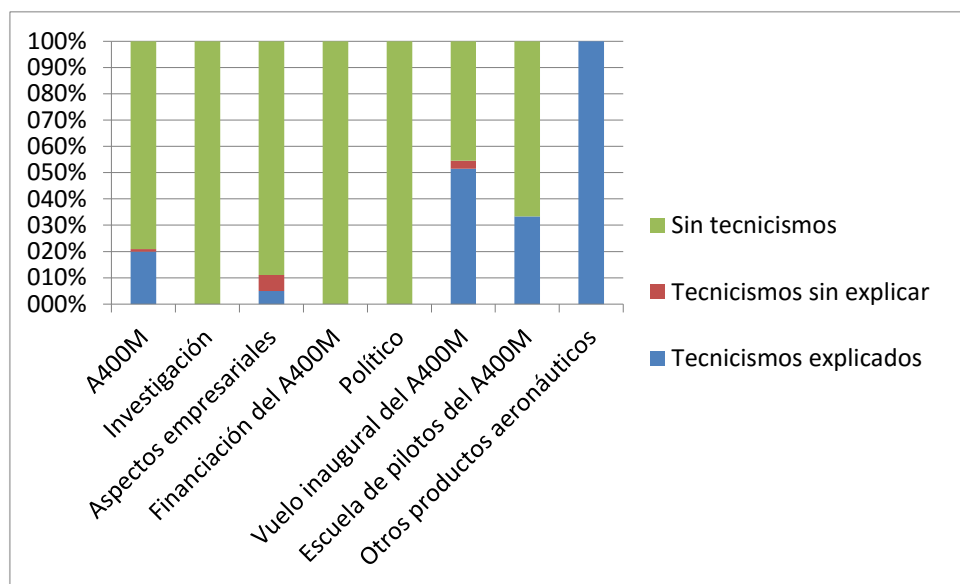
El uso de tecnicismos explicados se observa al tratar otros productos aeronáuticos vinculados al proyecto o a la empresa tractora en su totalidad. También hay un alto porcentaje de noticias (51,5 %) con estas características referentes al vuelo inicial. Este momento supuso la presentación de la aeronave a la población local, que incluso pudieron verlo volar, y los medios hicieron un esfuerzo por acercar las características aeronáuticas a la opinión pública.

En la siguiente tabla y gráfico pueden comprobarse los valores concretos para cada uno de los temas contemplados en el análisis, así como el reparto general de forma gráfica.

Ilustración 25: Tabla de relación entre diarios, uso del lenguaje y temas

% dentro de Tema			Lenguaje			Total
			Tecnicismos explicados	Tecnicismos sin explicar	Sin tecnicismos	
Total	Tema	A400M	19,9%	1,0%	79,1%	100,0%
		Investigación			100,0%	100,0%
		Aspectos empresariales	4,9%	6,1%	89,0%	100,0%
		Financiación del A400M			100,0%	100,0%
		Político			100,0%	100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	51,5%	3,0%	45,5%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	33,3%		66,7%	100,0%
		Otros productos aeronáuticos	100,0%			100,0%
		Total	15,1%	1,9%	82,9%	100,0%

Ilustración 26: Gráfico de la relación entre uso del lenguaje y temas



• **Uso de las citas**

Para la construcción del relato, el periodista se vale de la información de diversas fuentes para crear su propia narración. Esto no siempre se hace de manera unívoca. En ocasiones, el relato periodístico se convierte en una suma de declaraciones y citas textuales. Para constatar este elemento del trabajo periodístico se ha incluido en el análisis una categoría en la que se contemplan las posibilidades de explicación con expresiones propias del autor o con citas directas de las fuentes.

En el caso de estudio, la tendencia general en la explicación de los hechos presenta una alta proporción del uso de citas directas de las fuentes frente a expresiones propias del autor, como puede comprobarse en el siguiente gráfico y tabla.

Ilustración 27: Gráfico de la frecuencia de tipos de explicaciones

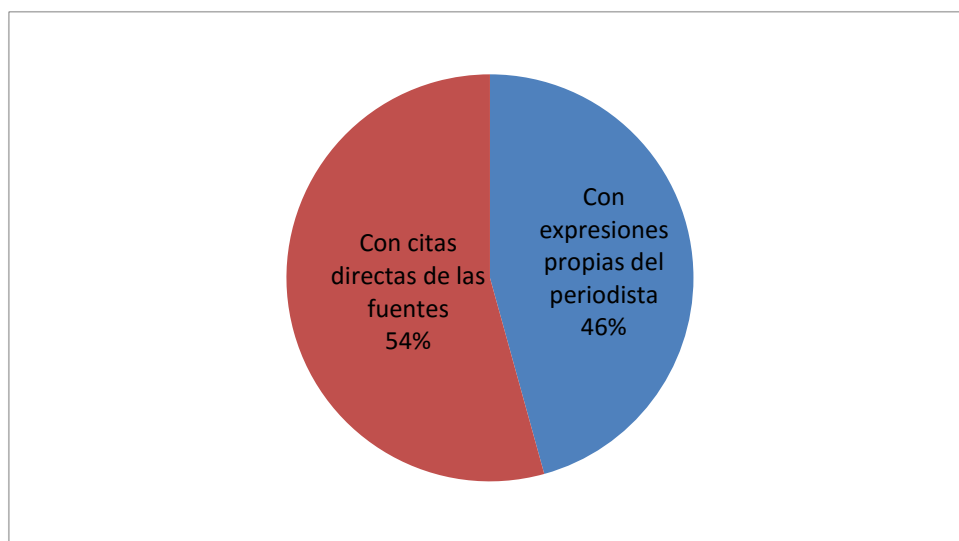


Ilustración 28: Tabla de relación entre diarios y explicación de los hechos

% dentro de Diario		Explicación del hecho		Total
		Con expresiones propias del periodista	Con citas directas de las fuentes	
Diario	ABC de Sevilla	45,7%	54,3%	100,0%
	Diario de Sevilla	43,4%	56,6%	100,0%
	El Correo de Andalucía	47,8%	52,2%	100,0%
Total		45,7%	54,3%	100,0%

Ante el hecho de que la mitad de las noticias analizadas estén contadas a partir de citas textuales de las fuentes, cabe preguntarse por el motivo y uso adecuado de las mismas. Recurriendo a *21 Lecciones de Reporterismo* (Bezunartea, Del Hoyo y Martínez, 1998: 299-302) como manual de referencia, los autores exponen que las noticias deben ser redactadas por el periodista, con su propia expresión, mientras que las citas servirán para reforzar y dar testimonio de la relación directa del redactor con la fuente, pero que no serán el corpus de la noticia.

La tendencia actual de usar las declaraciones como sustitutas de la narración periodística tiene su origen en la influencia del llamado periodismo político de declaraciones, en el que los hechos no son escritos por los periodistas, sino expuestos por los políticos en sus declaraciones.

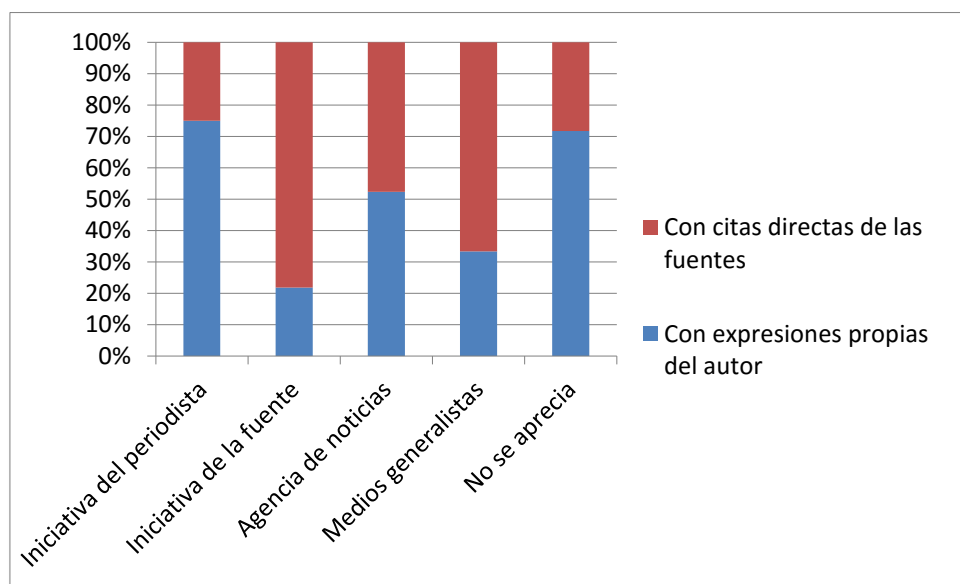
• **¿Influye el origen de la información en la explicación de los hechos?**

Una noticia puede contener más o menos declaraciones textuales en función de si su origen radica en una iniciativa de la fuente informativa o del periodista.

Tras el análisis realizado se comprueba que, en el caso del A400M, la fuente no solo aporta datos, sino también el relato del propio hecho informativo, afirmación que se desprende del 78,2 % en que las noticias que son iniciativa de la fuente y se presentan con declaraciones directas de las citas, frente al 75 % de noticias que son iniciativa del periodista y que tienen expresiones propias del autor. Los datos completos por diarios pueden consultarse en el anexo estadístico.

En el siguiente gráfico se puede comprobar que el empleo de expresiones propias directas de la fuente es la tónica general, salvo cuando la iniciativa es del periodista o el origen del relato ese impreciso, donde no se aprecia. No obstante, para ponderar la proporción de noticias en el que en el relato predomina la autoría del periodista, conviene recordar que, como se ha visto anteriormente, solo el 13,5 % de los textos informativos corresponden a la iniciativa del periodista.

Ilustración 29: Gráfico del tipo de explicación de los hechos en función del origen de la información

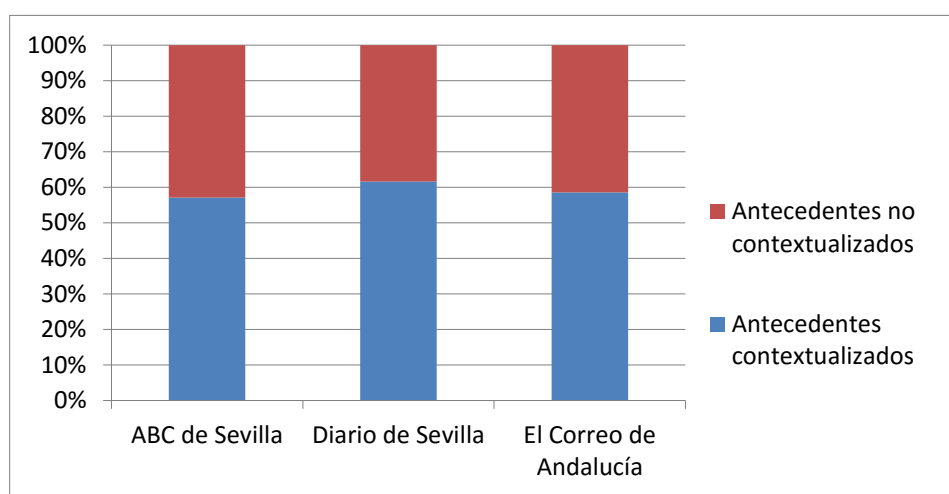


- **La contextualización de las informaciones: antecedentes y consecuencias**

La contextualización de las informaciones y la descripción de las posibles consecuencias son elementos clave para valorar la calidad del trabajo periodístico. A través de la contextualización de los antecedentes, el redactor pone en situación al lector: le expone la trascendencia de lo que es noticioso ese día; repasa el pasado (próximo o remoto) y lo enlaza con el presente. Por otra parte, con la explicación de las consecuencias se muestra la relevancia del hecho noticioso en función de sus repercusiones futuras o de aspectos colaterales que no se aprecian con la mera descripción de los acontecimientos.

Con los datos obtenidos en el estudio puede afirmarse que la tendencia general es la contextualización de los antecedentes en las noticias: el 59,3 % de las informaciones analizadas los detallan, una tendencia que se mantiene en los tres diarios, ya que los porcentajes individuales oscilan del 61,6 % de *Diario de Sevilla* al 57,1 % de *ABC*.

Ilustración 30: Gráfico de la contextualización de la información en función de los diarios



Yéndonos al contenido de los textos analizados se constata que la contextualización de los antecedentes no es otra cosa que la revisión de informaciones ya publicadas; es decir, no hablamos de contextualizaciones más trabajadas, como las que podrían surgir tras consultar a algunos expertos que explicaran las posibles implicaciones del hecho noticioso. Por tanto, las redactoras que siguen el caso del A400M son las responsables

del seguimiento de toda la industria aeronáutica: sus propias noticias, ya publicadas, son utilizadas como antecedentes en las nuevas publicaciones.

No ocurre así con el desarrollo de las consecuencias del hecho noticioso. El 69,5 % de las noticias analizadas no las incluyen, siendo el comportamiento de los tres diarios bastante homogéneo en este sentido, aunque haya ligeras diferencias entre *ABC* —el que menor interés muestra por exponer consecuencias— y *El Correo de Andalucía*, que le aventaja en casi cuatro puntos.

Definir unas consecuencias exige más implicación del periodista, que generalmente tiene que recurrir a expertos que aporten datos no explícitos, y una mayor especialización profesional.

Ilustración 31: Tabla de relación entre diarios y desarrollo de consecuencias

% dentro de Diario				
		Desarrollo de consecuencias		Total
		Consecuencias contextualizadas	Consecuencias no contextualizadas	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	28,6%	71,4%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	30,3%	69,7%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	32,1%	67,9%	100,0%
Total		30,5%	69,5%	100,0%

• **¿Influye la presencia del periodista en la contextualización?**

Si nos centramos en la contextualización de la información, vemos que es fácil relacionarlo con la forma de trabajo periodística, con la presencia del profesional de la información ante el hecho noticioso.

La tendencia general es que predomina esta contextualización tanto en el periodismo de calle como en el de mesa; coincidencia que se relaciona, al igual que en el apartado anterior, con la continuidad del redactor en el seguimiento del tema.

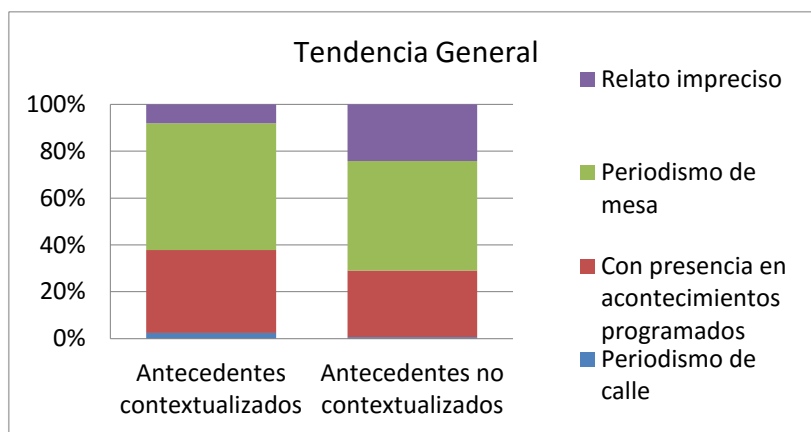
La incorporación de antecedentes consiste prácticamente en el recordatorio de datos ya publicados por el medio. En la siguiente tabla se exponen los datos correspondientes a cada uno de los diarios analizados en función de la presencia y el desarrollo de antecedentes.

Ilustración 32: Tabla de relación entre diarios, presencia en el lugar de los hechos y desarrollo de antecedentes

% dentro de Presencia en el lugar de los hechos					
Diario			Desarrollo de antecedentes		Total
			Antecedentes contextualizados	Antecedentes no contextualizados	
ABC de Sevilla	Presencia en el lugar de los hechos	Presencia en acontecimientos programados	55,8%	44,2%	100,0%
		Periodismo de mesa	62,3%	37,7%	100,0%
		Relato impreciso	33,3%	66,7%	100,0%
	Total	57,1%	42,9%	100,0%	
Diario de Sevilla	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	80,0%	20,0%	100,0%
		Presencia en acontecimientos programados	65,0%	35,0%	100,0%
		Periodismo de mesa	69,2%	30,8%	100,0%
	Relato impreciso	32,1%	67,9%	100,0%	
Total	61,6%	38,4%	100,0%		
El Correo de Andalucía	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	100,0%		100,0%
		Presencia en acontecimientos programados	71,2%	28,8%	100,0%
		Periodismo de mesa	56,8%	43,2%	100,0%
	Relato impreciso	33,3%	66,7%	100,0%	
Total	58,5%	41,5%	100,0%		
Total	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	85,7%	14,3%	100,0%
		Presencia en acontecimientos programados	64,4%	35,6%	100,0%
		Periodismo de mesa	62,7%	37,3%	100,0%
	Relato impreciso	32,8%	67,2%	100,0%	
Total	59,3%	40,7%	100,0%		

Los diarios siguen la tendencia general que se resume en el siguiente gráfico, donde se observa que en el caso de los relatos imprecisos no se contextualizan los antecedentes, mientras que las noticias fruto de acontecimientos programados tienden a estar más contextualizadas.

Ilustración 33: Gráfico de la contextualización de antecedentes en función de la presencia del periodista

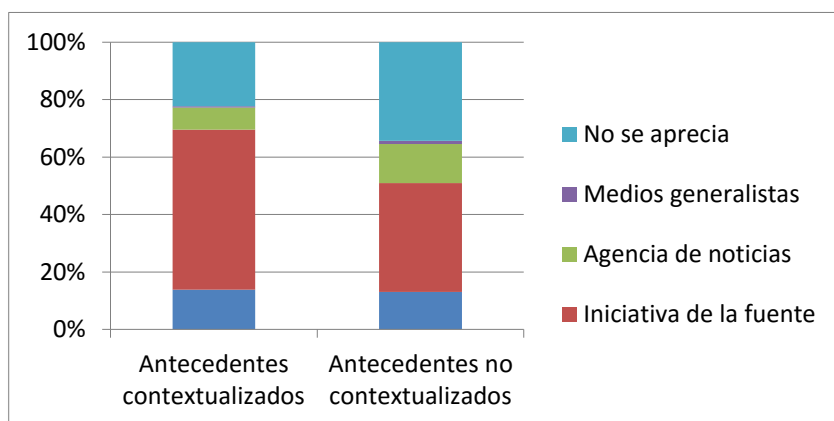


• **¿Influye el origen de la información en la contextualización?**

El origen de la información es determinante para el proceso de construcción de la noticia, pues define elementos clave en el esquema de comunicación del periodista con el hecho que es transmitido a los lectores.

En función de los datos obtenidos, comprobamos cómo los antecedentes no están contextualizados mayoritariamente cuando son informaciones que tienen su origen en medios generalistas (66,7 %) y en agencias de noticias (54,8 %). Estas cifras contrastan con el 68,2 % de las informaciones que son iniciativa de la fuente y contienen antecedentes contextualizados, y el 60,7 % de los casos donde la iniciativa es del periodista. Así se puede comprobar en la siguiente gráfica y en la tabla correspondiente del anexo estadístico.

Ilustración 34: Gráfico de la contextualización de antecedentes en función al origen de la información



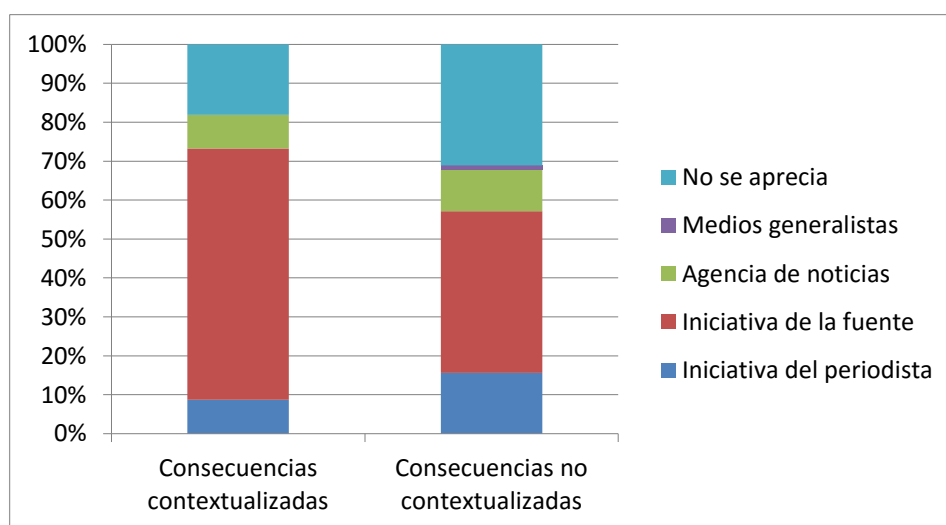
El conocimiento del funcionamiento de los sistemas de comunicación de la empresa tractora, y de las notas de prensa y dossieres puestos a disposición de los medios, nos permite afirmar que, de alguna manera, los periodistas se encontraban con el trabajo hecho. La constante y muy trabajada información que la empresa suministra a los redactores hace que las contextualizaciones necesarias se encuentren en las mismas notas donde se informa del hecho noticioso.

Respecto a las consecuencias, la tendencia es la de no añadir este tipo de contextualización; y, cuando sí se hace, se mantiene la misma tendencia que con los antecedentes: hay más desarrollo de consecuencias cuando el tema es iniciativa de la fuente que del periodista, como puede verse en los datos de la tabla y gráficos siguientes.

Ilustración 35: Tabla de relación entre diarios, origen de la información y el desarrollo de consecuencias

% dentro de Origen de la información		Desarrollo de consecuencias		Total
		Consecuencias contextualizadas	Consecuencias no contextualizadas	
Origen de la información	Iniciativa del periodista	19,6%	80,4%	100,0%
	Iniciativa de la fuente	40,6%	59,4%	100,0%
	Agencia de noticias	26,2%	73,8%	100,0%
	Medios generalistas		100,0%	100,0%
	No se aprecia	20,4%	79,6%	100,0%
Total		30,5%	69,5%	100,0%

Ilustración 36: Gráfico de la frecuencia de contextualización de consecuencias en función del origen de la información



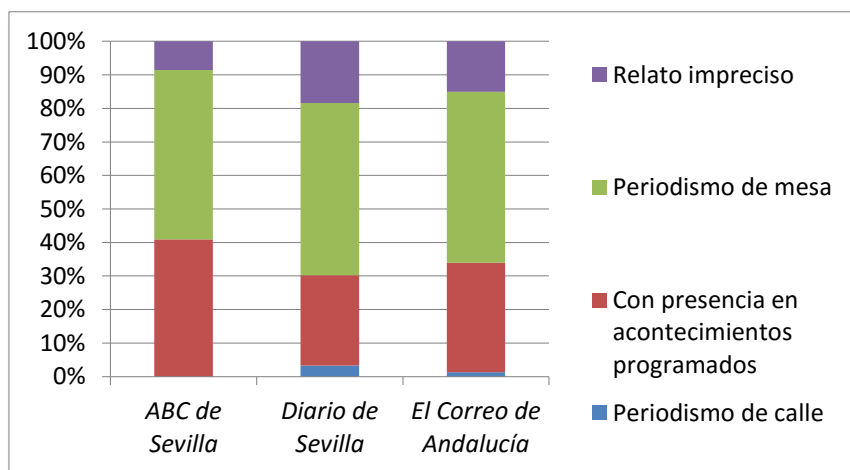
En esta relación entre la contextualización y el origen de la información hay que añadir un elemento más: la presencia en el texto de antagonistas, protagonistas, expertos o testigos. En términos absolutos, se han contabilizado: un solo elemento antagonista, cinco expertos y dos testigos, frente a 97 protagonistas y 24 informaciones sin presencias. Estas proporciones de voces a favor y en contra del proyecto, junto con el protagonismo en la contextualización tanto de antecedentes como de consecuencias, justifica que la actitud de los medios ante el A400M sea muy positiva en todo momento. La no presencia de antagonistas o expertos que presenten argumentos desfavorables o críticos al proyecto hace que no haya noticias significativas que pongan en cuestión el proyecto aeronáutico, incluso siendo un avión militar.

1.4. TRATAMIENTO INFORMATIVO

• ¿Cómo es la rutina periodística en el tratamiento del A400M?

Como se ha expuesto en apartados anteriores, el trabajo periodístico adopta la forma de distintas rutinas en función de las necesidades que tenga el redactor para buscar la información. En el caso del seguimiento informativo del A400M, se desarrolla principalmente periodismo de mesa (51%), que se nutre de lo aportado por las fuentes principales, y se asiste a acontecimientos programados (32,7%). Tal y como se refleja en el siguiente gráfico, la tendencia general es seguida por los tres diarios, con la única excepción de *ABC de Sevilla*, que nunca realiza periodismo de calle.

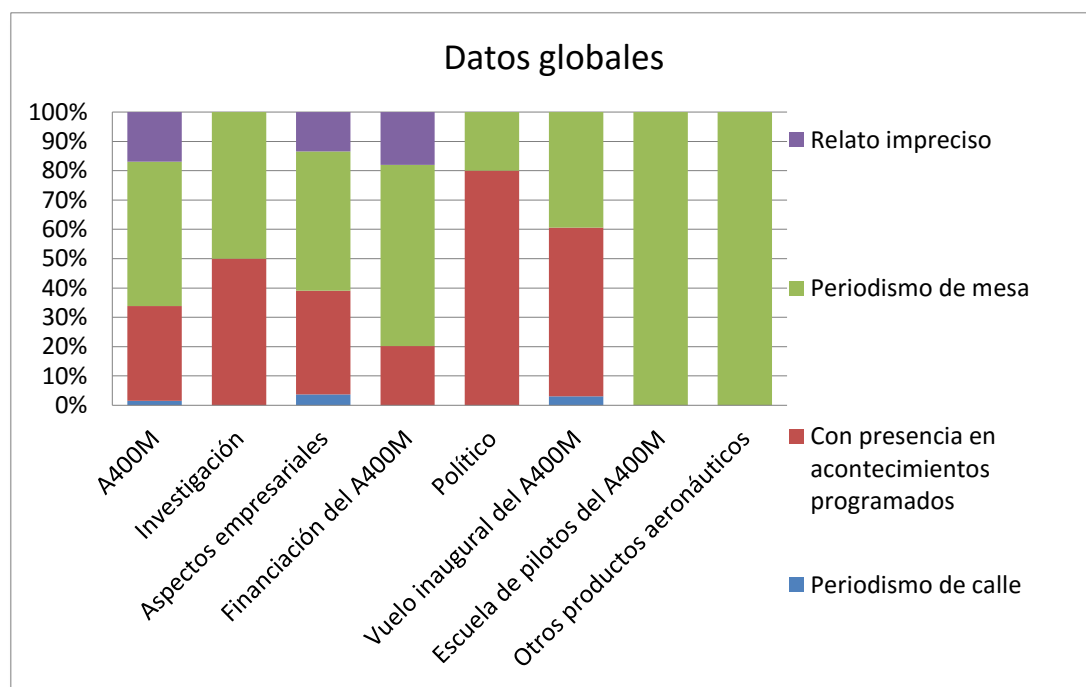
Ilustración 37: Gráfico de las rutinas periodísticas en función de los diarios



• ¿Está influenciada la presencia del periodista con el tema que trate?

Resulta de interés conocer en qué temas se apuesta más por el periodismo de calle o en cuales predomina la asistencia a convocatorias oficiales para determinar el grado de implicación del periodista al buscar sus propios temas.

Ilustración 38: Gráfico de las rutinas periodísticas en función de los temas



En función de los datos obtenidos en el estudio, puede afirmarse que los temas políticos tienen un alto grado de seguimiento en actos programados, frente a los aspectos empresariales o de investigación, en los que la tónica dominante es el periodismo de mesa.

Resulta necesario aclarar que en otro tipo de noticias y coberturas temáticas hay una diferencia sustancial entre la asistencia a acontecimientos programados y el periodismo de mesa. Pero en el caso de estudio esta diferencia no es tal, ya que los acontecimientos son mayoritariamente convocados por la fuente principal, con el objetivo de dotar de información al redactor.

• **¿Están presentes las instituciones en las noticias sobre el A400M?**

El A400M es el programa estrella del sector aeronáutico en Andalucía y las instituciones públicas tienen interés en potenciar la imagen de innovación tecnológica que el proyecto supone para la región. En esta carrera por relacionarse y ser relacionado con el proyecto, las instituciones públicas están presentes en más de la mitad de todas las noticias publicadas sobre la aeronave (51,4 %); proporción que se mantiene en cada una de las cabeceras y es más acentuada en el caso de *ABC*, ya que el 61 % de sus noticias tiene implicación institucional.

Las instituciones políticas presentes en el relato van desde agentes internacionales, como jefes de Estado, a ministros de defensa o industria, pasando por representantes de instituciones internacionales, así como miembros del gobierno nacional, autonómico y local de Sevilla.

Ilustración 39: Tabla de relación entre diarios e implicación institucional

% dentro de Diario				
		Implicación institucional		Total
		Institucional público	Institucional privado	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	61,0%	39,0%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	46,7%	53,3%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	49,7%	50,3%	100,0%
Total		51,4%	48,6%	100,0%

• **¿Influye el tema tratado en la presencia de instituciones públicas?**

La presencia de las instituciones públicas también tiene incidencia en función del tema que se trate. Como se puede comprobar en la tabla siguiente, hay asuntos como la investigación, la política y la escuela de pilotos donde en el 100 % de las informaciones se observa presencia institucional pública. Frente a esto, hay otras temáticas, como el vuelo inaugural y los productos aeronáuticos, en los que la presencia de entes públicos es minoritaria.

Ilustración 40: Tabla de relación entre diarios, temas e implicación institucional

% dentro de Tema					
Diario			Implicación institucional		Total
			Institucional público	Institucional privado	
ABC de Sevilla	Tema	A400M	57,4%	42,6%	100,0%
		Aspectos empresariales	60,0%	40,0%	100,0%
		Financiación del A400M	90,0%	10,0%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	10,0%	90,0%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Total		61,0%	39,0%	100,0%
Diario de Sevilla	Tema	A400M	42,9%	57,1%	100,0%
		Aspectos empresariales	37,5%	62,5%	100,0%
		Financiación del A400M	70,6%	29,4%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	21,4%	78,6%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Total		46,7%	53,3%	100,0%
El Correo de Andalucía	Tema	A400M	41,7%	58,3%	100,0%
		Investigación	100,0%		100,0%
		Aspectos empresariales	36,0%	64,0%	100,0%
		Financiación del A400M	85,7%	14,3%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M		100,0%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Otros productos aeronáuticos		100,0%	100,0%	
Total		49,7%	50,3%	100,0%	
Total	Tema	A400M	45,8%	54,2%	100,0%
		Investigación	100,0%		100,0%
		Aspectos empresariales	43,9%	56,1%	100,0%
		Financiación del A400M	80,9%	19,1%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	12,1%	87,9%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Otros productos aeronáuticos		100,0%	100,0%	
Total		51,4%	48,6%	100,0%	

• **¿Hay relación entre la presencia del periodista y la presencia institucional pública?**

Al relacionar los datos de las noticias analizadas sobre presencia del periodista e implicación institucional el resultado es claro: el 55,9 % de las noticias con presencia de instituciones públicas son fruto de la cobertura de acontecimientos programados, convocatorias; y el 49,1 %, fruto del trabajo de mesa. Esto significa que las instituciones públicas convocan a los medios o les hacen llegar toda la documentación necesaria a la redacción para asegurarse el tratamiento en las noticias en las que

aparecen, para certificar su presencia, como puede verse en los datos de la siguiente tabla.

Ilustración 41: Tabla de relación entre diarios, presencia en el lugar de los hechos e implicación institucional

% dentro de Presencia en el lugar de los hechos					
Diario			Implicación institucional		Total
			Institucional público	Institucional privado	
<i>ABC de Sevilla</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Presencia en acontecimientos programados	67,4%	32,6%	100,0%
		Periodismo de mesa	54,7%	45,3%	100,0%
		Relato impreciso	66,7%	33,3%	100,0%
	Total		61,0%	39,0%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	20,0%	80,0%	100,0%
		Presencia en acontecimientos programados	53,7%	46,3%	100,0%
		Periodismo de mesa	42,3%	57,7%	100,0%
	Relato impreciso	53,6%	46,4%	100,0%	
Total		46,7%	53,3%	100,0%	
<i>El Correo de Andalucía</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle		100,0%	100,0%
		Presencia en acontecimientos programados	48,1%	51,9%	100,0%
		Periodismo de mesa	51,9%	48,1%	100,0%
	Relato impreciso	50,0%	50,0%	100,0%	
Total		49,7%	50,3%	100,0%	
Total	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	14,3%	85,7%	100,0%
		Presencia en acontecimientos programados	55,9%	44,1%	100,0%
		Periodismo de mesa	49,1%	50,9%	100,0%
	Relato impreciso	54,1%	45,9%	100,0%	
Total		51,4%	48,6%	100,0%	

1.5. FUENTES

El uso de las fuentes es un apartado capital en la evaluación de la calidad de un producto periodístico. Constituyen la materia prima de la información y la principal herramienta del periodista para conformar un planteamiento completo y con todas las visiones sobre una realidad.

En las 417 noticias analizadas se han localizado un total de 648 fuentes. Aunque los datos cuantitativos parecen positivos, pues superan el número de noticias, el análisis

cualitativo pone en evidencia que no responden a una adecuada cobertura informativa. Del total de noticias analizadas sobre el A400M, el 13 % carece de fuentes y el 46,9 % contaba con tan solo una fuente. Estos datos suponen que el 59,9 % de todas las noticias sobre el programa aeronáutico tiene un bajo índice de fuentes. El 40,1 % de las noticias tienen más de una fuente, pero hay que considerar que en ocasiones las fuentes son redundantes o provienen de la misma fuente matriz, por ejemplo, varios representantes de una misma empresa o institución.

Para el análisis de las fuentes informativas el método cuantitativo no es suficiente, debido a la importancia que para el trabajo periodístico tienen. En el presente trabajo se unen el análisis cuantitativo y el cualitativo, ya que es importante centrarse no solo en la aparición de las fuentes, sino también en su significación en cuanto al producto informativo final.

El punto de partida es que “la información será más equitativa, y por tanto mejor, cuando registre —siempre y cuando corresponda por el tipo de acontecimiento— la presencia de fuentes gubernamentales, oficiales públicas, oficiales privadas, la versión de los expertos sobre el acontecimiento y las fuentes testimoniales” (Pellegrini, *et al.*, 2011: 65).

No todas las fuentes son iguales ni tienen las mismas implicaciones sobre la información que se publica: “las fuentes más valoradas por los medios son aquellas que resultan capaces de suministrar informaciones fiables y fácilmente accesibles” (Pellegrini, *et al.*, 2011: 65). Estas suelen ser fuentes oficiales, con programaciones oficiales de convocatorias y envíos de información.

En el contexto de las convocatorias oficiales, ya sea de entidades públicas o privadas, es necesario plantear que hay dos tipos de actitudes periodísticas ante las ruedas de prensa: en una de ellas, los periodistas son receptores pasivos, “copiadores” de lo que la fuente les dicta en el acto; y en la otra, además de recopilar las declaraciones de los convocantes, los periodistas preguntan, ya sea para completar o para plantear cuestiones conflictivas que la fuente no ha abordado por iniciativa propia. Además de esto, el profesional de la información puede completar los contenidos con otras fuentes documentales, expertos u otras fuentes interesadas.

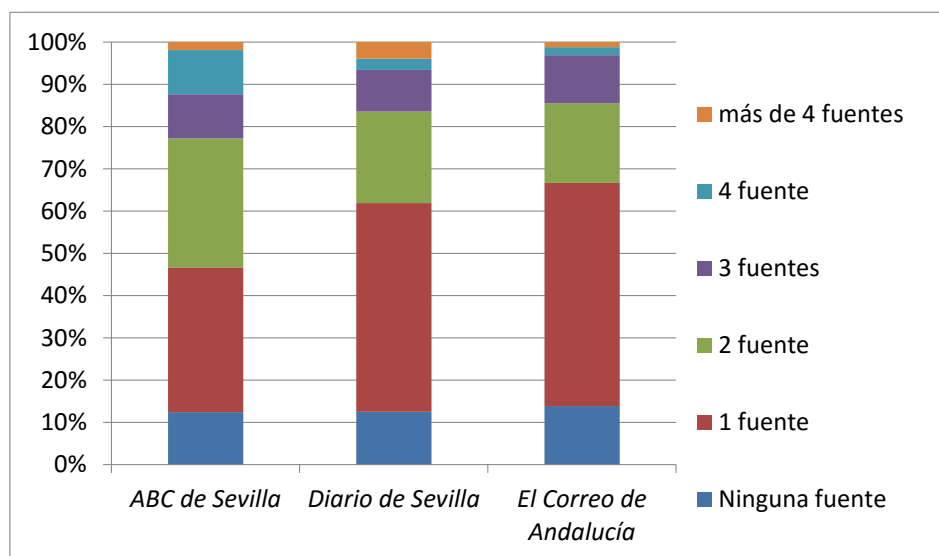
El 30 % de las 648 fuentes localizadas se concentran en las 195 noticias que tienen una sola fuente; el 29,32 %, en las que tienen dos fuentes; y el 20,32 %, en las que tienen tres fuentes. El 19,75 % restante de fuentes se reparte entre aquellas noticias que tienen más de tres fuentes.

Ilustración 42: Tabla de relación de noticias en función del número de fuentes

	N.º noticias	N.º de fuentes	% de fuentes
Sin fuentes	54	0	0,00
1 fuente	195	195	30,09
2 fuentes	95	190	29,32
3 fuentes	44	135	20,83
4 fuentes	18	72	11,11
5 fuentes	6	30	4,63
6 fuentes	3	18	2,78
8 fuentes	1	8	1,23
TOTAL	416	648	100,00

En el siguiente gráfico puede comprobarse la distribución de noticias en función del número de fuentes en cada diario. La tendencia en todos ellos es muy parecida, manteniendo casi las mismas proporciones: una base acomodada de noticias sin fuentes, un volumen mayoritario de noticias con una sola fuente y, a continuación, una disminución progresiva en el número de noticias conforme incrementa la cantidad de fuentes informativas consultadas.

