



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España


Berganza Conde, M^a Rosa; Oller Alonso, Martín; Meier, Katrin
Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español
Revista Latina de Comunicación Social, núm. 65, 2010, pp. 488-502
Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81915723036>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

[Investigación](#) [Forma de citar/how to cite](#) – [informe revisores/referees](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#)
[DOI:](#) 10.4185/RLCS-65-2010-914-488-502 – ISSN 1138-5820 – RLCS # 65 – 2010 + 

Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español

Journalistic roles and objectivity in Spanish and Swiss journalism. An applied model of analysis of journalism culture

Dra. M^a Rosa Berganza Conde [\[C.V.\]](#) Universidad Rey Juan Carlos. Facultad de Ciencias e la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación 2 - rosa.berganza@urjc.es

Lic. Martín Oller Alonso [\[C.V.\]](#) Universidad de Murcia. Facultad de Comunicación y Documentación - moa28302@um.es

Lic. Katrin Meier [\[C.V.\]](#) University of Zurich (Suiza). Institute of Mass Communication and Media Research. - katrin.meier@access.uzh.ch

Resumen: En la presente investigación se analizan las diferentes percepciones que poseen sobre los roles profesionales y sobre la idea de objetividad las y los profesionales de la información política de dos diarios de referencia en España y en Suiza, que están situados en una posición similar dentro del sistema de medios de ambos países. Estos medios se estudian desde la perspectiva de la cultura periodística de las dos naciones medida a partir de las dimensiones empíricas creadas por Hanitzsch (2007). A las reflexiones teóricas y a la creación de un modelo de análisis propio de la cultura periodística se añade el trabajo de campo realizado: 19 entrevistas en profundidad realizadas de forma oral y personal a periodistas políticos pertenecientes al periódico *Neue Zürcher Zeitung (NZZ)* con sede en Zurich (Suiza) y a la redacción de *El Mundo*. Se trata de un estudio exploratorio en el cual se ha tratado de construir un modelo de análisis teórico consistente de las culturas periodísticas a partir de la bibliografía existente que se ha aplicado a una muestra de periodistas. Los resultados muestran evidencias de dos culturas periodísticas diferentes, aunque también de algunas similitudes, que afectan a la autopercepción de roles profesionales jugados y a la idea de objetividad informativa de las personas encuestadas.

Palabras clave: objetividad; roles profesionales; cultura periodística; *El Mundo*; *NZZ*

Abstract: This research has been carried out in order to analyse the different perceptions of the professional roles and objectivity journalists from two different quality newspapers have. We measure journalistic culture using the model signed by Hanitzsch (2007). We create our own model of analysis and we applied it to 19 journalists. We have carried out qualitative interviews between journalists from *El Mundo* (Madrid, Spain) and *Neue Zürcher Zeitung (NZZ)* from Zurich (Switzerland). Results show some evidences of two different journalism cultures but also some similarities in the perception that journalists have of their own role and how they conceive objectivity in information.

Keywords: objectivity; journalistic roles; journalism culture; *El Mundo*, *NZZ*.

Sumario: 1. Introducción. 1.1. Teorías sobre la cultura periodística. 1.2. Los roles profesionales y el concepto de objetividad. 1.3. El contexto de la cultura periodística. 1.4. Un modelo propio de análisis de la cultura periodística. 2. Hipótesis de trabajo. 3. Metodología y muestra. 4. Discusión de los resultados. 4.1. La idea del rol profesional. 4.2. La objetividad como ideal. 4.3. La Objetividad como método. 4.4. Factores de contexto. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas. 7 Notas.

Summary: 1. Introduction. 1.1. Theories about journalism culture. 1.2. Professional roles and objectivity. 1.3. The context of journalism culture. 1.4. Our own model of analysis professional culture. 2. Hypotheses. 3. Methodology and sample. 4. Results. 4.1 The professional role. 4.2. Objectivity as ideal. 4.3. Objectivity as a method of work 4.4. Context factors. 5. Conclusions. 6. References. 7. Notes.

