

Editor

Martín Oller Alonso

Cultura(s) Periodística(s) Iberoamericana(s)

La diversidad de un periodismo propio

Prólogo

Beate Josephi, Ph. D.

University of Sydney, Australia

Cuadernos Artesanos de Latina / 125



Coordinador editorial: José Manuel de Pablos - jpablos@ull.edu.es

Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Alberto Ardèvol (ULL)

- José Antonio Meyer (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Xosé Soengas (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Miguel Túnnez (Universidad de Santiago de Compostela, USC)
- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, UPF)
- Francisco Campos Freire (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Cisneros (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED)
- Paulina B. Emanuelli (Universidad Nacional de Córdoba, UNC)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Xosé López (Universidad de Santiago de Compostela)
- Maricela López-Ornelas (Universidad Autónoma de Baja California, AUBC)
- Javier Marzal (Universidad Jaume I, UJI)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Este libro y cada uno de los capítulos que contiene (en su caso), así como las



imágenes incluidas, si no se indica lo contrario, se encuentran bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 3.0 Unported. Puede ver una copia de esta licencia en

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> Esto significa que Ud. es libre de reproducir y distribuir esta obra, siempre que cite la autoría, que no se use con fines comerciales o lucrativos y que no haga ninguna obra derivada. Si quiere hacer alguna de las cosas que aparecen como no permitidas, contacte con los coordinadores del libro o con el autor del capítulo correspondiente.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

125° - **Cultura(s) Periodística(s) Iberoamericana(s)**

La diversidad de un periodismo propio /Martín Oller Alonso

| Precio social: 12,35 € | Precio en librería. 16,05 €

Editores: Javier Herrero y Alberto Ardèvol

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro *Mujer con bernegal*, de Pedro de Guezala (1958).

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal

- La Laguna (Tenerife), 2017 – Creative Commons

<http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/portada2014.html>

Descargar en pdf:

<http://www.cuadernosartesanos.org/#125>

Protocolo de envío de manuscritos:

<http://www.cuadernosartesanos.org/protocolo.html>

ISBN – 13: 978-84-16458-61-5

D. L.: TF 937-2017

[DOI: 10.4185/cac125](https://doi.org/10.4185/cac125)

Índice

CAPÍTULO I: An overview of Latin American Journalistic Culture(s). The profile, professional situation and perception of journalists in Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador and Mexico, p. 21

Martín Oller, Sallie Hughes, Adriana Amado, Jesús Arroyave, José Luis Benítez, Palmira Chavero, Miguel Garcés, Mireya Márquez, Claudia Mellado y Sonia Virginia Moreira

CAPÍTULO II: La materialización del método objetivo en el contenido noticioso de los diarios españoles, p. 61

María Luisa Humanes y Sergio Roses

CAPÍTULO III: Periodismo argentino: ética ideal para prácticas coyunturales, p. 79

Adriana Amado

CAPÍTULO IV: Corrupção e violência: sobre os riscos para jornalistas e mídia no Brasil, p. 95

Sonia Virginia Moreira

CAPÍTULO V: La comunicación mediática en Ecuador. Características de la prensa de referencia, p. 113

Palmira Chavero y Martín Oller

CAPÍTULO VI: Análisis del periodismo en Cuba: el predominio del rol profesional leal-facilitador de los periodistas en el contenido de las noticias de prensa, p. 135

Dasniel Olivera y Leydi Torres

CAPÍTULO VII: El periodismo deportivo en el norte de México: culturas de producción, prácticas de reporteo y percepciones profesionales, p. 163

Mireya Márquez, Ángel Iván Húguez y Ángel Mario Martínez

CAPÍTULO VIII: Percepciones profesionales y rutinas de producción en el periodismo radiofónico de salud en México, p. 195
Lucano Romero Cárcamo

CAPÍTULO IX: La cultura periodística pre-profesional en el *triángulo de las Bermudas* del periodismo latinoamericano: Cuba, Ecuador y Venezuela, p. 223

Martín Oller, Dasniel Olivera, Carlos Arcila, Palmira Chavero, Katiuska Flores, Abel Somohano, Mabel Calderín, Odett Domínguez, Liz Oliva y Jennifer Veliz

CAPÍTULO X: La colaboración con el periodismo profesional, elemento definidor del periodismo ciudadano, p. 275

Guillermo Gurrutxaga, María José Cantalapietra y Leire Iturregui

CAPÍTULO XI: Vigencia de las radios indígenas en la era digital, sentando la agenda noticiosa de base en América Latina, p. 295

Jairo Lugo-Ocando y Mónica Marchesi

CAPÍTULO XII: Hacia un *periodismo-otro*: culturas periodísticas en América Latina en el marco del giro decolonial, p. 317

Martín Oller y María Cruz Tornay



La materialización del método objetivo en el contenido noticioso de los diarios españoles

María Luisa Humanes. Universidad Rey Juan Carlos, España

Sergio Roses. Universidad de Málaga, España

Introducción

EN LOS ÚLTIMOS MESES se ha abierto un debate sumamente interesante sobre la mentira o el uso de datos falsos en el periodismo, es decir, la difusión de información no verificada, construida con la intención de ofrecer a la ciudadanía un conocimiento de la realidad distorsionado que condicione sus percepciones y decisiones. Este debate sobre la verdad y las noticias no es nuevo. Lippman (1998) dedicó el capítulo XXIV (*News, truth and a conclusion*) de *Public Opinion* a aclarar algunas diferencias entre las noticias y la verdad. En él afirmaba:

Every newspaper when it reaches the reader is the result of a whole series of selections as to what items shall be printed, in what position they shall be printed, how much space each shall occupy, what emphasis each shall have. There are no objective standards here. There are conventions.