Ilustración 43: Gráfico de noticias con número de fuentes y diarios

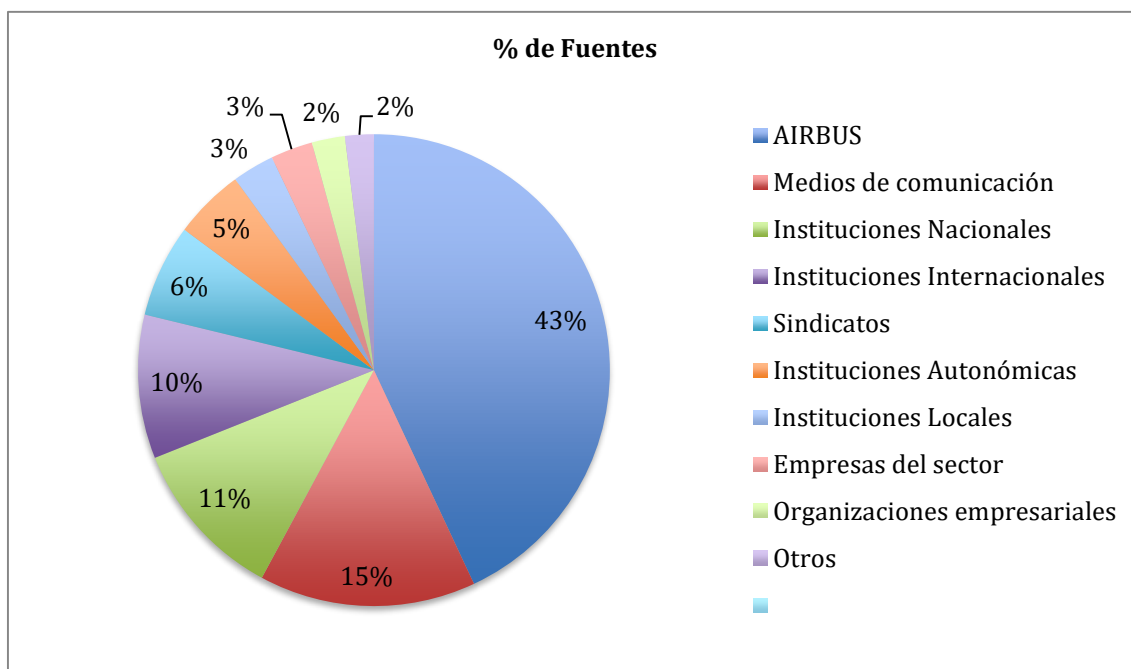


Además del número de fuentes, es importante conocer de quiénes se tratan. Para ello se han recogido todas las enunciaciones de fuentes y se han agrupado por tipología, procediendo después a calcular su porcentaje de aparición. De este modo, se han obtenido unos datos muy significativos. Así, del total de fuentes utilizadas, el 43,03 % corresponde a Airbus. La empresa tractora y responsable del programa aeronáutico es la fuente informativa en casi la mitad de las ocasiones y para los tres diarios analizados. La diferencia con la siguiente fuente más nombrada es muy amplia, ya que los medios de comunicación son el 14,48 % de las fuentes. Como puede comprobarse en la tabla y gráfico siguientes, la distribución de fuentes es muy desequilibrada en favor de los responsables del A400M; además, la suma de instituciones nacionales e internacionales le siguen de lejos, ya que se quedan en el 20 %.

Ilustración 44: Tabla resumen de todas las fuentes localizadas

AIRBUS	43,03%
Medios de comunicación	14,85%
Instituciones Nacionales	11,06%
Instituciones Internacionales	9,85%
Sindicatos	6,36%
Instituciones Autonómicas	4,85%
Instituciones Locales	2,88%
Empresas del sector	2,88%
Organizaciones empresariales	2,27%
Otros	1,97%

Ilustración 45: Gráfico distribución tipos de fuentes



Dentro del 43,3 % de fuentes identificadas con la empresa tractora, vamos desglosar quiénes son los responsables de dar los mensajes y a quiénes los medios analizados atribuyen la autoría de la información que ofrecen. La distribución de fuentes relativas a Airbus es la que aparece en la siguiente tabla.

Ilustración 46: Tabla resumen de las fuentes referentes a la empresa tractora

Louis Gallois, presidente de EADS	19,37%
Domingo Ureña, presidente Airbus Military	15,49%
EADS	13,38%
Fórmulas genéricas	11,62%
Otros técnicos de la compañía	9,86%
Airbus	8,80%
Tom Enders, presidente de Airbus	8,45%
Airbus Military	7,04%
Fernando Alonso, responsable de pruebas del A400M	5,99%

Resulta significativo que, tratándose de un análisis de diarios locales, la fuente primaria de la empresa responsable del A400M más recurrida sea la de Louis Gallois, presidente de EADS, ejecutivo del sector aeronáutico con sede en Francia. La presencia de Gallois como fuente informativa queda reflejada en el 19,37 % de todas las referencias a la

compañía aeroespacial. Sin embargo, el responsable en España de las pruebas del A400M, Fernando Alonso, solo es citado el 5,99 % de las veces en las que se utiliza a la compañía como fuente informativa.

Por tanto, son los responsables de más alto nivel en la gestión de la compañía y del consorcio europeo los que tiene mayor protagonismo, por encima de responsables técnicos o responsables locales o más cercanos al ámbito de actuación de los diarios analizados.

Al relacionar el uso de las fuentes de la empresa tractora con el global de fuentes localizadas en el análisis se obtiene como resultado que Louis Gallois supone el 8,33 %, como puede comprobarse en la siguiente tabla.

Ilustración 47: Tabla de fuentes de la empresa tractora en referencia al total de fuentes

Louis Gallois, presidente de EADS	8,33%
Domingo Ureña, presidente Airbus Military	6,67%
EADS	5,76%
Fórmulas genéricas	5%
Otros técnicos de la compañía	4,24%
Airbus	3,79%
Tom Enders, presidente de Airbus	3,64%
Airbus Military	3,03%
Fernando Alonso, responsable de pruebas del A400M	2,58%

El segundo gran bloque de fuentes usadas son los medios de comunicación, que suponen el 14,85 % del total. Al descomponerlas por tipología y llegar hasta los medios de comunicación referenciados en las noticias, se detecta que las principales fuentes de información son el propio redactor y las agencias, con un 32,65 % de apariciones en ambos casos.

El alto grado de participación del propio periodista como fuente está relacionado con el seguimiento del tema a lo largo del tiempo: siempre son las tres mismas redactoras en los diarios analizados, lo que supone que contextualizan las noticias en base a su propia experiencia en el seguimiento del programa aeronáutico. Este dato puede parecer contradictorio con el correspondiente a las agencias de noticias, también con un 32,65 %, siendo Europa Press la más utilizada por los tres periódicos.

Del mismo modo, está muy presente la prensa internacional, que supone el 30,61 % de las fuentes relativas a medios de comunicación. Destacan tres países: Francia (15,31 %), Alemania (9,18 %) y Reino Unido (6,12 %), por ser los que tienen más peso tanto dentro del consorcio aeroespacial europeo, como en el propio programa aeronáutico del A400M. De hecho, el liderazgo de la prensa francesa coincide con la presidencia de Louis Gallois al frente de EADS, por lo que las principales decisiones del gigante aeroespacial se generaban en Francia; de ahí que los medios galos fueran los primeros en dar las noticias de las que se hacían eco después los diarios locales analizados.

Las cabeceras españolas tienen muy poca presencia como fuente: tan solo un 4,08 %, donde el 3,06 % se refiere a noticias anteriores publicadas por los medios analizados, como puede comprobarse en los datos de la siguiente tabla.

Ilustración 48: Tabla de fuentes referentes a medios de comunicación

PERIODISTA	32,65%
AGENCIAS	32,65%
Agencias	5,10%
EFE	8,16%
Europa Press	17,35%
Reuters	2,04%
PRENSA INTERNACIONAL	30,61%
Reino Unido	6,12%
Francia	15,31%
Alemania	9,18%
MEDIOS ESPAÑOLES	4,08%
ABC	2,04%
<i>Diario de Sevilla</i>	1,02%
<i>El País</i>	1,02%

El 11,06 % de todas las fuentes localizadas corresponden a entidades, instituciones o representantes de carácter nacional. En este colectivo destaca la presencia activa de la que fuera, durante el tiempo de análisis, ministra de Defensa, Carme Chacón, al protagonizar el 36,99 % de todas las fuentes de esta tipología. Como puede comprobarse en la tabla siguiente, las instituciones y representantes públicos utilizados como fuentes son del ámbito de la gestión de defensa e industria. Destaca

en este grupo la presencia del entonces rey de España, D. Juan Carlos de Borbón, alcanzando el 6,85 % dentro de este tipo de fuentes.

Ilustración 49: Tabla de fuentes referentes a instituciones nacionales

INSTITUCIONES NACIONALES	
Carme Chacón, ministra de Defensa	36,99%
Constantino Méndez, secretario de Estado de Defensa	52,07%
AENA/Aeropuerto	8,22%
Ministerio de Defensa	8,22%
Casa Real/ rey D. Juan Carlos	6,85%
M ^a Teresa Fernández de la Vega, vicepresidenta primera del Gobierno	5,48%
Ministerio de Fomento	5,48%
Miguel Sebastián, ministro de Industria	4,11%
BOE	2,74%
Fuentes gubernamentales	1,37%
Isabel de Haro, secretaria general de Desarrollo Industrial y Energético	1,37%
Soraya Sáenz de Santamaría, portavoz del PP	1,37%
Teresa Santero, secretaria de Industria	1,37%
Cristina Garmendia, ministra de Ciencia e Innovación	1,37%

Al considerar las instituciones internacionales que aparecen como fuentes en el total de noticias, el resultado es del 9,85 %, cifra que resulta pequeña al considerar que el A400M es un programa aeronáutico participado por distintos países y en el que además confluyen otros Estados por su interés en hacer pedidos para sus naciones.

Los países que aparecen como fuentes son Alemania, Francia y Reino Unido, principalmente. Alemania supone el 46,15 % en este grupo, dado que es uno de los Estados miembro del consorcio aeronáutico y, a la vez, ha realizado pedidos de la aeronave. Por su parte, Francia, a pesar de su peso específico en la industria, en la compañía y en el propio proyecto aeronáutico, solo alcanza el 35,38 %; mientras que Reino Unido tiene una presencia muy poco relevante, tan solo el 4,62 % de las fuentes de esta tipología.

Como puede comprobarse en los datos de la tabla siguiente, a pesar de las diferencias de presencia entre los distintos países, hay una dinámica común en la concurrencia de fuentes: los ministros de Defensa e Industria de cada país son los que ofrecer

información sobre el posicionamiento del Estado en las negociaciones o pedidos del A400M.

Ilustración 50: Tabla de fuentes referentes a instituciones internacionales

ALEMANIA	
Ministerio de Defensa	21,54%
Karl Theodor zu Guttenberg, ministro de Defensa	7,69%
Angela Merkel, Canciller de Alemania	6,15%
Comité Presupuestario del Parlamento alemán	3,08%
Juergen Koppelin, Partido Free Democrat	3,08%
Bob Ainsworth, secretario de Estado de Defensa	1,54%
Franz Josef Jung, ministro de Defensa	1,54%
Rainer Böderle, ministro de Economía	1,54%
FRANCIA	
Hervé Morin, ministro de Defensa	24,62%
Laurent Collet-Billón, director general de Armaneto Francés	4,62%
Nicolás Sarkozy, Presidente de la República Francesa	3,08%
Gérard Longuet, ministro de Defensa	1,54%
Pierre Lellouche, secretario de Estado para Asuntos Europeos	1,54%
REINO UNIDO	
Ministro de Defensa	3,08%
Peter Mandelson, ministro para la Empresa	1,54%
OTROS	13,85%

El quinto tipo de fuente, por su grado de utilización, son los sindicatos. Estos tienen una especial significación en el contexto del caso de estudio. El A400M ha sido un programa que ha revitalizado con fuerza el tejido productivo aeronáutico en Andalucía, y principalmente en Sevilla. Pero su desarrollo no ha sido fácil: a la complejidad propia de la técnica aeronáutica puesta en práctica para construir una aeronave única y con unas características hasta el momento no conseguidas en ningún avión, hay que unirle las circunstancias sobrevenidas, como la crisis de financiación, los continuos retrasos, las cancelaciones de pedidos, etc.; cuestiones que conllevaban riesgos para la continuidad del programa aeronáutico y el mantenimiento de los puestos de trabajo. En todos estos momentos, los sindicatos han sido pieza clave para la información de los trabajadores, así como para la gestión de las posibles crisis. Sin

embargo, resulta llamativa la poca presencia de los sindicatos como fuentes de información, ya que solo suponen el 6,36 % del total de las fuentes.

Ilustración 51: Tabla de fuentes referentes a sindicatos

Fórmulas genéricas	30,95%
Manuel Falcón, Ptr. Comité Empresa Airbus Military en San Pablo	26,19%
José Alcázar, presidente Comité Interempresa Airbus España	7,38%
Juan Manuel Tejada, Ssecretario de Política Industrial de CCOO-A	7,14%
Julio Casas, consejero de STSA	7,14%
Manuel Jiménez, secretario general de MCA UGT-A	7,14%
Dionisio Valverde, UGT-A	2,38%
Fernando Recuerdo, USCA (Unión Sindical de Controladores Aéreos)	2,38%
Juan Antonio Golabert, secretario general UGT Sevilla	2,38%
Juan Casas, consejero delegado STSA	2,38%

Como se puede comprobar en la tabla anterior, cuando los sindicatos son utilizados como fuentes, la tendencia más numerosa es la de emplear fórmulas genéricas de enunciación: el 30,95 % de las veces (“según fuentes sindicales” o “los sindicatos dan a conocer”...). En caso de ser nombrada de forma específica la fuente sindical, es Manuel Falcón, el presidente del Comité de Empresa de la planta de San Pablo de Airbus, al que más recurren las redactoras de los diarios analizados (26,19 % de las veces). Al ser los diarios locales de Sevilla, es lógico que los periodistas recurran al máximo exponente sindical del centro de producción aeronáutico local, San Pablo, para obtener información.

- **¿Qué nivel de implicación tienen las fuentes?**

Analizar la implicación que la fuente tenga sobre el tema tratado es un paso fundamental para determinar si es oportuna o no la consideración de sus aportaciones.

El primer dato relevante es que el 78,5 % de las fuentes, de cualquier tipo, tienen algún tipo de implicación sobre el A400M. Esto supone que, al ser un tema tan específico, tanto por la vertiente económica como técnica, se recurre a instituciones o personas dentro del ámbito de influencia del programa aeronáutico. Principalmente, es el caso

de los técnicos consultados, instituciones especializadas, empresas del sector, sindicatos, políticos, así como organismos nacionales.

En la siguiente tabla están recogidas las cifras correspondientes a la relación entre el tipo de fuente y su nivel de implicación con el tema tratado.

Ilustración 52: Tabla de relación entre el tipo de fuente y el nivel de implicación

% dentro de Tipo de fuente		Nivel de implicación				Total
		Periodista, como narrador	Narrador: objetivas y neutrales	Ajena/testigo	Implicada	
Tipo de fuente	Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)				100,0%	100,0%
	Institución y organismo de investigación científica		100,0%			100,0%
	Gabinetes de instituciones especializadas				100,0%	100,0%
	Contenidos especializados			100,0%		100,0%
	Organismos internacionales	10,2%	30,6%		59,2%	100,0%
	Organismos nacionales			3,6%	96,4%	100,0%
	Organismos locales o regionales		27,8%	11,1%	61,1%	100,0%
	Empresas del sector				100,0%	100,0%
	Expertos económicos, asociaciones empresariales			38,5%	61,5%	100,0%
	Agencias de noticias	100,0%				100,0%
	Periodista	100,0%				100,0%
	Políticos				100,0%	100,0%
	Medios de comunicación	2,9%	97,1%			100,0%
	Sindicatos				100,0%	100,0%
	Testigos			100,0%		100,0%
Total		10,6%	8,6%	2,3%	78,5%	100,0%

Pero esta relación no está completa si no se tiene en cuenta una tercera variable, que es la relación de la fuente con el periodista. Como se explicaba en la descripción de la ficha de análisis, esta correspondencia puede llevar implícitas connotaciones sobre la autonomía e independencia del periodista en relación con el hecho tratado. Por principio, cuando es la fuente la que actúa como ávida para llegar a los medios, trata de ofrecer los datos de su competencia, mientras que el periodista debe reflejar intereses más diversificados que respondan a la óptica de la ciudadanía en general. La siguiente tabla contiene la relación entre el tipo de fuente y la relación de esta con el periodista.

Ilustración 53: Tabla de relación entre el tipo de fuente y la relación de la fuente con el periodista

% dentro de Tipo de fuente		Relación de la fuente con el periodista				Total
		Relación presencial	Fuente buscada por el periodista	Ávida	No se aprecia	
Tipo de fuente	Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)			86,7%	13,3%	100,0%
	Institución y organismo de investigación científica			100,0%		100,0%
	Gabinetes de instituciones especializadas			100,0%		100,0%
	Contenidos especializados				100,0%	100,0%
	Organismos internacionales	44,9%	18,4%	36,7%		100,0%
	Organismos nacionales	65,5%	3,6%	30,9%		100,0%
	Organismos locales o regionales			100,0%		100,0%
	Empresas del sector		1,8%	98,2%		100,0%
	Expertos económicos, asociaciones empresariales	15,4%	15,4%	69,2%		100,0%
	Agencias de noticias	3,4%			96,6%	100,0%
	Periodista	93,9%			6,1%	100,0%
	Políticos			100,0%		100,0%
	Medios de comunicación		91,4%	2,9%	5,7%	100,0%
	Sindicatos			100,0%		100,0%
	Testigos		80,0%	20,0%		100,0%
Total		12,3%	10,4%	71,5%	5,8%	100,0%

Llama la atención los bajísimos porcentajes de fuentes buscadas por el periodista, frente a las ávidas, esto es, las que han ofrecido a los medios los datos para las informaciones. Estas proporciones coinciden tanto si son las empresas aeronáuticas como si son los organismos nacionales o internacionales, los políticos o incluso los sindicatos. Un comportamiento profesional habitual es incidir en el conflicto, uno de los ingredientes del interés periodístico, que en muchas ocasiones obliga a los periodistas a tomar la iniciativa y a equilibrar, a veces, las versiones, las discrepancias de intereses, dando al menos la sensación de neutralidad.

No es este el caso de las noticias sobre la construcción del A400M, a pesar de que se produjeron ocasiones de riesgo de paralización del proyecto, en las que fuentes políticas o sindicales podían haber expuesto posiciones críticas o discrepantes sobre cómo se llevaba a cabo el proyecto, y que podían haber sido recabadas por los medios.

También es llamativo que no apareciera ningún testimonio procedente de movimientos sociales o grupos políticos profundamente antimilitaristas. Este dato se confirma al comprobar los elementos presentes en el relato de los hechos.

Ilustración 54: Tabla de los elementos presentes en el relato

Protagonistas	65,6%
Sin presencia	32,5%
Expertos	1,2%
Testigos/ ajenos	0,5%
Antagonistas	0,2%

Como se puede comprobar en la tabla anterior, de los posibles elementos presentes en el relato de los hechos, los antagonistas, o voces contrarias, solo representaban un 0,2 % del total, frente al 65,6 % que suponían los protagonistas.

• **¿Qué implica la relación de la fuente con el periodista en función del nivel de experiencia?**

El nivel de experiencia de la fuente tiene relevancia en cuanto a lo vinculante que sea la información suministrada para el conocimiento del tema planteado. Dada la importancia de este aspecto, se ha puesto en conexión con la relación entre la fuente y el periodista.

Así, como se recoge en la siguiente tabla, es llamativo el bajo porcentaje fuentes expertas buscadas por el periodista (22,4 %), mientras que las fuentes ávidas sí destacan por su condición de expertas (73,6 %).

Ilustración 55: Tabla de relación entre la relación de la fuente con el periodista y el nivel de experiencia de la fuente

% dentro de Relación de la fuente con el periodista		Nivel de experiencia			Total
		No reseñable	Inexperto	Experto	
Relación de la fuente con el periodista	Relación presencial	41,8%		58,2%	100,0%
	Fuente buscada por el periodista	76,1%	1,5%	22,4%	100,0%
	Ávida	26,4%		73,6%	100,0%
	No se aprecia	86,5%		13,5%	100,0%
Total		36,9%	0,2%	62,9%	100,0%

La preponderancia de la empresa tractora responsable del programa aeronáutico ha quedado claro desde el inicio del estudio de las fuentes. Es la propia compañía aeroespacial quien convoca a los medios para sus informaciones; son sus dirigentes institucionales directamente los que facilitan la información sobre el programa, no un intermediario, por lo que el grado de experiencia de la fuente es muy alto. Este

elevado nivel de las fuentes de EADS parece disuadir a los periodistas de acceder a expertos técnicos o económicos independientes para contrastar o complementar la información.

• **¿Cómo es la implicación institucional en las informaciones sobre el A400M?**

Tras analizar la relación entre el número de fuentes por noticia y la implicación institucional de esas fuentes, a la vista de los datos de la siguiente tabla, se observa la siguiente tendencia: mayor número de noticias de tipo institucional público cuantas más fuentes posee la noticia.

Ilustración 56: Tabla de relación entre el número de fuentes y la implicación institucional

% dentro de Número de fuentes		Implicación institucional		Total
		Institucional público	Institucional privado	
Número de fuentes	1	45,6%	54,4%	100,0%
	2	61,1%	38,9%	100,0%
	3	65,9%	34,1%	100,0%
	4	72,2%	27,8%	100,0%
	Más de 4	90,0%	10,0%	100,0%
Total		54,7%	45,3%	100,0%

En el caso de estudio se comprueba que hay un mayor número de fuentes institucionales en las informaciones de los medios analizados, y en este caso se superpone la presencia de instituciones públicas y privadas, como es la empresa responsable del programa aeronáutico, que tiene tratamiento institucional.

Todas las noticias de los momentos clave comparten como protagonistas a instituciones, miembros de la empresa y portavoces de primer rango de la firma tractora. Debido a la importancia económica y estratégica de la fabricación del A400M, las instituciones tienen interés por aparecer relacionadas con el programa, así como con el consorcio internacional responsable del mismo.

SIGNIFICACIÓN ESTADÍSTICA

El estudio estadístico realizado puede consultarse al completo en el anexo que acompaña a esta investigación, pero para la consideración del mismo es necesario realizar unas concreciones, así como resaltar algunos resultados.

Todos los cruces de variables realizados han tenido como objetivo determinar el reparto de noticias entre las categorías cruzadas y así poder destacar si existen diferencias significativas entre la proporción de noticias de cada una de las modalidades comprendidas en cada categoría.

Además de lo que se puede determinar como la descripción de las categorías en los elementos de la muestra, el estudio estadístico permite definir qué tipo de correlaciones, para variables numéricas, o asociaciones, para variables cualitativas, se establecen entre las distintas categorías del estudio, a través de lo cual se justifica la existencia de variables independientes, que corresponden a las causas, y de variables dependientes, que son los efectos. De este modo, las correlaciones muy bajas están en el ámbito de la independencia de las variables, mientras que las correlaciones muy altas definen relaciones de efecto. En estadística un resultado es significativo cuando no es probable que haya sido fruto del azar, de ahí la relación causa-efecto que se le atribuye. Para determinar esta relación el parámetro es el nivel de significación que se obtiene de los tests estadísticos realizados a los datos, que es un concepto estadístico asociado a la verificación de la hipótesis establecida.

Para realizar este estudio se parte de la hipótesis nula a contrastar a partir de los test estadísticos a los datos. En la presente investigación la hipótesis nula es que las distintas variables observadas (diario, fuentes...) son independientes entre sí. De esta forma, al rechazar la hipótesis nula se evidencian relaciones estadísticamente significativas.

El rechazo o afirmación se establece en función del resultado, p-valor, que se obtengan en los test estadísticos, que viene dado por un número denominado p-valor: si el p-valor es 0,05 se puede rechazar la hipótesis nula, lo que significa que las variables son independientes con un 95% de probabilidad. El hecho de tomar 0,05 como valor es lo

que por convenio se considera un margen de error aceptable, ya que es imposible afirmar algo con 100% de seguridad utilizando métodos estadísticos. En el caso de que el p-valor alcance 0,02 significa que se puede realizar la afirmación anterior pero con 98% de probabilidad de seguridad.

A continuación se destacan las relaciones entre variables que presentan dependencias, así como los tests a través de los cuales se determina esta relación.

Al relacionar enfoque de la información con la presencia del periodista se puede afirmar a un nivel de significación alto que, considerando la totalidad de los diarios estudiados, existe una dependencia entre el enfoque de los temas y la presencia del redactor respecto a los datos de totales, como determina el p-valor obtenido de la aplicación del test chi-cuadrado con corrección de Yates. El hecho de que los test no den p-valores significativos cuando se restringe a un diario puede deberse al hecho de que sea necesario aumentar el tamaño de la muestra dentro de ese diario, y no la no existencia de relación entre las variables.

Ilustración 57: Tabla de relación entre enfoque, presencia en el lugar de los hechos y diarios

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,634
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,290
Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,142
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,008

La relación de dependencia entre estas dos variables supone que las modificaciones que se puedan dar en una de ellas provocan efectos en la otra. De esta forma la rutina periodística seguida por el profesional condiciona el enfoque con el que se trate la información, provocando en este caso la potenciación del enfoque económico sobre otros posibles como el técnico.

En el cruce de las variables tema tratado con uso del lenguaje se puede afirmar que existe una dependencia entre el tema tratado y el lenguaje utilizado como se comprueba en el p-valor obtenido en el Chi-cuadrado con corrección de Yates que se resume en la siguiente tabla.

Ilustración 58: Tabla de relación entre tema, lenguaje y diarios

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

Al poner el foco en el comportamiento particular de cada diario analizado puede verse como la dependencia entre las variables se manifiesta de forma distinta en cada uno de ellos. Como ejemplo, el enfoque técnico es desarrollado en ABC de Sevilla mayoritariamente a través del periodismo de mesa (75%), mientras en Diario de Sevilla se trabaja con presencia en acontecimientos programados (50%) y periodismo de mesa (50%); y en Correo de Andalucía con periodismo de calle (25%), presencia en acontecimientos (25%) y un alto porcentaje de relatos imprecisos (50%).

En función de estos datos se puede afirmar que la utilización del lenguaje con tecnicismos, sin ellos o con explicaciones de los mimos está determinado por el tema que se trate. La dependencia entre estas variables incide en la labor divulgadora del periodista, condicionando el uso de tecnicismos y sus explicaciones a aquellos temas que considera de mayor comprensión para el público general no especializado.

Los tres diarios analizados siguen la misma tónica en la relación entre lenguaje y tema, coinciden en utilizar muy pocos tecnicismos explicados, sólo son el 15,1% de todas las noticias analizadas, frente al 82,9% que suponen las noticias sin tecnicismos. La explicación y cercanía de conceptos técnicos a través del lenguaje se concentran en las informaciones referentes a productos aeronáuticos y a las del vuelo inaugural.

Una de las variables estudiadas que establece más dependencias estadísticas es el origen de la información. Al relacionar esta variable con los diarios se puede afirmar la existencia de evidencias significativas de diferencias en el origen de la información dependiendo del diario elegido, al ser el p-valor 0,01 en el test chi-cuadrado de independencia con la corrección de Yates, fruto de la distribución de los datos que se presenta en la siguiente tabla:

Ilustración 59: Tabla de relación entre origen de la información y diarios

% dentro de Diario							
		Origen de la información					Total
		Iniciativa del periodista	Iniciativa de la fuente	Agencia de noticias	Medios generalistas	No se aprecia	
Diario	ABC de Sevilla	14,3%	57,1%	4,8%		23,8%	100,0%
	Diario de Sevilla	12,5%	44,7%	18,4%	1,3%	23,0%	100,0%
	El Correo de Andalucía	13,8%	46,5%	5,7%	0,6%	33,3%	100,0%
Total		13,5%	48,6%	10,1%	0,7%	27,2%	100,0%

El segundo cruce de variables en el que se observa esta relación es el de origen de la información y desarrollo de antecedentes en el que los datos recopilados no muestran dependencias estadísticamente significativas, pero en la relación total sí se puede afirmar, como muestra la siguiente tabla, que existe una relación de dependencia, al ser el p-valor 0,007. De nuevo la falta de p-valores significativos dentro de cada diario puede deberse no a la ausencia de relación entre variables sino a que sea necesario un aumento de la muestra dentro de ese diario.

Ilustración 60: Tabla de relación entre origen de la información, antecedentes y diarios

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,127
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,325
Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,433
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,007

El tercer cruce de variables en el que se observa la relación de dependencia es el de origen de la información y desarrollo de consecuencias en el que los datos recopilados muestran dependencias estadísticamente significativas, y en el caso del diario Correo de Andalucía también, como se puede comprobar en el P-valor obtenido.

Ilustración 61: Tabla de relación entre origen de la información, consecuencias y diarios

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,373
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,200
Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,059
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,002

La influencia del origen de la información sobre los elementos de contextos de la misma es muy fuerte, como lo demuestra la dependencia con las variables de antecedentes y consecuencias. Esta dependencia evidencia que el trabajo de contextualización está condicionado por el origen de la información de la que se parte, provocando efectos en el resultado final del trabajo periodístico.

El origen de la información más frecuente es la fuente, que supone el 48,6% del total de las noticias. Frente a la iniciativa del periodista que sólo es un 13,5%. Dentro de la influencia del origen de la información es importante resaltar que en el caso de informaciones con un enfoque científico el 66,7% tienen su origen en la fuente y el 33,3% no se aprecia cuál es su origen. En el enfoque técnico se sigue la misma tendencia de origen mayoritario en las fuentes, el 50%, pero con un 20% de iniciativa del periodista, lo cual mejora el resultado en función a los parámetros de calidad periodística.

Otra relación en la que existe dependencia significativa es la que se establece entre el tema tratado y la presencia de instituciones públicas o privadas, como se observa en el p-valor obtenidos en el test aplicado.

Ilustración 62: Tabla de relación entre tema, implicación institucional y diarios

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,010
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,061
Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

La presencia de las instituciones públicas está condicionado al tema que se trate, no tienen el mismo protagonismo de forma unívoca sino en función de la temática desarrollada en la información. Esta relación refleja la capacidad de influencia o protagonismo de las instituciones públicas en el caso de estudio en función de la faceta que se resalte en la información publicada.

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS

Indicadores de localización

Las noticias sobre el A400M se concentran en la sección de economía de todos los diarios analizados.

Indicadores de valorización

El A400M no suele ser un tema de portada en los diarios analizados: solo tiene cabida en la página más importante del medio el 10,8 % de las ocasiones.

La tendencia general para la cobertura del tema estudiado es la utilización de pequeños o medios formatos; las grandes extensiones, por ejemplo, las dos páginas, se dan solo en acontecimientos con un alto nivel de actualidad, como el vuelo inaugural. Sí suele ser la noticia principal de la página en la que se publica.

El elemento de apoyo informativo más utilizado es la foto (51,9 %), pero también es muy numeroso el porcentaje de noticias que se publican sin ningún tipo de elemento de apoyo.

Los titulares de las noticias suelen estar enfocados al asunto aeronáutico (53,1 %), no a una personalidad o institución (46,9 %).

El seguimiento del tema de estudio es constante en los tres diarios, como lo demuestra la masiva utilización de la continuidad en río.

Características formales

El género periodístico predominante en la cobertura del A400M es la noticia, que supone el 88,7 % de todos los géneros utilizados.

El origen principal de las noticias está en la iniciativa de la fuente. Coincide, además, que la fuente principal es el origen de la información.

La tendencia general en el uso del lenguaje es la de evitar los tecnicismos. En caso de hacerlo, aparecen explicados para su mejor comprensión.

La contextualización de los antecedentes es mayoritaria, mientras que no se exponen las consecuencias de los hechos.

Tratamiento informativo

La rutina periodística mayoritaria es la asistencia a acontecimientos programados y el periodismo de mesa, lo cual influye en que la iniciativa del periodista sea mínima.

En las informaciones hay gran peso de las instituciones públicas, principalmente en temas políticos, de investigación y en lo relativo a la escuela de pilotos.

Fuentes

Del total de noticias analizadas, el 59,9 % no tiene fuentes o recurre a una sola. De todas las fuentes, el 43,03 % están vinculadas a la empresa tractora. Los altos directivos son la fuente más recurrente dentro de las referentes a la empresa aeronáutica, y Louis Gallois, presidente de EADS, supone el 19,37 % de este grupo.

Los medios de comunicación son la segunda fuente más utilizada (14,85 %).

Las fuentes empleadas son en su mayoría ávidas (71,5 %), frente a la minoría buscada por el periodista (10,4 %).

La ausencia de fuentes antagonistas es tajante: solo suponen el 0,2 % del total de las localizadas en el análisis.

La presencia de fuentes institucionales es muy fuerte y supone el 54,7 % del total.

ENTREVISTAS A PERIODISTAS

El trabajo periodístico requiere de la interacción de múltiples factores. A través del análisis de los textos publicados pueden definirse muchos de estos condicionantes por los “rastros” que de ellos quedan en la información publicada. Para trazar un retrato fiel a la realidad de la rutina del periodista, es necesario contar con la visión del propio profesional, para completar lo hallado en los textos.

En la presente investigación, además de analizar los textos publicados sobre el A400M en los periódicos locales, se ha entrevistado a las periodistas responsables de la cobertura de este tema. En cada una de las cabeceras seleccionadas hay una firma que es constante (más habitual que el resto) dentro del caso de estudio: en *ABC de Sevilla* es Encarna Freire; en *Diario de Sevilla*, Eli García Villalón; y en *El Correo de Andalucía*, Isabel Campanario. Estas periodistas forman parte de la redacción de la sección de economía de sus diarios y desde hace años son las encargadas de realizar el seguimiento a la industria aeronáutica.

A través de una entrevista semiestructurada, en la que se han repasado las partes fundamentales del proceso de construcción de la noticia, las redactoras han descrito cómo es el seguimiento profesional de un tema complejo como la aeronáutica, en especial el A400M, desde cabeceras locales de Sevilla. Las entrevistas de Isabel Campanario y Eli García Villalón se hicieron de forma presencial y la de Encarna Freire, a través de correo electrónico.

ISABEL CAMPANARIO, LA VOZ DE LA AERONÁUTICA EN *EL CORREO DE ANDALUCÍA*

- **¿Cómo se inició en el seguimiento de temas aeronáuticos como periodista?**

Creo que, como todos llegamos a cada tema, fue por casualidad. Yo estaba haciendo prácticas en *ABC de Sevilla* en la sección de local. Durante el mes de Semana Santa me cambiaron a la sección de economía, ya que un compañero de esa sección estaba muy interesado en cubrir la Semana Santa de la ciudad. Cuando llegué a economía, la jefa de Sección empezó a hablarme sobre aeronáutica, empecé a acudir a ruedas de prensa y hacer pequeñas piezas sobre este tema. Esta fue mi primera toma de contacto.

Durante unos años estuve en otros medios, hasta que en *Diario de Sevilla* estuve sustituyendo a un chico que hacía industria y energía. Aquí empecé de golpe con la industria aeronáutica. Era el año 2003, se estaba empezando a montar Aerópolis, se empezaba hablar del A400M... y me encontré con todos estos temas casi por azar.

El A400M lo he vivido como periodista casi desde el principio. Viví la puesta de la primera piedra de la FAL. Aquel día la empresa organizó una visita a los terrenos que hoy son la FAL. Para llegar, había que atravesar un camino casi de cabras. Ya allí nos explicaron que en esos terrenos se instalaría la FAL del A400M. Cuando en una carpa habilitada en aquel paraje nos explicaron las características que tendrían aquellas instalaciones, casi nos parecía mentira.

- **¿Tenía conocimiento de lo que suponía la aeronáutica para Sevilla antes de tomar contacto con la industria como periodista?**

Conocía un poco lo que era la Hispano Aviación. Yo vivía en Triana y conocía las antiguas instalaciones de la Hispano. Al inicio de mi carrera como periodista hacía industria y entre los temas que seguía eran los referentes a la fábrica de Renault en Sevilla, cuyo antecedente era la antigua ISA (Industria Subsidiaria de Aviación), por lo que había cierta relación.

- **¿Se considera especialista en temas aeronáuticos?**

Llevo siguiendo temas aeronáuticos desde 2003, aunque especialista no me atrevería a llamarme, pero sí he seguido una continuidad en el seguimiento de los temas. Tengo un *background* muy amplio sobre el programa del A400M: desde sus inicios lo he seguido, todos los problemas que ha tenido y su recorrido vital hasta el día de hoy.

- **¿Tienen los temas aeronáuticos un lugar en el diario?**

Desde que llegué en 2005 a *El Correo de Andalucía*, la aeronáutica es un tema al que se le ha dado mucha importancia. Y pienso que es una tónica general en los demás periódicos locales de Sevilla, ya que es de las industrias más importantes que hay en Sevilla, y es una industria de futuro, es innovación y es tecnología. También juega un papel importante la tradición aeronáutica de Sevilla.

Hay mucha gente de Sevilla y mucha gente que no son de aquí, pero que han venido a trabajar y a aprender en los programas aeronáuticos. En la importancia de las noticias juega un papel muy importante a cuánta gente afecte.

- **¿Tiene que convencer a su jefe de Sección para que se publiquen temas aeronáuticos?**

Mi jefe de Redacción me consulta sobre la dimensión de los acontecimientos, ya que yo soy la que conoce el tema en profundidad. Pero hay temas que, por su importancia, no cabe duda del lugar que tienen que ocupar. Por ejemplo, si hay nuevos pedidos del A400M, nadie duda en abrir el periódico con esa información.

Los temas aeronáuticos no hay que venderlos a los jefes de Redacción, tienen su propio peso.

- **¿Cómo conoce la realidad del A400M?**

El A400M comenzó siendo un tema muy político. Estaban involucrados desde el Ministerio de Fomento, para los terrenos de Maestranza Aérea; la Junta de Andalucía puso mucho dinero, casi 70 millones en subvenciones, para que se

localizara en Sevilla la FAL... En el comienzo era una apuesta política. Un tema más político que industrial.

Pero ya desde esas primeras informaciones me ponía en contacto con la empresa. La empresa estaba interesada desde el inicio en que conociéramos el proyecto.

En cada momento importante del proyecto, la empresa ha sido la primera interesada en dar a conocer la información. Por ejemplo, en 2009, el día del primer vuelo, desarrollaron un gran despliegue, no solo para las instituciones, también para los medios que cubrían la información. En todo momento la empresa daba facilidades logísticas y materiales para el trabajo de los periodistas: zonas habilitadas, conexiones... Y también material informativo, todo tipo de dossiers. Facilitaban la comparecencia y declaraciones.

- **Además de Airbus, ¿qué otra fuente de información tiene para seguir este tema?**

Se han creado organismos para facilitar y acercar el tema aeronáutico. Por un lado, la Junta de Andalucía, con la Consejería de Innovación, que es otra interesada en que se conozca todo lo que se hace en aeronáutica, principalmente desde el punto de vista de la innovación. También la Universidad y la Escuela de Ingenieros están interesados en dar a conocer todo lo que se desarrolla de investigación, seminarios...