1. Introducción

Las y los periodistas políticos constituyen figuras influyentes, no sólo en el sistema de medios, sino en el sistema social y político (como intermediarios de la información). De este modo, desempeñan un papel central dentro del proceso democrático (Deuze, 2002). En el presente estudio se analizan los criterios de objetividad y los roles

información que realizan. Para ello se ha tratado de construir previamente un modelo de análisis teórico consistente de las culturas periodísticas a partir de la bibliografía existente que se ha aplicado a una muestra de periodistas. Se trata, por tanto, fundamentalmente de un trabajo teórico que, con el fin de probar su eficacia, tiene una constatación empírica que deberá ampliarse en el futuro. Podemos calificarlo de estudio exploratorio que se muestra a modo de propuesta teórico-empírica.

A través de esta investigación se tratará de perfilar, a través de un trabajo de campo empírico, algunos rasgos que caracterizan la cultura periodística dentro de la cual, las y los periodistas se hallan inmersos y dentro de la cual desarrollan su trabajo. Siguiendo a Hanitzsch (2007), el análisis de las actitudes periodísticas de las y los profesionales dentro de un país se puede observar con una mayor claridad si se estudian con respecto a las actitudes de las y los periodistas de otros países. De ahí que hayamos elegido para esta investigación realizar un análisis comparativo entre dos naciones.

Hasta el momento, la mayoría de los estudios comparativos sobre la cultura periodística presentes en distintos países se ha centrado principalmente en el análisis del periodismo anglo-americano y del norte de Europa. La comparación entre países europeos se ha descuidado, a pesar de que, como señalan Hallin y Mancini (2004) dentro de este continente se han hallado diferencias significativas entre las distintas naciones hasta el punto de albergar diferentes modelos informativos. En el presente trabajo nos centraremos en el análisis de algunas características que marcan distintas actitudes periodísticas entre las y los profesionales de dos países: España y Suiza.

En España apenas se han realizado investigaciones comparativas con otras naciones en lo que se refiere al análisis de las actitudes profesionales (entre ellas, las de Hallin y Mancini, 2004; Weaver, 1998; Hanitzsch, Berganza et al., 2009; Hanitzsch, Berganza et al., 2010). 11 [1] El estudio de la cultura periodística en Suiza ha sido, del mismo modo, poco investigada en relación con otros países. Se trata, sin embargo, de un país con una fuerte y afianzada estructura política y social [2] no exento de interés a la hora de ser comparado con la joven democracia española.

Suiza y España comparten por un lado, los valores de la Europa occidental como base común de su cultura periodística, mientras que, por otro lado, muestran rasgos de culturas periodísticas distintas, tal como señalan Hallin y Mancini (2004). Como señalan algunos autores (Kleinstauber, 2003; Hanitzsch 2007) esto representa un gran interés a la hora de comparar culturas periodísticas, puesto que permite aunar las perspectivas de concordancia y disonancia.

En estos dos países es evidente la influencia de los llamados "medios de calidad" (*leitmedien*) o prensa de referencia, debido a su especial posición dentro de los respectivos sistemas informativos, por su influencia en los procesos de formación de opinión sobre temas de actualidad (Jarren y Vogel, 2008). Para este estudio hemos elegido el periódico *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ) [3] con sede en Zurich (Suiza) y el periódico *El Mundo* [4] con sede en Madrid (España) como medios de referencia representativos de los dos países y que ocupan un lugar similar dentro del sistema de medios de las dos naciones.

Esta selección se ha realizado basándonos en el posicionamiento político y social similar que ambos periódicos mantienen dentro del sistema mediático en sus respectivos países. *El Mundo* se sitúa económica y políticamente a la derecha liberal en el mercado como, siguiendo la definición de María José Canel, el "periódico de opinión explícita" (Canel, 1999). En su origen el periódico NZZ fue creado como medio de propaganda de un partido de derecha (FDP) [5] Actualmente aun manteniendo esta cercanía al partido político FDP, institucionalmente el NZZ se ha independizado (Meier, 2004). Es conocido debido a su línea editorial liberal orientada políticamente a la derecha basada en los derechos civiles de los ciudadanos (Maissen, 2005).

1.1. Teorías sobre la cultura periodística

La cultura periodística ha sido definida desde distintas ópticas dependiendo de la disciplina científica desde la cual se analizaba. Este concepto se encuentra, según autores como Hofstede (1980), en la fina frontera que forman las distintas culturas nacionales. Para Williams (1958) sin embargo, su definición es tan amplia como lo es el amplio concepto de cultura entendido como manera de vida.