La posibilidad de informar con objetividad está en el fondo de este debate, además de los límites del paradigma objetivista para atender las funciones que hoy se le reclaman al periodismo. Recientemente Brian McNair reflexionaba en *The Conversation* sobre el futuro del periodismo ante la incapacidad de los medios para responder a lo sucedido en las democracias occidentales (Brexit, la victoria de

Trump, ascenso de populismo, entre otros) desde las estrategias del método objetivo. Al respecto, el autor concluyó:

(...) it is time to rethink the appropriate response of “objective” journalism to the post-factual politics of extreme subjectivity ¹².

En el caso español, la experiencia histórica de largos periodos de falta de libertad de prensa ha limitado que el modelo periodístico de la objetividad se desarrollara de manera semejante al resto de los países europeos. En este capítulo abordamos cómo aparecen las estrategias del método objetivo en el contenido noticioso de los diarios de ámbito estatal.

1. La objetividad como modelo periodístico

La objetividad se ha convertido durante décadas en el concepto clave para definir al periodista y al periodismo profesional. Schudson (1981), Kaplan (2006), Chalaby (1996), entre otros, marcan el primer tercio del siglo XIX como el momento en el que esta idea surge entre los periodistas y editores en los Estados Unidos, hasta convertirse en la norma profesional más importante del periodismo moderno. Aunque la noción de objetividad no es, ni mucho menos, exclusiva del campo periodístico, ya que un gran número de científicos sociales desde Weber y Durkheim hicieron hincapié en la diferencia entre hechos y valores, es el avance del pensamiento positivista el que arropó a los promotores del periodismo objetivo.

Debieron darse ciertas circunstancias para que el antiguo periodismo partidista fuera sustituido por el periodismo objetivo y neutral. Schudson y Anderson (2008) encuentran cinco orientaciones en la explicación sobre los orígenes de la objetividad: (a) es considerada como la mejor práctica posible para diferenciar el periodismo de la política y la economía; (b) es una forma literaria nueva inducida por los desarrollos tecnológicos como el telégrafo; (c) se basa en el principio de comercialización de la prensa; (d) ejerce como el criterio más importante de profesionalismo y (e) actúa como producto de la esfera pública en los Estados Unidos.

¹² Página web *The Conversation*: <http://theconversation.com/columns/brian-mcnair-193> [recuperado 7/02/17].

Schudson (1981: 4) destaca que “la democratización de la política, la economía de mercado y el crecimiento de la autoridad de una clase media urbana empresarial son los pilares en los que sustenta el surgimiento del ideal de la objetividad”. Aunque en un primer momento, “la necesidad de hacer negocio, aumentando las ventas y fidelizar a lectores con diferentes tendencias llevó a los editores a abrazar una forma rápida y precisa de transmitir noticias” (Schudson, 2001: 155). Más determinantes fueron los cambios en el sistema político estadounidense entre 1900 y 1919 que “permitieron a los electores elegir entre programas y candidatos y convirtió a la prensa en una institución diferenciada de los partidos políticos” (Kaplan, 2006: 180).

A partir de la toma del campo periodístico en el sentido de Bourdieu, el periodismo encontraría en las prácticas asociadas al ideal de la objetividad una forma de ganar autonomía. En palabras de Benson (2006: 190):

The journalistic field (like all other fields) is structured around the opposition between the so-called “heteronomous” pole representing forces external to the field (primarily economic) and the “autonomous” pole representing the specific capital unique to that field (e.g., artistic or literary or scientific skills).

Con independencia de dónde se ponga el énfasis, la objetividad se convirtió después de la Primera Guerra Mundial en el criterio distintivo de la cultura periodística norteamericana frente al periodismo partidista, convirtiéndose, según Hallin y Mancini (2004), en el modelo con el cual confrontar cualquier otra práctica periodística fuera del contexto anglosajón.

Para Schudson (2001) la ética de la objetividad sirvió para cohesionar a los periodistas y a los grupos ocupacionales y, además, como un mecanismo de control social interno. Bajo estos supuestos, los periodistas se deben a los lectores y a ellos mismos y, en bastante menor medida, a las lealtades partidistas de editores y partidos políticos.

A pesar de que la objetividad se ha convertido en uno de los pilares del periodismo profesional (Schudson, 2001), es uno de los conceptos

que ha generado más debates entre los académicos y los profesionales del periodismo. Estas discusiones se han centrado en dos formas de abordar su estudio, como concepto filosófico y como método o estrategia de producción de las noticias (Mellado y Humanes, 2015).

Aunque una de las críticas más habituales al ideal de la objetividad gira en torno al hecho de que “es imposible llevarla a la práctica porque el periodista no tiene la capacidad de eliminar los aspectos subjetivos en la producción de la información” (Muñoz Torres, 2012: 568). Los partidarios de un periodismo objetivo adoptan la idea de que los hechos hablan por sí mismos y que el periodista no debe contaminar con sus opiniones o valores la presentación de la realidad a través de las noticias. De esta forma “la objetividad garantiza la neutralidad, evitando los sesgos ideológicos que conducen a una cobertura sistemática a favor de una de las partes del conflicto político” (Fico, Freedman y Love, 2006: 43).

Sin embargo, tal y como señala Muñoz Torres (2012), la dicotomía que contrapone hechos frente a valores es falsa por tres razones: La primera es la dificultad de cualquier persona para poder mostrar los hechos sin tener en cuenta sus ideas previas sobre la realidad. La segunda se relaciona con la selección de los hechos, que siempre está influida por los valores. La tercera radica en la pretensión positivista de que el conocimiento objetivo de la realidad debe estar libre de opiniones. La conclusión a la que llega este autor es que “estos tres supuestos han llevado a confundir objetividad y verdad en el periodismo” (2012: 574).