Airbus está muy interesado en integrarse, en hacer raíz, en Andalucía, por lo que tiene convenios de colaboración y muy buenas relaciones tanto con la Junta de Andalucía como con la Universidad. También está muy presente en la creación del parque empresarial Aerópolis.

Las informaciones de Airbus, incluso las técnicas, vienen muy masticadas por la empresa. Por ejemplo, organizan muchas visitas para mostrar lo que hacen. A nosotros nos han llevado mil veces a la FAL. Para asistir a los eventos de presentación de resultados de la compañía, nos lo pagaba Airbus. Sabían que medios de comunicación locales, como el mío, no tenían capacidad para costear un viaje de varios días a una feria internacional.

- **¿Escribe sobre aeronáutica solo en su periódico o colabora con otros medios?**

Escribo solo para mi periódico. En alguna ocasión me han planteado hacer una colaboración, pero nunca he accedido.

- **Además de aeronáutica, ¿qué otros temas trabaja en su periódico?**

Yo pertenezco a la sección de economía, aunque durante algunos años la sección como tal desapareció y las noticias económicas e industriales se incluían en la sección de local. En la sección de economía somos tres periodistas y tenemos que ser todoterreno. Intentamos conservar algunas parcelas propias cada uno, como yo la aeronáutica; pero el ritmo de trabajo nos obliga a tener que hacer todo tipo de informaciones. En general, además de los temas sectoriales que cada uno tiene, solemos tratar información macroeconómica y financiera, industria, energía... el tema que sea.

En el caso de la aeronáutica, cuando no es la empresa la que proporciona la información, es muy difícil sacar el tema adelante. Por ejemplo, llevo años esperando confirmación de la empresa para poder contar un tema, que sé que sucede. No puedo dar el tema sin confirmarlo con ellos, que son la principal fuente, pero al ser un tema que no proporcionan ellos... los tiempos se hacen eternos. Confío que, como saben que llevo tantos años detrás de esa información, cuando se pueda contar, me lo confirmen rápidamente para poder publicarlo.

- **¿Cree que el tratamiento que se le da a este tema es adecuado para la importancia social y económica que tiene?**

En los medios locales de Sevilla se le da muy buen tratamiento a todo lo que tenga que ver con la aeronáutica, ya que es uno de los pocos sectores que van bien y eso vende. Cuando tú hablas de la creación de empleo, del aumento del volumen de venta o de las exportaciones, que se genera actividad y que se está contratando a gente, es una información que interesa.

- **¿El enfoque de la aeronáutica es siempre desde el punto de vista económico y empresarial?**

Sí, aunque también tecnológico. En principio, lo que más nos importa es que el programa aeronáutico vaya bien. También ha habido muchos titulares con los retrasos; por ejemplo, al principio, con los problemas de los motores, renegociación del contrato... También ha habido titulares negativos cuando se veía en riesgo el programa.

- **Ante situaciones que pueden generar titulares negativos, como los retrasos, ¿cómo actúa la empresa con los periodistas locales?**

La empresa, dentro de la prudencia que este tipo de informaciones requiere en una institución, da la cara. Atienden a tu llamada, te dicen que no pueden contarte todo lo que tú quieres, pero te ayudan, por ejemplo, para dibujar el contexto en el que se están desarrollando las cosas, y te destacan lo que es importante para ellos en ese momento.

- **En referencia a las fuentes, dos de las más citadas son Tom Enders y Louise Gallois, dos ejecutivos de primera línea de Airbus. ¿Realmente tienen acceso a este tipo de directivos como fuentes?**

Sí tenemos acceso. Por ejemplo, cuando asistimos a la presentación de resultados, estos ejecutivos dan ruedas de prensa y luego hay turno abierto de preguntas. El periodista puede ser de cualquier medio de los allí convocados y ellos responden a las preguntas. También Louise Gallois se ha reunido con el grupo de periodistas españoles para responder a lo que no nos quedaba claro en la rueda de prensa. En sus presentaciones, ellos lanzan sus mensajes y quieren que nosotros los recojamos.

Es cierto que son más accesibles para la prensa extranjera, Por ejemplo, Gallois era muy accesible con la prensa francesa, porque es la prensa con la que más trata. Pero con nosotros así de accesible es Domingo Ureña, que era el directivo en España. Cuando coincidimos en algún acto con él, viene a saludarnos y responde a lo que le preguntamos. Es verdad que te cuenta lo que te quiere contar, pero son muy atentos en ese sentido.

- **Estos altos directivos hablan en inglés y toda la información que maneja la empresa es en inglés, ¿cómo se comunican en esas convocatorias con las fuentes?**

Ellos hablan en inglés, pero la empresa pone servicio de traducción para que todos los periodistas que están puedan entenderlo todo.

- **¿Cuáles han sido las principales dificultades en el tratamiento de las fuentes en el seguimiento del A400M?**

El principal problema es que cuando hay un problema, o tú quieres sacar un tema que se sale de las notas de prensa que mandan los compañeros de Airbus, es más complicado. Es como que se necesitan consultas y trámites para poder responder, por lo que se alargan los tiempos y tú mismo desistes; lo dejas por aburrimiento y porque tienes que hacer mil cosas más para tu sección.

Cuando hay algo que ellos consideran interesante, te mandan las notas, primero en inglés, del servicio internacional, y luego del servicio español, desde Madrid. Normalmente, llega la nota con toda la información y la foto.

También puede ocurrir que haya alguna filtración en algún medio internacional, y ellos tengan que reaccionar, por lo que se ponen en contacto rápidamente. Los medios franceses y alemanes filtran mucha información del programa A400M. En las filtraciones se nota el peso que tiene cada país dentro del programa. Nosotros hemos perdido mucho peso, mientras franceses y alemanes ganan, por eso sus medios filtran información antes.

- **¿Cuáles son las principales ventajas de trabajar con este tipo de fuentes?**

Son fuentes solventes, te dan mucha confianza. Además, como llevamos mucho tiempo, puedo llamarle y preguntarle por el estado de alguna cuestión. Mis personas de confianza en comunicación son Javier López, en Sevilla, y Jaime Pérez Guerra, en Madrid; aunque dependiendo del tema, puede que esté centralizado en Sevilla, y si la cosa crece, lo pasan a Madrid.

También es una empresa que mantiene mucho los horarios europeos, y eso va en contra del ritmo del periódico. Han podido estar trabajando todo el día, que cuando tú en el cierre a las 22:00 h necesitas una respuesta, ellos ya no están en la oficina.

- **¿Hay interés por parte de esta fuente de mantener un flujo continuo de información?**

Con nosotros sí tienen deferencias de mantener el contacto, aunque no haya nada nuevo que contar. Durante unos años ha habido muchos hitos importantes: primeros vuelos, primeros pedidos... y ahora estamos en una entrada en cadencia informativa. Ellos mantienen un almuerzo en Madrid con el directivo de España, pero que realmente es una cita informativa: nos explican cómo se plantea el año y el directivo se pone a tiro de todo lo que los medios, especializados y generalistas, queremos preguntar.

También son muy de organizar visitas a sus centros para enseñar cómo funcionan; ponen técnicos para que nos expliquen qué se hace. Ellos quieren que los que escriben de este tema sepan de qué se trata. Ellos facilitan que entendamos los procesos, los materiales... la parte que no es económica; pero, a la vez, sufren que hay compañeros que dejan de cubrir este tema y otros se incorporan nuevos. Un perfil como el mío es muy raro, que llevo 11 años escribiendo de aeronáutica.

- **¿Cómo es el trato con las empresas auxiliares del sector?**

Dentro de las empresas, depende qué empresas. Hay algunas que no están acostumbradas a tratar con los medios, y otros que han aprendido muy rápido. Pero la mayoría no tiene especial interés en aparecer en los medios, y no venden lo que hacen, no sé si por desconocimiento o porque no se han parado a planificarlo.

Hay encuentros, como las jornadas aeronáuticas o las visitas a Aerópolis, incluso visitas de políticos a fábricas, en los que coincides con ellos y se abren y te cuentan muchas cosas, pero no tienen la iniciativa de hacerlo por ellos mismos. Muchas veces es Airbus, que está en contacto con ellos, los que nos comentan de otras empresas pequeñas.

- **¿Qué fuentes complementarias resaltaría?**

Por ejemplo, gente que está en el sector, aunque no estén en primera fila. En mi caso, es difícil, ya que divido mi tiempo en aeronáutica y otros temas. Pero la persona que se dedique al 100 % al tema puede encontrar muchas fuentes

complementarias, al estar todo el día centrada en un solo tema y profundizando en él.

Normalmente, estas fuentes complementarias son de empresas auxiliares. De la Universidad o investigadores es muy difícil, ya que si lo que hacen no tiene una aplicación práctica inmediata es muy difícil vender el tema. En este caso, es la Universidad la que tiene que dar el primer paso y contarnos para ponernos y hacer entrevistas, reportajes. Yo creo que en este tema la Universidad tiene una asignatura pendiente.

Respecto a las fuentes políticas, ellos tienen su discurso y luego tú intentas arañar un poco más para que te den información. Ellos quieren protagonismo siempre que se habla de aeronáutica, porque es un sector que está en datos positivos y creciendo. Es el sector en el que el político quiere hacerse la foto constantemente. Aunque hay que reconocer que la Junta de Andalucía supo verlo y apostar por la aeronáutica.

- **¿Cuáles serían los principales hitos del A400M?**

El primer vuelo fue un momento muy especial después de tanto tiempo hablando del programa. La primera entrega, con la renegociación del contrato.

- **¿Cuáles son los protagonistas del A400M?**

El A400M es algo que le correspondía a Sevilla por su larga tradición histórica. Era el epicentro de los aviones militares de la antigua CASA, aunque estuvieron hasta última hora a punto de quitarnos la FAL. Pero para mí, son los técnicos e ingenieros los que han hecho posible el programa.

ELI GARCÍA VILLALÓN, LA VOZ DE LA AERONÁUTICA EN DIARIO DE SEVILLA

- **¿Cómo se inició en temas aeronáuticos como periodista?**

Yo empecé en aeronáutica por casualidad. Empecé como becaria haciendo prácticas en la sección de Economía de *Diario de Sevilla*, durante seis o siete meses. Después, en 2003, me contrataron para un suplemento que se llamaba “Economía y Empleo”, el suplemento salmón del fin de semana con temas tranquilos y elaborados, al ser una publicación semanal.

Al tiempo, hubo cambios en la redacción, movimiento de redactores que se fueron a trabajar fuera del periódico. En ese momento, los temas de aeronáutica se quedaron libres y, por eso, yo empecé a trabajarlos.

- **¿Qué sabía del sector aeronáutico cuando comenzó?**

Cuando empecé a trabajar con temas aeronáuticos sabía muy poco sobre el sector. Yo empecé cubriendo convocatorias, tanto de Airbus como de empresas auxiliares. Mi primer contacto con el sector fue a través de las ruedas de prensa, a las que tenía que asistir, hasta que con la experiencia que iba adquiriendo empezaba a comprender más aspectos del sector, que no solo la convocatoria a la que iba. A medida que iba conociendo el sector, que es muy complicado, iba buscando temas propios, pidiendo entrevistas...

- **¿Se considera especialista en temas aeronáuticos?**

Con el tiempo he ido aprendiendo y especializándome en el tema, a base de trabajarlo. Considero que sé de la economía del sector, lo que implica, la repercusión que tiene en creación de riqueza, de empleo... También sé algo de técnica aeronáutica —no nos queda más remedio que aprenderla—, para seguir la información de este sector hay que familiarizarse con muchos términos técnicos. Tenemos que conocer la técnica aeronáutica para explicarla, sin ser ingenieros aeronáuticos. Hacemos muchas visitas con Airbus a las instalaciones, guiadas por un técnico de la compañía que nos explica cada parte de lo que nos enseñan, paso a

paso. Luego nosotros, que somos un medio local generalista, tenemos que explicarlo para que todos nuestros lectores lo entiendan. A mí el sector me gusta. Aprender de aeronáutica me gusta.

- **¿Tienen los temas aeronáuticos un lugar en el diario?**

Las cosas han cambiado mucho. Cuando yo empecé a trabajar en economía había un equipo de 8 o 9 personas, ahora somos 3, y había un suplemento diario de unas 12 páginas de economía. Ahí sí había una asignación de temas. Por ejemplo, los lunes se dedicaban cuatro páginas a agricultura; los martes, a industria, donde la aeronáutica tenía mucho peso. Cuando había un día fijo para cada área o sector, la aeronáutica sí tenía un lugar fijo en la sección, pero hoy no.

A día de hoy somos tres y aeronáutica solo lo llevo yo y se publica a demanda mía. Si yo tengo algo del sector publicable, lo hablo con el jefe de Sección y se da, pero no tiene por qué ser todas las semanas o un día fijo, solo cuando tengo tema.

El sector aeronáutico es un tema al que se le da preferencia, no es como otros que haces un adelanto para el jefe de Sección y se queda parado meses. En el momento que hay algo se publica directamente, no se les da esa prioridad a todos los temas.

- **¿Y para llegar a portada?**

No todos los temas van a portada, pero si tienen el sello A400M está casi garantizado que tendrá un lugar en la portada. Pero la aeronáutica es más que el A400M. El A400M es un 80 % de lo que publicamos sobre aeronáutica, en portada o no, ya que es el buque insignia de la aeronáutica andaluza. Tener una FAL en Sevilla es un foco de atención para toda la industria.

- **¿Qué motiva que el sector aeronáutico se trate en economía y no en otras secciones como local?**

En *Diario de Sevilla* se entiende que, aunque es un tema que afecta al ámbito local directamente, trasciende lo local. La aeronáutica es un sector estratégico y tiene repercusión internacional, al estar en economía se publica en las nueve cabeceras del grupo empresarial de mi diario. Si estuviera en local, solo se publicaría en Sevilla.

- **¿Cómo conoce la realidad del A400M?**

La empresa mantiene flujo de información cuando hay hitos relevantes; si no, te pones en contacto con ellos y te atienden.

- **Además de Airbus, ¿qué otra fuente de información ha tenido para seguir este tema?**

Yo, cuando hay algo del A400M, lo primero que hago es llamar al gabinete de comunicación de Airbus. Hay veces que te cuentan más, y otras menos. En función de la información que me falte, busco otras fuentes, tanto empresariales como académica, también laborales, como los sindicatos.

- **Además de aeronáutica, ¿qué otros temas trabaja en su periódico?**

Al ser la redacción de economía reducida, solo tres personas, todos llevamos varios temas. Yo, por ejemplo, también llevo innovación y tecnología; pero cuando tengo algo importante de aeronáutica, tiene prioridad sobre el tema que sea de los que llevo. Por ejemplo, hace unas semanas coincidía la convención de Airbus en Londres para presentar los resultados anuales con la Mobile World de Barcelona. El congreso de Barcelona era muy importante, la cita más importante de tecnología móvil del año; sin embargo, yo fui a Londres, y un compañero hizo la cita de tecnología en Barcelona.

La aeronáutica es un tema continuo en el tiempo. Tengo que ser yo quien haga el seguimiento, porque soy la que más tiempo lleva con el tema y la que conoce mejor la situación.

- **¿Cree que el tratamiento que se le da a este tema es adecuado para la importancia social y económica que tiene?**

Yo creo que si no se proyecta más la aeronáutica no es por los periodistas o por los medios, sino porque las empresas no lo comunican.

- **¿El enfoque de la aeronáutica es siempre desde el punto de vista económico y empresarial?**

Nosotros somos un medio generalista. Hemos contado muchos aspectos técnicos del A400M, hemos explicado cómo es el avión y qué puede llegar a hacer; pero no podemos hacer el tratamiento que hace una revista especializada en aeronáutica: nuestro lector no es el mismo.

Las cuestiones más técnicas las contamos una vez, incluso utilizamos infografía en muchas ocasiones; pero no son aspectos en los que hagamos un seguimiento constante: solo cuando se dan a conocer.

- **¿Cómo mejoraría el trabajo periodístico para cubrir estas informaciones?**

El principal problema es que somos muy pocos en las secciones y tenemos que hacer muchos más temas, no solo aeronáutica, por lo que no hay tiempo para hacer tus propios temas, buscar historias... La dinámica del día a día, con muchos frentes de temática distinta que cubrir, no te lo permite.

Por parte de la empresa, podrían ser más ágiles y más receptivos cuando no son temas amables para ellos.

- **¿Con qué tipo de fuentes trabaja para el A400M?**

La empresa es la principal, pero también tengo fuentes que son del sector y no de la empresa, otras académicas, empresariales... con las que tengo trato directo y personal.

- **¿Qué tipo de información ofrece la empresa tractora en sus actos?**

En actos como la presentación de resultados, la empresa nos da una nota de prensa en la que resaltan todos los datos que ellos consideran importante, pero a mí la mayoría de esos datos no me sirven, porque yo voy buscando la “percha” local. Yo, de todo, lo que me interesa son los datos que afecten a Sevilla, que es lo que les interesa a mis lectores. Los datos generales que suelen dar —por ejemplo, la variación del *cash flow*— los suelo poner en los últimos párrafos de la información o

en un despiece. La “percha” local suele ser el A400M, que es el programa que se desarrolla aquí. Otras veces han sido los problemas de Alestis, por ejemplo.

- **En referencia a las fuentes, dos de las más citadas son Tom Enders y Louise Gallois, dos ejecutivos de primera línea de Airbus. ¿Realmente tienen acceso a este tipo de directivos como fuentes?**

En las grandes convenciones ellos dan sus ruedas de prensa y luego hacen entrevistas para televisiones. Con los medios españoles, en alguna ocasión, han entrevistado a Gallois medios potentes económicos.

En la rueda de prensa sí hacemos preguntas, y ahí puedes aprovechar para preguntar lo que te interese.

- **¿Cuáles son las principales ventajas de trabajar con este tipo de fuentes?**

Es una empresa muy cordial, siempre te atienden, pero no siempre te dicen lo que tú necesitas.

- **¿Hay interés por parte de esta fuente de mantener un flujo continuo de información?**

La empresa tiene interés por comunicar y comunica. Cuando es algo bueno y positivo comunican mucho, pero cuando eres tú el que solicitas información son muy complejos.

Para información de sus hitos son muy buenos, te dan mucha información de contexto, todo lo que necesites.

A mi periódico, como medio local, nos tratan muy bien. Aunque todo es mejor cuando ellos son los que tienen interés en contar algo. Cuando la dirección es la contraria y es un tema complicado, muchas veces nos dicen que no nos pueden contestar o que no tienen información.

- **¿Cómo es el trato con las empresas auxiliares del sector?**

Son muy pocas las empresas auxiliares proactivas en comunicación, con departamento de comunicación o que comuniquen. El resto es a demanda de los

medios. Si conocemos alguna historia interesante, por la vía que sea, de una empresa auxiliar, nos ponemos en contacto con ella. En muchas ocasiones, es difícil incluso contactar con alguien dentro de las empresas auxiliares con quien hablar para conseguir información.

- **¿Qué fuentes complementarias resaltaría?**

Muchas veces consulto lo publicado en medios extranjeros. Al ser un proyecto internacional, la prensa de Francia, Alemania o Reino Unido puede tener información que aquí la compañía todavía no ha dado a conocer.

- **¿Cuáles serían los principales hitos del A400M?**

El primer vuelo y el accidente.

ENCARNA FREIRE, LA VOZ DE LA AERONÁUTICA EN ABC DE SEVILLA

- **¿Cómo fue el proceso para dedicarse a la información aeronáutica?**

Por ser redactora de la sección de economía ya en el momento en el que España lanzó este proyecto (año 2001). Luego, he tenido la suerte de que mi periódico me encargue el seguimiento.

- **¿Se considera especialista en el tema?**

Tengo cierta especialización, un conocimiento bastante exhaustivo, ya que he informado de los principales hitos del programa.

- **¿Tienen los temas aeronáuticos un lugar en el diario?**

En la sección de economía, y en especiales de economía que publicamos anualmente, donde nunca falta la información aeronáutica, al ser un sector primordial de la economía sevillana y también gaditana.

- **¿Qué motiva que se publiquen en economía, a pesar de ser temas de ámbito local en la mayoría de los casos?**

En local se publican algunas noticias fuera de lo económico. Por ejemplo, el accidente del A400M de pruebas se cubrió en la sección de Sevilla por su impacto social. La sección de economía de *ABC de Sevilla* se cimienta en la información económica local, aunque es muy completa, porque cubre también la información regional, nacional e internacional del ámbito económico.

- **¿Tiene la cobertura de temas aeronáuticos prioridad sobre otros temas?**

El A400M tiene mucha prioridad. Cualquier noticia de relieve relacionada con el programa tiene mucho protagonismo. El seguimiento de las empresas auxiliares o de la industria aeronáutica local también es continuo.

- **¿Cómo conoce la realidad del A400M?**

A través de información que nos facilitan Airbus y las empresas proveedoras o auxiliares de este programa

- **Como redactora, ante un tema como el A400M, ¿dónde busca asesoría?**

Esencialmente, me dirijo a la fuente, Airbus

- **¿Cómo es el interés por darse a conocer y la relación comunicativa con las empresas auxiliares, a diferencia de las tractoras?**

Algunas son más proclives a los medios, presentan resultados o comunican contratos, y son más accesibles. Otras se venden menos, trabajan más calladamente. Nuestra labor es preguntar.

- **¿Solo sigue noticias que surgen para el periódico o hace seguimiento del tema en revistas especializadas, Internet...?**

También en medios especializados, como infoDefensa, y de pilotos en redes sociales o colegas especialistas.

- **Cuando hay un tema sobre aeronáutica, ¿es el redactor jefe o jefe de Sección el que le adjudica el tema?**

A veces conseguimos exclusivas que publicamos en solitario y, en otras ocasiones, las empresas nos comunican noticias a todos los medios. Normalmente, las buenas noticias las facilitan las empresas y, en ocasiones, quieren que se publiquen en ABC como medio de mayor difusión en Sevilla. Lo mejor es conseguir exclusivas.

- **Además de la información aeronáutica, ¿hace seguimiento de alguna otra temática técnica o científica?**

Informamos de muchos sectores industriales o tecnológicos. La minería, por ejemplo, ha cobrado mucha importancia. También la automoción (Renault) o las ingenierías dan mucha información en Sevilla. El clúster Hélice y el parque Aerópolis dan también mucho juego.

- **¿Cree que el tratamiento que se da a la información aeronáutica en su periódico es acorde a la trascendencia económica y social que tiene para Andalucía (o Sevilla)?**

Creo que sí, que trasladamos esa trascendencia, aunque más bien interesa a un público informado e interesado en la economía. Tal vez, la empresa debería darse a conocer al gran público local.

- **Las posibles carencias, ¿a quién se les puede atribuir: a los medios o al gabinete de comunicación?**

Repartamos cargas. Los gabinetes se ciñen demasiado a la información oficial, aunque también conseguimos que complementen lo que nos trasladan. Hay interlocutores muy preparados en Airbus y gabinetes con especialistas en aeronáutica.

- **¿Cuáles son las dificultades en el trato con la fuente principal?**

Llegar al directivo. Siempre está el gabinete en medio. No obstante, hay citas periódicas en el año en las que se ponen a tiro los responsables.

- **¿Y las principales ventajas en el trato con las fuentes?**

Los periodistas de gabinete y algunos empresarios se dirigen a nosotros, no dispersan la información, tienen en cuenta a quienes seguimos el sector.

- **¿Hay interés por parte de la fuente en mantener un flujo continuo de publicaciones, o solo en momentos concretos?**

Hay hitos anuales de las empresas, como los resultados o balances del negocio, que se hacen en fechas similares. Nos convocan todos los años una o dos veces.

- **¿Hay facilidad o dificultad para encontrar fuentes complementarias a las oficiales?**

Siempre es difícil. Depende de si te has ganado a las fuentes y si la información que quieres es controvertida o no. En el sector todos se conocen y circula información.

- **El departamento de comunicación del A400M, cuando tiene una noticia, ¿la da al periódico o la llama como redactora del tema?**

Nos llaman a los periodistas que seguimos el tema. Es una forma de trabajar que tienen en Airbus.

- **¿Cómo ha conseguido fuentes complementarias?**

Hay maneras de conocer a otros interlocutores del sector, en encuentros sectoriales que se organizan todos los años o a través de los gabinetes de prensa o las patronales sectoriales.

CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS

- **El perfil del periodista que hace el seguimiento del A400M**

Tras las aportaciones de las periodistas entrevistadas, se puede concluir que el perfil del profesional que hace el seguimiento de la industria aeronáutica, y por ende del A400M, en un medio local es el siguiente:

1. La periodista que sigue aeronáutica pertenece a la sección de economía. Además de la actualidad del sector, tiene que hacer el seguimiento de otras actividades y sectores económicos.
2. Todas empezaron hace años (una media de diez años). Entonces, podían dedicarle mucho tiempo a la cobertura de la actividad económica; pero la crisis económica ha hecho que las redacciones de los medios locales se reduzcan tanto, que ya tan solo pueden dedicarse a cubrir aquello que llega a la redacción: no pueden permitirse invertir tiempo en buscar temas propios.
3. Las periodistas que cubren este ámbito temático no tienen que luchar por conseguir un espacio en la sección, y si es sobre el A400M el espacio es prioritario. El sector aeronáutico tiene su espacio en los diarios locales. Los redactores jefes son conscientes y conocedores de la importancia y repercusión económica, social y política que tiene.
4. Definen a la empresa tractora como la gran fuente informativa: fuente bien organizada, educada y gentil que, cuando tiene interés, facilita información, documentación, visitas guiadas, explicaciones de técnicos... todo lo necesario para que el tema sea bien tratado; pero que, cuando el interés por el tema no nace de ella, se presenta opaca y se escuda en su elevada jerarquización para retrasar el proceso de respuesta y así no publicar.
5. Afirman que las grandes ausentes como fuentes informativas son las empresas auxiliares. A pesar de ser muy numerosas, no están organizadas en torno a la comunicación, y no son proactivas en la relación con los medios de comunicación. Esta situación dificulta la relación de los periodistas con ellas

ante un acto noticioso y, por tanto, su visualización en los mensajes periodísticos.

BLOQUE 4.

CONCLUSIONES

ÍNDICE BLOQUE 4

BLOQUE 4. CONCLUSIONES	251
Conclusiones	255
Consideraciones generales	255
Conclusiones	259

CONCLUSIONES

La investigación que se ha desarrollado en esta memoria combina metodologías y elementos de análisis de un caso de estudio, principalmente los mensajes periodísticos sobre el A400M estudiados a través del análisis de contenido y las particularidades del ejercicio del periodismo en los medios analizados con las entrevistas a las periodistas que realizan la cobertura del tema. Para definir las conclusiones de este trabajo se han recuperado las definidas en cada una de las partes que lo componen e integrado en una visión total de la realidad estudiada.

CONSIDERACIONES GENERALES

El análisis de contenido realizado a la muestra seleccionada ha perfilado unos rasgos tanto formales como de contenido de las informaciones. Las características fundamentales de las noticias sobre el A400M en la prensa local de Sevilla, según el análisis de contenido realizado, son las siguientes:

- Las informaciones se localizan en la sección de economía principalmente. No suelen ser portada del medio, pero sí con protagonismo en la sección y en la página en la que se publican.
- Se desarrollan en pequeños o medios formatos, las grandes extensiones solo en acontecimientos con un alto nivel de actualidad. La fotografía es el elemento de apoyo más utilizado, pero también es muy numeroso el porcentaje de noticias que se publican sin ningún tipo de elementos de apoyo.
- Los titulares de las informaciones están enfocados al asunto aeronáutico, no a una personalidad o institución, aunque en los textos hay un peso considerable y protagonismo de instituciones públicas.
- El A400M es un tema con seguimiento permanente, la continuidad del tema es en rí. La información se trata principalmente como noticia, otros géneros como el reportaje son excepcionales. La contextualización de los antecedentes

se realiza mayoritariamente, aunque las consecuencias no son una tónica dominante en los relatos.

- Las informaciones parten de las fuentes, que además de ser origen de la información tienen gran protagonismo en los textos que se publican. La rutina periodística está protagonizada por la asistencia a acontecimientos programados y el periodismo de mesa.
- En el relato se evitan los tecnicismos; y si aparecen, se explican, se acerca el concepto A400M y sus particularidades al lector con el lenguaje adaptado al receptor.
- Las informaciones se desarrollan con pocas fuentes y, de las usadas, la principal es la empresa tractora. A pesar de ser medios locales, cuentan con declaraciones de los máximos responsables de la compañía, aunque no tenga su sede en España. La segunda fuente más utilizada son los medios de comunicación. Al poner el foco en las características de las fuentes, se definen como las principales y mayoritarias las fuentes ávidas, protagonistas y proactivas.

El estudio de las dependencias estadísticas de las variables pone de relieve la existencia de relaciones causa-efecto entre algunas de las condiciones del trabajo periodístico analizado. Para determinar la independencia de las variables, se realizan test estadísticos que cotejan el nivel de significación con el que se afirma o rechaza la hipótesis nula de dependencia. El parámetro para la afirmación o negación de la hipótesis es el p-valor. Por consenso, se establece que si el p-valor es 0,05, se puede rechazar la hipótesis nula, lo que significa que las variables son independientes con un 95 % de probabilidad. En el caso de que el p-valor alcance 0,02, significa que se puede realizar la afirmación anterior con 98 % de probabilidad de seguridad:

- El enfoque de la noticia depende de la rutina periodística seguida por el redactor: periodismo de mesa, de calle o asistencia a convocatorias oficiales, como refleja el p-valor 0,008 obtenido en la realización del chi-cuadrado con corrección de Yates a los datos.
- El lenguaje depende del tema que se trate. Así, el uso de tecnicismos, y su explicación, está condicionado por la temática que se desarrolle en la información. Prueba de ello

es que los temas referentes a productos aeronáuticos están descritos con tecnicismos explicados, y los referentes a investigación en el 100 % de los casos no usan ningún tipo de tecnicismo. Al realizar el test estadístico a la relación entre tema y lenguaje, el p-valor obtenido es de 0,000, que prueba un alto grado de significación en la relación de dependencia de las dos variables.

- La contextualización de antecedentes y de consecuencias está determinada por el origen de la información. Los antecedentes se contextualizan en mayor medida cuando el origen de la información está en la fuente informativa, que suministra los datos suficientes para realizar una puesta al día del asunto que le interesa tratar. Más significativos resultan los datos referentes a las consecuencias: en el 40,6 % de las ocasiones en las que se contextualizan las consecuencias de los hechos, la información tiene su origen en la fuente. Esto supone que el relato del hecho y de las consecuencias tienen una misma direccionalidad, no se completa con voces alternativas o expertas que puedan sugerir disonancias. La dependencia de estas variables queda validada al realizar el chi-cuadrado con corrección de Yates y obtener como p-valor 0,007, un valor de significación muy importante.
- La implicación de instituciones públicas se da en función del tema que se trate. Hay temas, como el vuelo inaugural, en el que las instituciones públicas no requieren protagonismo; pero otros, como la investigación, las decisiones políticas o la gestión de la escuela de pilotos, en los que la presencia de instituciones públicas se da en el 100 % de las noticias. El p-valor obtenido en el test estadístico en la relación de estas dos variables es 0,002, una probabilidad casi total de la dependencia entre las mismas.

Las entrevistas a las periodistas que realizan la cobertura del A400M en los medios analizados aportan datos de gran valor para entender cómo es el trabajo periodístico en sus medios y las condiciones con las que enfrentan la cobertura de un tema técnico, económico, internacional y de gran envergadura, como es el A400M.

Las tres periodistas pertenecen a la sección de economía, conocen el sector, lo entienden, lo siguen desde hace años; pero el personal de su departamento es tan reducido que tienen que repartir su tiempo en otros ámbitos dentro de la temática económica. Antes de la crisis, cuando sus medios tenían más personal en cada sección, hacían periodismo de calle sobre el sector aeronáutico, buscaban temas, personajes, historias dentro del sector. En la actualidad, ese tiempo tienen que invertirlo en hacer otras coberturas informativas.

A pesar de la situación de los medios, con plantillas reducidas y grandes cargas de trabajo para los redactores que siguen, tienen claro que la aeronáutica es importante y dan un sitio prioritario en el medio a este sector; y al A400M, destacado.

La empresa tractora tiene un estructura de comunicación amplia, eficaz y bien organizada. Suministra información y material de muy buena calidad a los periodistas. Cuida la relación con los redactores y facilita todo lo necesario para que el programa aeronáutico sea bien tratado en las informaciones. Esta gran maquinaria de gestión de comunicación de la empresa tractora contrasta con la estructura de comunicación de las empresas auxiliares, que son pymes, y no cuentan con la estructura para equiparar al impulso comunicativo de Airbus. Esta circunstancia, coincidente con el momento laboral de los periodistas, que están saturados y no pueden realizar periodismo de calle, buscar temas, hace que la empresa tractora tenga más protagonismo, ya que es la que mantiene constantemente el flujo informativo.

CONCLUSIONES

Tras el estudio teórico sobre la calidad periodística y práctico sobre el tratamiento del caso de estudio en la prensa a través del análisis de contenido y de las entrevistas a las periodistas, como se marcaba en el primer objetivo de este estudio (“Análisis cualitativo y cuantitativo en la prensa local de Sevilla de la construcción del A400M hasta su puesta en vuelo”), se han obtenido las siguientes conclusiones:

En respuesta al segundo objetivo planteado (“Análisis cuantitativo del número de noticias y su jerarquización en las portadas de los tres diarios locales seleccionados”), el seguimiento que la prensa local sevillana hace sobre el avión militar A400M, cuantitativamente, no alcanza grandes cifras a lo largo del período analizado y su presencia en las primeras páginas representa un pequeño porcentaje, inferior al que correspondería por la trascendencia económica, social y política del tema.

En el proyecto de construcción del A400M predominan dos aspectos: el económico, por el volumen de inversiones y su repercusión laboral; y el técnico, por ser un proyecto puntero internacionalmente en el área aeronáutica con fuertes componentes innovadores. No obstante, en el seguimiento periodístico, la faceta técnica apenas merece atención. El predominio periodístico de todos los aspectos económicos es el mayoritario, con lo que se expone el resultado sobre el tercer objetivo del estudio (“Análisis de los valores que predominan en el seguimiento informativo del acontecimiento”).

En el análisis de la calidad periodística, planteado en el cuarto objetivo (“Estudio del tratamiento periodístico desde los parámetros de la calidad”) y en el quinto (“Estudiar en qué medida se mantiene el predominio y exceso de fuentes oficiales”), se han obtenido respuesta a los objetivos planteados:

- El aspecto menos próximo respecto a la calidad periodística, al que se aludía en el cuarto objetivo, se da en el caso de las fuentes: por su escasez, la suma de “sin fuentes” (12,8 %) y una sola fuente (46,8 %) supone casi el 60 % de las noticias; y por el extraordinario predominio de fuentes oficiales públicas o privadas. Además, destaca significativamente la presencia de los

representantes de la empresa AIRBUS, con casi el 50 % del total de las fuentes, lo que en conjunto implica la casi nula utilización de fuentes propias.

- El equilibrio entre las apreciaciones positivas o negativas intrínsecas en cualquier acontecimiento, tanto más cuando es de carácter económico, y si además tiene connotaciones que inciden en sectores políticamente motivados, como en este caso se da con el antimilitarismo, se consigue con la presencia de versiones antagónicas que equilibren las de los protagonistas, tal y como se pretendía analizar en el sexto objetivo. En las informaciones sobre el A400M no se recogen actitudes conflictivas ni adversarias respecto de las que exponen las fuentes oficiales públicas o privadas favorables a la empresa, ni siquiera en las informaciones que provienen de los sindicatos. Así pues, no puede darse una evaluación positiva a la calidad del seguimiento periodístico de los diarios.

El uso del lenguaje, eje central del sexto objetivo (“Al tratarse de un tema con un alto contenido técnico y económico, se necesita estudiar el uso adecuado del lenguaje”), se ha constatado que se realiza de forma correcta y diligente por parte de los periodistas, adaptando los términos específicos de aeronáutica y del proyecto A400M para la comprensión del gran público. La utilización de tecnicismos explicados supone un esfuerzo por acercar la realidad del sector a los lectores de los diarios.

Respecto al séptimo objetivo (“El objetivo de la calidad proyectado hacia el conocimiento ciudadano implica que el trabajo periodístico se muestra en las aportaciones de valor añadido de propia iniciativa: reportajes, entrevistas, etc.”), se constata que el género informativo que predomina es la noticia, así como la abundancia de citas textuales sobre las declaraciones de las fuentes, de manera que la noticia resulta una recopilación de citas. Otro elemento reseñable, en línea con la creatividad e iniciativa periodística, es la muy escasa presencia de los géneros más creativos como las entrevistas y los reportajes, o los géneros complementarios de apoyo que amplían los contenidos de la noticia.

Las entrevistas con los periodistas que siguen las informaciones sobre la actividad aeronáutica contribuyen a profundizar en el análisis cualitativo. Por una parte, manifiestan la predisposición de los medios para dar preferentemente las noticias

relacionadas con el A400M, al considerar el proyecto del avión militar como de gran interés local y muy beneficioso por las repercusiones económicas y políticas.

En general, las noticias tienen información contextualizada que permite el seguimiento de un tema que se desarrolla a lo largo del tiempo. Cada vez que surge una novedad en el proceso, se actualizan los datos anteriores. No ocurre así con el desarrollo de las consecuencias que podían derivarse de muchos de los acontecimientos que se relatan. Para ello, sería necesaria la iniciativa del periodista y contar con fuentes complementarias, independientes a los intereses directos de las empresas o instituciones involucradas en el proyecto que no aparecen en los datos del estudio. Datos que afirman la primera hipótesis planteada en este trabajo: “La prensa local sevillana ha dado gran importancia a la información sobre la industria aeronáutica”. Sin embargo, cualitativamente, la actitud de todos los diarios es positiva hacia cada uno de los pasos del proceso de construcción y puesta en vuelo del avión, sin ninguna sombra de críticas u objeciones en ningún aspecto, ni en la información ni en la opinión, de modo que la primera hipótesis se cumple desde el punto de vista cualitativo, pero no cuantitativo.

La segunda hipótesis (“Los periódicos han prestado especial atención a las repercusiones económicas del proyecto por encima de los aspectos de innovación técnica”) se confirma tanto por el número de información con enfoque económico, por el volumen de seguimiento de temas de índole económica y por el marcado carácter empresarial de las principales fuentes de información consultadas, por relevancia y repetición de la consulta.

En relación a la tercera hipótesis planteada (“Los periodistas tienden a apoyarse en fuentes oficiales, públicas o privadas que ofrecen su información en lugar de buscar fuentes propias”), cabe destacar que los periodistas ponen de manifiesto las limitaciones que sufren en su trabajo. La escasez de la plantilla les impide dedicarse a la especialización, que, por otra parte y como es norma habitual en los medios, no se produce por una formación previa, sino por la práctica; y les obliga a estar pendientes de las noticias que genera la sección de economía a la que pertenecen.