Las dificultades para resolver las cuestiones epistemológicas han provocado que la mayoría de los investigadores eviten definir la objetividad en términos absolutos o tomándola como esencia central. En contraposición, varios autores se han centrado en el carácter pragmático del concepto de objetividad, basado en unas determinadas estrategias profesionales que permiten a los periodistas demostrar la verdad de sus aserciones y producción informativa, legitimándose, de este modo, ante sus audiencias y superiores. Estas convenciones consisten en: mostrar todas las partes en conflicto; presentar información exacta basada en evidencias (*facts*); emplear citas; estructurar la información según el esquema basado en la pirámide

invertida y las cinco *w's* y separar hechos y opiniones (Durham, 1998; Mindich, 1998; Tuchman, 1972). Por lo tanto, una nota o pieza informativa que se ajusta a estas estrategias mostraría “la verdad”, mientras que cualquier otro método de reporterismo no objetivo se alejaría de ella.

Algunos autores se han ocupado de la tesis de la americanización de las prácticas periodísticas, es decir, de la incorporación de las características del modelo liberal a otros contextos nacionales o culturales (Swanson y Mancini, 1996; Hallin y Mancini, 2004). Si la tesis planteada por estos autores se cumple, la objetividad como criterio de profesionalidad debería ser adoptada como *conditio sine qua non* por los profesionales del periodismo en otros contextos alejados del periodismo en Estados Unidos.

En el entorno europeo, Donsbach y Klett (1993) confirmaron, a través de su encuesta a periodistas europeos y norteamericanos, que más del 80% de profesionales daba la máxima importancia a la objetividad en los cinco países considerados. Sin embargo, en los dos contextos (europeo y norteamericano), el término objetividad era claramente polisémico, es decir, los periodistas daban diferente significado a la norma de la objetividad. Trabajos más recientes como los de Mancini (2000), Papathanassopoulos (2001), Donsbach y Patterson (2004), Hampton (2008) y Skoovgaard *et al.* (2012) han puesto de manifiesto que la objetividad no se ha convertido en valor predominante en práctica del periodismo en el viejo continente, sobre todo en los países del modelo pluralista polarizado. Si bien es cierto que la objetividad es mencionada como una norma ética, las investigaciones sobre la cobertura noticiosa corroboran que en la práctica sigue primando el estilo periodístico orientado al análisis y al comentario. Aspectos a los que Hallin (2009: 333) adiciona el factor económico: “Depending on the structure of media markets and on the political culture in which they operate, partisanship may be a viable or even an essential business strategy”.

Hallin y Mancini (2004) matizan la extensión de la visión americana de la objetividad en Europa porque para ellos mientras se mantiene un discurso de adhesión a los valores de la objetividad, la práctica diaria se aleja de ellos.

2. La objetividad en el modelo periodístico español

Según los argumentos planteados por Hallin y Mancini (2004) acerca del sistema de medios pluralista-polarizado, la prensa española tendría que mostrar una baja presencia de las características del método objetivo. Las principales singularidades del modelo mediterráneo - clientelismo, bajo nivel de profesionalización, partidismo de las audiencias y paralelismo político-, que se aplicarían al país ibérico, no favorecerían al modelo de periodismo objetivo. En este sentido, Esser y Umbrich (2013) corroboran lo expuesto por Hallin y Mancini (2004) respecto al modelo mediterráneo, poniendo de manifiesto en su análisis de la objetividad en periódicos de países pertenecientes a los tres sistemas de medios (liberal, corporativo y pluralista-polarizado) que los diarios franceses e italianos presentan en menor medida las características periodísticas asociadas al método objetivo (con medias en su índice de objetividad de .56 y .44, respectivamente, más bajas que en los diarios estadounidenses).

Estudios previos sobre el periodismo español han mostrado, en cierta medida, la adhesión de los periodistas a normas profesionales asociadas con la objetividad. Canel (1997) analizó a finales del siglo pasado las distintas nociones de objetividad en las redacciones de dos cadenas de televisión durante una campaña electoral, encontrando que, si bien en la televisión pública los periodistas declaraban ajustarse a la norma clásica de la objetividad, en la cadena de televisión privada los redactores optaban por una cobertura más analítica. A comienzos de la segunda década del siglo XXI, Berganza, Oller y Meier (2010), a través de entrevistas en profundidad a periodistas del diario español *El Mundo*, constataron que la norma de la objetividad no se cumple de manera estricta, dándose mayor importancia al uso de citas y a la presentación de todas las partes implicadas en los acontecimientos, que a otras estrategias del método objetivo como la publicación de información verificada, el uso de la pirámide invertida y la separación de información y opinión. Por su parte, Skovsgaard *et al.* (2013) señalaron que los periodistas españoles, en comparación con sus colegas daneses, alemanes y británicos, asumen un rol más sacerdotal y partisano.

Sobre la prensa española existen algunas investigaciones que abordan la presencia del reporte objetivo en los contenidos noticiosos de manera indirecta. Strömbäck y Luengo (2008) midieron el uso del reporte descriptivo frente al interpretativo en los diarios españoles y suecos durante campañas electorales, encontrando que el 61,3% de la información en España se ajustaba al estilo descriptivo. Martínez, Humanes y Saperas (2014) analizaron de igual modo la presencia del estilo descriptivo en los diarios *El País* y *Abc* de 1980 a 2010, ratificando su predominio (60%).