Respecto a la cuarta hipótesis descrita (“Los aspectos favorables de la instalación de la empresa AIRBUS en Sevilla generaron informaciones de carácter positivo”), se han

obtenido varias conclusiones que le dan respuesta. En primer lugar, la proporción de noticias que han partido de los periodistas o de las fuentes informativas es muy bajo: el número de noticias que han correspondido a la iniciativa de los profesionales es del 13,5 %. Ruedas de prensa, comunicados o, en general, actos programados por las fuentes son el origen de la noticia en casi el 50 % de los casos, a los que hay que añadir un 27 % donde es preciso acudir al “no se aprecia el origen de la información”, concepto reñido con una regla básica del buen periodismo que exige precisión del quién (o qué,) dónde y cuándo, para tener una apreciación cabal del acontecimiento.

Las políticas de comunicación de Airbus que se adivinan por los datos obtenidos en el análisis de contenido aparecen muy explícitas en la descripción de las periodistas: actitud proactiva para dar la información que les interesa en unas condiciones que no solo facilitan la labor periodística, sino que predisponen muy favorablemente a los profesionales. Las atenciones con ellos se manifiestan en los viajes a los lugares en los que convocan las ruedas de prensa. Al ser un proyecto europeo, las citas pueden ser en París, Londres, Berlín, etc.; y no se limitan a facilitarles los dossieres, sino que las completan con visitas a las plantas acompañadas por los técnicos para las explicaciones oportunas. Los comunicados, aunque originalmente sean en inglés, están traducidos y para las ruedas de prensa les facilitan traductores. No son los gabinetes quienes facilitan la información, sino los máximos dirigentes de la empresa, de modo que su autoridad y solvencia les confiere gran credibilidad.

Descubren, asimismo, que el comportamiento comunicativo de la empresa cambia radicalmente cuando son las periodistas las que solicitan información: el modelo de actuación es también conocido, no niegan los datos requeridos, sino que aplazan una y otra vez los necesarios contactos hasta que las periodistas desisten.

La antítesis de las políticas de comunicación de Airbus la representan las empresas auxiliares de la industria aeronáutica y los expertos en el área técnica, particularmente de la universidad, que no actúan de modo proactivo; y cuando los periodistas los requieren, tienen dificultades para encontrar interlocutores.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

A

Airbus DS GmbH (2016). Military aircraft. En *Airbus. Defence & Space*. Consultado el 14 de julio de 2016 en: <<http://militaryaircraft-airbusds.com/Aircraft/A400M/A400MSpec.aspx>>.

Alessandri, F. y Puente, S. (1999). *Análisis comparativo de la calidad informativa de diarios y noticieros de televisión chilenos. Determinación del valor agregado periodístico (VAP) en sus informaciones*. (Trabajo de Investigación). Universidad Pontificia Santiago de Chile, Chile.

Alessandri, F., et al. (2001). VAP: un sistema métrico de la calidad periodística. *Cuadernos de Información*, 14, 112-120. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2938296.pdf>>.

Alessandri, F.; Edwards, C.; y Porath, W. (1999, Noviembre). *Estudio de calidad informativa de la crisis eléctrica*. Trabajo presentado en Seminario Internacional de la Asociación Interamericana de Periodistas de Economía y Finanzas (AIPEF), Santiago de Chile.

Andréu Abela, J. (2001). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces. Consultado el 04 de junio de 2010 en: <<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>>.

Aristóteles (1982). *Ética Nicomaquea*. En (s.e.), *Obras*. (Pp. 271-526). Madrid: Editorial Aguilar.

Armentia Vizueté, J.I. y Caminos Marcet, J.M. (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Editorial Ariel.

Atienza Rivero, E. (1993). *Ciencia y exilio: el general Herrera*. Granada: Ayuntamiento de Granada; Proyecto Sur Ediciones.

Ayuso, J. (1995). Los protagonistas de la información económica. En Agrupación de Periodistas de Información Económica (APIE) (Ed.), *Informar de economía II*. (Pág. 37). Madrid: APIE.

B

Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.

Bell Mullen, J.I. (2002). *La información Local en la Comunidad Autónoma de Madrid*. Madrid: Fundación de la Comunicación Social.

Berg, A.S. (2001). *Charles Lindbergh*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.

Bezunartea, O. (1988) *Noticias e ideología profesional. La prensa vasca en la transición política*. Madrid: Deusto.

Bezunartea, O. y García, M.M. (2013). El valor agregado periodístico, herramienta para el periodismo de calidad. En Gómez Mompert, J.L.; Palau Sampio, D.; y Gutiérrez Lozano, J.F. (Eds.), *La calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. (Pp. 39-52). Valencia: Universitat Jaume I; Universidad Autónoma de Barcelona.

Bezunartea, O.; Martínez, A.F.; y Hoyo, M. (1998). *21 lecciones de Reportalismo*. Bilbao: Universidad del País Vasco, Servicio Editorial.

Blanco Leal, M.M. (2008). *Modelo de análisis para el estudio crítico de la prensa*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.

Blumer, H. (1948). *Public opinion and public opinion polling*. Indianápolis (Estados Unidos): Bobbs-Merrill.

Bogart, L. (1985). *La prensa y su público. Quién lee, qué, cuándo, dónde y por qué en los periódicos norteamericanos*. Pamplona: Universidad de Navarra.

Bogart, L. (2004). Reflections on content quality in newspapers. *Newspaper Research Journal*, 25 (1), 40-53. doi: 10.1177/073953290402500104

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

C

Calvo Hernando, M. (1990). *Ciencia y periodismo*. Barcelona: Centro de Estudios para el Fomento de la Investigación (CEFI).

Calvo Hernando, M. (1992). *Periodismo científico*. Madrid: Paraninfo.

Calvo Hernando, M. (1997). *Manual de periodismo científico*. Barcelona: Bosch.

Calvo Hernando, M. (2002a). La divulgación científica en el nuevo milenio. *Encuentros multidisciplinares*, 4 (11), 47-56. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <<http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%C2%BA11/Manuel%20Calvo%20Hernando.pdf>>.

Calvo Hernando, M. (2002b). El periodismo científico, reto de las sociedades del siglo XXI. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 19, 15-18. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801903>>.

Calvo Hernando, M. (2004). *Diccionario de términos usuales en el periodismo científico*. México: Instituto Politécnico Nacional.

Cardona, G. (2007). Un anticipo del 18 de julio. *El golpe de Sanjurjo. La aventura de la Historia*, 106 (Julio), 30-39.

Casero-Ripollés, A. y López Rabadán, P. (2013). La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional. En Gutiérrez Lozano, J.F. y Palau Sampio, D. (Recs.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. (Pp. 73-89). Valencia: Aldea Global.

Chaves Nogales, M. (2001). *Obra periodística*. Sevilla: Diputación de Sevilla, Área de Cultura y Deportes.

Coca, C. y Diezhandino, P. (1991). *Periodismo económico*. Madrid: Ediciones Paraninfo

Coca, C. y Diezhandino, P. (1997). *Información económica. Teoría y práctica*. Barcelona: Editorial CIMS.

Corbetta, P.; Fraile, M.C.; y Fraile, M.M. (2010). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw Hill.

D

De la Torre, L. (2003). Estudio exploratorio sobre indicadores de calidad periodística. *Boletín del Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad*, 5.

De la Torre, L. y Téramo, M.T. (2004). *La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público*. Buenos Aires: ICOS EDUCA.

De Miguel Pascual, R. y Berganza Conde, R. (2013). La calidad de los periódicos de pago y gratuitos. En Gutiérrez Lozano, J.F. y Palau Sampio, D. (Recs.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. (Pp. 53-72). Valencia: Aldea Global.

De Ramón, M. (2003). *Diez lecciones de periodismo especializado*. Madrid: Editorial Fragua.

DeGregori, T.R. (1988). *Teoría de la tecnología: Continuidad y cambio en el desarrollo de la humanidad*. Buenos Aires: Fraterna.

- Del Río, R. (2008). *Periodismo económico y financiero*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Denzin, N.K. (1970). *Sociological methods: a source book*. Chicago (Estados Unidos): Aldine Publishing Company.
- Denzin, N.K. (1990). Triangulation. En Keeves, J.P. (Ed.), *Educational Research, Methodology and Measurement: an International Handbook*. (Pág. 511). Oxford (Estados Unidos): Pergamon Press.
- Diezhandino, P. (1994). *El periodismo de servicio*. Barcelona: Bosch.
- Domínguez, M. (2004). Singularidades de los géneros periodísticos en la divulgación de la ciencia. *Quaderns de filologia. Estudis de comunicació*, 2 (Ejemplar dedicado a: Periodismo de complejidad: ciencia, tecnología y sociedad), 163-172.

E

- El País (Ed.) (2007). *Libro de estilo*. Madrid: Ediciones El País.
- Elías, C. (2001). Estudio cuantitativo de las fuentes en el periodismo español especializado en ciencia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 38. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/19565/estudio_elias_RLCS_2001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Esteve Ramírez, F. (2004). Información económica. En Fernández Del Moral, J. (Ed.), *Periodismo especializado*. (Pp. 263-284). Barcelona: Editorial Ariel.
- Estevez Ramírez, F. y Fernández Del Moral, J. (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Editorial Fragua.

F

Fernández Beltrán, F. y Vilar Moreno, F. (2002). Escenarios presentes y futuros de la prensa local y la prensa gratuita. En López Lita, R.; Fernández Beltrán, F.; y Durán Mañes, A. (Eds.), *La prensa local y la prensa gratuita*. (Pp. 237-238). Castellón: Universitat Jaume I.

Fernández del Moral, J. (1995). Economía e información. En Agrupación de Periodistas de Información Económica (APIE) (Ed.), *Informar de economía II*. (Pág. 398). Madrid: APIE.

Fernández del Moral, J. (2004). *Periodismo especializado*. Madrid: Editorial Ariel.

Fernández Muerza, A. (2002). La comunicación científica: una necesidad social. *Sala de Prensa. Web para profesionales de la Comunicación iberoamericanos*, 42 (IV, vol. 2). Consultado el 03 de julio de 2016 en: <<http://www.saladeprensa.org/art339.htm>>.

Fernández Muerza, A. (2004). *Estudio del periodismo de información científica en la prensa de referencia: el caso español a partir de un análisis comparativo*. (Tesis Doctoral, sin publicar). Universidad del País Vasco, Bilbao.

Fontcuberta, M. (1999). Pauta y calidad informativa. *Cuadernos de Información*, 13, 61-69. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2938506.pdf>>.

Frazier, P.J. y Gaziano, C. (1979). *Robert Ezra Park's theory of news, public opinion and social control*. Lexington (Estados Unidos): Association for Education in Journalism.

G

- Gaitán, J.A. y Piñuel, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- García Agustín, J. (2011). *La información periodística de la ciencia: hacia un modelo de gestión*. Pamplona: Aranzadi.
- García Bacca, J.D. (1968). *Elogio de la técnica*. [Caracas]: Monte Ávila Editores.
- García Gordillo, M.M.; Bezunartea Valencia, O.; Rodríguez Rey, A.; y Sánchez González, T. (2014). La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas. Una evolución del VAP. En Asociación Española de Investigación de la Comunicación (Eds.), *Espacios de comunicación. IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (Bilbao, 21 a 24 de enero de 2014)*. (Pp. 1.541-1.555). Bilbao: AE-IC. Consultado el 15 de julio de 2016 en: <http://www.aeic2014bilbao.org/download/aeic2014bilbao_comunicaciones.pdf>.
- Gieber, W. (1964). News is what newspaper men make it. En Dexter, L.A. y White, D.M. (Eds), *People Society and Mass Communication*. (Pp. 289-297). Londres: The Free Press of Glencoe.
- Gómez Mompart, J.L. (2013). Introducción. Diagnóstico y tratamiento de la calidad en el periodismo. En Gutiérrez Lozano, J.F. y Palau Sampio, D. (Rec.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. (Pp. 9-15). Valencia: Aldea Global.
- Gómez-Mompart, J.L.; Gutiérrez Lozano, J.F.; y Palau Sampio, D. (2015). Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 45 (XXIII), 143-150. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5133317.pdf>>.

- González-Betés, A. (2006). En persona. *Andalucía Aeronáutica*, 1 (octubre-diciembre), 64-65.
- González-Betés, A. y Rodríguez-Carmona, J. (2006). *En el origen de la industria Aeronáutica española*. Madrid: ATECMA.
- Guerrero, J.A. (2007a). Nace la primera línea de aviación regular. *Andalucía Aeronáutica*, 2 (enero-marzo), 62-66.
- Guerrero, J.A. (2007b). Historia de la aeronáutica andaluza. Don José pone CASA en Cádiz. *Andalucía Aeronáutica*, 4 (julio- septiembre), 64-66.
- Guerrero, J.A. (2007c). Historia de la aeronáutica andaluza. Los grandes vuelos desde Andalucía. *Andalucía Aeronáutica*, 5 (octubre-diciembre), 60-66.
- Guerrero, J.A. (2008a). Historia de la aeronáutica andaluza. Los años del “Zepelín”. *Andalucía Aeronáutica*, 6 (enero-marzo), 63-66.
- Guerrero, J.A. (2008b). Historia de la aeronáutica andaluza. El último de los grandes vuelos españoles. *Andalucía Aeronáutica*, 8 (julio-septiembre), 64-66.
- Guerrero, J.A. (2009). Historia de la aeronáutica andaluza. Un verano sangriento. *Andalucía Aeronáutica*, 13 (septiembre-diciembre), 60-65.
- Guerrero, J.A. y Clemente, J. (2009). *Tablada: la aviación y Sevilla*. [Sevilla]: Asesores de Comunicación Aeroespacial.
- Guerrero, J.A. (2010). Historia de la aeronáutica andaluza. Labores de retaguardia. *Andalucía Aeronáutica*, 15 (abril-junio), 60-65.
- Guerrero, J.A. y Clemente, E.J. (2014). *Innovación y desarrollo de la Aeronáutica en Andalucía*. Sevilla: Fundación Corporación Tecnológica de Andalucía.
- Guerrero, J.A.; Domínguez, V.E.; y Clemente, E.J. (2015). *Alas de Andalucía 1915-2015: Un siglo de aviones andaluces*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.

Guillamet, J. (2002). Pasado y futuro de la prensa local. En López Lita, R.; López Beltrán, F.; y Durán Mañes, A (Coords.), *La prensa local y la prensa gratuita*. (Pp. 181-196). Castellón: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.

Gutierrez Coba, L. (2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra Clave*, 9 (1), 29-56. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2053231.pdf>>.

H

Habermas, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* [=Historia y crítica de la opinión pública]. (Tesis Doctoral). Neuwied am Rhein (Alemania): Luchterhand.

Heider, D.; McCombs, M; y Poindexter, P.M. (2005). What the Public Expects of Local News: Views on Public and Traditional Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82 (4), 952-967. doi: 10.1177/107769900508200412

Hélice. Andalusian Aerospace Cluster (2014). *Sector aeroespacial andaluz. Informe 2014*. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <http://helicecluster.com/sites/helicecluster.com/files/pdf/2014_datos_sector_aeroespacial_helice.pdf>.

Homs, F. (1995). El papel de la información económica. En Agrupación de Periodistas de Información Económica (APIE) (Ed.), *Informar de economía II*. (Pág. 394). Madrid: APIE.

I

Infante, B. (1979). *La verdad sobre el complot de Tablada y el Estado Libre de Andalucía*. Granada: Editorial Aljibe.

Izquierdo Labela, L. (2010). *Manual de periodismo local*. Madrid: Editorial Fragua.

Izquierdo, M.J. (1995). Periodismo económico de calidad. En Agrupación de Periodistas de Información Económica (APIE) (Ed.), *Informar de economía II*. (Pág. 300). Madrid: APIE.

J

Juárez, J. (2007). *La guarida del lobo*. Barcelona: Editorial Malabar.

K

Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Glencoe (Estados Unidos): Free Press.

Katzan, H. (1974). *Information technology: The human use of computers*. Nueva York: Petrocelli Books.

Keir, G.; McCombs, M.; Shaw, D.L. (1986). *Advance reporting. Beyond news events*. Nueva York: Longman.

Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. Glencoe (Estados Unidos): Free Press.

Koch, T. (1991). *Journalism for the 21st century. Online information, electronic databases, and the news*. Nueva York: Adamantine Press.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones El País.

Kovach, B., Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo. Todo lo que los periodistas deben saber y los ciudadanos esperar*. Madrid: El País Aguilar.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.

L

Lage, M. (2000). *La Hispano Suiza 1904-1972. Hombres, Empresas, Motores y Aviones, LID*. Madrid: Editorial Empresarial.

Larswell, H. (1950). *Politics: who gets what, when, how*. Nueva York: Peter Smith.

Lazarsfeld, P. F.; Berelson, B.; y Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Duell - Sloan and Pearce.

Lemert, J. B. (1981). *Does mass communication change public opinion after all? A new approach to effects analysis*. Chicago: Nelson-Hall.

Lippmann, W. (2003). *La Opinión pública*. Madrid: Langre.

López García, X. y Maciá Mercadé, J. (2007). *Periodismo de proximidad*. Madrid: Editorial Síntesis.

López-Aranguren, E. (1990). El análisis de contenido. En García Ferrando, M.; Ibáñez, J.; y Alvira, F. (Comps.), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. (Pág. 402). Madrid: Alianza Editorial.

M

Martín Serrano, M. (1986). *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

Martínez Cabeza, J.A. (1999). Construcciones Aeronáuticas: una historia a través de sus aviones. En Utrilla, L. (Ed. Lit.), *LXXV años de la industria aeronáutica española*. Madrid: Fundación AENA.

McCombs, M.E. y SHAW, D.L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187. doi: 10.1086/267990

McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

McQuail, D. y Windahl, S. (1981). *Communication models for the study of mass communications*. Londres: Longman.

Media Trust (s.d.). *Meeting the news needs of local communities. News Research by Goldsmiths Leverulm Media research Center Commisioned by Media Trust*. Consultado el 03 de julio de 201 en: <<http://www.mediatrust.org/uploads/128255497549240/original.pdf>>.

Memoria de Cátedra de Jesús Canga (Inédita) (1996).

Méndez Majuelos, M.I. (2002). *La Técnica como ámbito de especialización periodística: tratamiento de la biomasa en los medios de comunicación en Andalucía*. (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/415/P_T.D._0053.pdf>.

Meyer, P. y Dader, J.L. (1993). *Periodismo de precisión: nuevas fronteras para la investigación periodística*. Barcelona: Comunicaciones Bosch.

Meyer, P. y Kim, K.-H. (2003). *Quantifying Newspaper Quality: I know it when I see it*. Kansas: Association for Education in Journalism and Mass Communication. Consultado el 07 de julio de 2016 en: <http://www.unc.edu/~pmeyer/Quality_Project/quantifying_newspaper_quality.pdf>.

Mirón López, L.M. (2006). *La información económica: concepto, características y marco*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Moreno Castro, C. (1999). La información científico técnica y la formación democrática de los ciudadanos. *Comunicar*, 13, 95-100. Consultado el 07 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/229974.pdf>>.

Moreno Castro, C. (2004). La información científico-técnica. En Fernández del Moral, J. (Coord.), *Periodismo Especializado*. (239-262). Barcelona: Editorial Ariel.

Moreno Castro, C. (2008). Los usos del periodismo científico y de la divulgación. El caso de la controversia sobre el riesgo o la inocuidad de las antenas de telefonía móvil. *CTS: Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 4 (10), 197-212. Consultado el 07 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2507585.pdf>>.

Moreno Sardá, A. (1986). Realidad histórica y realidad informativa la re-producción de la realidad social a través de la prensa. En Garitaonandia Garnacho, C. y Tuñón de Lara, M. (Coords.), *La prensa de los siglos XIX y XX metodología, ideología e información. Aspectos económicos y tecnológicos. I Encuentro de Historia de la Prensa*. (Pp. 145-163). Bilbao: Universidad del País Vasco, Servicio de Publicaciones.

N

Noelle-Neumann, E. (1984). *The spiral of silence: Public opinion - our social skin*. Chicago (Estados Unidos): University of Chicago Press.

Núñez Encabo, M. (1993). *Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística. (Resolución aprobada por unanimidad en Estrasburgo, 1 de Julio de 1993)*. Estrasburgo: Consejo de Europa. Consultado el 03 de julio de 2016 en: <http://www.fesp.org/index.php/documentos/item/download/74_4b1f8596005da555ee4072dab4d866b0>.

O

O'Neill, D. y O'Connor, C. (2008). The passive journalist. How sources dominate local news. *Journalism Practice*, 2 (3), 487-500. doi: 10.1080/17512780802281248

Opperman, M. (2000). Triangulación, a methodological discussion. *International Journal of Tourism Research*, 2 (2), 141-146. doi: 10.1002/(SICI)1522-1970(200003/04)2:2<141::AID-JTR217>3.0.CO;2-U

Ortega y Gasset, J. (1939). *Meditación de la técnica*. Buenos Aires: Espasa-Calpe.

P

Pellegrini, R.S. (1999). Medición de la calidad de la prensa en Chile. *Cuadernos de información*, 13, 49-55. Consultado el 07 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2938501.pdf>>.

Pellegrini, S.; Mújica, M.C. (2006). Valor Agregado Periodístico (VAP). La calidad periodística como factor productivo en un entorno medial complejo. *Palabra Clave*, 9 (1), 11-28. Consultado el 15 de julio de 2015 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2053224.pdf>>.

Pellegrini, R.S., et al. (2011). *Valor agregado periodístico: La apuesta por la calidad de las noticias*. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Pérez San Emeterio, C. (2003). *A estas alturas. Historias de la aviación comercial española*. Barcelona: Editorial Noray.

Pérez, J., et al. (2002). La prensa local como vertebración de la sociedad. En Rafael López Lita, R.; López Beltrán, F.; y Durán Mañes, A. (Coords.), *La prensa local y la prensa gratuita*. (Pp. 53-82). Castellón de la Plana: Universitat Jaume I, Servicio de Publicaciones.

Permuy López, R. y González Serrano, J.L. (2010). *Atlas ilustrado de la Aviación Militar española*. Madrid: Editorial Susaeta.

Puente, S., et al. (2003-2004). Instrumento para evaluar la calidad periodística. El VAP compara a la prensa y televisión de Hispanoamérica. *Cuadernos de información*, 16-17, 101-113. Consultado el 07 de julio de 2016 en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2935303.pdf>>.

Q

Quintanilla, M.A. (1989). *Tecnología: un enfoque filosófico*. Madrid: Fundesco.

R

Real Academia Española (RAE) (2014). *Diccionario de la lengua española* (23a. edición). Consultado el 03 de julio de 2016 en: <http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=ciencia>.

Rodríguez Cruz, I. (2013). *Información ambiental y respuesta social en España: análisis de los casos de Doñana y las políticas energéticas en la prensa nacional y local*. (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Rodríguez González, M.M. (2005). *Políticas de comunicación de las instituciones públicas ante proyectos que provocan un rechazo social. Caso Zabalgardi*. (Tesis Doctoral). Universidad del País Vasco, Bilbao.

Rodríguez Rey, A. (2010). *Industria aeronáutica y periodismo. Análisis cuantitativo y de la calidad de la información sobre la industria aeronáutica de Sevilla en la prensa local*. (Trabajo de Investigación de Doctorado). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Rodríguez Rey, A.; Rojas Torrijos, J.L.; Enguix González, A. (2014). La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en el Periodismo de proximidad. Estudio de la prensa de referencia local. En Asociación Española de Investigación de la Comunicación (Eds.), *Espacios de comunicación. IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (Bilbao, 21 a 24 de enero de 2014)*. (Pp. 1.556-1.571). Bilbao: AE-IC. Consultado el 15 de julio de 2016 en: <http://www.aeic2014bilbao.org/download/aeic2014bilbao_comunicaciones.pdf>.

Rodríguez Rey, A.; Enguix González, A.; y Rojas Torrijos, J.L. (2015). La calidad de los medios y el uso de Fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 21 (Nº especial Noviembre), 85-100. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50659

Rubio Moraga, A.L. (2002). Periodismo y divulgación científica: especialización vs. espectáculo. En Sanz Establés, C. y Fernández Sanz, J.J. (Coords.), *Actas del Congreso de "Prensa y Periodismo Especializado", celebrado en Guadalajara, del 8-10 de mayo de 2002*. (Pp. 547-562). Guadalajara: AACHE Ediciones. Consultado el 07 de julio de 2016 en: <<http://www.ucm.es/info/hcs/angel/articulos/periodismocientifico.pdf>>.

S

Salas Larrazábal, J. (1999). Historial aeronáutico de la Hispano-Suiza. En Utrilla, L. (Ed. Lit.), *LXXV años de la industria aeronáutica española*. Madrid: Fundación AENA.

Salas, N. (2009). *Sevilla en la Guerra Civil*. Sevilla: Guadalturia Editores.

Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. Nueva York: Norton.

Schulz, W. (2000, Octubre). *Preconditions of journalistic quality in an open society*. Trabajo presentado en el International Conference "News Media and Politics-Independent Journalism", Budapest.

Secko, D.M.; Amend, E.; y Friday, T. (2013). Four models of science journalism. *Journalism Practice*, 7 (1), 62-80.

Silva, J.A. (1981). *Mi Vida con Ramón Franco*. Barcelona: Editorial Planeta.

T

Térama, M.T. y Vernino, T. (2003). Medición de la subjetividad en la prensa escrita. *Sociedad y Comunicación*, 16, 139-155.

Thomas, H. (1983). *La Guerra Civil española: 1936-1939*. Madrid: Urbión.

Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

V

Vara Miguel, A. (2004). Naturaleza y retos actuales de la información económica. En Sanz Establés, C.; Sotelo González, J.; y Rubio Moraga, A.L. (Coords.), *Prensa y Periodismo Especializado II*. (Pp. 101-109). Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara. Consultado el 07 de julio de 2016 en: <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/7422/1/Prensa%20y%20periodismo%20especializado%20IIcongreso0001.pdf>.

Vellón Lahoz, F.J. (2014). Divulgación y didacticidad en el discurso periodístico: la información económica durante la crisis. *ZER*, 36 (19), 99- 119.

Viejo Canalejas, M. (2001). *El taller de Ícaro. Historia de la Hispano Aviación, 1917-1972*. Sevilla: Fundación El Monte.

Viñas, A. (2007). La hora de Franco. *La aventura de la Historia*, 108 (Octubre), 26-31.

VV.AA. (1992). *Crónica de la Aviación*. Madrid: Plaza & Janés Editores.

VV.AA. (2003). *Cuadernos de aviación histórica. Dossier 2. Proyectos secretos alemanes*. Valencia: Ediciones Campomas.

VV.AA. (2005). *La Guerra Civil española mes a mes*. Madrid: Unidad Editorial.

W

Wilson, J. (1996). *Understanding journalism*. Londres: Routledge.

Y

Yi-Fan Su, L., *et al.* (2015). Science news consumption patterns and their implications for public understanding of science. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92 (3), 597-616. doi: 10.1177/1077699015586415

ANEXO: ESTUDIO ESTADÍSTICO

ÍNDICE ANEXO

ANEXO: ESTUDIO ESTADÍSTICO	283
1. Estudio de los Indicadores de Localización	287
2. Estudio de Indicadores de Valorización	287
2.1. ¿Qué noticias aparecen en portada?	287
2.2. ¿Cuál es la extensión de las noticias?.....	290
2.3. ¿Qué elementos de apoyo se utilizan en las informaciones?	293
2.4. ¿Qué rango de noticia se utiliza?	294
2.5. ¿Qué tipo de titular es el más común?.....	296
2.6. ¿Qué continuidad se da a las informaciones?.....	297
3. Estudio de las características formales	301
3.1. ¿Qué género se utiliza?	301
3.2. ¿Qué enfoque se da a las informaciones?.....	302
3.3. ¿Cómo se firman las informaciones?	307
3.4. ¿Qué uso del lenguaje se da en las informaciones?.....	308
3.5. ¿Cómo se explican los hechos?	312
3.6. ¿Qué elementos de contexto se dan?.....	315
4. Estudio del tratamiento informativo	325
4.1. ¿Cuál es el origen de la información?.....	325
4.2. ¿Qué trabajo periodístico se realiza?	330
4.3. Implicación institucional.....	336
5. Estudio de Fuentes	341
5.1. ¿Cuál es la proporción de fuentes en la muestra?	341
5.2. Cruces de variables sobre fuentes:.....	347
5.3. Glosario de fuentes analizadas.....	354

1. ESTUDIO DE LOS INDICADORES DE LOCALIZACIÓN

Reparto de las noticias en las distintas secciones y las principales diferencias entre los tres diarios analizados.

Tabla de contingencia Diario * Sección

% dentro de Diario

		Sección						Total
		Portada	Opinión	Local/provincia	Andalucía	Economía	Contraportada	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	5,7%	1,0%	6,7%	1,0%	85,7%		100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	8,6%	3,3%	6,6%		80,9%	0,7%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	4,4%	5,7%	0,6%	0,6%	88,7%		100,0%
Total		6,3%	3,6%	4,3%	0,5%	85,1%	0,2%	100,0%

Para comprobar si existen diferencias estadísticamente significativas se ha utilizado el test chi-cuadrado. En este caso, además, es necesario aplicar la corrección de Yates, obteniendo un p-valor de 0,315.

2. ESTUDIO DE INDICADORES DE VALORIZACIÓN

2.1. ¿QUÉ NOTICIAS APARECEN EN PORTADA?

Frecuencia con la que un tema de los analizados aparece en portada y diferencias por periódicos

Tabla de contingencia Diario * Aparición en portada

% dentro de Diario

		Aparición en portada		Total
		Si	No	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	8,6%	91,4%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	13,8%	86,2%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	9,4%	90,6%	100,0%
Total		10,8%	89,2%	100,0%

En este caso, dado que todas las frecuencias esperadas son mayores que 5, es aceptable usar el test chi-cuadrado, que arroja un p-valor de 0,32.

Relación entre temas y aparición en portada

Tabla de contingencia Diario * Tema

% dentro de Diario

		Tema						Total
		A400M	Aspectos empresariales	Financiación del A400M	Político	Vuelo inaugural del A400M	Otros productos aeronáuticos	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	44,4%				55,6%		100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	52,4%	4,8%	19,0%	4,8%	19,0%		100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	66,7%		6,7%		20,0%	6,7%	100,0%
Total		55,6%	2,2%	11,1%	2,2%	26,7%	2,2%	100,0%

Aplicando el test chi-cuadrado con la corrección de Yates, se obtiene un p-valor de 0,905, por lo que no existen diferencias significativas en los temas que salen en portada en los distintos diarios. Sin embargo, sí se aprecia una mayor proporción de noticias en portada relacionadas con el A400M que con el resto de temas.

Presencia de instituciones públicas en las noticias que aparecen en portada

Tabla de contingencia Diario * Implicación institucional

% dentro de Diario

		Implicación institucional		Total
		Institucional público	No institucional público	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	22,2%	77,8%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	61,9%	38,1%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	53,3%	46,7%	100,0%
Total		51,1%	48,9%	100,0%

El test de chi-cuadrado con la corrección de Yates da un p-valor de 0,278, lo que evidencia que no hay datos significativos que afirmen las diferencias entre los diarios, a pesar de que parece que *ABC de Sevilla* tiene sensiblemente menos noticias de carácter institucional público en portada que los otros dos diarios.

Hay que hacer constar que, cuando el p-valor de un test es mayor que el punto crítico (0,05), normalmente, no significa que no haya diferencias entre diferencias, sino que con los datos observados no se puede asegurar que haya diferencias con un cierto margen de seguridad, aunque a simple vista parece que sí las hay. Esto ocurre en este caso porque no se tienen las suficientes observaciones (número de noticias en portada=45).

Origen de la información de las noticias que aparecen en portada

Tabla de contingencia Diario * Origen de la información

% dentro de Diario

		Origen de la información				Total
		Iniciativa del periodista	Iniciativa de la fuente	Agencia de noticias	No se aprecia	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	55,6%	33,3%		11,1%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	23,8%	61,9%	4,8%	9,5%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	40,0%	46,7%	6,7%	6,7%	100,0%
Total		35,6%	51,1%	4,4%	8,9%	100,0%

El test de chi-cuadrado con corrección de Yates da un p-valor de 0,912. En este caso, tampoco hay evidencias significativas de diferencias, a pesar de apreciar un comportamiento distinto en *ABC de Sevilla*. La principal razón puede ser el bajo número de observaciones de noticias en portada (n=45), pero no es posible asegurar que estas diferencias se vuelvan significativas aumentando el número de observaciones.

2.2. ¿CUÁL ES LA EXTENSIÓN DE LAS NOTICIAS?

Relación entre la extensión y la aparición en portada

A partir de esta relación pueden establecerse dos estudios:

1. Comparación de la extensión de la noticia en función de si aparece o no en portada

Tabla de contingencia Aparición en portada * Extensión * Diario

% dentro de Aparición en portada

Diario	Extensión								Total
	Breve	Menos de media página	Media página	Más de media página	Una página	Página y media	Dos páginas		
<i>ABC de Sevilla</i>	Aparición en portada Si		22,2%	11,1%		11,1%	44,4%	11,1%	100,0%
	Aparición en portada No	15,6%	38,5%	12,5%	18,8%	10,4%	3,1%	1,0%	100,0%
	Total	14,3%	37,1%	12,4%	17,1%	10,5%	6,7%	1,9%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Aparición en portada Si	23,8%	19,0%		28,6%	14,3%	14,3%		100,0%
	Aparición en portada No	16,8%	50,4%	12,2%	11,5%	3,1%	3,8%	2,3%	100,0%
	Total	17,8%	46,1%	10,5%	13,8%	4,6%	5,3%	2,0%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Aparición en portada Si		46,7%	6,7%	20,0%	20,0%		6,7%	100,0%
	Aparición en portada No	16,0%	47,9%	10,4%	17,4%	7,6%	0,7%		100,0%
	Total	14,5%	47,8%	10,1%	17,6%	8,8%	0,6%	0,6%	100,0%
Total	Aparición en portada Si	11,1%	28,9%	4,4%	20,0%	15,6%	15,6%	4,4%	100,0%
	Aparición en portada No	16,2%	46,4%	11,6%	15,6%	6,7%	2,4%	1,1%	100,0%
	Total	15,6%	44,5%	10,8%	16,1%	7,7%	3,8%	1,4%	100,0%

Los siguientes test separados por diarios, y en total, dan los siguientes p-valores:

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,006
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,051
<i>Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,374
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,001

Se encuentran diferencias significativas en los diarios *ABC de Sevilla*, *Diario de Sevilla* (a nivel 0,1, pero casi se podría decir 0,05). Por el contrario, *El Correo de Andalucía* no evidencia dar una extensión diferente a las noticias sobre temas aeronáuticos en función de si están o en portada.

2. De las noticias que aparecen en portada (n=45) estudiar la relación entre la extensión y el diario

Tabla de contingencia Diario * Extensión

% dentro de Diario

		Extensión							Total
		Breve	Menos de media página	Media página	Más de media página	Una página	Página y media	Dos páginas	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>		22,2%	11,1%		11,1%	44,4%	11,1%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	23,8%	19,0%		28,6%	14,3%	14,3%		100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>		46,7%	6,7%	20,0%	20,0%		6,7%	100,0%
Total		11,1%	28,9%	4,4%	20,0%	15,6%	15,6%	4,4%	100,0%

El test chi-cuadrado con corrección de Yates da un p-valor de 0,514, por lo que no se puede afirmar nada en este caso. Nuevamente, el problema parece ser el escaso número de observaciones de noticias en portada. Agrupando los posibles valores de la extensión en tres categorías (hasta media página, hasta una página, hasta 2 páginas), se obtiene la siguiente tabla:

Tabla de contingencia Diario * Extensión (Agrupada)

% dentro de Diario

		Extensión (Agrupada)			Total
		Hasta media página	Hasta una página	Hasta 2 páginas	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	33,3%	11,1%	55,6%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	42,9%	42,9%	14,3%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	53,3%	40,0%	6,7%	100,0%
Total		44,4%	35,6%	20,0%	100,0%

Con un p-valor (chi-cuadrado Yates) de 0,189, nuevamente sin datos significativos. Al agrupar más las categorías (una página, más de una página) se obtiene la siguiente tabla:

Tabla de contingencia Diario * Extensión (Agrupada)

% dentro de Diario

		Extensión (Agrupada)		Total
		Hasta una página	Más de una página	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	44,4%	55,6%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	85,7%	14,3%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	93,3%	6,7%	100,0%
Total		80,0%	20,0%	100,0%

Con un p-valor de 0,046 (chi-cuadrado con corrección de Yates), sí evidencia diferencias significativas, dentro de las noticias que están en portada, de la extensión de la misma entre los distintos diarios. Al agrupar para compensar el bajo número de observaciones, se detecta claramente que ABC tiende a desarrollar con más extensión las noticias aeronáuticas que aparecen en portada.

Relación entre la extensión y la presencia del periodista

Tabla de contingencia Presencia en el lugar de los hechos * Extensión * Diario
% dentro de Presencia en el lugar de los hechos

Diario		Extensión							Total
		Breve	Menos de media página	Media página	Más de media página	Una página	Página y media	Dos páginas	
ABC de Sevilla	Con presencia en acontecimientos programados	16,3%	20,9%	9,3%	18,6%	18,6%	11,6%	4,7%	100,0%
	Periodismo de mesa	11,3%	49,1%	11,3%	18,9%	5,7%	3,8%		100,0%
	Relato impreciso	22,2%	44,4%	33,3%					100,0%
	Total	14,3%	37,1%	12,4%	17,1%	10,5%	6,7%	1,9%	100,0%
Diario de Sevilla	Periodismo de calle	20,0%		20,0%	20,0%		20,0%	20,0%	100,0%
	Con presencia en acontecimientos programados	14,6%	31,7%	9,8%	19,5%	9,8%	12,2%	2,4%	100,0%
	Periodismo de mesa	14,1%	55,1%	11,5%	11,5%	3,8%	2,6%	1,3%	100,0%
	Relato impreciso	32,1%	50,0%	7,1%	10,7%				100,0%
Total	17,8%	46,1%	10,5%	13,8%	4,6%	5,3%	2,0%	100,0%	
El Correo de Andalucía	Periodismo de calle					100,0%			100,0%
	Con presencia en acontecimientos programados	9,6%	38,5%	7,7%	21,2%	19,2%	1,9%	1,9%	100,0%
	Periodismo de mesa	13,6%	51,9%	11,1%	21,0%	2,5%			100,0%
	Relato impreciso	29,2%	58,3%	12,5%					100,0%
Total	14,5%	47,8%	10,1%	17,6%	8,8%	0,6%	0,6%	100,0%	
Total	Periodismo de calle	14,3%		14,3%	14,3%	28,6%	14,3%	14,3%	100,0%
	Con presencia en acontecimientos programados	13,2%	30,9%	8,8%	19,9%	16,2%	8,1%	2,9%	100,0%
	Periodismo de mesa	13,2%	52,4%	11,3%	17,0%	3,8%	1,9%	0,5%	100,0%
	Relato impreciso	29,5%	52,5%	13,1%	4,9%				100,0%
Total	15,6%	44,5%	10,8%	16,1%	7,7%	3,8%	1,4%	100,0%	

Aplicando los test a cada diario:

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,384
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,598
<i>Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

En los diarios *ABC* y *Diario de Sevilla* no hay datos que evidencien la existencia de relación alguna entre la presencia del periodista y la extensión de la misma, la cual sí es significativa en *El Correo de Andalucía*. En general, se aprecia en los 3 diarios que el periodismo de mesa y el relato impreciso tienden a tener extensiones más cortas que el resto de los tipos de presencia.