3. La presencia de las estrategias de la objetividad en los diarios españoles

En esta investigación presentamos los resultados de un análisis de contenido cuantitativo de noticias publicadas en los diarios *Abc*, *El País*, *El Mundo* y *La Razón* en 2012 y 2013. Para ello se ha analizado la presencia de las estrategias del método objetivo a partir de las operacionalizaciones utilizadas en trabajos previos por Donsbach y Klett (1993), Esser y Umbricht (2013) y Mellado y Humanes (2015), tomados como algunos de los principales referentes investigativos.

Los cuatro diarios analizados representan diferentes tendencias ideológicas, manifestadas en las audiencias de cada una de estas publicaciones a partir del alto grado de paralelismo ideológico con el diario que leen (Humanes, 2014). En primer lugar, *El País* es el único diario de la muestra que se define ideológicamente como de centro/izquierda. Por su parte, *Abc* y *La Razón* destacan por ser periódicos conservadores y fuertemente monárquicos. En último lugar, *El Mundo* mantiene una orientación de derecha en lo político y liberal en lo económico.

La muestra de noticias (n=2278) fue seleccionada mediante el método de la semana construida: un lunes, un martes, un miércoles, un jueves, un viernes, un sábado y un domingo para cada semestre de cada año; asegurando que cada mes del año estuviera representado por al menos un día y evitando una sobre representación de un período en particular [tabla 1]. En cada diario fueron seleccionadas las unidades de análisis en las secciones Nacional y/o País y codificadas por cuatro investigadores entrenados previamente. A partir de la codificación de

estas unidades de análisis se obtuvo un valor del coeficiente alfa de Krippendorff¹³ de .72.

Tabla1. Distribución de la muestra

Diario	Frecuencia	Porcentaje
<i>Abc</i>	521	22,9
<i>El País</i>	709	31,1
<i>El Mundo</i>	660	29,0
<i>La Razón</i>	388	17,0
Total	2278	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Para analizar la presencia de las diferentes estrategias de la objetividad se codificaron cuatro indicadores: 1) uso de diferentes fuentes y puntos de vista, 2) empleo de información verificada, 3) utilización de fuentes expertas y 4) separación de hechos y opiniones. Cada indicador fue codificado en base a su presencia/ausencia.

Los resultados muestran que las dos estrategias objetivas más empleadas por los periodistas en las noticias son la utilización de información verificada y la separación entre hechos y opiniones, aunque casi el 20% de las informaciones incluyen opinión. La presencia de diferentes puntos de vista solo aparece en el 31% de las noticias, lo cual indica el predominio de las coberturas unilaterales. El uso de expertos es el recurso asociado a la objetividad menos importante en los diarios analizados debido a su baja representatividad en el contenido informativo [tabla 2].

Los datos obtenidos a nivel individual en cada uno de los diarios son comparados en este estudio. De este modo se establecen las correlaciones y divergencias en la implementación de las estrategias asociadas a la objetividad. Para las cuatro estrategias se han encontrado diferencias estadísticamente significativas entre los

¹³ El coeficiente alfa de Krippendorff es una medida estadística del acuerdo alcanzado al codificar un conjunto de unidades de análisis en términos de los valores de una variable.

periódicos. *El País* y *El Mundo* -tal como revelan los residuos tipificados corregidos- destacan por publicar información más equilibrada respecto al empleo de diferentes fuentes. *La Razón*, en este aspecto, destaca por recurrir a una mayor cobertura unilateral. En la aportación de información verificada los dos diarios que sobresalen son *El País* y *La Razón*, mientras que *Abc* se sitúa en el polo opuesto. La mezcla de información y opinión se encuentra en menor medida en *El País* y *La Razón* y, de nuevo, es *Abc* el diario en el que casi el 30% de las noticias contienen elementos opinativos. Además, es en *Abc* donde se recurre con mayor asiduidad a los expertos como fuente informativa.

Tabla 2. Presencia de las estrategias de la objetividad en los diarios españoles (% y residuos tipificados corregidos)

Estrategias del método objetivo	<i>Abc</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>La Razón</i>	Total
Presencia de diferentes fuentes y puntos de vista ($p \leq .000$)	28,2	37,4	35,6	17,0	31,3
	-1,7	4,2	2,8	-6,7	
Información verificada ($p \leq .000$)	88,5	97,5	94,8	99,5	95,0
	-7,8	3,6	-,2	4,5	
Separación de hechos y opiniones ($p \leq .000$)	71,4	84,6	79,1	89,4	80,8
	-6,2	3,1	-1,3	4,7	
Uso de expertos como fuentes ($p \leq .014$)	18,0	16,5	11,7	14,9	15,2
	2,1	1,2	-3,0	-,1	

Fuente: elaboración propia.