2.3. ¿QUÉ ELEMENTOS DE APOYO SE UTILIZAN EN LAS INFORMACIONES?

Tabla de contingencia Diario * Elementos de apoyo

% dentro de Diario

		Elementos de apoyo				Total
		Ninguno	Fotografía	Infografía	Despiece	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	37,1%	56,2%	4,8%	1,9%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	46,1%	50,7%	3,3%		100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	48,4%	50,3%	1,3%		100,0%
Total		44,7%	51,9%	2,9%	0,5%	100,0%

Chi-cuadrado con corrección de Yates: p-valor=0,447. No hay evidencias para señalar que haya diferencias significativas en el uso que los diarios hacen de los distintos elementos de apoyo.

2.4. ¿QUÉ RANGO DE NOTICIA SE UTILIZA?

Tabla de contingencia Diario * Rango

% dentro de Diario

		Rango				Total
		Noticias principales	Noticias secundarias	Noticias terciarias	Noticias breves	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	54,3%	29,5%	11,4%	4,8%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	47,4%	27,6%	14,5%	10,5%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	47,8%	27,7%	16,4%	8,2%	100,0%
Total		49,3%	28,1%	14,4%	8,2%	100,0%

El test chi-cuadrado arroja un p-valor de 0,622, por lo que no hay diferencias significativas en las frecuencias de los rangos de noticias entre los distintos periódicos.

Distinguir los rangos dentro de los subtemas planteados

Tabla de contingencia Tema * Rango * Diario

% dentro de Tema

Diario		Rango				Total
		Noticias principales	Noticias secundarias	Noticias terciarias	Noticias breves	
<i>ABC de Sevilla</i>	A400M	63,8%	21,3%	10,6%	4,3%	100,0%
	Aspectos empresariales	40,0%	44,0%	12,0%	4,0%	100,0%
	Financiación del A400M	55,0%	30,0%	5,0%	10,0%	100,0%
	Político			100,0%		100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	50,0%	40,0%	10,0%		100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%				100,0%
	Total	54,3%	29,5%	11,4%	4,8%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	A400M	48,6%	22,9%	20,0%	8,6%	100,0%
	Aspectos empresariales	50,0%	28,1%	12,5%	9,4%	100,0%
	Financiación del A400M	35,3%	38,2%	8,8%	17,6%	100,0%
	Político		100,0%			100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	71,4%	21,4%		7,1%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M			100,0%		100,0%
	Total	47,4%	27,6%	14,5%	10,5%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	A400M	47,6%	23,8%	19,0%	9,5%	100,0%
	Investigación	50,0%	50,0%			100,0%
	Aspectos empresariales	52,0%	32,0%	8,0%	8,0%	100,0%
	Financiación del A400M	37,1%	31,4%	22,9%	8,6%	100,0%

Tabla de contingencia Tema * Rango * Diario

% dentro de Tema

Diario		Rango				Total
		Noticias principales	Noticias secundarias	Noticias terciarias	Noticias breves	
	Político	50,0%	50,0%			100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	77,8%	22,2%			100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%				100,0%
	Otros productos aeronáuticos		100,0%			100,0%
	Total	47,8%	27,7%	16,4%	8,2%	100,0%
Total	A400M	51,7%	22,9%	17,4%	8,0%	100,0%
	Investigación	50,0%	50,0%			100,0%
	Aspectos empresariales	47,6%	34,1%	11,0%	7,3%	100,0%
	Financiación del A400M	40,4%	33,7%	13,5%	12,4%	100,0%
	Político	20,0%	40,0%	40,0%		100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	66,7%	27,3%	3,0%	3,0%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	66,7%		33,3%		100,0%
	Otros productos aeronáuticos		100,0%			100,0%
	Total	49,3%	28,1%	14,4%	8,2%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,199
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,645
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,923
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,634

2.5. ¿QUÉ TIPO DE TITULAR ES EL MÁS COMÚN?

Tabla de contingencia Diario * Titular

% dentro de Diario

		Titular		Total
		Interés enfocado en el asunto aeronáutico	Interés enfocado en una personalidad, empresa o institución	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	43,8%	56,2%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	54,6%	45,4%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	57,9%	42,1%	100,0%
Total		53,1%	46,9%	100,0%

El test chi-cuadrado de Pearson arroja un p-valor de 0,073, por lo que a un nivel 0,1 se podría afirmar que los diarios tienen distintos tratamientos en los porcentajes en el tipo de titular. Dado que los porcentajes entre ambos tipos de titular son similares entre sí y cercanos al 50 %, cabe preguntarse si se pueden considerar iguales. Para ello se aplica una prueba binomial de una muestra por cada periódico y al total.

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Prueba binomial de una muestra	0,242
<i>Diario de Sevilla</i>	Prueba binomial de una muestra	0,292
<i>El Correo de Andalucía</i>	Prueba binomial de una muestra	0,057
Total (sin distinguir diarios)	Prueba binomial de una muestra	0,220

Se observa que en *ABC* y *Diario de Sevilla* no hay evidencias para afirmar que ningún titular sea más probable que otro, mientras que en *El Correo de Andalucía* sí se puede afirmar con $p=0,1$ (¡casi $p=0,05!$) que hay más proporción de titulares enfocados en el asunto aeronáutico que en empresa, persona o institución.

2.6. ¿QUÉ CONTINUIDAD SE DA A LAS INFORMACIONES?

Relación de continuidad con temática

Tabla de contingencia Tema * Continuidad de la noticia * Diario
% dentro de Tema

Diario		Continuidad de la noticia				Total
		Acontecimiento esporádico	Acontecimiento en río	Noticias fragmentadas	Noticias fragmentadas en río	
ABC de Sevilla	A400M	27,7%	59,6%	12,8%		100,0%
	Aspectos empresariales	20,0%	36,0%	44,0%		100,0%
	Financiación del A400M	5,0%	85,0%		10,0%	100,0%
	Político	100,0%				100,0%
	Vuelo inaugural del A400M		80,0%	20,0%		100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%				100,0%
	Total		21,0%	59,0%	18,1%	1,9%
Diario de Sevilla	A400M	32,9%	42,9%	11,4%	12,9%	100,0%
	Aspectos empresariales	34,4%	28,1%	25,0%	12,5%	100,0%
	Financiación del A400M	8,8%	70,6%	5,9%	14,7%	100,0%
	Político		100,0%			100,0%
	Vuelo inaugural del A400M		85,7%	14,3%		100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%				100,0%
	Total		25,0%	50,0%	13,2%	11,8%
El Correo de Andalucía	A400M	36,9%	29,8%	13,1%	20,2%	100,0%
	Investigación	50,0%			50,0%	100,0%
	Aspectos empresariales	28,0%	36,0%	24,0%	12,0%	100,0%
	Financiación del A400M		85,7%	8,6%	5,7%	100,0%
	Político	100,0%				100,0%
	Vuelo inaugural del A400M		88,9%	11,1%		100,0%
	Escuela de pilotos del A400M		100,0%			100,0%
Otros productos aeronáuticos				100,0%	100,0%	
Total		25,8%	45,9%	13,2%	15,1%	100,0%
Total	A400M	33,3%	41,3%	12,4%	12,9%	100,0%
	Investigación	50,0%			50,0%	100,0%
	Aspectos empresariales	28,0%	32,9%	30,5%	8,5%	100,0%
	Financiación del A400M	4,5%	79,8%	5,6%	10,1%	100,0%
	Político	80,0%	20,0%			100,0%
	Vuelo inaugural del A400M		84,8%	15,2%		100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	66,7%	33,3%			100,0%
Otros productos aeronáuticos				100,0%	100,0%	
Total		24,3%	50,7%	14,4%	10,6%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,00
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,04
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,002
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,00

Los contrastes chi-cuadrado con la corrección de Yates permiten afirmar con un nivel de significación del 0,01 (0,05 en el caso de *Diario de Sevilla*) que existen diferencias en la continuidad de la noticia respecto al tema de la misma. Estas diferencias existen en cada diario y globalmente también.

Relación de la continuidad con la presencia del periodista

Tabla de contingencia Presencia en el lugar de los hechos * Continuidad de la noticia * Diario
% dentro de Presencia en el lugar de los hechos

Diario	Continuidad de la noticia				Total	
	Acontecimiento esporádico	Acontecimiento en río	Noticias fragmentadas	Noticias fragmentadas en río		
<i>ABC de Sevilla</i>	Con presencia en acontecimientos programados	18,6%	62,8%	18,6%	100,0%	
	Periodismo de mesa	20,8%	54,7%	20,8%	100,0%	
	Relato impreciso	33,3%	66,7%		100,0%	
	Total	21,0%	59,0%	18,1%	1,9%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Periodismo de calle	40,0%	60,0%		100,0%	
	Con presencia en acontecimientos programados	12,2%	51,2%	22,0%	14,6%	100,0%
	Periodismo de mesa	30,8%	50,0%	7,7%	11,5%	100,0%
	Relato impreciso	25,0%	46,4%	17,9%	10,7%	100,0%
	Total	25,0%	50,0%	13,2%	11,8%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Periodismo de calle	100,0%			100,0%	
	Con presencia en acontecimientos programados	25,0%	26,9%	26,9%	21,2%	100,0%
	Periodismo de mesa	18,5%	56,8%	8,6%	16,0%	100,0%
	Relato impreciso	45,8%	54,2%			100,0%
Total	25,8%	45,9%	13,2%	15,1%	100,0%	
Total	Periodismo de calle	57,1%	42,9%		100,0%	
	Con presencia en acontecimientos programados	19,1%	45,6%	22,8%	12,5%	100,0%
	Periodismo de mesa	23,6%	53,8%	11,3%	11,3%	100,0%
	Relato impreciso	34,4%	52,5%	8,2%	4,9%	100,0%
	Total	24,3%	50,7%	14,4%	10,6%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,893
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,675
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,002
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,051

Se aprecian diferencias significativas en *El Correo de Andalucía*, donde la presencia del periodista sí depende de la continuidad de la noticia. En los otros dos diarios, los datos no arrojan datos relevantes.

Relación de la continuidad con el número de fuentes

Tabla de contingencia Continuidad de la noticia * Número de fuentes * Diario
% dentro de Continuidad de la noticia

Diario			Número de fuentes								Total
			0	1	2	3	4	5	6	8	
<i>ABC de Sevilla</i>	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	18,2%	36,4%	36,4%	4,5%	4,5%				100,0%
		Acontecimiento en río	12,9%	27,4%	33,9%	12,9%	11,3%	1,6%			100,0%
		Noticias fragmentadas	5,3%	52,6%	15,8%	10,5%	10,5%		5,3%		100,0%
		Noticias fragmentadas en río		50,0%			50,0%				100,0%
		Total	12,4%	34,3%	30,5%	10,5%	10,5%	1,0%	1,0%		100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	15,8%	50,0%	21,1%	13,2%					100,0%
		Acontecimiento en río	11,8%	50,0%	21,1%	7,9%	3,9%	3,9%		1,3%	100,0%
		Noticias fragmentadas	20,0%	40,0%	20,0%	15,0%	5,0%				100,0%
		Noticias fragmentadas en río		55,6%	27,8%	5,6%		11,1%			100,0%
		Total	12,5%	49,3%	21,7%	9,9%	2,6%	3,3%		0,7%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	19,5%	53,7%	12,2%	14,6%					100,0%
		Acontecimiento en río	9,6%	46,6%	24,7%	12,3%	4,1%		2,7%		100,0%
		Noticias fragmentadas	19,0%	66,7%	14,3%						100,0%
		Noticias fragmentadas en río	12,5%	58,3%	16,7%	12,5%					100,0%
		Total	13,8%	52,8%	18,9%	11,3%	1,9%		1,3%		100,0%
Total	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	17,8%	48,5%	20,8%	11,9%	1,0%				100,0%
		Acontecimiento en río	11,4%	42,2%	26,1%	10,9%	6,2%	1,9%	0,9%	0,5%	100,0%
		Noticias fragmentadas	15,0%	53,3%	16,7%	8,3%	5,0%		1,7%		100,0%
		Noticias fragmentadas en río	6,8%	56,8%	20,5%	9,1%	2,3%	4,5%			100,0%
		Total	13,0%	46,9%	22,8%	10,6%	4,3%	1,4%	0,7%	0,2%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,507
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,682
<i>Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,443
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,385

Los p-valores son todos altos porque hay demasiadas categorías y pocas observaciones por cada categoría. Al agrupar la variable Número de fuentes en 0, 1, 2 o más de 2 fuentes, se obtiene:

Tabla de contingencia Continuidad de la noticia * Número de fuentes * Diario
% dentro de Continuidad de la noticia

Diario			Número de fuentes				Total
			0	1	2	Más de 2	
<i>ABC de Sevilla</i>	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	18,2%	36,4%	36,4%	9,1%	100,0%
		Acontecimiento en río	12,9%	27,4%	33,9%	25,8%	100,0%
		Noticias fragmentadas	5,3%	52,6%	15,8%	26,3%	100,0%
		Noticias fragmentadas en río		50,0%		50,0%	100,0%
	Total		12,4%	34,3%	30,5%	22,9%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	15,8%	50,0%	21,1%	13,2%	100,0%
		Acontecimiento en río	11,8%	50,0%	21,1%	17,1%	100,0%
		Noticias fragmentadas	20,0%	40,0%	20,0%	20,0%	100,0%
		Noticias fragmentadas en río		55,6%	27,8%	16,7%	100,0%
	Total		12,5%	49,3%	21,7%	16,4%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	19,5%	53,7%	12,2%	14,6%	100,0%
		Acontecimiento en río	9,6%	46,6%	24,7%	19,2%	100,0%
		Noticias fragmentadas	19,0%	66,7%	14,3%		100,0%
		Noticias fragmentadas en río	12,5%	58,3%	16,7%	12,5%	100,0%
	Total		13,8%	52,8%	18,9%	14,5%	100,0%
Total	Continuidad de la noticia	Acontecimiento esporádico	17,8%	48,5%	20,8%	12,9%	100,0%
		Acontecimiento en río	11,4%	42,2%	26,1%	20,4%	100,0%
		Noticias fragmentadas	15,0%	53,3%	16,7%	15,0%	100,0%
		Noticias fragmentadas en río	6,8%	56,8%	20,5%	15,9%	100,0%
	Total		13,0%	46,9%	22,8%	17,3%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,795
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,984
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,630
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,492

3. ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS FORMALES

3.1. ¿QUÉ GÉNERO SE UTILIZA?

El siguiente gráfico de barras apiladas muestra la distribución del género de noticias según el periódico. A primera vista, parecen existir diferencias: hay que comprobar si esas diferencias son estadísticamente significativas o, por el contrario, pueden ser fruto del azar.

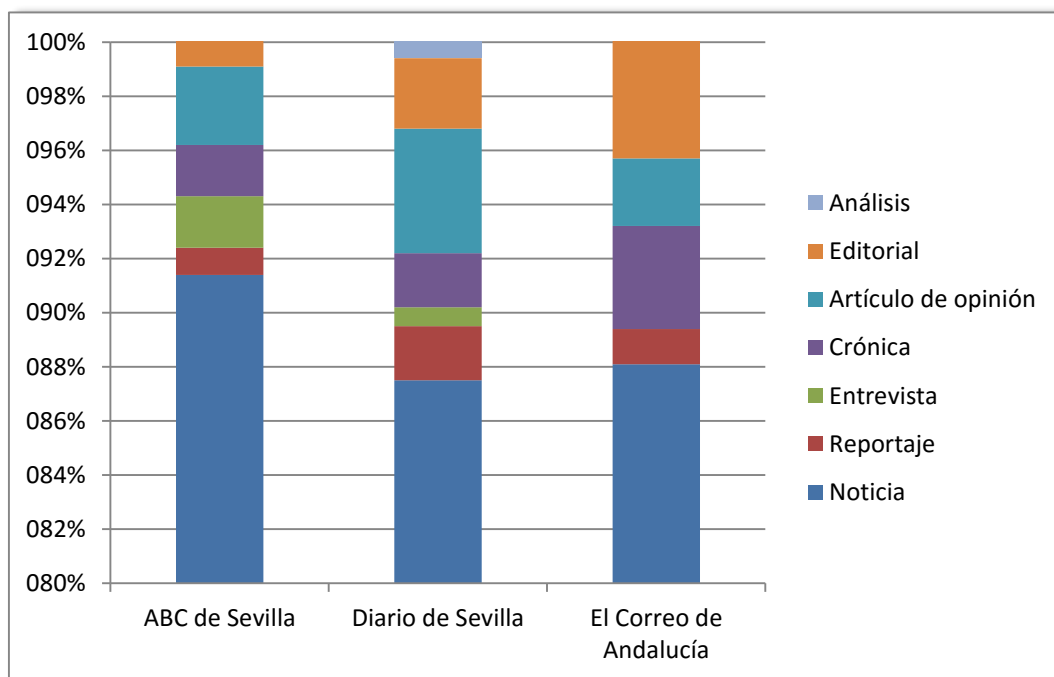


Tabla de contingencia Diario * Género

% dentro de Diario

		Género							Total
		Noticia	Reportaje	Entrevista	Crónica	Artículo de opinión	Editorial	Análisis	
Diario	ABC de Sevilla	91,4%	1,0%	1,9%	1,9%	2,9%	1,0%		100,0%
	Diario de Sevilla	87,5%	2,0%	0,7%	2,0%	4,6%	2,6%	0,7%	100,0%
	El Correo de Andalucía	88,1%	1,3%	0,0%	3,8%	2,5%	4,4%	0,0%	100,0%
Total		88,7%	1,4%	0,7%	2,6%	3,4%	2,9%	0,2%	100,0%

El test chi-cuadrado con la corrección de Yates da un p-valor de 0,978, debido principalmente a las bajas frecuencias en muchas de las categorías, ya que, como se observa, la mayoría de los géneros observados son de tipo Noticia. Al realizar una agrupación de la variable Género (en este caso Noticia y No noticia), se obtiene:

Tabla de contingencia Diario * Es de género Noticia

% dentro de Diario

		Es de género Noticia		Total
		Si	No	
Diario	ABC de Sevilla	91,4%	8,6%	100,0%
	Diario de Sevilla	87,5%	12,5%	100,0%
	El Correo de Andalucía	88,1%	11,9%	100,0%
Total		88,7%	11,3%	100,0%

Aquí se cumplen las frecuencias mínimas para no ser necesaria la corrección de Yates, y el test chi-cuadrado da un p-valor de 0,587, por lo que no se aprecian diferencias entre las distribuciones de géneros en los distintos diarios analizados.

3.2. ¿QUÉ ENFOQUE SE DA A LAS INFORMACIONES?

Relación del enfoque con el tema

Tabla de contingencia Enfoque * Tema * Diario

% dentro de Enfoque

Diario		Tema							Total	
		A400M	Investigación	Aspectos empresariales	Financiación del A400M	Político	Vuelo inaugural del A400M	Escuela de pilotos del A400M		Otros productos aeronáuticos
ABC de Sevilla	Enfoque científico			100,0%						100,0%
	Enfoque técnico	100,0%								100,0%
	Enfoque económico	35,1%		37,8%	27,0%					100,0%
	Enfoque Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	35,7%		7,1%		7,1%	42,9%	7,1%		100,0%
	Enfoque Político	34,4%		28,1%	31,3%	3,1%	3,1%			100,0%
	Enfoque Cuestiones aeronáuticas	82,4%					17,6%			100,0%
Total		44,8%		23,8%	19,0%	1,9%	9,5%	1,0%		100,0%

Tabla de contingencia Enfoque * Tema * Diario

% dentro de Enfoque

Diario		Tema							Total	
		A400M	Investigación	Aspectos empresariales	Financiación del A400M	Político	Vuelo inaugural del A400M	Escuela de pilotos del A400M		Otros productos aeronáuticos
Diario de Sevilla	Enfoque científico	50,0%		50,0%						100,0%
	Enfoque técnico	50,0%					50,0%			100,0%
	Enfoque económico	35,4%		30,4%	30,4%		3,8%			100,0%
	Enfoque Mixto	100,0%								100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	46,2%		15,4%			30,8%	7,7%		100,0%
	Político	50,0%		8,3%	41,7%					100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	67,7%		9,7%			3,2%	19,4%		100,0%
Total		46,1%		21,1%	22,4%	0,7%	9,2%	0,7%		100,0%
El Correo de Andalucía	Enfoque científico		66,7%	33,3%						100,0%
	Enfoque técnico	75,0%					25,0%			100,0%
	Enfoque económico	49,3%		23,2%	27,5%					100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	35,7%		21,4%			35,7%	7,1%		100,0%
	Político	33,3%		3,7%	59,3%	3,7%				100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	78,6%		9,5%			2,4%	7,1%	2,4%	100,0%
	Total		52,8%	1,3%	15,7%	22,0%	1,3%	5,7%	0,6%	0,6%
Total	Enfoque científico	16,7%	33,3%	50,0%						100,0%
	Enfoque técnico	80,0%					20,0%			100,0%
	Enfoque económico	40,5%		29,2%	28,6%		1,6%			100,0%
	Enfoque Mixto	100,0%								100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	39,0%		14,6%			2,4%	36,6%	7,3%	100,0%
	Político	38,6%		14,5%	43,4%	2,4%	1,2%			100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	75,6%		7,8%			2,2%	13,3%	1,1%	100,0%
Total		48,3%	0,5%	19,7%	21,4%	1,2%	7,9%	0,7%	0,2%	100,0%

Los contrastes de independencia chi-cuadrado, siendo necesaria la corrección de Yates en todos los casos, dan los siguientes p-valores:

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
El Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

Se observan diferencias significativas en los tres diarios en el enfoque utilizado respecto al tema. El A400M es el que tiene la mayor variedad de enfoques, por ser el tema con mayor frecuencia de aparición.

Relación del enfoque con la presencia

Tabla de contingencia Enfoque * Presencia en el lugar de los hechos * Diario
% dentro de Enfoque

Diario		Presencia en el lugar de los hechos				Total
		Periodismo de calle	Con presencia en acontecimientos programados	Periodismo de mesa	Relato impreciso	
ABC de Sevilla	Enfoque científico		100,0%			100,0%
	Enfoque técnico		25,0%	75,0%		100,0%
	Enfoque económico		29,7%	62,2%	8,1%	100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro		64,3%	28,6%	7,1%	100,0%
	Político		50,0%	43,8%	6,3%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas		29,4%	52,9%	17,6%	100,0%
	Total			41,0%	50,5%	8,6%
Diario de Sevilla	Enfoque científico			100,0%		100,0%
	Enfoque técnico		50,0%	50,0%		100,0%
	Enfoque económico	3,8%	19,0%	59,5%	17,7%	100,0%
	Mixto			100,0%		100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	7,7%	38,5%	30,8%	23,1%	100,0%
	Político	4,2%	33,3%	50,0%	12,5%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas		38,7%	35,5%	25,8%	100,0%
Total		3,3%	27,0%	51,3%	18,4%	100,0%
El Correo de Andalucía	Enfoque científico		66,7%	33,3%		100,0%
	Enfoque técnico	25,0%	25,0%		50,0%	100,0%
	Enfoque económico		26,1%	65,2%	8,7%	100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro		42,9%	35,7%	21,4%	100,0%
	Político		33,3%	40,7%	25,9%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	2,4%	38,1%	45,2%	14,3%	100,0%
	Total		1,3%	32,7%	50,9%	15,1%
Total	Enfoque científico		50,0%	50,0%		100,0%
	Enfoque técnico	10,0%	30,0%	40,0%	20,0%	100,0%
	Enfoque económico	1,6%	23,8%	62,2%	12,4%	100,0%
	Mixto			100,0%		100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	2,4%	48,8%	31,7%	17,1%	100,0%
	Político	1,2%	39,8%	44,6%	14,5%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	1,1%	36,7%	43,3%	18,9%	100,0%
	Total		1,7%	32,7%	51,0%	14,7%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,634
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,290
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,142
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,008

En los datos totales se puede afirmar, dado al nivel de significación alto, que existe una dependencia entre el enfoque de los temas y la presencia del periodista. El hecho de no obtener resultados significativos dentro de cada diario puede deberse a que sean necesarias más observaciones para obtener diferencias estadísticamente relevantes.

Relación del enfoque con el origen de la información

Tabla de contingencia Enfoque * Origen de la información * Diario

% dentro de Enfoque

Diario		Origen de la información					Total
		Iniciativa del periodista	Iniciativa de la fuente	Agencia de noticias	Medios generalistas	No se aprecia	
<i>ABC de Sevilla</i>	Enfoque científico		100,0%				100,0%
	Enfoque técnico		75,0%			25,0%	100,0%
	Enfoque económico	13,5%	56,8%	5,4%		24,3%	100,0%
	Enfoque Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	21,4%	35,7%			42,9%	100,0%
	Enfoque Político	15,6%	68,8%	3,1%		12,5%	100,0%
	Enfoque Cuestiones aeronáuticas	11,8%	47,1%	11,8%		29,4%	100,0%
	Total	14,3%	57,1%	4,8%		23,8%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Enfoque científico		100,0%				100,0%
	Enfoque técnico	50,0%	50,0%				100,0%
	Enfoque económico	19,0%	35,4%	22,8%	2,5%	20,3%	100,0%
	Enfoque Mixto	100,0%					100,0%
	Enfoque Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	7,7%	38,5%	15,4%		38,5%	100,0%
	Enfoque Político		70,8%	16,7%		12,5%	100,0%
	Enfoque Cuestiones aeronáuticas	3,2%	48,4%	12,9%		35,5%	100,0%
Total	12,5%	44,7%	18,4%	1,3%	23,0%	100,0%	
<i>El Correo de Andalucía</i>	Enfoque científico		33,3%			66,7%	100,0%
	Enfoque técnico	25,0%	25,0%			50,0%	100,0%
	Enfoque económico	18,8%	43,5%	2,9%		34,8%	100,0%
	Enfoque Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	21,4%	21,4%	7,1%		50,0%	100,0%
	Enfoque Político	7,4%	51,9%	18,5%	3,7%	18,5%	100,0%
	Enfoque Cuestiones aeronáuticas	7,1%	59,5%	2,4%		31,0%	100,0%
	Total	13,8%	46,5%	5,7%	0,6%	33,3%	100,0%

Tabla de contingencia Enfoque * Origen de la información * Diario

% dentro de Enfoque

Diario		Origen de la información					Total
		Iniciativa del periodista	Iniciativa de la fuente	Agencia de noticias	Medios generalistas	No se aprecia	
Total	Enfoque científico		66,7%			33,3%	100,0%
	Enfoque técnico	20,0%	50,0%			30,0%	100,0%
	Enfoque económico	17,8%	42,7%	11,9%	1,1%	26,5%	100,0%
	Mixto	100,0%					100,0%
	Acontecimiento de actualidad, sin un enfoque claro	17,1%	31,7%	7,3%		43,9%	100,0%
	Político	8,4%	63,9%	12,0%	1,2%	14,5%	100,0%
	Cuestiones aeronáuticas	6,7%	53,3%	7,8%		32,2%	100,0%
	Total	13,5%	48,6%	10,1%	0,7%	27,2%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,732
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,006
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

3.3. ¿CÓMO SE FIRMAN LAS INFORMACIONES?

El comportamiento general se puede resumir en el siguiente gráfico de sectores, que recoge el porcentaje de tipos de firma recogidos en las noticias analizadas:

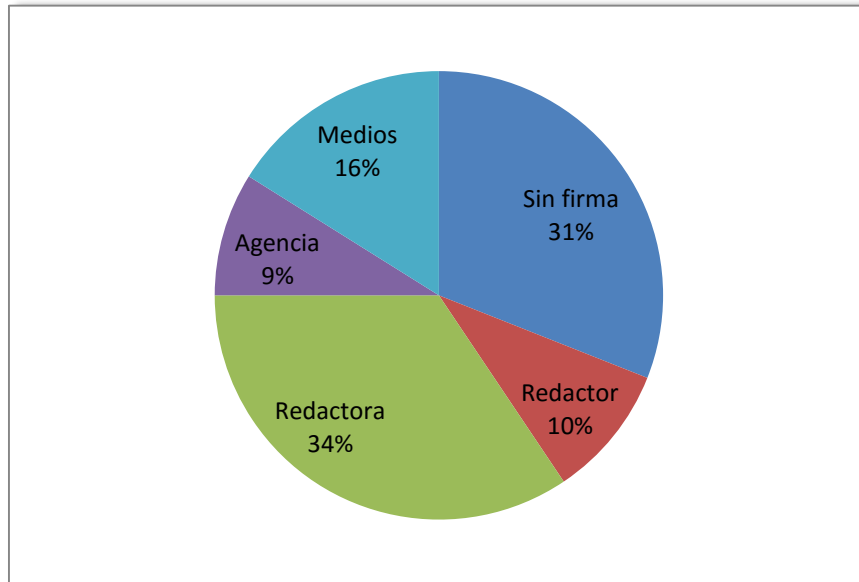


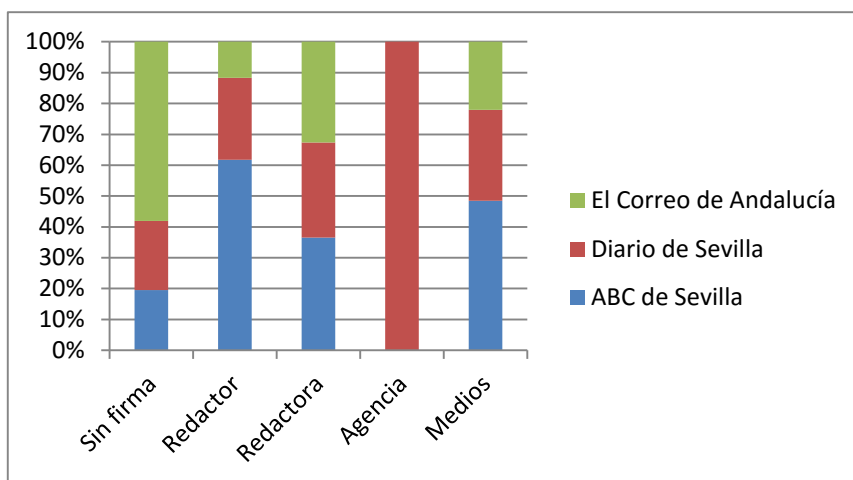
Tabla de contingencia Diario * Firma

% dentro de Diario

		Firma					Total
		Sin firma	Redactor	Redactora	Agencia	Medios	
Diario	ABC de Sevilla	17,1%	20,0%	38,1%		24,8%	100,0%
	Diario de Sevilla	19,7%	8,6%	32,2%	24,3%	15,1%	100,0%
	El Correo de Andalucía	50,9%	3,8%	34,0%		11,3%	100,0%
Total		31,0%	9,6%	34,4%	8,9%	16,1%	100,0%

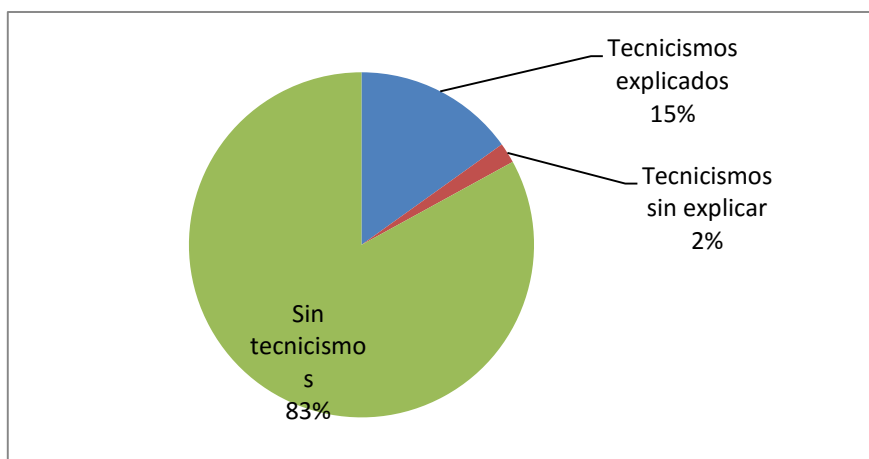
El test chi-cuadrado de independencia para dicha tabla da un valor de 0,000, por lo que existen diferencias significativas en las proporciones de los distintos tipos de firmas según el periódico. Se observa que el único diario que pone como firma una Agencia es *Diario de Sevilla* en un porcentaje significativo (24,3 %), o que *ABC de Sevilla* tiene un alto porcentaje de firmas de Redactor (20 %), comparado con el resto de diarios (8,6 % y 3,8 %).

También hay un alto porcentaje de noticias sin firma en *El Correo de Andalucía* (50,9 %). En la siguiente gráfica se pueden apreciar las diferencias:



3.4. ¿QUÉ USO DEL LENGUAJE SE DA EN LAS INFORMACIONES?

La distribución general del tipo de lenguaje utilizado se puede ver en la siguiente gráfica de sectores:



En general hay un alto porcentaje de noticias sin tecnicismos, frente a la existencia de estos, ya sea explicados o sin explicar.

Tabla de contingencia Diario * Lenguaje

% dentro de Diario

		Lenguaje			Total
		Tecnicismos explicados	Tecnicismos sin explicar	Sin tecnicismos	
Diario	ABC de Sevilla	13,3%	1,0%	85,7%	100,0%
	Diario de Sevilla	17,1%	3,9%	78,9%	100,0%
	El Correo de Andalucía	14,5%	0,6%	84,9%	100,0%
Total		15,1%	1,9%	82,9%	100,0%

El test chi-cuadrado con la corrección de Yates da un p-valor de 0,410, por lo que no existen evidencias para sugerir que haya diferencias en el lenguaje utilizado en cada diario. Al agrupar los valores de la variable Lenguaje en dos categorías (Con Tecnicismos/Sin Tecnicismos), para evitar casillas con bajas frecuencias, se obtiene un p-valor de 0,257, por lo que nuevamente no se puede afirmar que exista ninguna diferencia en el uso del lenguaje por parte de los diarios.

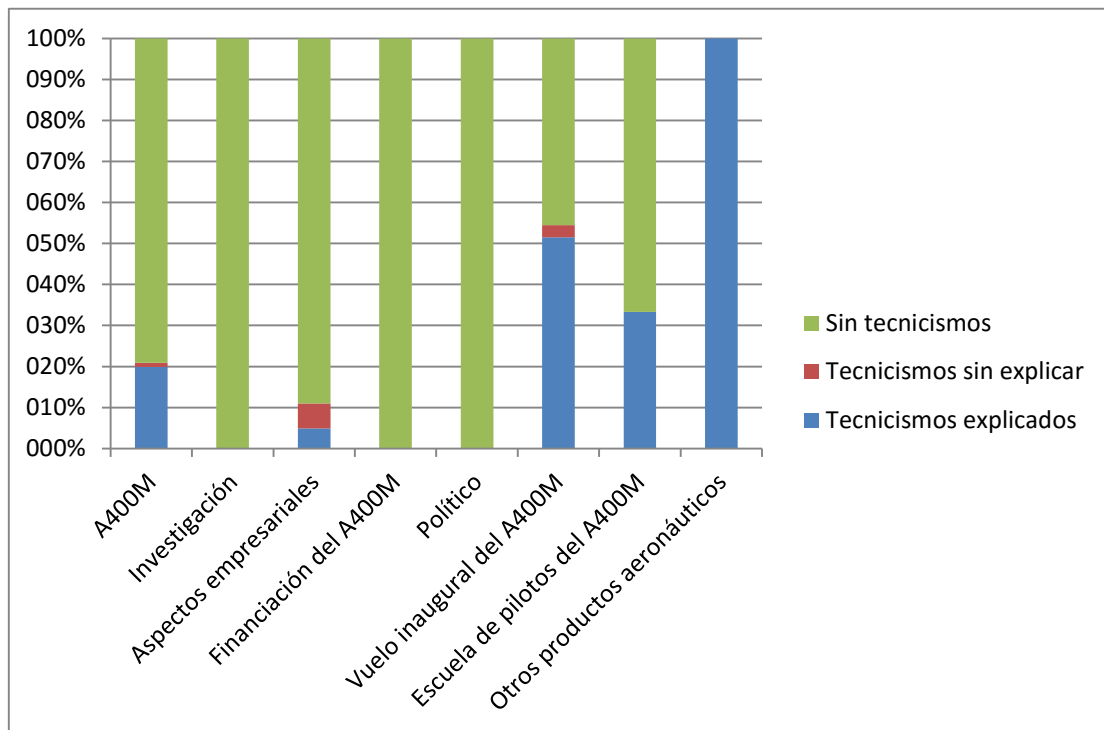
Relación de lenguaje con tema

Tabla de contingencia Tema * Lenguaje * Diario
% dentro de Tema

Diario	Tema	Lenguaje			Total
		Tecnicismos explicados	Tecnicismos sin explicar	Sin tecnicismos	
ABC de Sevilla	A400M	19,1%		80,9%	100,0%
	Aspectos empresariales		4,0%	96,0%	100,0%
	Financiación del A400M			100,0%	100,0%
	Político			100,0%	100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	50,0%		50,0%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M			100,0%	100,0%
	Total		13,3%	1,0%	85,7%
Diario de Sevilla	A400M	18,6%	2,9%	78,6%	100,0%
	Aspectos empresariales	12,5%	9,4%	78,1%	100,0%
	Financiación del A400M			100,0%	100,0%
	Político			100,0%	100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	57,1%	7,1%	35,7%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%			100,0%
	Total		17,1%	3,9%	78,9%
El Correo de Andalucía	A400M	21,4%		78,6%	100,0%
	Investigación			100,0%	100,0%
	Aspectos empresariales		4,0%	96,0%	100,0%
	Financiación del A400M			100,0%	100,0%
	Político			100,0%	100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	44,4%		55,6%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M			100,0%	100,0%
Otros productos aeronáuticos	100,0%			100,0%	
Total		14,5%	0,6%	84,9%	100,0%
Total	A400M	19,9%	1,0%	79,1%	100,0%
	Investigación			100,0%	100,0%
	Aspectos empresariales	4,9%	6,1%	89,0%	100,0%
	Financiación del A400M			100,0%	100,0%
	Político			100,0%	100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	51,5%	3,0%	45,5%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	33,3%		66,7%	100,0%
Otros productos aeronáuticos	100,0%			100,0%	
Total		15,1%	1,9%	82,9%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
El Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

Dentro de cada diario, existe dependencia entre el tema tratado y el lenguaje utilizado. Sin depender del diario, estas diferencias se reflejan en la siguiente gráfica de barras apiladas:



Relación de lenguaje con origen de la información

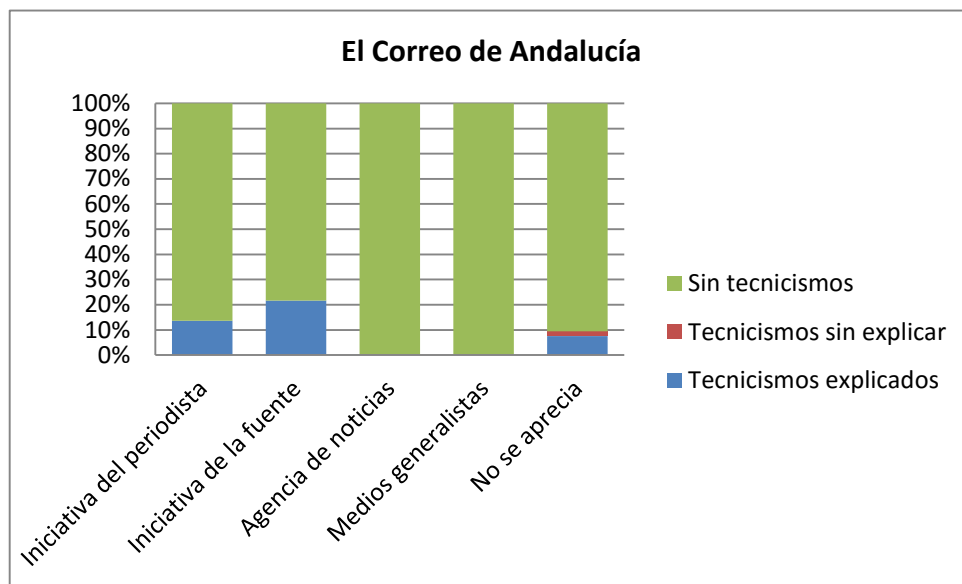
Tabla de contingencia Origen de la información * Lenguaje * Diario
% dentro de Origen de la información

Diario			Lenguaje			Total
			Tecnicismos explicados	Tecnicismos sin explicar	Sin tecnicismos	
<i>ABC de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	20,0%		80,0%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	10,0%	1,7%	88,3%	100,0%
		Agencia de noticias			100,0%	100,0%
		No se aprecia	20,0%		80,0%	100,0%
	Total		13,3%	1,0%	85,7%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	26,3%		73,7%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	20,6%	5,9%	73,5%	100,0%
		Agencia de noticias	3,6%	7,1%	89,3%	100,0%
		Medios generalistas			100,0%	100,0%
	No se aprecia	17,1%		82,9%	100,0%	
Total		17,1%	3,9%	78,9%	100,0%	
<i>El Correo de Andalucía</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	13,6%		86,4%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	21,6%		78,4%	100,0%
		Agencia de noticias			100,0%	100,0%
		Medios generalistas			100,0%	100,0%
	No se aprecia	7,5%	1,9%	90,6%	100,0%	
Total		14,5%	0,6%	84,9%	100,0%	
Total	Origen de la información	Iniciativa del periodista	19,6%		80,4%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	17,8%	2,5%	79,7%	100,0%
		Agencia de noticias	2,4%	4,8%	92,9%	100,0%
		Medios generalistas			100,0%	100,0%
	No se aprecia	13,3%	0,9%	85,8%	100,0%	
Total		15,1%	1,9%	82,9%	100,0%	

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,377
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,544
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,235

Mientras que en *ABC* y *Diario de Sevilla* no se observa una relación entre el lenguaje utilizado y el origen de la información, en *El Correo de Andalucía* sí se aprecia una dependencia entre ambas variables. En la siguiente gráfica de barras apiladas se

comprueba que las diferencias se basan en la existencia de más noticias con tecnicismos cuando la noticia es iniciativa de la fuente o del periodista, mientras que las agencias de noticias y medios generalistas no usan tecnicismos en ninguna de las noticias observadas.



3.5. ¿CÓMO SE EXPLICAN LOS HECHOS?

La tendencia general, sin depender de los diarios, de la explicación de los hechos se puede ver en el siguiente gráfico, en el que se aprecia una ligera predominancia de citas directas de las fuentes sobre expresiones propias del autor.

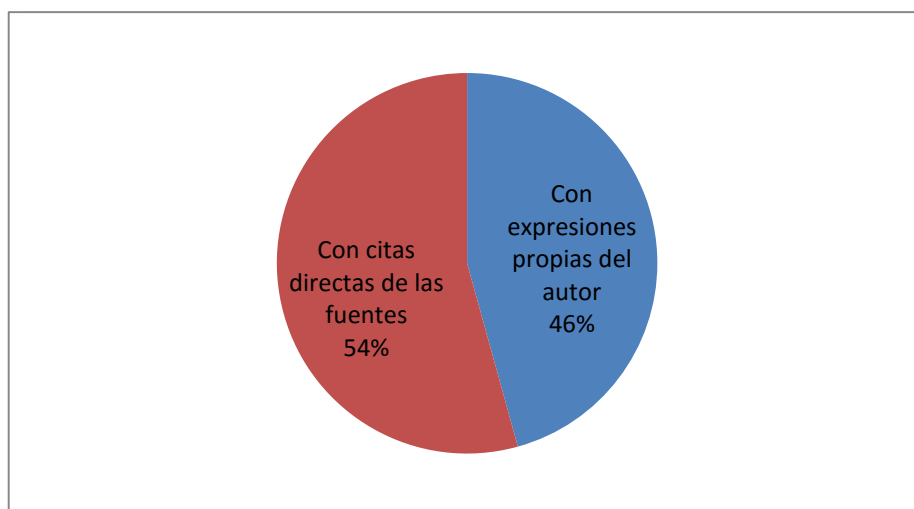


Tabla de contingencia Diario * Explicación del hecho

% dentro de Diario

		Explicación del hecho		Total
		Con expresiones propias del autor	Con citas directas de las fuentes	
Diario	<i>ABC de Sevilla</i>	45,7%	54,3%	100,0%
	<i>Diario de Sevilla</i>	43,4%	56,6%	100,0%
	<i>El Correo de Andalucía</i>	47,8%	52,2%	100,0%
Total		45,7%	54,3%	100,0%

El test chi-cuadrado da un p-valor de 0,741, por lo que no hay evidencias para suponer que haya diferencias entre la variable Explicación del hecho entre los distintos periódicos analizados.

El test chi-cuadrado de homogeneidad, que contrasta si los porcentajes de la variable Explicación del hecho se distribuyen homogéneamente (esto es 50% y 50%) da los siguientes valores dentro de cada diario y en general:

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado de homogeneidad	0,771
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado de homogeneidad	0,105
<i>Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado de homogeneidad	0,308
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado de homogeneidad	0,078

No hay evidencias estadísticas para afirmar que los porcentajes poblacionales (tanto dentro de cada diario como globalmente) de la variable Explicación del hecho sean distintas de 50% y 50%.

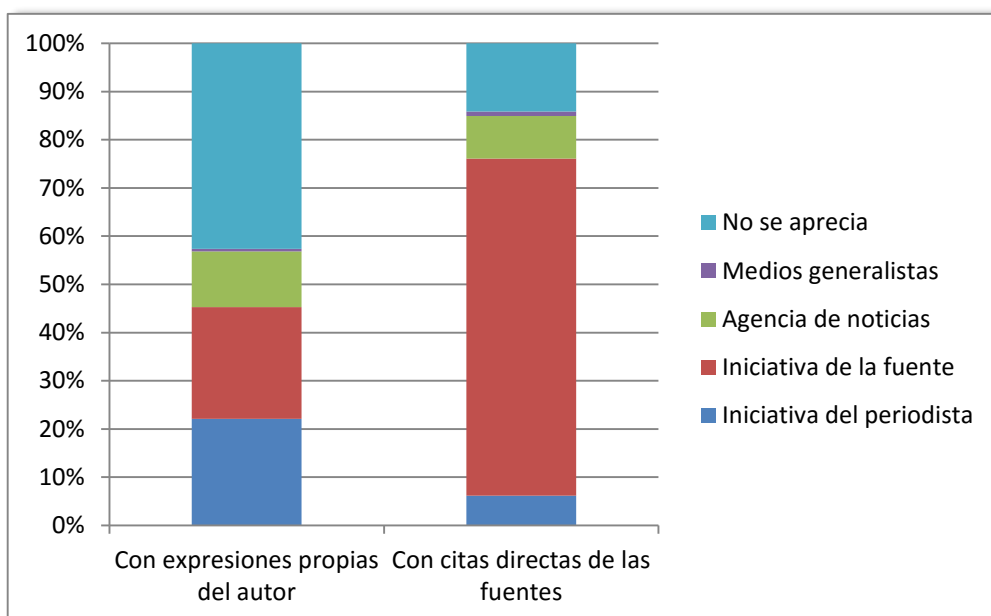
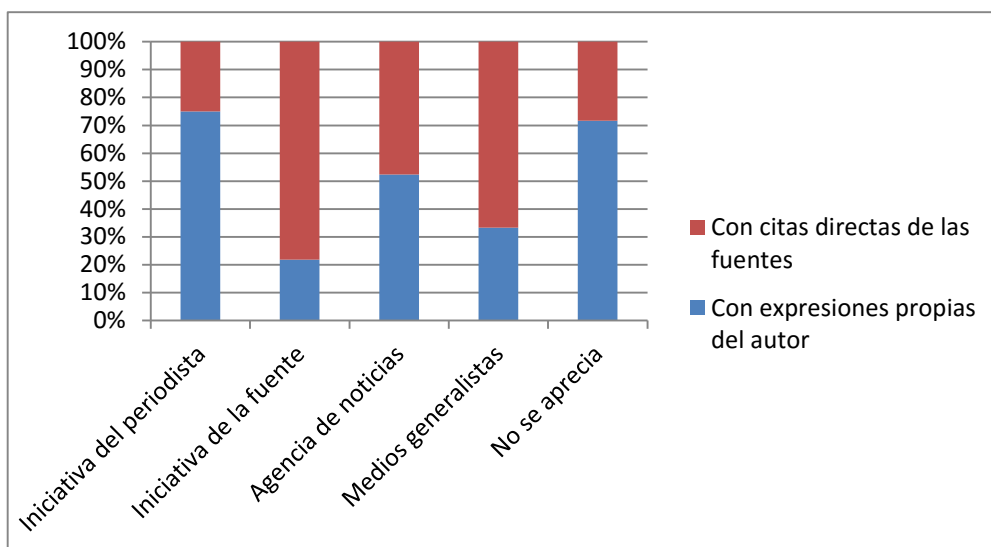
Relación con origen de la noticia

Tabla de contingencia Origen de la información * Explicación del hecho * Diario
% dentro de Origen de la información

Diario	Origen de la información	Explicación del hecho	Explicación del hecho		Total
			Con expresiones propias del autor	Con citas directas de las fuentes	
<i>ABC de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	80,0%	20,0%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	18,3%	81,7%	100,0%
		Agencia de noticias	80,0%	20,0%	100,0%
		No se aprecia	84,0%	16,0%	100,0%
	Total		45,7%	54,3%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	78,9%	21,1%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	19,1%	80,9%	100,0%
		Agencia de noticias	42,9%	57,1%	100,0%
		Medios generalistas	50,0%	50,0%	100,0%
	Total		71,4%	28,6%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	68,2%	31,8%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	27,0%	73,0%	100,0%
		Agencia de noticias	66,7%	33,3%	100,0%
		Medios generalistas		100,0%	100,0%
	Total		66,0%	34,0%	100,0%
Total	Origen de la información	Iniciativa del periodista	75,0%	25,0%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	21,8%	78,2%	100,0%
		Agencia de noticias	52,4%	47,6%	100,0%
		Medios generalistas	33,3%	66,7%	100,0%
	Total		71,7%	28,3%	100,0%
Total			45,7%	54,3%	100,0%

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, dentro de cada diario, y en general, existen evidencias significativas de una relación entre el origen de la información y la explicación de los hechos.

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000



3.6. ¿QUÉ ELEMENTOS DE CONTEXTO SE DAN?

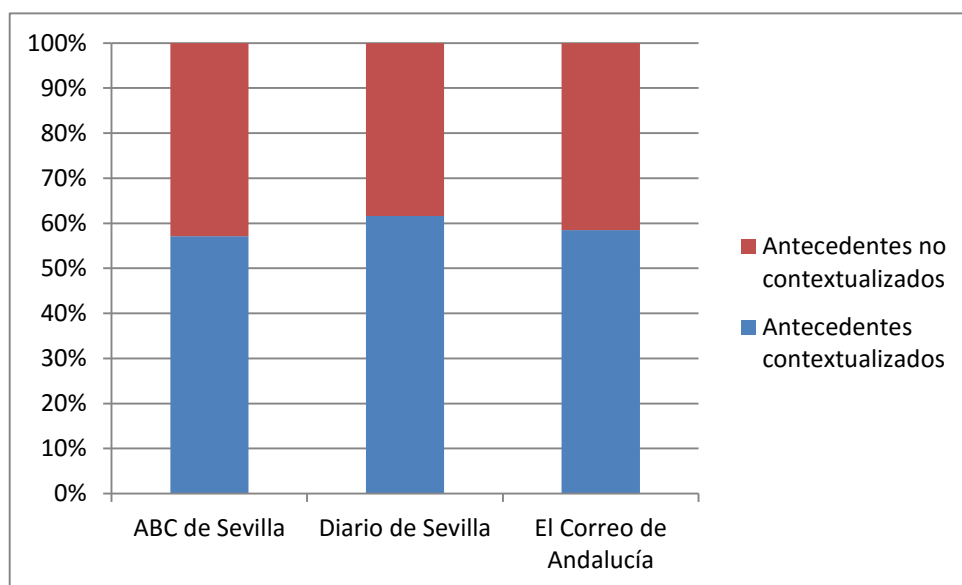
Relación del desarrollo de los antecedentes con el diario analizado:

Tabla de contingencia Diario * Desarrollo de antecedentes

% dentro de Diario

		Desarrollo de antecedentes		Total
		Antecedentes contextualizados	Antecedentes no contextualizados	
Diario	ABC de Sevilla	57,1%	42,9%	100,0%
	Diario de Sevilla	61,6%	38,4%	100,0%
	El Correo de Andalucía	58,5%	41,5%	100,0%
Total		59,3%	40,7%	100,0%

El p-valor del test chi-cuadrado es de 0,751, por lo que no se puede afirmar que existan diferencias entre el tratamiento de los antecedentes entre los distintos diarios.



A continuación, el estudio del desarrollo de las consecuencias en función del diario:

Tabla de contingencia Diario * Desarrollo de consecuencias

% dentro de Diario

		Desarrollo de consecuencias		Total
		Consecuencias contextualizadas	Consecuencias no contextualizadas	
Diario	ABC de Sevilla	28,6%	71,4%	100,0%
	Diario de Sevilla	30,3%	69,7%	100,0%
	El Correo de Andalucía	32,1%	67,9%	100,0%
Total		30,5%	69,5%	100,0%

En este caso, el p-valor del test chi-cuadrado de independencia da un valor de 0,829, por lo que no existen evidencias de dependencia entre el diario y el desarrollo de las consecuencias en las noticias estudiadas.

Relación de los elementos de contexto (antecedentes y consecuencias) con la presencia del periodista

Antecedentes

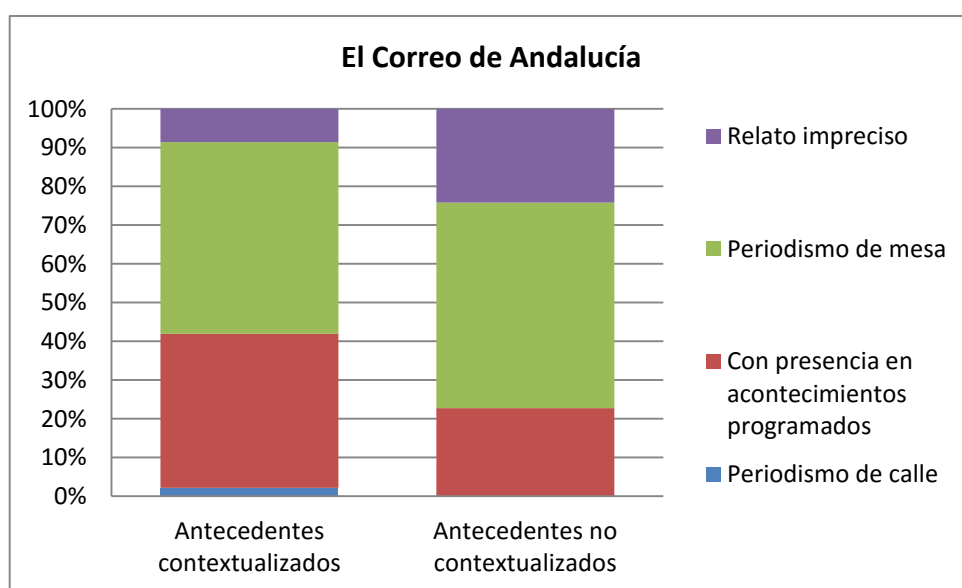
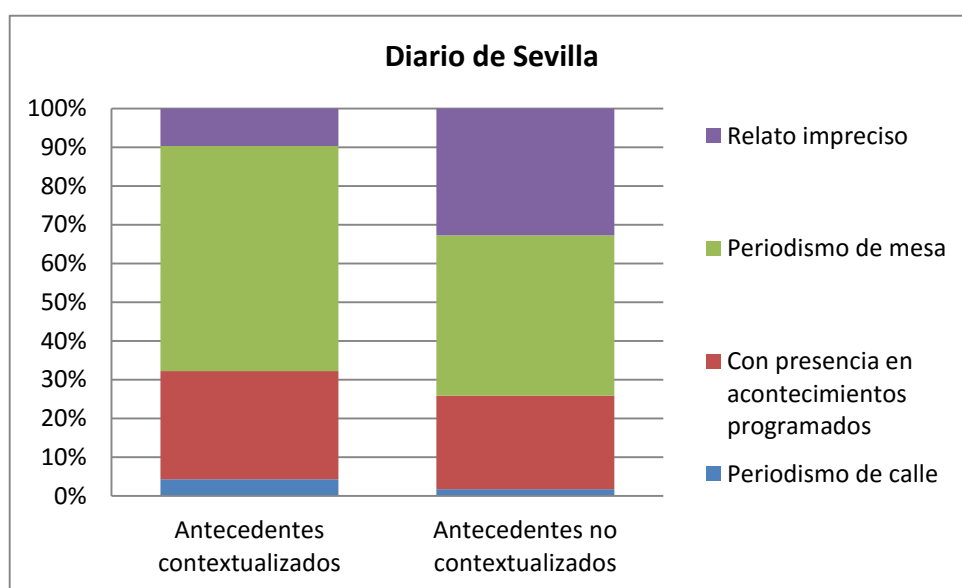
Tabla de contingencia Presencia en el lugar de los hechos * Desarrollo de antecedentes * Diario

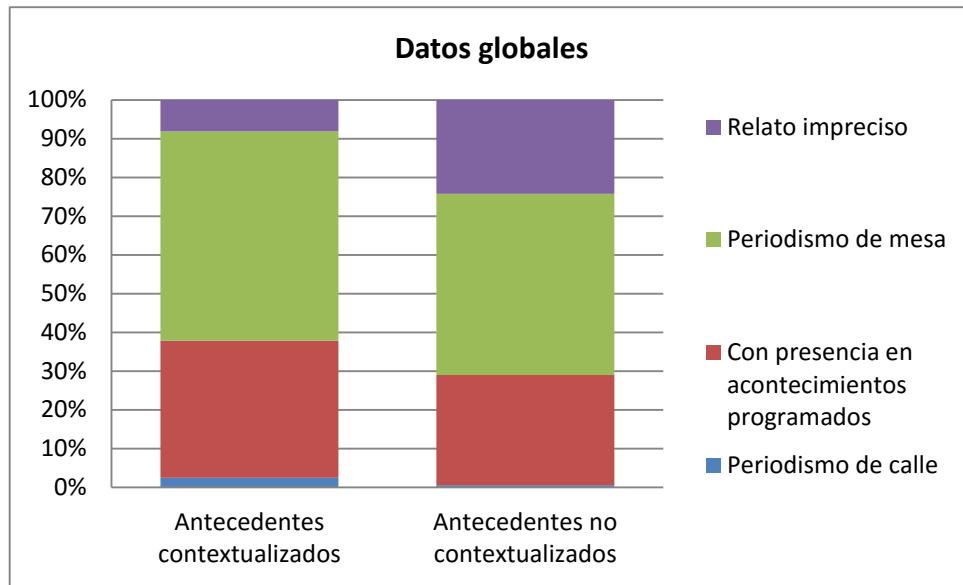
% dentro de Presencia en el lugar de los hechos

Diario			Desarrollo de antecedentes		Total
			Antecedentes contextualizados	Antecedentes no contextualizados	
<i>ABC de Sevilla</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Con presencia en acontecimientos programados	55,8%	44,2%	100,0%
		Periodismo de mesa	62,3%	37,7%	100,0%
		Relato impreciso	33,3%	66,7%	100,0%
	Total		57,1%	42,9%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	80,0%	20,0%	100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	65,0%	35,0%	100,0%
		Periodismo de mesa	69,2%	30,8%	100,0%
	Relato impreciso	32,1%	67,9%	100,0%	
Total		61,6%	38,4%	100,0%	
<i>El Correo de Andalucía</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	100,0%		100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	71,2%	28,8%	100,0%
		Periodismo de mesa	56,8%	43,2%	100,0%
	Relato impreciso	33,3%	66,7%	100,0%	
Total		58,5%	41,5%	100,0%	
Total	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	85,7%	14,3%	100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	64,4%	35,6%	100,0%
		Periodismo de mesa	62,7%	37,3%	100,0%
	Relato impreciso	32,8%	67,2%	100,0%	
Total		59,3%	40,7%	100,0%	

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,449
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,012
El Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,037
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

Se observan diferencias significativas en el tratamiento de los antecedentes en función del tipo de presencia en *Diario de Sevilla* y *El Correo de Andalucía*, así como en los datos globales.





Consecuencias

Tabla de contingencia Presencia en el texto * Desarrollo de consecuencias * Diario

% dentro de Presencia en el texto

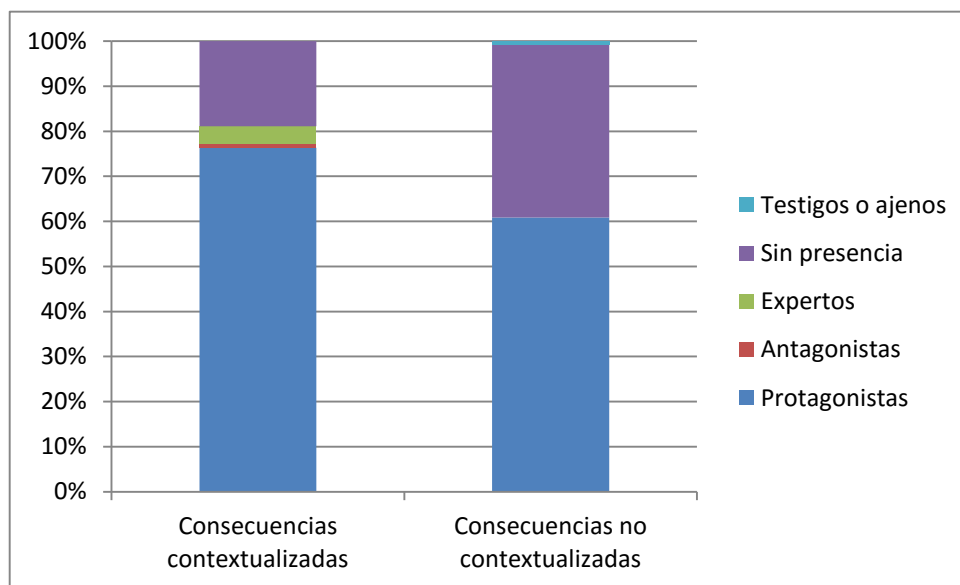
Diario		Desarrollo de consecuencias		Total	
		Consecuencias contextualizadas	Consecuencias no contextualizadas		
<i>ABC de Sevilla</i>	Presencia en el texto	Protagonistas	32,9%	67,1%	100,0%
		Antagonistas	100,0%		100,0%
		Expertos	100,0%		100,0%
		Sin presencia	15,2%	84,8%	100,0%
	Total		28,6%	71,4%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Presencia en el texto	Protagonistas	34,0%	66,0%	100,0%
		Expertos	100,0%		100,0%
		Sin presencia	20,5%	79,5%	100,0%
		Testigos o ajenos		100,0%	100,0%
	Total		30,3%	69,7%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Presencia en el texto	Protagonistas	39,2%	60,8%	100,0%
		Expertos	100,0%		100,0%
		Sin presencia	17,2%	82,8%	100,0%
		Testigos o ajenos		100,0%	100,0%
	Total		32,1%	67,9%	100,0%
Total	Presencia en el texto	Protagonistas	35,5%	64,5%	100,0%
		Antagonistas	100,0%		100,0%
		Expertos	100,0%		100,0%
		Sin presencia	17,8%	82,2%	100,0%
	Total		30,5%	69,5%	100,0%

Aplicando los test chi-cuadrado de independencia con la corrección de Yates, se obtienen los siguientes p-valores:

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,365
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,483
El Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,012
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

Los resultados son similares a la relación de antecedentes con presencia. No se aprecia una relación en el tratamiento de las consecuencias con la presencia, salvo en *El Correo de Andalucía* y en general, sin distinguir diarios.

La relación en total, sin distinguir diarios, se puede apreciar en las siguientes gráficas:



Al igual que con los antecedentes, se tiende a contextualizar más las consecuencias cuando la presencia en la noticia son antagonistas o expertos.

Relacionar elementos de contexto (antecedentes y consecuencias) con origen de la noticia

Antecedentes

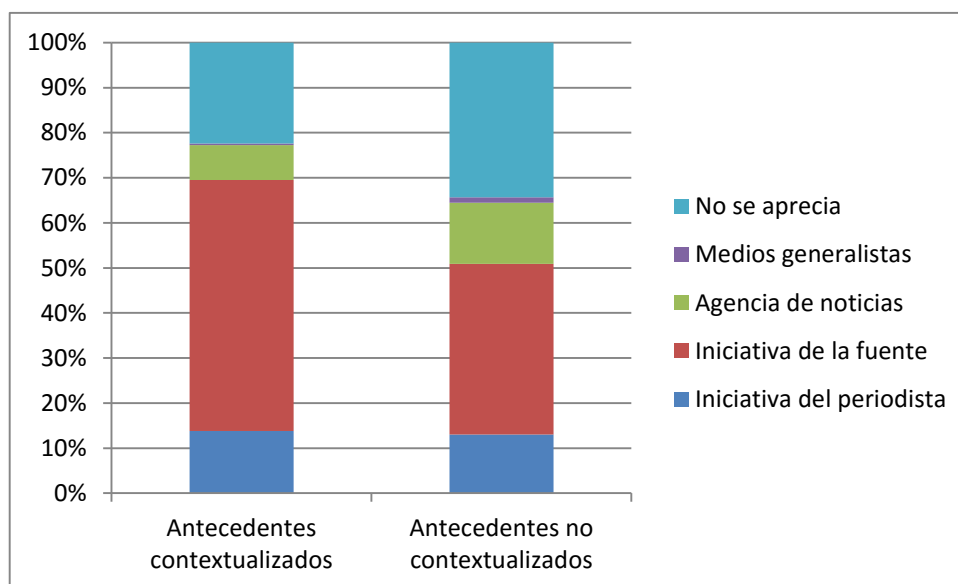
Tabla de contingencia Origen de la información * Desarrollo de antecedentes * Diario

% dentro de Origen de la información

Diario			Desarrollo de antecedentes		Total
			Antecedentes contextualizados	Antecedentes no contextualizados	
<i>ABC de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	60,0%	40,0%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	66,7%	33,3%	100,0%
		Agencia de noticias	20,0%	80,0%	100,0%
		No se aprecia	40,0%	60,0%	100,0%
		Total	57,1%	42,9%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	68,4%	31,6%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	70,1%	29,9%	100,0%
		Agencia de noticias	46,4%	53,6%	100,0%
		Medios generalistas	50,0%	50,0%	100,0%
		No se aprecia	54,3%	45,7%	100,0%
Total	61,6%	38,4%	100,0%		
<i>El Correo de Andalucía</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	54,5%	45,5%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	67,6%	32,4%	100,0%
		Agencia de noticias	55,6%	44,4%	100,0%
		Medios generalistas		100,0%	100,0%
		No se aprecia	49,1%	50,9%	100,0%
Total	58,5%	41,5%	100,0%		
Total	Origen de la información	Iniciativa del periodista	60,7%	39,3%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	68,2%	31,8%	100,0%
		Agencia de noticias	45,2%	54,8%	100,0%
		Medios generalistas	33,3%	66,7%	100,0%
		No se aprecia	48,7%	51,3%	100,0%
Total	59,3%	40,7%	100,0%		

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,127
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,325
El Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,433
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,007

Los datos recopilados para cada diario no muestran dependencias estadísticamente significativas entre el origen de la información y el desarrollo de antecedentes. Globalmente, sí se puede afirmar, con un p-valor de 0,007, que existe una relación entre el origen y el desarrollo de antecedentes. La siguiente gráfica da indicios de dicha relación:



Como puede verse, se aprecia un mayor porcentaje de antecedentes contextualizados cuando la noticia es iniciativa de la fuente. Cuando la noticia es iniciativa del periodista, este porcentaje no varía.

Consecuencias

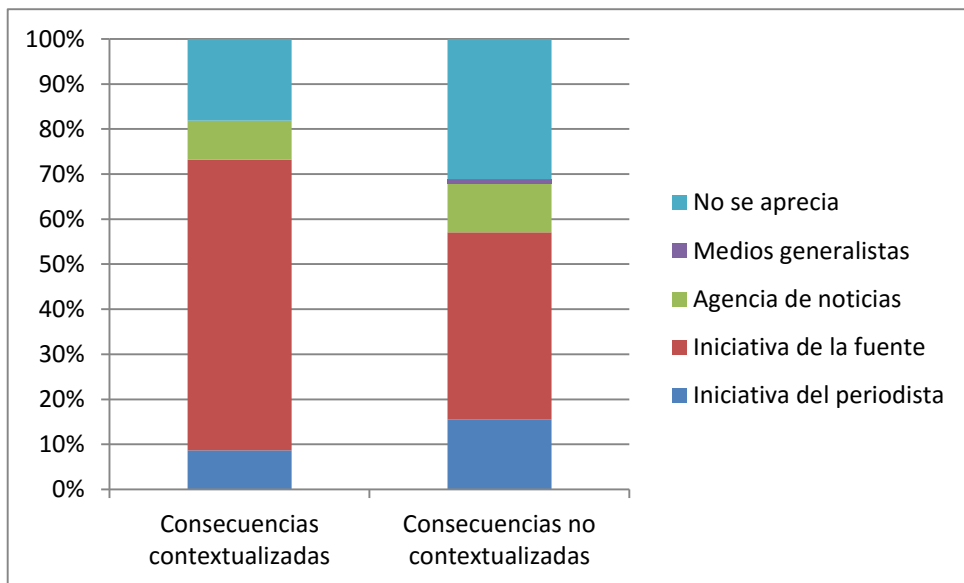
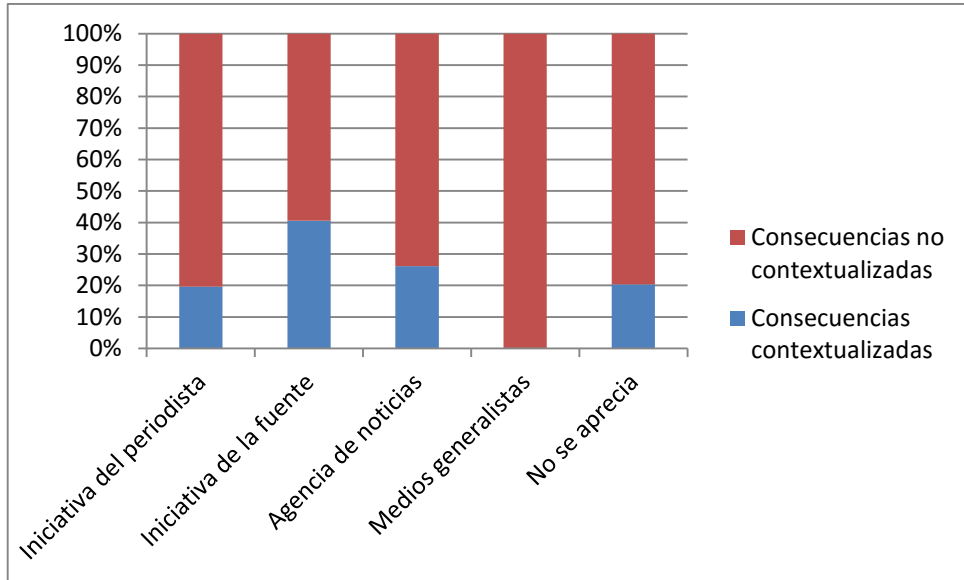
Tabla de contingencia Origen de la información * Desarrollo de consecuencias * Diario

% dentro de Origen de la información

Diario		Origen de la información	Desarrollo de consecuencias		Total
			Consecuencias contextualizadas	Consecuencias no contextualizadas	
<i>ABC de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	20,0%	80,0%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	36,7%	63,3%	100,0%
		Agencia de noticias	20,0%	80,0%	100,0%
		No se aprecia	16,0%	84,0%	100,0%
		Total	28,6%	71,4%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	26,3%	73,7%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	39,7%	60,3%	100,0%
		Agencia de noticias	32,1%	67,9%	100,0%
		Medios generalistas	14,3%	100,0%	100,0%
		No se aprecia	14,3%	85,7%	100,0%
Total	30,3%	69,7%	100,0%		
<i>El Correo de Andalucía</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	13,6%	86,4%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	44,6%	55,4%	100,0%
		Agencia de noticias	11,1%	88,9%	100,0%
		Medios generalistas	26,4%	100,0%	100,0%
		No se aprecia	26,4%	73,6%	100,0%
Total	32,1%	67,9%	100,0%		
Total	Origen de la información	Iniciativa del periodista	19,6%	80,4%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	40,6%	59,4%	100,0%
		Agencia de noticias	26,2%	73,8%	100,0%
		Medios generalistas	20,4%	100,0%	100,0%
		No se aprecia	20,4%	79,6%	100,0%
Total	30,5%	69,5%	100,0%		

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,373
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,200
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,059
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,002

Se aprecia una relación significativa a nivel 0,1 en *El Correo de Andalucía* y a nivel 0,01 globalmente, entre el origen de la información y el desarrollo de las consecuencias en la noticia.



4. ESTUDIO DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO

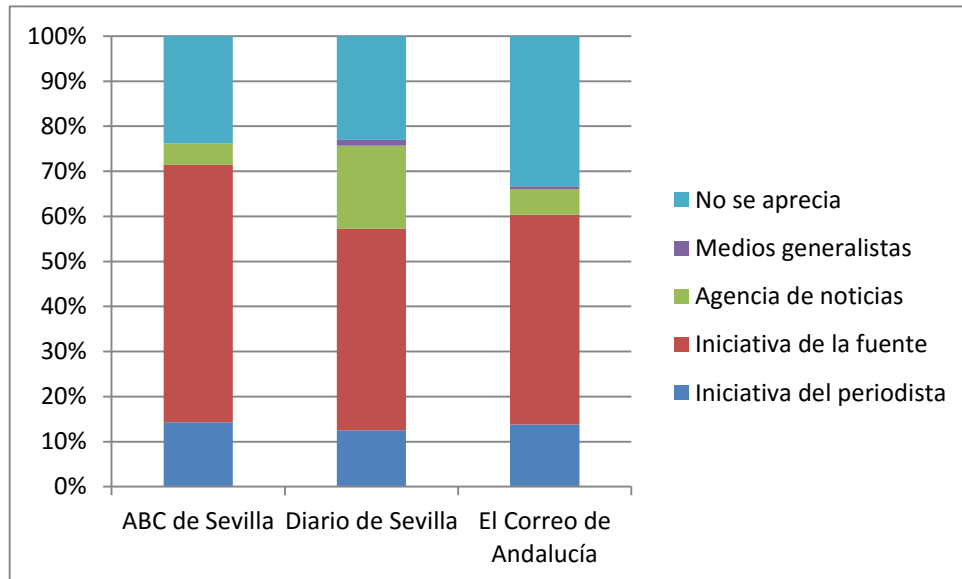
4.1. ¿CUÁL ES EL ORIGEN DE LA INFORMACIÓN?

Tabla de contingencia Diario * Origen de la información

% dentro de Diario

		Origen de la información					Total
		Iniciativa del periodista	Iniciativa de la fuente	Agencia de noticias	Medios generalistas	No se aprecia	
Diario	ABC de Sevilla	14,3%	57,1%	4,8%		23,8%	100,0%
	Diario de Sevilla	12,5%	44,7%	18,4%	1,3%	23,0%	100,0%
	El Correo de Andalucía	13,8%	46,5%	5,7%	0,6%	33,3%	100,0%
Total		13,5%	48,6%	10,1%	0,7%	27,2%	100,0%

El test chi-cuadrado de independencia con la corrección de Yates da un p-valor de 0,01, por lo que se puede afirmar que existen evidencias significativas de diferencias en el origen de la información dependiendo del diario elegido. Estas diferencias pueden apreciarse en el siguiente gráfico de barras apiladas:



Se observa una mayor proporción de iniciativa de la fuente en el diario ABC, y una mayor proporción de noticias provenientes de una agencia de noticias en *Diario de Sevilla*. La proporción de noticias que son iniciativa del periodista no parecen ser diferentes en los tres diarios.