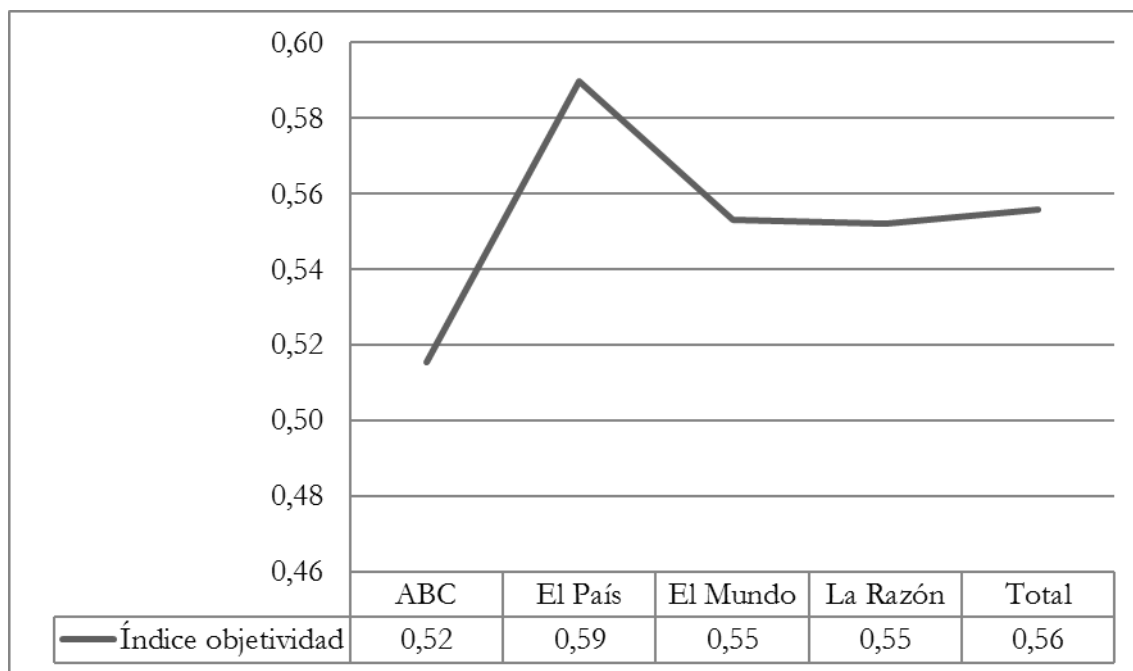
Para facilitar los análisis comparativos entre diarios se ha creado un índice de objetividad a partir de las puntuaciones individuales en cada estrategia. Como cada indicador de la objetividad se midió a través de una variable dicotómica (presencia-ausencia de cada estrategia), el índice presenta un rango 0-1. A partir de este índice se calcula la presencia media del método objetivo en los contenidos noticiosos de los cuatro diarios analizados. Cuanto el valor del índice se aproxima

más a 1, el diario en cuestión está más cerca a la norma de la objetividad.

En la muestra global, el índice de objetividad arroja un valor de .56. Si comparamos este dato con los encontrados por Esser y Umbrich (2013), la prensa española mostraría una adherencia al método objetivo similar a la prensa francesa y alemana, que puntuaban .57.

Este valor del índice de objetividad no es homogéneo en las noticias de los cuatro diarios. El análisis de ANOVA revela que existen diferencias estadísticamente significativas ($F= 15.368; ,000$). La prueba post-hoc de Tuckey-b nos indica que los periódicos analizados se agrupan en tres bloques. Como puede observarse en el gráfico 1, dos de los diarios destacan por separarse del valor medio del índice de objetividad (.56): *Abc* y *El País*.

Grafico 1. Índice de objetividad

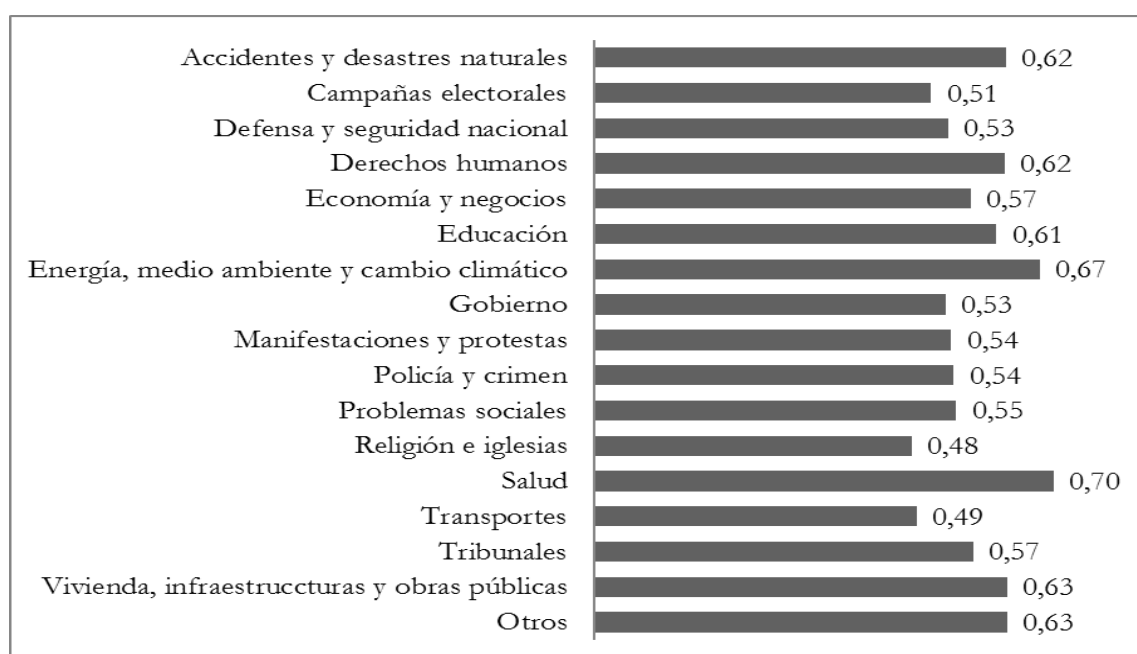


Fuente: elaboración propia.

Abc es el periódico que menos puntúa en el índice, es decir, es el medio en el que las noticias muestran menos presencia de las estrategias del método objetivo, mientras que el diario *El País* se encuentra en la situación opuesta: mayor presencia de las estrategias del método objetivo. Por último, *El Mundo* y *La Razón* se sitúan en un punto medio, sin ninguna diferencia entre ellos.

Estudios sobre las características de los contenidos noticiosos han demostrado la influencia de la temática en determinados aspectos (Marchetti, 2005; McCluskey, 2008). A partir de estas ideas, hemos analizado si en el caso de la objetividad también el tópico de la información marcaría diferencias. Por ello, se ha comparado el valor del índice de objetividad para cada uno de los 17 temas principales que se codificaron [gráfico 2].

Grafico 2. Índice de objetividad según la temática de las noticias

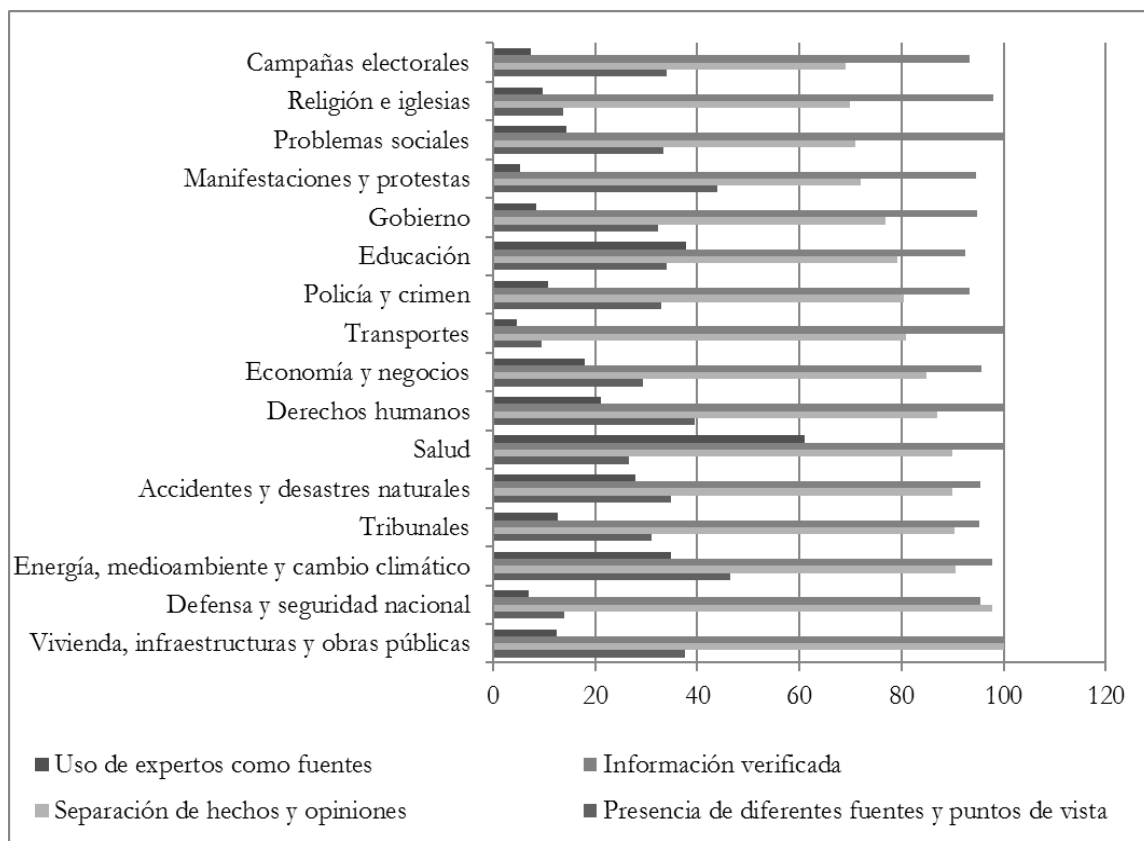


Fuente: elaboración propia.

Este análisis revela diferencias estadísticamente significativas ($F=6.994; ,000$), apoyando el argumento de que la temática influye en la presencia de la norma de la objetividad en el contenido noticioso. La prueba post-hoc Tukey-b agrupa los temas en tres bloques según el nivel del índice de objetividad. En el grupo en el que el índice es más bajo las temáticas tratadas son religión e iglesias, transportes y campañas electorales, que no superan el .51. El segundo grupo lo forman: gobierno, defensa y seguridad nacional, manifestaciones y protestas, policía y crimen y problemas sociales. Estos temas se sitúan entre el .53 y .55. Los temas con un tratamiento más objetivo son economía y negocios, tribunales, educación, derechos humanos, accidentes y desastres, vivienda, infraestructuras y obras públicas, energía, medioambiente y cambio climático, salud y otros.

En el gráfico 3 se observa la presencia de las cuatro estrategias de la objetividad para cada tema. Los temas que más puntúan respecto a: 1) la presentación de diferentes puntos de vistas son: energía, medioambiente y cambio climático y manifestaciones y protestas; 2) la separación entre hechos y opiniones: vivienda, infraestructuras y obras públicas, defensa y seguridad nacional, energía, medioambiente y cambio climático, tribunales, accidentes y desastres naturales y salud; 3) la información verificada al cien por cien: vivienda, infraestructuras y obras públicas, salud, derechos humanos, transportes y problemas sociales y 4) la propuesta de expertos como fuentes de información: salud, educación, energía, medioambiente y cambio climático.

Grafico 3. Presencia de las estrategias de la objetividad según la temática de las noticias



Fuente: elaboración propia.

Hay que destacar que las noticias sobre temas políticos (gobierno y campañas electorales) se caracterizan por una escasa presencia de distintos puntos de vista y por contener una mezcla de información y opinión.

Por último, en un intento por conocer si en los cuatro diarios se reproducen las diferencias en el nivel del índice de objetividad que se observan en cada tema en la muestra global, se han realizado los análisis de ANOVA para cada periódico.