Relación de desarrollo de antecedentes con temas

Tabla de contingencia Tema * Desarrollo de antecedentes * Diario

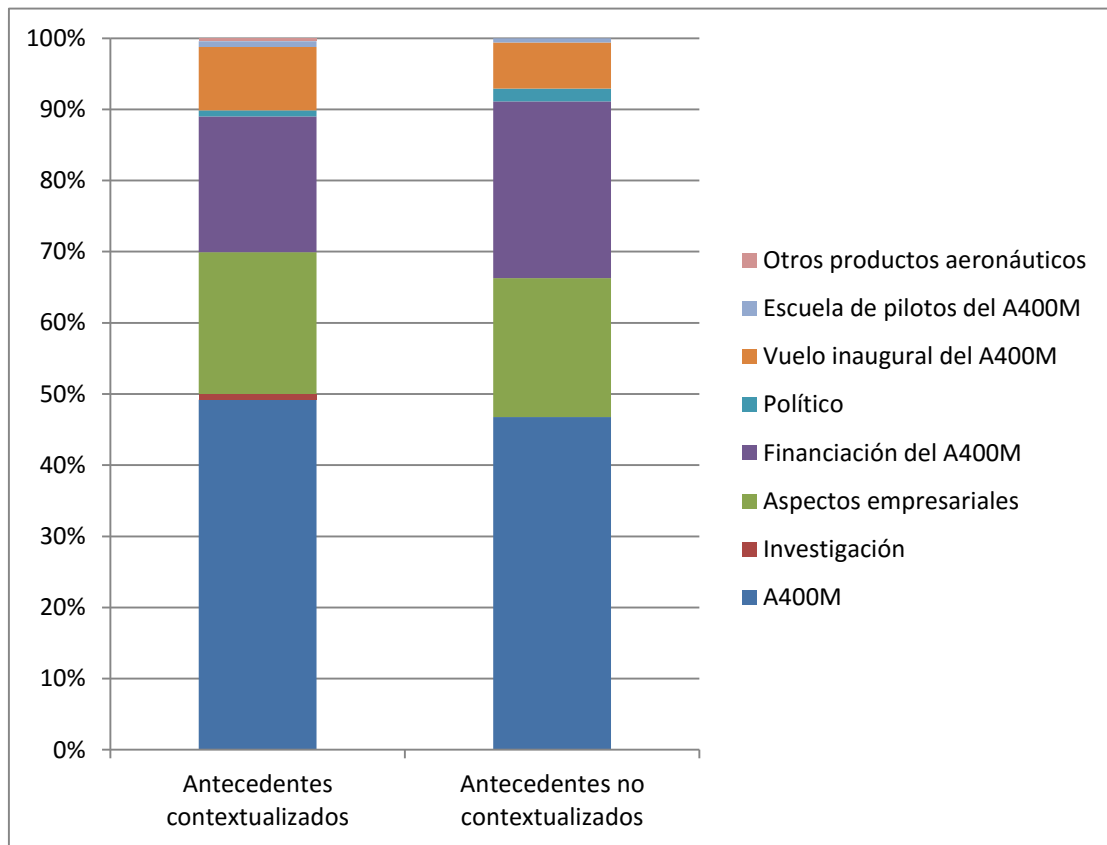
% dentro de Tema

Diario	Tema	Desarrollo de antecedentes		Total
		Antecedentes contextualizados	Antecedentes no contextualizados	
<i>ABC de Sevilla</i>	A400M	61,7%	38,3%	100,0%
	Aspectos empresariales	56,0%	44,0%	100,0%
	Financiación del A400M	60,0%	40,0%	100,0%
	Político		100,0%	100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	50,0%	50,0%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M		100,0%	100,0%
	Total		57,1%	42,9%
<i>Diario de Sevilla</i>	A400M	62,3%	37,7%	100,0%
	Aspectos empresariales	59,4%	40,6%	100,0%
	Financiación del A400M	55,9%	44,1%	100,0%
	Político	100,0%		100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	71,4%	28,6%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Total		61,6%	38,4%
<i>El Correo de Andalucía</i>	A400M	58,3%	41,7%	100,0%
	Investigación	100,0%		100,0%
	Aspectos empresariales	64,0%	36,0%	100,0%
	Financiación del A400M	45,7%	54,3%	100,0%
	Político	50,0%	50,0%	100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	77,8%	22,2%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Otros productos aeronáuticos	100,0%		100,0%
Total		58,5%	41,5%	100,0%
Total	A400M	60,5%	39,5%	100,0%
	Investigación	100,0%		100,0%
	Aspectos empresariales	59,8%	40,2%	100,0%
	Financiación del A400M	52,8%	47,2%	100,0%
	Político	40,0%	60,0%	100,0%
	Vuelo inaugural del A400M	66,7%	33,3%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	66,7%	33,3%	100,0%
	Otros productos aeronáuticos	100,0%		100,0%
Total		59,3%	40,7%	100,0%

No se aprecia dependencia entre el desarrollo de antecedentes y el tema elegido en ninguno de los diarios estudiados ni en los datos globales.

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,952
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,988
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,866
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,937

Gráfica de los datos globales:



Relación de desarrollo de consecuencias con temas

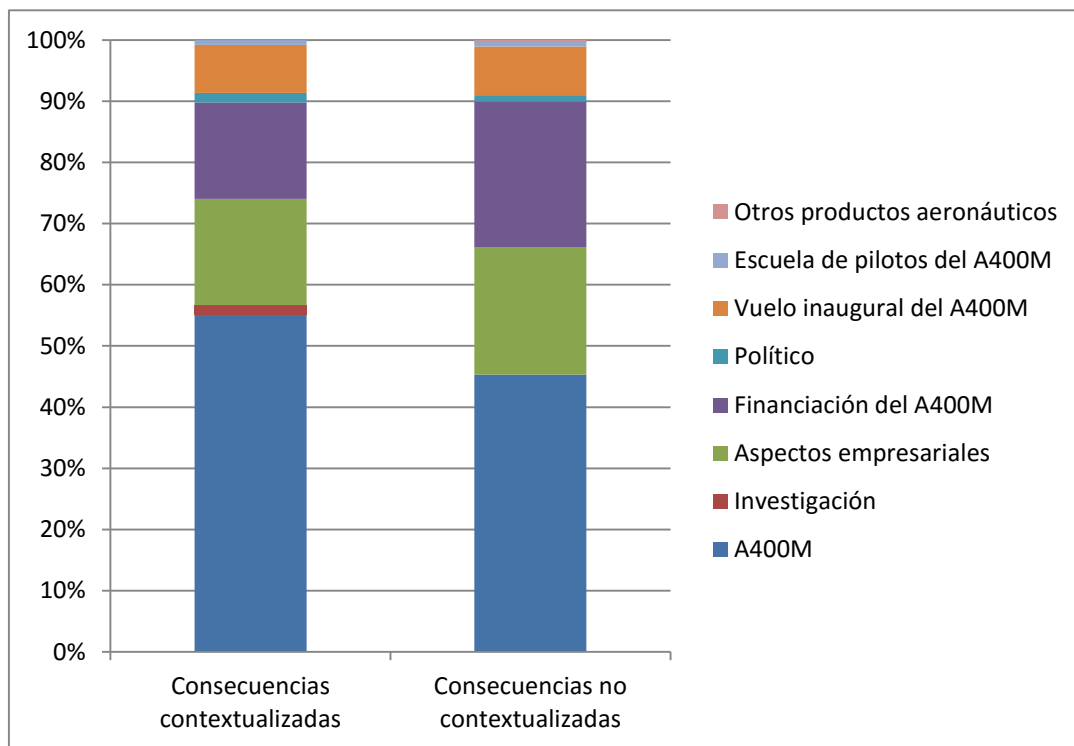
Tabla de contingencia Tema * Desarrollo de consecuencias * Diario

% dentro de Tema

Diario			Desarrollo de consecuencias		Total
			Consecuencias contextualizadas	Consecuencias no contextualizadas	
<i>ABC de Sevilla</i>	Tema	A400M	38,3%	61,7%	100,0%
		Aspectos empresariales	20,0%	80,0%	100,0%
		Financiación del A400M	25,0%	75,0%	100,0%
		Político		100,0%	100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	20,0%	80,0%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M		100,0%	100,0%
	Total		28,6%	71,4%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Tema	A400M	30,0%	70,0%	100,0%
		Aspectos empresariales	31,3%	68,8%	100,0%
		Financiación del A400M	20,6%	79,4%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	42,9%	57,1%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Total		30,3%	69,7%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Tema	A400M	36,9%	63,1%	100,0%
		Investigación	100,0%		100,0%
		Aspectos empresariales	28,0%	72,0%	100,0%
		Financiación del A400M	22,9%	77,1%	100,0%
		Político	50,0%	50,0%	100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	22,2%	77,8%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M		100,0%	100,0%
	Otros productos aeronáuticos		100,0%	100,0%	
Total		32,1%	67,9%	100,0%	
Total	Tema	A400M	34,8%	65,2%	100,0%
		Investigación	100,0%		100,0%
		Aspectos empresariales	26,8%	73,2%	100,0%
		Financiación del A400M	22,5%	77,5%	100,0%
		Político	40,0%	60,0%	100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	30,3%	69,7%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	33,3%	66,7%	100,0%
	Otros productos aeronáuticos		100,0%	100,0%	
Total		30,5%	69,5%	100,0%	

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,766
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,848
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,800
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,469

Como puede apreciarse por los p-valores de los test, no se aprecia en ninguno de los diarios ni en los datos globales relación alguna entre la contextualización de las consecuencias y el tema tratado. En la siguiente gráfica se puede ver la distribución de temas según la contextualización de consecuencias:



Las diferencias que se aprecian en la gráfica no son significativas desde el punto de vista estadístico.

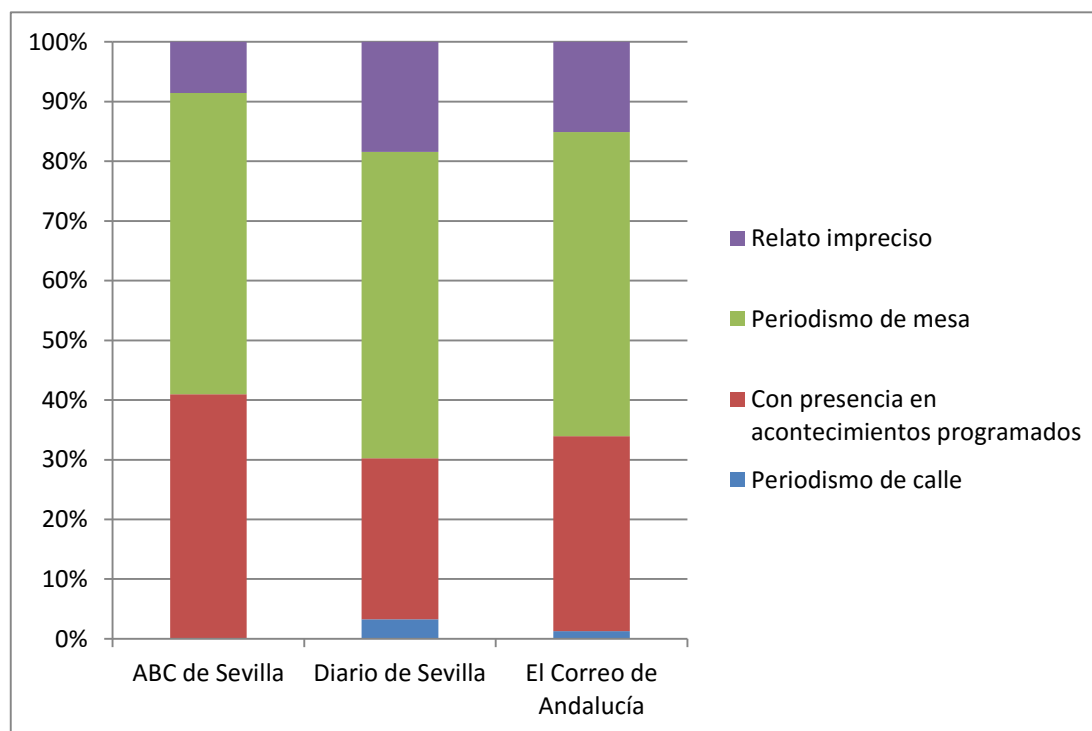
4.2. ¿QUÉ TRABAJO PERIODÍSTICO SE REALIZA?

Tabla de contingencia Diario * Presencia en el lugar de los hechos

% dentro de Diario

		Presencia en el lugar de los hechos				Total
		Periodismo de calle	Presencia en acontecimientos programados	Periodismo de mesa	Relato impreciso	
Diario	ABC de Sevilla		41,0%	50,5%	8,6%	100,0%
	Diario de Sevilla	3,3%	27,0%	51,3%	18,4%	100,0%
	El Correo de Andalucía	1,3%	32,7%	50,9%	15,1%	100,0%
Total		1,7%	32,7%	51,0%	14,7%	100,0%

El test chi-cuadrado con la corrección de Yates da un p-valor de 0,164, por lo que no existen evidencias significativas de diferencias entre los distintos diarios en la distribución de los distintos tipos de presencia. El siguiente gráfico muestra las proporciones en forma de barras apiladas. Las diferencias que se aprecian en él no pueden considerarse significativas desde el punto de vista estadístico.



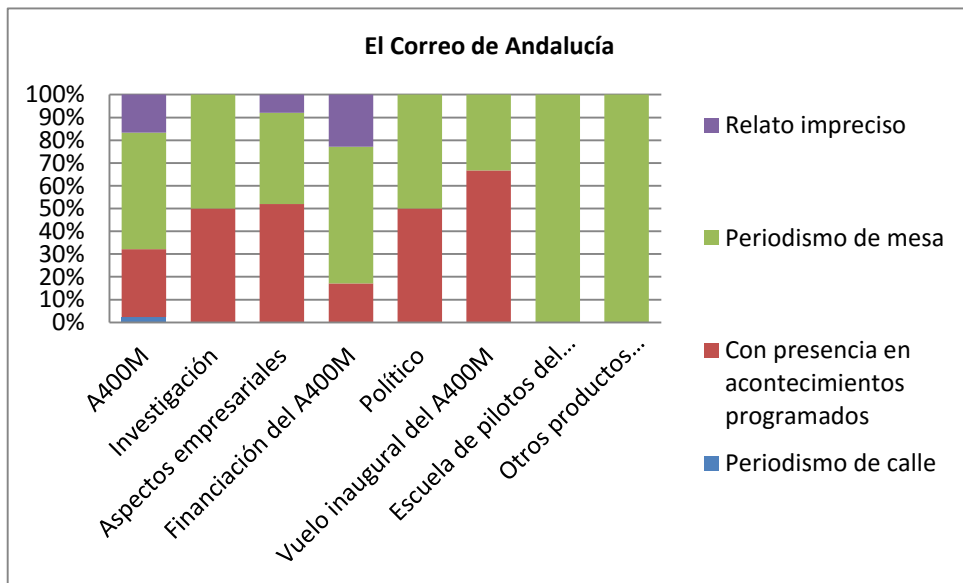
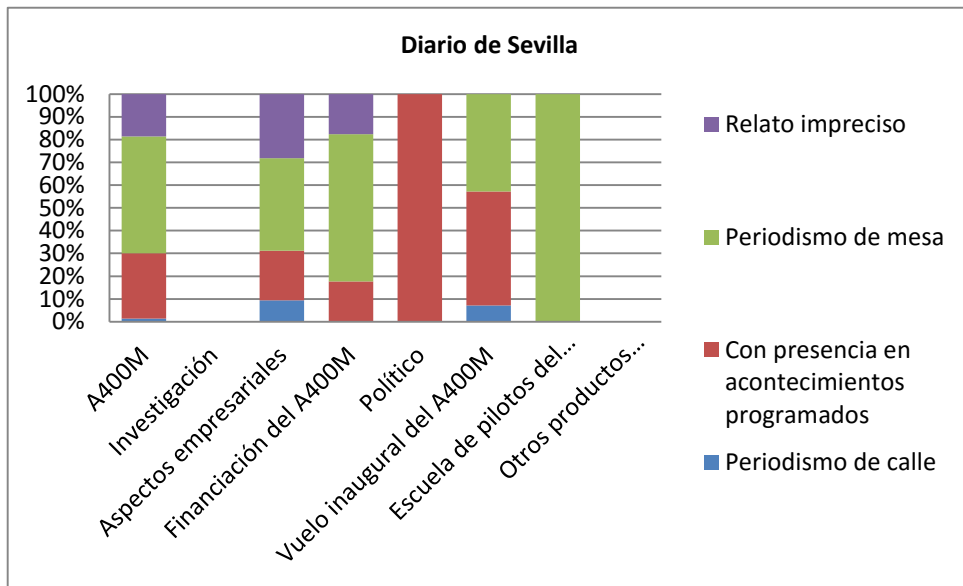
Relación de presencia en el lugar de los hechos con temas

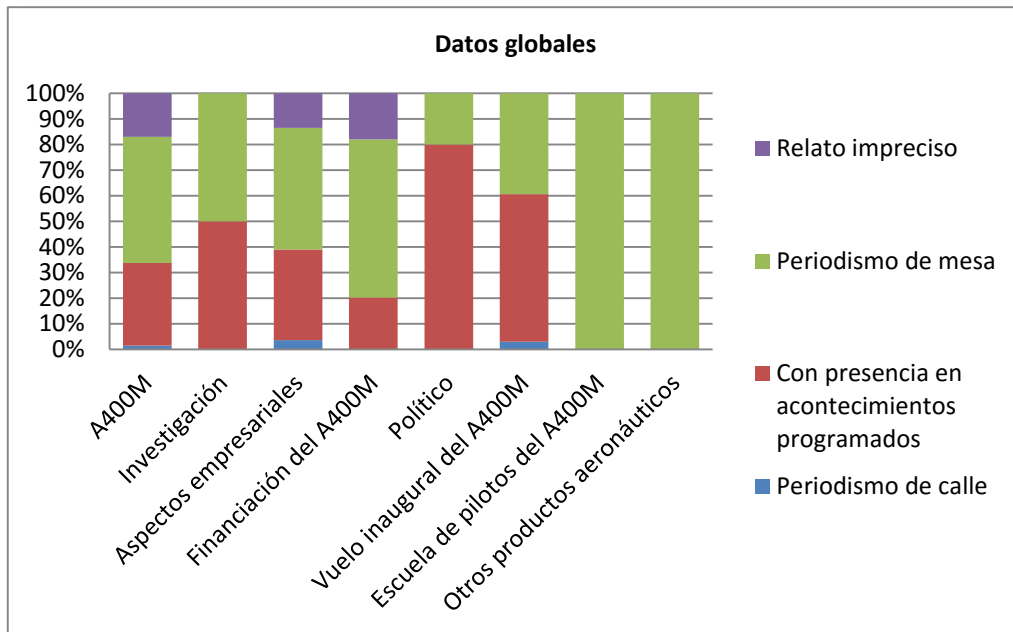
Tabla de contingencia Presencia en el lugar de los hechos * Tema * Diario
% dentro de Presencia en el lugar de los hechos

Diario		Tema								Total
		A400M	Investigación	Aspectos empresariales	Financiación del A400M	Político	Vuelo inaugural del A400M	Escuela de pilotos del A400M	Otros productos aeronáuticos	
ABC de Sevilla	Con presencia en acontecimientos programados	46,5%		20,9%	14,0%	4,7%	14,0%			100,0%
	Periodismo de mesa	37,7%		30,2%	22,6%		7,5%	1,9%		100,0%
	Relato impreciso	77,8%			22,2%					100,0%
	Total	44,8%		23,8%	19,0%	1,9%	9,5%	1,0%		100,0%
Diario de Sevilla	Periodismo de calle	20,0%		60,0%			20,0%			100,0%
	Con presencia en acontecimientos programados	48,8%		17,1%	14,6%	2,4%	17,1%			100,0%
	Periodismo de mesa	46,2%		16,7%	28,2%		7,7%	1,3%		100,0%
	Relato impreciso	46,4%		32,1%	21,4%					100,0%
Total	46,1%		21,1%	22,4%	0,7%	9,2%	0,7%		100,0%	
El Correo de Andalucía	Periodismo de calle	100,0%								100,0%
	Con presencia en acontecimientos programados	48,1%	1,9%	25,0%	11,5%	1,9%	11,5%			100,0%
	Periodismo de mesa	53,1%	1,2%	12,3%	25,9%	1,2%	3,7%	1,2%	1,2%	100,0%
	Relato impreciso	58,3%		8,3%	33,3%					100,0%
Total	52,8%	1,3%	15,7%	22,0%	1,3%	5,7%	0,6%	0,6%	100,0%	
Total	Periodismo de calle	42,9%		42,9%			14,3%			100,0%
	Con presencia en acontecimientos programados	47,8%	0,7%	21,3%	13,2%	2,9%	14,0%			100,0%
	Periodismo de mesa	46,7%	0,5%	18,4%	25,9%	0,5%	6,1%	1,4%	0,5%	100,0%
	Relato impreciso	55,7%		18,0%	26,2%					100,0%
Total	48,3%	0,5%	19,7%	21,4%	1,2%	7,9%	0,7%	0,2%	100,0%	

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,564
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,018
El Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

En *ABC de Sevilla* no se aprecia una dependencia significativa entre el tema y la presencia en el lugar de los hechos, mientras que en *Diario de Sevilla* y *E Correo de Andalucía* sí que existe una dependencia.





En el gráfico de los datos globales se observa que las noticias de tema político tienen un alto porcentaje de presencia en acontecimientos programados, frente a temas como aspectos empresariales o de investigación, que tienen un porcentaje más repartido entre periodismo de mesa y de acontecimientos programados.

En *Diario de Sevilla* todos los elementos de tema político analizados han sido noticias con presencia en acontecimientos programados, frente a *El Correo de Andalucía*, que cuenta con un 50 % de noticias con presencia en acontecimientos programados y un 50 % de periodismo de mesa.

Relación de presencia en el lugar de los hechos con origen de la información

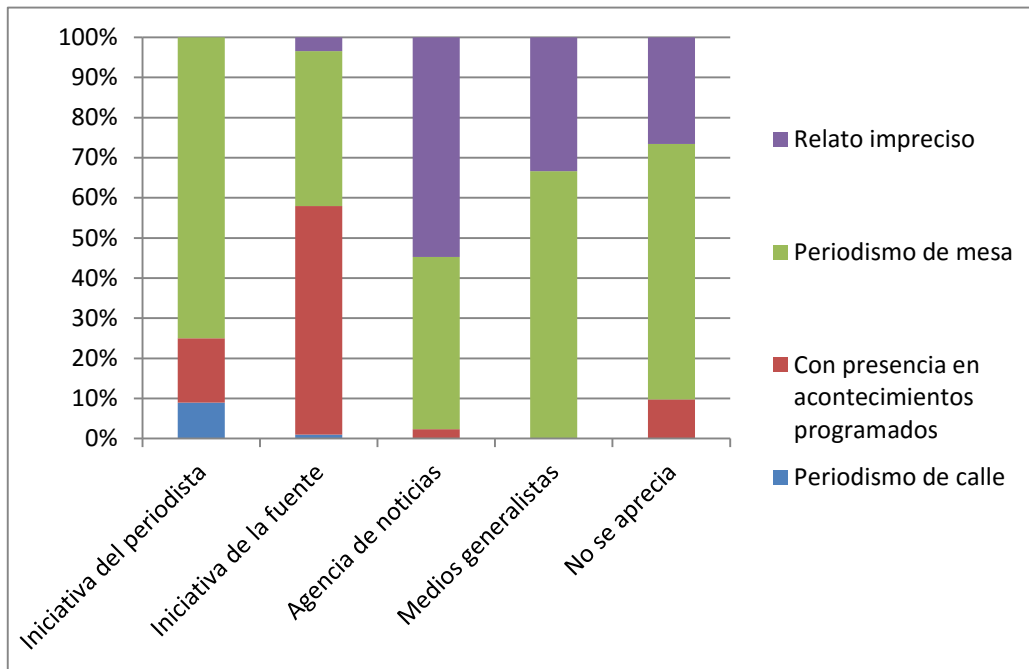
Tabla de contingencia Presencia en el lugar de los hechos * Origen de la información * Diario

% dentro de Presencia en el lugar de los hechos

Diario			Origen de la información					Total
			Iniciativa del periodista	Iniciativa de la fuente	Agencia de noticias	Medios generalistas	No se aprecia	
ABC de Sevilla	Presencia en el lugar de los hechos	Con presencia en acontecimientos programados	11,6%	79,1%			9,3%	100,0%
		Periodismo de mesa	18,9%	47,2%	7,5%		26,4%	100,0%
		Relato impreciso		11,1%	11,1%		77,8%	100,0%
	Total		14,3%	57,1%	4,8%		23,8%	100,0%
Diario de Sevilla	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	60,0%	40,0%				100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados		90,2%	2,4%		7,3%	100,0%
		Periodismo de mesa	20,5%	35,9%	12,8%	1,3%	29,5%	100,0%
	Relato impreciso		3,6%	60,7%	3,6%	32,1%	100,0%	
Total		12,5%	44,7%	18,4%	1,3%	23,0%	100,0%	
El Correo de Andalucía	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	100,0%					100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	7,7%	84,6%			7,7%	100,0%
		Periodismo de mesa	19,8%	30,9%	4,9%	1,2%	43,2%	100,0%
	Relato impreciso		20,8%	20,8%		58,3%	100,0%	
Total		13,8%	46,5%	5,7%	0,6%	33,3%	100,0%	
Total	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	71,4%	28,6%				100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	6,6%	84,6%	0,7%		8,1%	100,0%
		Periodismo de mesa	19,8%	36,8%	8,5%	0,9%	34,0%	100,0%
	Relato impreciso		11,5%	37,7%	1,6%	49,2%	100,0%	
Total		13,5%	48,6%	10,1%	0,7%	27,2%	100,0%	

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,002
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

En los tres diarios analizados se observa una dependencia significativa entre la presencia del periodista y el origen de la información. En la siguiente gráfica puede verse la dependencia en más detalle (datos globales).



Se observa que el porcentaje de periodismo de calle en temas relacionados con el A400M es escaso, siendo su porcentaje mayor cuando la noticia es iniciativa del periodista. Se distingue un alto porcentaje de periodismo de mesa en casi todos los tipos de origen de la información, y destaca un alto porcentaje de noticias en acontecimientos programados cuando la iniciativa de la noticia es de la fuente.

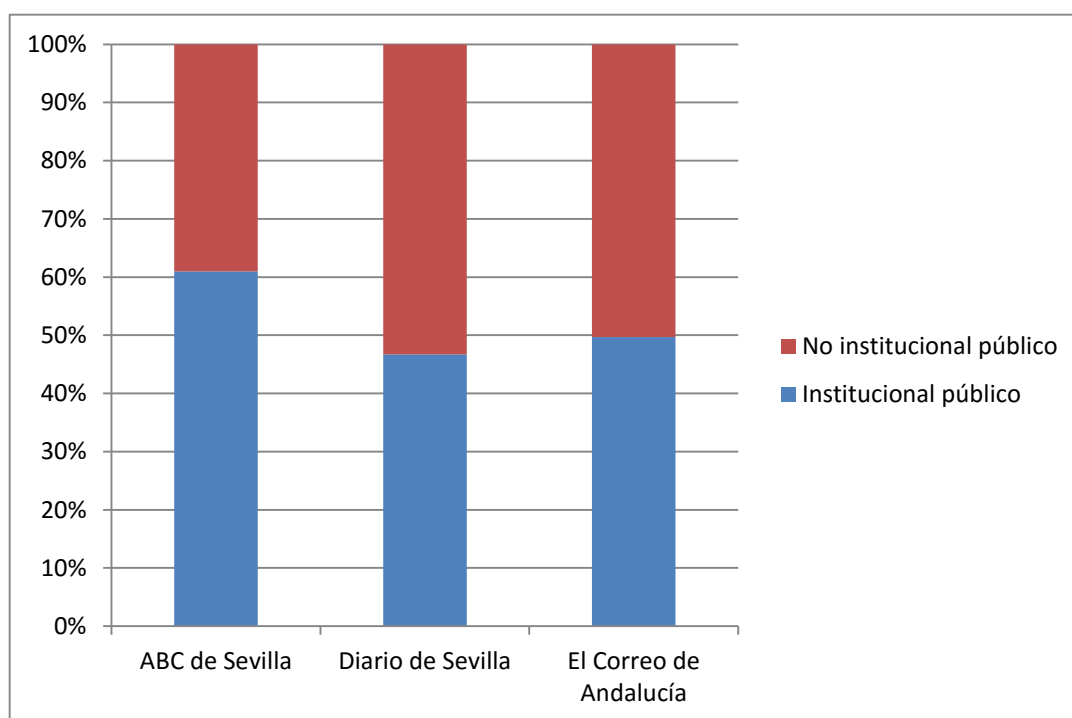
4.3. IMPLICACIÓN INSTITUCIONAL

Tabla de contingencia Diario * Implicación institucional

% dentro de Diario

		Implicación institucional		Total
		Institucional público	Institucional privado	
Diario	ABC de Sevilla	61,0%	39,0%	100,0%
	Diario de Sevilla	46,7%	53,3%	100,0%
	El Correo de Andalucía	49,7%	50,3%	100,0%
Total		51,4%	48,6%	100,0%

El p-valor para el test chi-cuadrado de independencia da un valor de 0,069, por lo que sería significativo a un nivel 0,1.



Se observa un mayor porcentaje de noticias de tipo institucional público en el diario *ABC de Sevilla*. Esta diferencia es significativa a un nivel $p=0,1$.

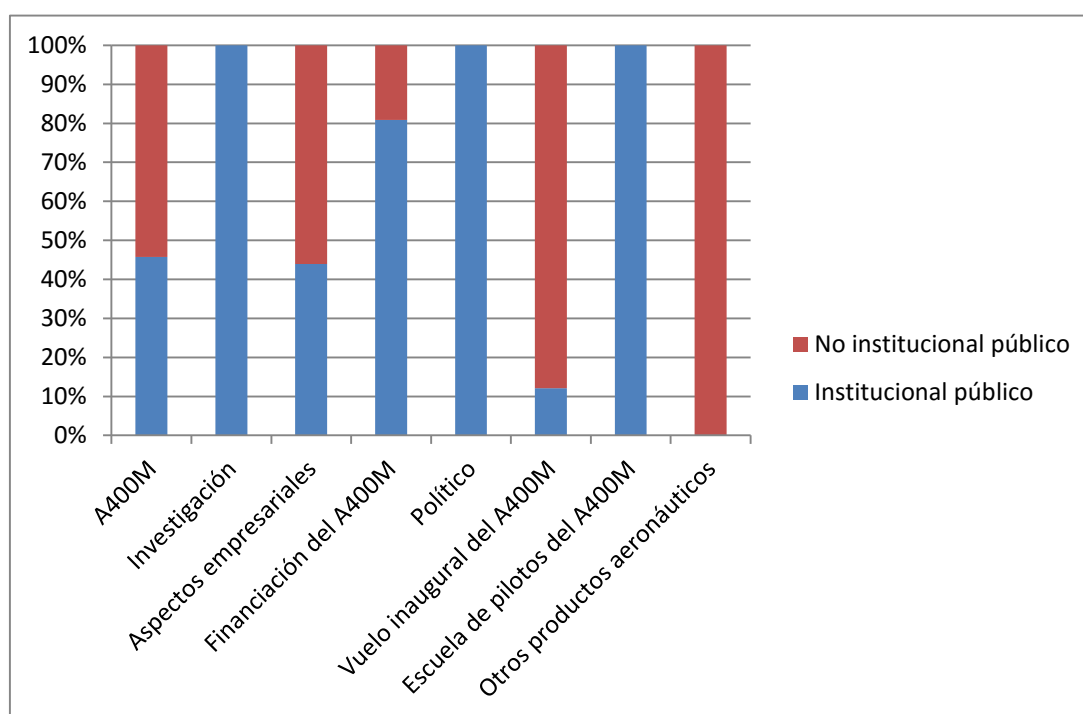
Relación de implicación institucional con temas

Tabla de contingencia Tema * Implicación institucional * Diario
% dentro de Tema

Diario		Implicación institucional		Total	
		Institucional público	Institucional privado		
ABC de Sevilla	Tema	A400M	57,4%	42,6%	100,0%
		Aspectos empresariales	60,0%	40,0%	100,0%
		Financiación del A400M	90,0%	10,0%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	10,0%	90,0%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Total	61,0%	39,0%	100,0%	
Diario de Sevilla	Tema	A400M	42,9%	57,1%	100,0%
		Aspectos empresariales	37,5%	62,5%	100,0%
		Financiación del A400M	70,6%	29,4%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	21,4%	78,6%	100,0%
		Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%
	Total	46,7%	53,3%	100,0%	
El Correo de Andalucía	Tema	A400M	41,7%	58,3%	100,0%
		Investigación	100,0%		100,0%
		Aspectos empresariales	36,0%	64,0%	100,0%
		Financiación del A400M	85,7%	14,3%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M		100,0%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%	
Otros productos aeronáuticos		100,0%	100,0%		
Total	49,7%	50,3%	100,0%		
Total	Tema	A400M	45,8%	54,2%	100,0%
		Investigación	100,0%		100,0%
		Aspectos empresariales	43,9%	56,1%	100,0%
		Financiación del A400M	80,9%	19,1%	100,0%
		Político	100,0%		100,0%
		Vuelo inaugural del A400M	12,1%	87,9%	100,0%
	Escuela de pilotos del A400M	100,0%		100,0%	
Otros productos aeronáuticos		100,0%	100,0%		
Total	51,4%	48,6%	100,0%		

Diario	Test utilizado	p-valor
ABC de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,010
Diario de Sevilla	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,061
El Correo de Andalucía	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,000

Como puede verse, existe una dependencia significativa a un nivel 0,01 (salvo en *Diario de Sevilla*, a un nivel 0,1) entre el carácter institucional público o no y el tema de la noticia.



En la gráfica se aprecia que hay tres temas donde todas las noticias observadas han sido de carácter institucional público (Investigación, Político, Escuela de pilotos) frente a noticias con temas como Escuela de Pilotos u Otros productos aeronáuticos, con un fuerte porcentaje de noticias no institucionales públicas.

Relación de implicación institucional con presencia en el lugar de los hechos

Tabla de contingencia Presencia en el lugar de los hechos * Implicación institucional * Diario
% dentro de Presencia en el lugar de los hechos

Diario		Implicación institucional		Total	
		Institucional público	Institucional privado		
<i>ABC de Sevilla</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Con presencia en acontecimientos programados	67,4%	32,6%	100,0%
		Periodismo de mesa	54,7%	45,3%	100,0%
		Relato impreciso	66,7%	33,3%	100,0%
	Total	61,0%	39,0%	100,0%	
<i>Diario de Sevilla</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	20,0%	80,0%	100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	53,7%	46,3%	100,0%
		Periodismo de mesa	42,3%	57,7%	100,0%
	Relato impreciso	53,6%	46,4%	100,0%	
Total	46,7%	53,3%	100,0%		
<i>El Correo de Andalucía</i>	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle		100,0%	100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	48,1%	51,9%	100,0%
		Periodismo de mesa	51,9%	48,1%	100,0%
	Relato impreciso	50,0%	50,0%	100,0%	
Total	49,7%	50,3%	100,0%		
Total	Presencia en el lugar de los hechos	Periodismo de calle	14,3%	85,7%	100,0%
		Con presencia en acontecimientos programados	55,9%	44,1%	100,0%
		Periodismo de mesa	49,1%	50,9%	100,0%
	Relato impreciso	54,1%	45,9%	100,0%	
Total	51,4%	48,6%	100,0%		

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,567
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,607
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,896
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,272

Como puede verse en los resultados de los test, no existen evidencias significativas de que haya relación entre la presencia en el lugar de los hechos del periodista y el carácter institucional público o no.