En este examen, solo en *La Razón* no se han encontrado diferencias estadísticamente significativas ($F= 1.284; ,204$). En el diario *Abc* ($F= 4.009; ,000$) las noticias que más se ajustan a la norma de la objetividad se refieren a los temas: derechos humanos, vivienda, infraestructuras y obras públicas, energía, medio ambiente y cambio climático. Mientras que manifestaciones y protestas, campañas electorales, policía y crimen, gobierno, transportes, religión e iglesias puntúan por debajo de la media del diario (.52). En comparación con la puntuación de cada tema en la muestra total, en los contenidos noticiosos del diario *Abc* se manifiesta en menor medida el método objetivo en los tópicos sobre religión e iglesias, educación, gobierno, transportes y policía y crimen [tabla 3]. En las informaciones sobre vivienda, infraestructuras y obras públicas y derechos humanos *Abc* puntúa muy por encima de la media general.

En *El País* ($F= 2.388; ,002$) los temas que reciben un tratamiento más cercano a la norma de la objetividad son: salud, educación, accidentes y desastres naturales, energía, medio ambiente y cambio climático, problemas sociales, tribunales, vivienda, infraestructuras y obras públicas, derechos humanos y manifestaciones y protestas. Todos ellos puntúan por encima de la media del periódico (.59). En el lado opuesto están: defensa y seguridad nacional, economía y negocios, campañas electorales, religión e iglesias, gobierno y transportes. Si comparamos las puntuaciones de cada tema en *El País* con los valores de cada tema en la muestra general se observa que las diferencias están centradas en los temas que se ajustan más a las características del método objetivo: educación, problemas sociales y religión e iglesias.

El Mundo ($F= 3.693; ,000$), que tiene un índice de objetividad de .55, presenta mayores niveles en los temas: accidentes y desastres naturales, energía, medio ambiente y cambio climático, problemas sociales, educación, economía y negocios, tribunales y vivienda, infraestructuras y obras públicas. Los tópicos que ocupan los últimos

puestos son: defensa y seguridad nacional, campañas electorales, manifestaciones y protestas, derechos humanos y salud. Frente al índice de objetividad temático general, en *El Mundo* hay que hacer hincapié en cuatro temas debido a que se alejan de las medias de los otros diarios. Por encima de la puntuación general se sitúan las noticias sobre: accidentes y desastres naturales y problemas sociales, mientras que por debajo de la media están: salud y derechos humanos.

Como se ha ido explicando en este apartado, en *La Razón* los distintos temas presentan niveles muy similares en el índice de objetividad, pudiendo afirmarse que sí existen diferencias frente a las puntuaciones generales. Los temas con menor presencia de objetividad son: accidentes y desastres naturales y derechos humanos, seguidos de educación y salud. Ningún tópico del diario destaca por tener un índice de objetividad muy por encima de la media de la muestra.

Tabla 3. Índice de objetividad según temas y diarios

	Total	Abc	El País	El Mundo	La Razón
Accidentes y desastres naturales	0,62	0,63 (-01)	0,67 (+05)	0,84(+22)	0,50(-12)
Campañas electorales	0,51	0,50 (-01)	0,56 (+05)	0,48(-3)	0,52(+01)
Defensa y seguridad nacional	0,53	0,54(+01)	0,58 (+03)	0,50(-03)	0,50(+03)
Derechos humanos	0,62	0,75(+13)	0,61 (-01)	0,46(-16)	0,50(-12)
Economía y negocios	0,57	0,56(-01)	0,57	0,59(+02)	0,55(-02)
Educación	0,61	0,52 (-09)	0,70 (+09)	0,60(-01)	0,54(-07)
Energía, medio ambiente y cambio climático	0,67	0,72(+05)	0,65 (-02)	0,71(+4)	0,65(-02)
Gobierno	0,53	0,46(-07)	0,56 (+03)	0,55(+2)	0,53
Manifestaciones y protestas	0,54	0,50 (-04)	0,60 (+06)	0,47(-07)	0,59(+05)
Otros	0,63	0,52	0,71(+08)	0,55(-08)	0,64(+01)
Policía y crimen	0,54	0,48 (-06)	0,59(+05)	0,54	0,56(+02)

Problemas sociales	0,55	0,58 (+03)	0,63(+08)	0,68(+13)	0,58(+03)
Religión e iglesias	0,48	0,37(-11)	0,56(+08)	0,54(+06)	0,54(+06)
Salud	0,70	0,67(-03)	0,70	0,25(-50)	0,63(-07)
Transportes	0,49	0,38(-11)	0,53(+04)	0,55(+06)	0,50(+01)
Tribunales	0,57	0,54(-03)	0,63 (+06)	0,59(+02)	0,53(+04)
Vivienda, infraestructuras y obras públicas	0,63	0,75(+08)	0,63	0,56(-07)	0,58(-05)

Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

El estudio propuesto en este capítulo muestra que la manifestación del método objetivo en los contenidos noticiosos de los diarios españoles es similar a la encontrada en la prensa de los países del sistema de medios pluralista polarizado analizados por Esser y Umbrich (2013).

Los periodistas españoles expresan la norma de la objetividad principalmente a través de la verificación de evidencias y la separación de hechos y opiniones. Frente a estas estrategias de la objetividad, las alineaciones ideológicas propias del paralelismo político podrían explicar que la presentación de distintos puntos de vista sea un recurso poco extendido en la implementación de la objetividad. En este sentido encontramos una brecha entre las opiniones expresadas por los periodistas y el contenido de las noticias que elaboran. Recordemos que en el estudio de Beganza, Oller y Meier (2010) los periodistas entrevistados afirmaban que la presencia de distintos puntos de vista era uno de los aspectos más importantes de su forma de entender la objetividad.