Relación de la implicación institucional con origen de la información

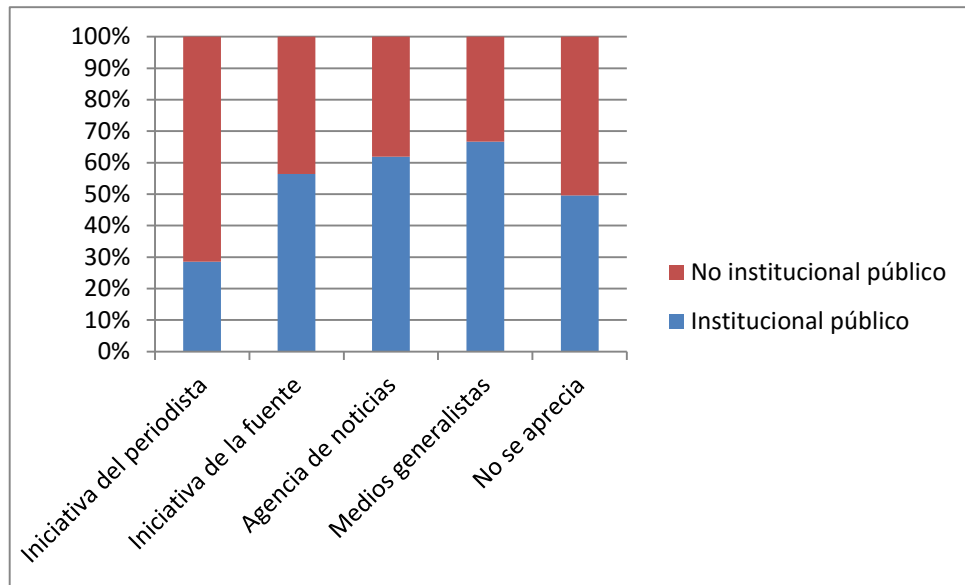
Tabla de contingencia Origen de la información * Implicación institucional * Diario

% dentro de Origen de la información

Diario			Implicación institucional		Total
			Institucional público	Institucional privado	
<i>ABC de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	33,3%	66,7%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	70,0%	30,0%	100,0%
		Agencia de noticias	60,0%	40,0%	100,0%
		No se aprecia	56,0%	44,0%	100,0%
	Total		61,0%	39,0%	100,0%
<i>Diario de Sevilla</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	15,8%	84,2%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	52,9%	47,1%	100,0%
		Agencia de noticias	57,1%	42,9%	100,0%
		Medios generalistas	50,0%	50,0%	100,0%
	Total		42,9%	57,1%	100,0%
<i>El Correo de Andalucía</i>	Origen de la información	Iniciativa del periodista	36,4%	63,6%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	48,6%	51,4%	100,0%
		Agencia de noticias	77,8%	22,2%	100,0%
		Medios generalistas	100,0%		100,0%
	Total		50,9%	49,1%	100,0%
Total	Origen de la información	Iniciativa del periodista	28,6%	71,4%	100,0%
		Iniciativa de la fuente	56,4%	43,6%	100,0%
		Agencia de noticias	61,9%	38,1%	100,0%
		Medios generalistas	66,7%	33,3%	100,0%
	Total		49,6%	50,4%	100,0%
Total			51,4%	48,6%	100,0%

Diario	Test utilizado	p-valor
<i>ABC de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,128
<i>Diario de Sevilla</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,083
<i>El Correo de Andalucía</i>	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,573
Total (sin distinguir diarios)	Chi-cuadrado con corrección de Yates	0,007

Las diferencias no son reveladoras en ABC ni en *El Correo de Andalucía*; sí lo son en *Diario de Sevilla* a un nivel 0,1. Los datos globales revelan que existe una dependencia significativa entre el origen de la información y el carácter institucional público o no. En la siguiente gráfica se aprecian dichas diferencias (datos globales):

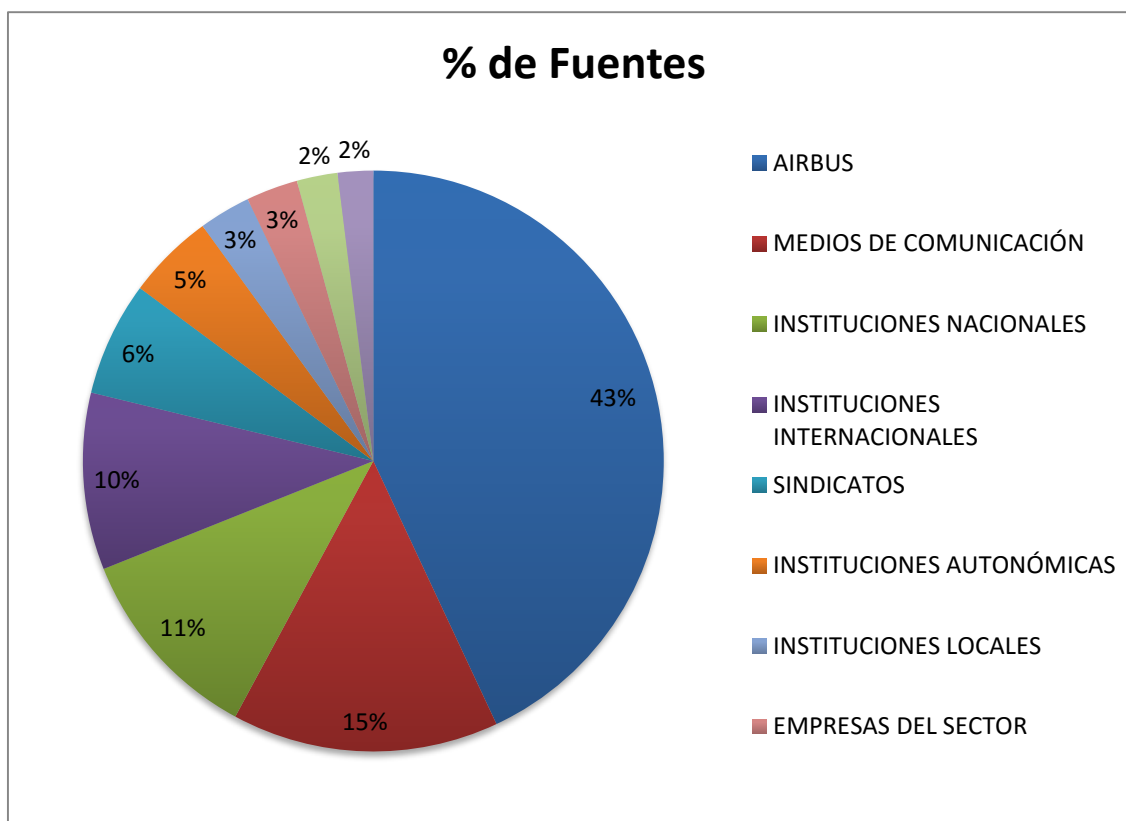


Se nota una mayor proporción de noticias de carácter institucional público cuando la noticia proviene de medios generalistas, y un menor porcentaje cuando la noticia es iniciativa del periodista.

5. ESTUDIO DE FUENTES

5.1. ¿CUÁL ES LA PROPORCIÓN DE FUENTES EN LA MUESTRA?

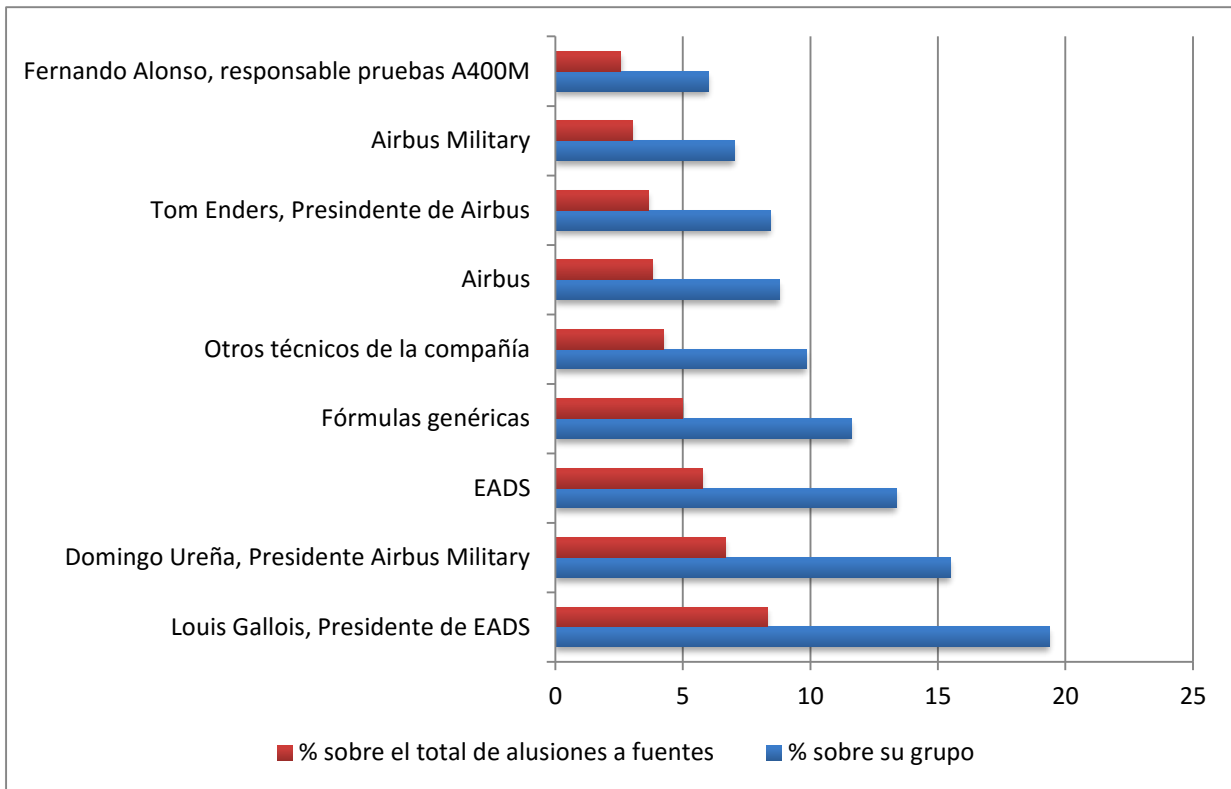
	% de Fuentes
AIRBUS	43,03
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	14,85
INSTITUCIONES NACIONALES	11,06
INSTITUCIONES INTERNACIONALES	9,85
SINDICATOS	6,36
INSTITUCIONES AUTONÓMICAS	4,85
INSTITUCIONES LOCALES	2,88
EMPRESAS DEL SECTOR	2,88
ORGANIZACIONES EMPRESARIALES	2,27
OTROS	1,97



Cuando la empresa tractora, Airbus, es la fuente

La empresa responsable del programa aeronáutico supone el 43,03 % de todas las fuentes localizadas en las noticias analizadas.

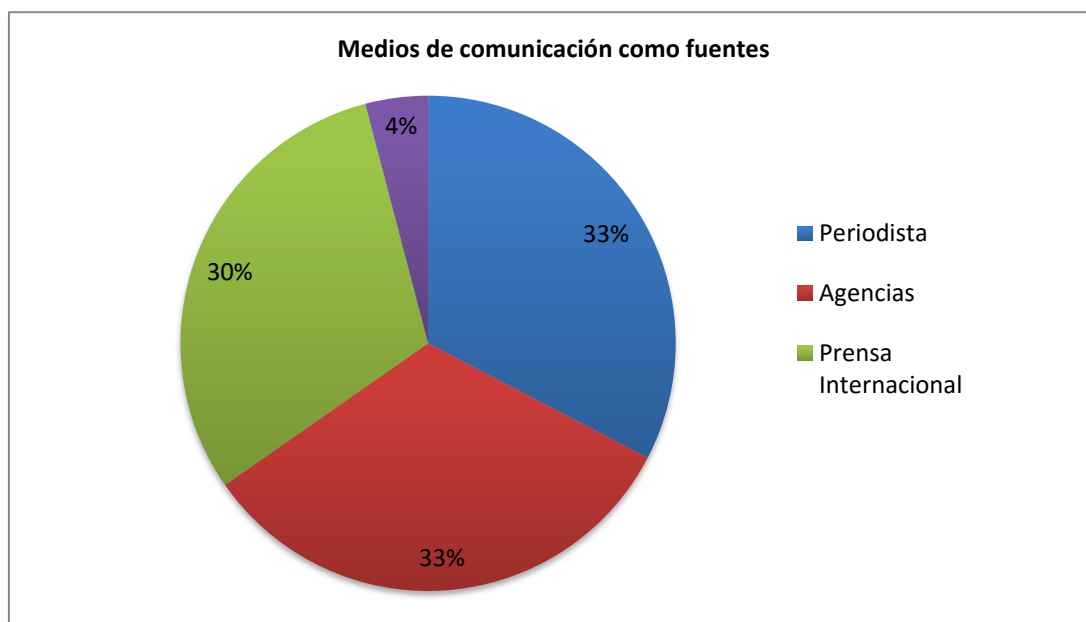
	% sobre su grupo	% sobre el total de alusiones a fuentes
Louis Gallois, presidente de EADS	19,37	8,33
Domingo Ureña, presidente Airbus Military	15,49	6,67
EADS	13,38	5,76
Fórmulas genéricas	11,62	5,00
Otros técnicos de la compañía	9,86	4,24
Airbus	8,80	3,79
Tom Enders, presidente de Airbus	8,45	3,64
Airbus Military	7,04	3,03
Fernando Alonso, responsable de pruebas del A400M	5,99	2,58
TOTAL AIRBUS	100,00	43,03



Cuando un medio de comunicación es la fuente

Los medios de comunicación como fuente suponen el 14,85 % del total de las fuentes.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	% sobre su grupo	% sobre el total de alusiones a fuentes
PERIODISTA	32,65	4,85
AGENCIAS	32,65	4,85
Agencias	5,10	
EFE	8,16	
Europa Press	17,35	
Reuters	2,04	
PRENSA INTERNACIONAL	30,61	4,55
Reino Unido	6,12	
Francia	15,31	
Alemania	9,18	
MEDIOS ESPAÑOLES	4,08	0,61
ABC	2,04	
Diario de Sevilla	1,02	
El País	1,02	
TOTAL MEDIOS DE COMUNICACIÓN	100,00	14,85



Cuando una institución nacional es la fuente

Las instituciones nacionales como fuente suponen el 11,06 % del total de las fuentes.

INSTITUCIONES NACIONALES	En su tipo %
Carme Chacón, ministra de Defensa	36,99
Constantino Méndez, secretario de Estado de Defensa	12,33
AENA/aeropuerto	8,22
Ministerio de Defensa	8,22
Casa Real/ rey Don Juan Carlos	6,85
M ^a Teresa Fernández de la Vega, vicepresidenta primera del Gobierno	5,48
Ministerio de Fomento	5,48
Miguel Sebastián, ministro de Industria	4,11
BOE	2,74
Constantino Méndez, secretario de Estado de Defensa	2,74
Fuentes gubernamentales	1,37
Isabel de Haro, secretaria general de Desarrollo Industrial y Energético	1,37
Soraya Sáenz de Santamaría, portavoz Partido Popular	1,37
Teresa Santero, secretaria de Industria	1,37
Cristina Garmendia, ministra de Ciencia e Innovación	1,37

Cuando una institución internacional es la fuente

Las instituciones internacionales como fuente suponen el 9,85 % del total.

	% en su tipo	% respecto a la muestra
Instituciones de Alemania	46,15	4,55
Instituciones de Francia	35,38	3,48
Otras instituciones internacionales	13,85	1,36
Instituciones del Reino Unido	4,62	0,45

INSTITUCIONES INTERNACIONALES	%
ALEMANIA	
Ministerio de Defensa	21,54
Karl Theodor zu Guttenberg, ministro de Defensa	7,69
Angela Merkel, canciller alemana	6,15
Comité Presupuestario del Parlamento alemán	3,08
Juergen Koppelin, Partido Free Democrat	3,08
Bob Ainsworth, secretario de Estado de Defensa	1,54
Franz Josef Jung, ministro de Defensa	1,54
Rainer Buderle, ministro de Economía	1,54
FRANCIA	
Hervé Morin, ministro de Defensa	24,62
Laurent Collet-Billón, director general de Armaneto Francés	4,62
Nicolás Sarkozy, presidente de la República Francesa	3,08
Gérard Longuet, ministro de Defensa	1,54
Pierre Lellouche, secretario de Estado para Asuntos Europeos	1,54
REINO UNIDO	
Ministro de Defensa	3,08
Peter Mandelson, ministro para la Empresa	1,54
Otras instituciones internacionales	13,85

Cuando un sindicato es la fuente

Los sindicatos como fuente suponen el 6,36 % del total de las fuentes.

SINDICATOS	% en su tipo
Fórmulas genéricas	30,95
Manuel Falcón, Ptr. Comité empresa Airbus Military en San Pablo	26,19
José Alcázar, presidente Comité Interempresa Airbus España	7,38
Juan Manuel Tejeda, secretario Política Industrial CCOO-A	7,14
Julio Casas, consejero de STSA	7,14
Manuel Jiménez, secretario general MCA UGT-A	7,14
Dionisio Valverde, UGT-A	2,38
Fernando Recuerdo, USCA (Unión Sindical de Controladores Aéreos)	2,38
Juan Antonio Golabert secretario general de UGT Sevilla	2,38
Juan Casas, consejero delegado de STSA	2,38

Cuando una institución autonómica es la fuente

Las instituciones autonómicas como fuente suponen el 4,85 % del total de las fuentes.

INSTITUCIONES AUTONÓMICAS	% en su tipo
Martín Soler, consejero de Innovación, Ciencia y Empresa	37,5
Francisco Vallejo, Consejo de Innovación, Ciencia y Empresa	31,25
Antonio Ávila, consejero de Economía, Innovación y Ciencia	12,5
José Antonio Griñán, presidente de la Junta de Andalucía	12,5
Antonio Beteta, consejero de Economía de la Comunidad de Madrid	3,13
Antonio Fernández, consejero de Empleo	3,13

Cuando una institución local es la fuente

Las instituciones locales como fuente suponen el 2,88 % del total de las fuentes.

INSTITUCIONES LOCALES	% en su tipo
Cámara de Comercio de Sevilla	15,79
José Antonio Viera, secretario PSOE de Sevilla	15,79
Juan Ignacio Zoido, portavoz Partido Popular Ayuntamiento Sevilla	15,79
Gerencia de Urbanismo	10,53
Antonio Galadí, CES	5,26
Beltrán Pérez, portavoz del Partido Popular Ayuntamiento de Sevilla	5,26
Centro Control de Tráfico Aéreo NOVOSUR	5,26
Emilio Freire, director Escuela Superior de Ingenieros	5,26
Juan Bueno, secretario general Partido Popular de Sevilla	5,26
Juan Espadas, candidato PSOE a la Alcaldía de Sevilla	5,26
Ricardo Tarno, parlamentario Partido Popular por Sevilla	5,26
Soledad Becerril, ex alcaldesa de Sevilla	5,26

Cuando empresas del sector es la fuente

Las empresas del sector como fuente suponen el 2,88 % del total de las fuentes.

EMPRESAS DEL SECTOR	% en su tipo
Fuentes de la industria (fórmulas genéricas)	21,05
Alberto Simón, presidente de Navair	10,53
Bob Dulaney, director de <i>marketing</i> para Europa	10,53
Jim Albaugh, responsable tráfico aéreo de Boeing	10,53
Lockheed Martin, compañía aeronáutica estadounidense	10,53
Aeroflot, compañía rusa	5,26
Boeing	5,26
Grupo Control	5,26
Ignacio González, presidente de Consur	5,26
Nicolás Jiménez, Elimco	5,26
Ovén Martín, director Grupo TAM	5,26
Thales	5,26

Cuando organizaciones empresariales son la fuente

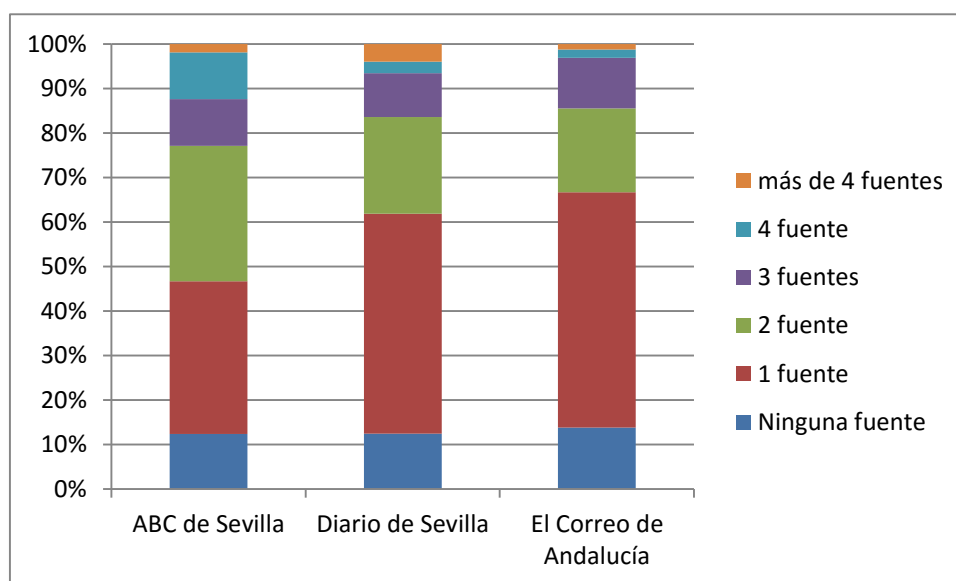
Las organizaciones empresariales como fuente suponen el 2,27 % del total.

ORGANIZACIONES EMPRESARIALES	% en su tipo
Agrupación de Empresas Aeronáuticas (AEA)	33,33
Fundación Hélice, Memoria del sector	33,33
FEDEME, Federación de Empresarios del Metal	26,67
Cámara Comercio de Sevilla	6,67

5.2. CRUCES DE VARIABLES SOBRE FUENTES:

Dado que cada noticia puede tener varias fuentes, la asunción de independencia entre las observaciones no se cumple, por lo que no se pueden utilizar contrastes de hipótesis. En lugar del test chi-cuadrado se ha usado el coeficiente de asociación V de Cramer, coeficiente que da una idea numérica de cómo de asociados están los datos, tomando valores de 0 (no asociación) a 1 (máxima asociación).

En la siguiente gráfica de barras apiladas se recogen las noticias agrupadas por diarios en función del número de fuentes que se han utilizado. Se observa que el diario ABC tiene un porcentaje mayor de noticias con 2 o más fuentes. Si se aplica un test chi-cuadrado de independencia del número de fuentes respecto al tipo de diario, se obtiene un p-valor de 0,005 por lo que sí se puede asegurar que las diferencias que se observan son significativas a un 95%.



Relación entre el número de fuentes, el tipo y su nivel de experiencia

Estudio de la relación que puede existir entre el número de fuentes y el tipo de fuente.

Tabla de contingencia Tipo de fuente * Número de fuentes

% dentro de Tipo de fuente

	Número de fuentes							Total
	1	2	3	4	5	6	8	
Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)	16,7%	30,0%	30,0%	16,7%	6,7%			100,0%
Institución y organismo de investigación científica	100,0%							100,0%
Gabinetes de institución especializadas		100,0%						100,0%
Contenidos especializados	100,0%							100,0%
Organismos internacionales	12,2%	26,5%	30,6%	12,2%	12,2%	6,1%		100,0%
Organismos nacionales	18,2%	32,7%	27,3%	10,9%	9,1%	1,8%		100,0%
Organismos locales o regionales	22,2%	50,0%	16,7%	5,6%	5,6%			100,0%
Tipo de fuente Empresas del sector	40,9%	28,8%	15,7%	8,0%	3,3%	1,5%	1,8%	100,0%
Expertos económicos, asociaciones empresariales	15,4%	23,1%	23,1%	23,1%		15,4%		100,0%
Agencias de noticias	24,1%	37,9%	17,2%	13,8%	3,4%	3,4%		100,0%
Periodista	39,4%	33,3%	21,2%	6,1%				100,0%
Políticos	23,7%	32,2%	27,1%	10,2%	3,4%	3,4%		100,0%
Medios de comunicación	34,3%	22,9%	20,0%	17,1%	2,9%	2,9%		100,0%
Sindicatos	23,1%	23,1%	23,1%	10,3%	7,7%	10,3%	2,6%	100,0%
Testigos			20,0%	80,0%				100,0%
Total	30,5%	29,6%	20,7%	10,7%	4,7%	2,8%	0,9%	100,0%

El coeficiente V de Cramer entre el número de fuentes y el tipo de fuentes utilizadas da un valor de 0,166, es decir, existe asociación entre ambas variables, aunque débil.

A continuación, la relación existente entre el nivel de experiencia de la fuente y el tipo de fuente consultada.

Tabla de contingencia Tipo de fuente * Nivel de experiencia

% dentro de Tipo de fuente

	Nivel de experiencia			Total
	No reseñable	Inexperto	Experto	
Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)			100,0%	100,0%
Institución y organismo de investigación científica			100,0%	100,0%
Gabinetes de institución especializadas			100,0%	100,0%
Contenidos especializados			100,0%	100,0%
Organismos internacionales	30,6%		69,4%	100,0%
Organismos nacionales	9,1%		90,9%	100,0%
Organismos locales o regionales	55,6%		44,4%	100,0%
Tipo de fuente				
Empresas del sector			100,0%	100,0%
Expertos económicos, asociaciones empresariales	61,5%	7,7%	30,8%	100,0%
Agencias de noticias	100,0%			100,0%
Periodista	97,0%		3,0%	100,0%
Políticos	100,0%			100,0%
Medios de comunicación	100,0%			100,0%
Sindicatos	100,0%			100,0%
Testigos	100,0%			100,0%
Total	36,9%	0,2%	62,9%	100,0%

En este caso el coeficiente V de Cramer da un valor de 0,679 es decir, existe una asociación medianamente fuerte entre el tipo de fuente y su nivel de experiencia

Relación entre el tipo de fuente y su nivel de implicación

Tabla de contingencia Tipo de fuente * Nivel de implicación

% dentro de Tipo de fuente

	Nivel de implicación				Total
	Periodista, como narrador	Narrador: objetivas y neutrales	Ajena/testigo	Implicada	
Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)				100,0%	100,0%
Institución y organismo de investigación científica		100,0%			100,0%
Gabinetes de institución especializadas				100,0%	100,0%
Contenidos especializados			100,0%		100,0%
Organismos internacionales	10,2%	30,6%		59,2%	100,0%
Organismos nacionales			3,6%	96,4%	100,0%
Organismos locales o regionales		27,8%	11,1%	61,1%	100,0%
Empresas del sector				100,0%	100,0%
Expertos económicos, asociaciones empresariales			38,5%	61,5%	100,0%
Agencias de noticias	100,0%				100,0%
Periodista	100,0%				100,0%
Políticos				100,0%	100,0%
Medios de comunicación	2,9%	97,1%			100,0%
Sindicatos				100,0%	100,0%
Testigos			100,0%		100,0%
Total	10,6%	8,6%	2,3%	78,5%	100,0%

En este caso, el coeficiente V de Cramer da un valor de 0,847 lo que indica una fuerte asociación entre el tipo de fuente y el nivel de implicación de dicha fuente. Que la asociación sea fuerte es obvio por la naturaleza de los datos. Existe una fuerte implicación en fuentes como empresas del sector y sindicatos, mientras que no la haya por parte de agencias de noticias. Cabe destacar la diferencia en cuanto a nivel de implicación entre organismos nacionales e internacionales.

Relación entre el tipo de fuente y su relación con el periodista

Tabla de contingencia Tipo de fuente * Relación de la fuente con el periodista

% dentro de Tipo de fuente

	Relación de la fuente con el periodista				Total
	Relación presencial	Fuente buscada por el periodista	Ávida	No se aprecia	
Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)			86,7%	13,3%	100,0%
Institución y organismo de investigación científica			100,0%		100,0%
Gabinetes de institución especializadas			100,0%		100,0%
Contenidos especializados				100,0%	100,0%
Organismos internacionales	18,4%	44,9%	36,7%		100,0%
Organismos nacionales	65,5%	3,6%	30,9%		100,0%
Organismos locales o regionales			100,0%		100,0%
Empresas del sector		1,8%	98,2%		100,0%
Expertos económicos, asociaciones empresariales	15,4%	15,4%	69,2%		100,0%
Agencias de noticias	3,4%			96,6%	100,0%
Periodista	93,9%			6,1%	100,0%
Políticos			100,0%		100,0%
Medios de comunicación		91,4%	2,9%	5,7%	100,0%
Sindicatos			100,0%		100,0%
Testigos		80,0%	20,0%		100,0%
Total	12,3%	10,4%	71,5%	5,8%	100,0%

En este caso, el coeficiente V de Cramer da un valor de 0,823 lo que nos indica una fuerte asociación entre ambas variables. Se observa que la mayoría de los tipos de fuentes tienen una relación ávida con el periodista, salvo tipos como Medios de comunicación y Organismos nacionales e internacionales. Entre estos últimos, la relación presencial es mayor en los nacionales y en el caso de los organismos internacionales, el porcentaje de fuentes buscadas por el periodista es mucho mayor que en los nacionales.

Relación entre el tipo de fuente, la relación con el periodista y el nivel de experiencia

Tabla de contingencia Relación de la fuente con el periodista * Nivel de experiencia

% dentro de Relación de la fuente con el periodista

		Nivel de experiencia			Total
		No reseñable	Inexperto	Experto	
Relación de la fuente con el periodista	Relación presencial	41,8%		58,2%	100,0%
	Fuente buscada por el periodista	76,1%	1,5%	22,4%	100,0%
	Avida	26,4%		73,6%	100,0%
	No se aprecia	86,5%		13,5%	100,0%
Total		36,9%	0,2%	62,9%	100,0%

El coeficiente V de Cramer da un valor de 0,301 lo que indica una asociación medianamente baja. Como dato destacable, las fuentes buscadas por el periodista tienen un bajo porcentaje (22,4%) de fuentes expertas, mientras que las fuentes ávidas tienen el mayor porcentaje de fuentes expertas (73,6%).

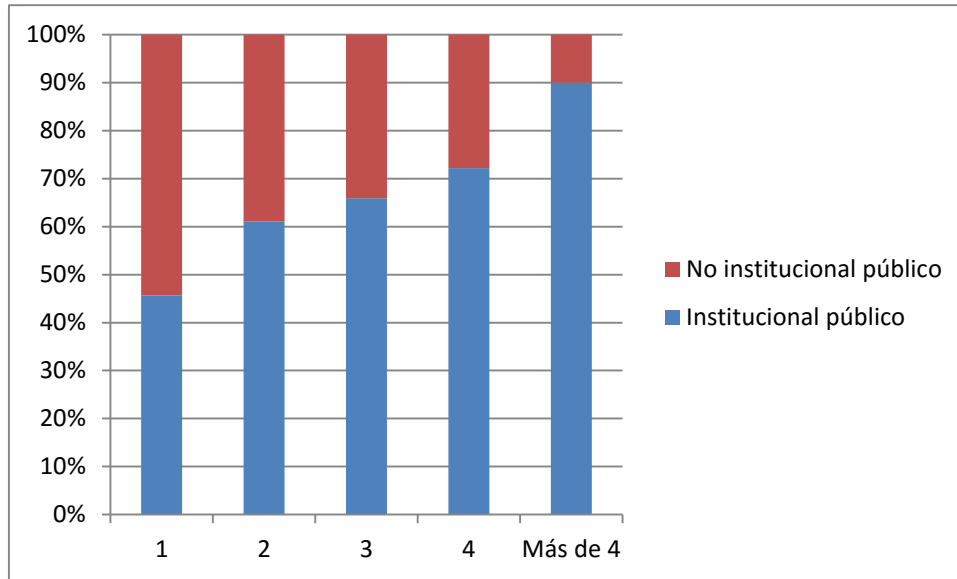
Relación entre el número de fuentes y su implicación institucional

Tabla de contingencia Número de fuentes * Implicación institucional

% dentro de Número de fuentes

		Implicación institucional		Total
		Institucional público	Institucional privado	
Número de fuentes	1	45,6%	54,4%	100,0%
	2	61,1%	38,9%	100,0%
	3	65,9%	34,1%	100,0%
	4	72,2%	27,8%	100,0%
	Más de 4	90,0%	10,0%	100,0%
Total		54,7%	45,3%	100,0%

En este caso se puede aplicar el test chi-cuadrado de independencia con la corrección de Yates obteniendo un p-valor de 0,006. Tras lo cual se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que existe una dependencia entre el número de fuentes y la implicación institucional de la noticia. Concretamente, se observa una tendencia a mayores noticias de tipo institucional público cuando más fuentes tiene la noticia. La tendencia puede apreciarse en la siguiente gráfica.



Tipo de fuentes + implicación institucional

Tabla de contingencia Tipo de fuente * Implicación institucional
% dentro de Tipo de fuente

		Implicación institucional		Total
		Institucional público	Institucional privado	
Tipo de fuente	Técnico (ingenieros, pilotos, especialistas)	13,3%	86,7%	100,0%
	Institución y organismo de investigación científica	100,0%		100,0%
	Gabinetes de institución especializadas	100,0%		100,0%
	Contenidos especializados		100,0%	100,0%
	Organismos internacionales	93,9%	6,1%	100,0%
	Organismos nacionales	94,5%	5,5%	100,0%
	Organismos locales o regionales	94,4%	5,6%	100,0%
	Empresas del sector	42,0%	58,0%	100,0%
	Expertos económicos, asociaciones empresariales	84,6%	15,4%	100,0%
	Agencias de noticias	72,4%	27,6%	100,0%
	Periodista	66,7%	33,3%	100,0%
	Políticos	98,3%	1,7%	100,0%
	Medios de comunicación	57,1%	42,9%	100,0%
	Sindicatos	53,8%	46,2%	100,0%
	Testigos	20,0%	80,0%	100,0%
	Total	60,7%	39,3%	100,0%

En este caso el coeficiente V de Cramer da un valor de 0,520 lo que indica una asociación media entre ambas variables. Se observa por ejemplo, que las fuentes de tipo técnico aparecen en su mayoría (86,7%) en noticias de tipo Institucional privado,

mientras que fuentes del tipo organismos, ya sea internacionales, nacionales o locales aparecen con un alto porcentaje en noticias de tipo institucional público. Las fuentes del tipo empresas del sector aparecen en proporción similar en fuentes institucionales públicas y privadas.

5.3. GLOSARIO DE FUENTES ANALIZADAS

Fuentes	% sobre su grupo	% sobre el total de alusiones a fuentes
AIRBUS		
Airbus	8,80	3,79
Airbus Military	7,04	3,03
EADS	13,38	5,76
Domingo Ureña, presidente Airbus Military	15,49	6,67
Tom Enders, presidente de Airbus	8,45	3,64
Louis Gallois, presidente de EADS	19,37	8,33
Fernando Alonso, responsable pruebas A400M	5,99	2,58
Otros técnicos de la compañía	9,86	4,24
FÓRMULAS GENÉRICAS	11,62	5,00
TOTAL AIRBUS	100,00	43,03
SINDICATOS		
Dionisio Valverde, UGT-A	2,38	
Fernando Recuerdo, USCA (Unión Sindical de Controladores Aéreos)	2,38	
José Alcázar, presidente Comité Interempresa Airbus España	7,38	
Juan Antonio Golabert secretario general UGT Sevilla	2,38	
Juan Casas, consejero delegado STSA	2,38	
Juan Manuel Tejada, secretario Política Industrial CCOO-A	7,14	
Julio Casas, consejero STSA	7,14	
Manuel Falcón, Ptr. Comité Empresa Airbus Military en San Pablo	26,19	
Manuel Jiménez, secretario general MCA UGT-A	7,14	
TOTAL	69,05	
FÓRMULAS GENÉRICAS	30,95	
TOTAL SINDICATOS	100,00	6,36
INSTITUCIONES INTERNACIONALES		
FRANCIA		
Gérard Longuet, ministro de Defensa	1,54	
Hervé Morin, ministro de Defensa	24,62	
Laurent Collet-Billón, director general de Armaneto Francés	4,62	
Nicolás Sarkozy, presidente de la República Francesa	3,08	

Fuentes	% sobre su grupo	% sobre el total de alusiones a fuentes
Pierre Lellouche, secretario de Estado para Asuntos Europeos	1,54	
TOTAL	35,38	3,48
ALEMANIA		
Bob Ainsworth, secretario de Estado de Defensa	1,54	
Comité Presupuestario del Parlamento alemán	3,08	
Franz Josef Jung, ministro de Defensa	1,54	
Juergen Koppelin, Partido Free Democrat	3,08	
Karl Theodor zu Guttenberg, ministro de Defensa	7,69	
Angela Merkel, canciller alemana	6,15	
Ministerio de Defensa	21,54	
Rainer Buderle, ministro de Economía	1,54	
TOTAL	46,15	4,55
REINO UNIDO		
Peter Mandelson, ministro para la Empresa	1,54	
Ministro de Defensa	3,08	
TOTAL	4,62	0,45
OTROS	13,85	1,36
TOTAL INSTITUCIONES INTERNACIONALES	100,00	9,85
INSTITUCIONES NACIONALES		
AENA/aeropuerto	8,22	
BOE	2,74	
Carme Chacón, ministra de Defensa	36,99	
Casa Real/ rey Don Juan Carlos	6,85	
Constantino Méndez, secretario Estado de Defensa	2,74	
Fuentes gubernamentales	1,37	
Isabel de Haro, secretaria general Desarrollo Industrial y Energético	1,37	
M ^a Teresa Fernández de la Vega, vicepresidenta primera del Gobierno	5,48	
Ministerio de Defensa	8,22	
Ministerio de Fomento	5,48	
Constantino Méndez, secretario de Estado de Defensa	12,33	
Miguel Sebastián, ministro de Industria	4,11	
Soraya Sáenz de Santamaría, portavoz del Partido Popular	1,37	
Teresa Santero, secretaria de Industria	1,37	
Cristina Garmendia, ministra de Ciencia e Innovación	1,37	
TOTAL INSTITUCIONES NACIONALES	100,00	11,06
INSTITUCIONES AUTONÓMICAS		
Antonio Ávila, consejero de Economía, Innovación y Ciencia	12,50	
Francisco Vallejo, Consejo de Innovación, Ciencia y Empresa	31,25	
José Antonio Griñán, presidente de la Junta de Andalucía	12,50	

Fuentes	% sobre su grupo	% sobre el total de alusiones a fuentes
Martín Soler, consejero de Innovación, Ciencia y Empresa	37,50	
Antonio Beteta, consejero de Economía Comunidad de Madrid	3,13	
Antonio Fernández, consejero de Empleo	3,13	
TOTAL INSTITUCIONES AUTONÓMICAS	100,00	4,85
INSTITUCIONES LOCALES		
Antonio Galadí, CES	5,26	
Beltrán Pérez, portavoz del Partido Popular Ayuntamiento Sevilla	5,26	
Cámara de Comercio de Sevilla	15,79	
Centro Control de Tráfico Aéreo NOVOSUR	5,26	
Gerencia de Urbanismo	10,53	
Emilio Freire, director Escuela Superior de Ingenieros	5,26	
José Antonio Viera, secretario PSOE de Sevilla	15,79	
Juan Bueno, secretario general Partido Popular de Sevilla	5,26	
Juan Espadas, candidato PSOE Alcaldía de Sevilla	5,26	
Juan Ignacio Zoido, portavoz Partido Popular Ayuntamiento Sevilla	15,79	
Ricardo Tarno, parlamentario Partido Popular por Sevilla	5,26	
Soledad Becerril, ex alcaldesa de Sevilla	5,26	
TOTAL INSTITUCIONES LOCALES	100,00	2,88
ORGANIZACIONES EMPRESARIALES		
Agrupación de Empresas Aeronáuticas (AEA)	33,33	
FEDEME (Federación de Empresarios del Metal)	26,67	
Cámara de Comercio de Sevilla	6,67	
Fundación Hélice, Memoria del sector	33,33	
TOTAL ORGANIZACIONES EMPRESARIALES	100,00	2,27
EMPRESAS DEL SECTOR		
Aeroflot, compañía rusa	5,26	
Alberto Simón, presidente de Navair	10,53	
Bob Dulaney, director <i>marketing</i> para Europa	10,53	
Boeing	5,26	
Fuentes de la industria (fórmulas genéricas)	21,05	
Grupo Control	5,26	
Ignacio González, presidente de Consur	5,26	
Jim Albaugh, responsable tráfico aéreo de Boing	10,53	
Lockheed Martin, compañía aeronáutica estadounidense	10,53	
Nicolás Jiménez, Elimco	5,26	
Ovén Martín, director Grupo TAM	5,26	
Thales	5,26	
TOTAL EMPRESAS DEL SECTOR	100,00	2,88
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
MEDIOS ESPAÑOLES	4,08	0,61

Fuentes	% sobre su grupo	% sobre el total de alusiones a fuentes
<i>ABC</i>	2,04	
<i>Diario de Sevilla</i>	1,02	
<i>El País</i>	1,02	
AGENCIAS	32,65	4,85
Agencias	5,10	
EFE	8,16	
Europa Press	17,35	
Reuters	2,04	
PERIODISTA	32,65	4,85
PRENSA INTERNACIONAL	30,61	4,55
Reino Unido	6,12	
Francia	15,31	
Alemania	9,18	
TOTAL MEDIOS DE COMUNICACIÓN	100,00	14,85
OTRAS FUENTES		1,97
TOTAL DE TODAS LAS FUENTES		100,00

El A-400M comienza su despegue hacia el mercado exterior



LA PUESTA EN VUELO DEL A400M:

Estudio sobre la calidad en la prensa sevillana

Tesis Doctoral



Universidad de Sevilla

Facultad de Comunicación

Departamento de Periodismo II

Presentada por **Ana Rodríguez Rey**

Directores: **Doctora María del Mar García Gordillo**
Catedrático Carlos Gómez Camacho

Sevilla, 2016