Más allá de estas tendencias generales, este estudio pone de manifiesto que no es posible afirmar que la prensa española sea homogénea respecto a la puesta en práctica de la norma de la objetividad. Tanto la cultura periodística de cada diario como la temática de las noticias introducen variaciones. No obstante, el examen del nivel del índice de objetividad respecto a la temática tratada revela que en los cuatro diarios las noticias relacionadas con la

política (o que tienen alguna implicación política) puntúan por debajo de la media.

Referencias bibliográficas

- Benson, R. (2006). News media as a “journalistic field”: What Bourdieu adds to new institutionalism, and vice versa. *Political Communication*, 23(2): 187-202.
- Berganza, R.; Oller, M. y Meier, K. (2010). Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español. *Revista Latina de comunicación social*, 65, 488-502.
- Canel, M. J. (1997). La objetividad periodística en campaña electoral: las actitudes profesionales de los periodistas de TVE1 y Antena3 en las elecciones de 1996. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 2, 55-70.
- Chalaby, J. K. (1996). Journalism as an Anglo-American Invention A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, 11(3): 303-326.
- Donsbach, W. y Klett, B. (1993). Subjective objectivity. How journalists in four countries define a key term of their profession. *International Communication Gazette*, 51(1): 53-83.
- Donsbach, W. y Patterson, T. E. (2004). Political news journalists: Partisanship, professionalism, and political roles in five countries. En: Esser, F. y Pfetsch, B. (Eds.). *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges* (pp. 251-270). Cambridge: Cambridge University Press.
- Durham, M. G. (1998). On the relevance of standpoint epistemology to the practice of journalism: The case for “strong objectivity”. *Communication Theory*, 8(2): 117-140.
- Esser, F. y Umbricht, A. (2013). Competing models of journalism? Political affairs coverage in US, British, German, Swiss, French and Italian newspapers. *Journalism* 14(8): 989-1007.
- Fico, F.; Freedman, E. y Love, B. (2006). Partisan and structural balance in newspaper coverage of US senate races in 2004 with female nominees. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(1): 43-57.

- Hallin, D. C. (2009). Not the end of journalism history. *Journalism*, 10(3): 332-334.
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hampton, M. (2008). The “objectivity” ideal and its limitations in 20th-century British journalism. *Journalism Studies*, 9(4): 477-493.
- Humanes, M. L. (2014). Selective Exposure and Partisanship among Audiences in Spain: Consumption of Political Information during Election Campaigns: 2008 and 2011. *Palabra Clave*, 17(3): 773-802.
- Humanes, M. L.; Martínez Nicolás, M. y Saperas, E. (2013). Political journalism in Spain. Practices, roles and attitudes. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(2): 715-731.
- Kaplan, R. L. (2006). The news about new institutionalism: Journalism's ethic of objectivity and its political origins. *Political Communication*, 23(2): 173-185.
- Lippmann, W. (1998). *Public opinion*. New Brunswick: Transaction Publisher.
- Mancini, P. (2000). Political Complexity and Alternative Models of Journalism: The Italian Case. En: Curran, J. y Park, M. J. (Eds.). *De-Westernizing Media Studies* (pp. 265-278). Londres: Routledge.
- Marchetti, D. (2005). Subfields of specialized journalism. En: Benson, R. y Neveu, E. (Eds.). *Bourdieu and the journalistic field* (pp. 64-82). Cambridge: Polity.
- Martínez Nicolás, M.; Humanes, M. L. y Saperas Lapiedra, E. (2014). La mediatización de la política en el periodismo español. Análisis longitudinal de la información política en la prensa de referencia (1980-2010). *Trípodos*, 1(34): 41-59.
- McCluskey, M. (2008). Reporter beat and content differences in environmental stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(1): 83-98.
- Mellado, C. y Humanes, M. L. (2015). The Use of Objective and Analytical Reporting as a Method of Professional Work. *International Journal of Press/Politics*, 20(1): 67-84.
- Mindich, D. T. (1998). *Just the Facts: How “Objectivity” came to define American journalism*. Nueva York: NYU Press.
- Muñoz-Torres, J. R. (2012). Truth and objectivity in journalism: Anatomy of an endless misunderstanding. *Journalism Studies*, 13(4): 566-582.

- Papathanassopoulos, S. (2001). Media commercialization and journalism in Greece. *European Journal of Communication*, 16(4): 505-521.
- Schiller, D. (1981). *Objectivity and the news: The public and the rise of commercial journalism*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- Schudson, M. (1981). *Discovering the news: A social history of American newspapers*. Nueva York: Basic Books.
- Schudson, M. y Anderson, C. (2009). Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism. *The handbook of journalism studies*, 88-101.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2(2): 149-170.
- Skovsgaard, M.; Albæk, E.; Bro, P. y de Vreese, C. (2013). A reality check: How journalists' role perceptions impact their implementation of the objectivity norm. *Journalism*, 14(1): 22-42.
- Strömbäck, J. y Luengo, Ó. G. (2008). Polarized Pluralist and Democratic Corporatist Models. A Comparison of Election News Coverage in Spain and Sweden. *International Communication Gazette*, 70(6): 547-562.
- Swanson, D. L. y Mancini, P. (1996). *Politics, media, and modern democracy: An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Santa Barbara: Greenwood Publishing Group.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of sociology*, 660-679.
- Van Dalen, A.; De Vreese, C. H. y Albæk, E. (2012). Different roles, different content? A four-country comparison of the role conceptions and reporting style of political journalists. *Journalism*, 13(7): 903-922.
- Weaver, D. H. y Willnat, L. (Eds.). (2012). *The global journalist in the 21st century*. Londres: Routledge.