En la presente investigación entendemos la noción de cultura periodística tal como la entiende Hanitzsch (2007): "La idea o cognición específica del o de la periodista sobre los que evalúa y ordena sus ideas culturales, a través de las cuales crea su propia realidad significativa que le permite formar su acción profesional dentro de los conocimientos colectivos" (Hanitzsch, 2007). De esta definición se desprende que las actitudes de las y los periodistas se encuentran arraigadas profundamente dentro de la cultura periodística que contiene el valor típico y tradicional de una forma de actuar común.

Para este autor, la cultura periodística engloba el conjunto de principales orientaciones (valores, actitudes y convicciones), prácticas y artefactos (productos y textos) presentes en el trabajo de las y los profesionales de la información. Desarrolla un sistema de análisis empírico basado en diferentes dimensiones que hemos utilizado en el presente estudio para comparar las actitudes periodísticas de las y los profesionales de Suiza y España.

Hanitzsch (2007) sitúa la identidad y la personalidad del o de la periodista en el centro de las investigaciones sobre cultura periodística v. a partir de ahí, señala que se deben estudiar los nexos de unión entre el periodismo v el

comunidades de valores homogéneos. Más bien son híbridos en los que intervienen elementos tradicionales nacionales ligados a otros internacionales, interactuando entre ellos de forma dinámica.

En concepto de cultura periodística empleado por Hanitzsch (2007) integra la idea de "cultura periodística" acuñada por Donsbach y Patterson (2003); la llamada "cultura de noticias" de Heinderyckx (1993); y lo que Esser (2004) denomina "cultura profesional".

Coincidimos con Hanitzsch (2007) en que la construcción teórica de una cultura periodística es compleja. Debido a ello, este autor contempla su análisis a partir de la representación de distintas manifestaciones profesionales en diferentes facetas creando unas dimensiones de análisis: los Roles institucionales, la Epistemología y la Ideología ética. Subdivide los primeros, de nuevo, en otras tres dimensiones y las otras dos, en dos cada una. Estas siete dimensiones no forman un continuo sino que son puntos concretos de análisis.

Para este estudio hemos elegido estudiar cuatro de estas siete dimensiones. [6] Así, hemos examinado los roles institucionales de las y los periodistas en sus tres dimensiones y, además, el concepto de objetividad profesional que manifiestan.

Los roles institucionales constituyen uno de los objetos de estudio centrales de este trabajo, ya que se refieren a la forma de ejercer la profesión y a las funciones de las y los profesionales de la información en la sociedad. Estas funciones son entendidas como las distintas ideas que manejan las y los periodistas sobre sus papeles profesionales.

El segundo elemento, la Epistemología, se refiere al fundamento teórico del conocimiento del periodismo que un o una profesional se crea. Respecto a la filosofía epistemológica, quienes ejercen el periodismo se preguntan acerca de la verdad y si la información puede basarse en "verdades" generales e imparciales o no (Anderson y Baym, 2004). Por ello, Hanitzsch divide este segundo elemento en dos dimensiones: Objetivismo y Empirismo. El Objetivismo se refiere a la idea de objetividad como una posibilidad viable. Con ello distingue entre "opinión" (que es la verdad que depende de la idea subjetiva de cada uno); y la "verdad" como hecho copiado de la realidad, reconocido y objetivo. La dimensión de Objetivismo va unida a la idea de objetividad. La dimensión de Empirismo no será tratada en la presente investigación, al igual que el tercer elemento, la Ideología ética, con las dos dimensiones que lo forman, el Relativismo y el Idealismo.

Cuadro 1: Dimensiones de análisis según Hanitzsch (2007). Fuente: Elaboración propia.

ROLES INSTITUCIONALES	
	Intervencionismo
	Distancia del poder
	Orientación de mercado
EPISTEMOLOGÍA	
	Objetividad
	Empirismo
IDEOLOGÍA ÉTICA	
	Relativismo
	Idealismo

1.2. Los roles profesionales y el concepto de objetividad

Dentro de cada país encontramos unas dimensiones diferenciadoras y definitorias de la imagen que tienen quienes ejercen el periodismo de su papel dentro de los medios (Donsbach y Patterson, 2003). Por ello, los Roles profesionales periodísticos son entendidos e interpretados de diferentes maneras dependiendo del contexto cultural. Esto se muestra en las distintas imágenes que tienen los y las periodistas de sus papeles profesionales dependiendo de los distintos países. Por ello, Donsbach y Patterson desarrollaron dos dimensiones distintas para la medición de los papeles profesionales. Por un lado, distinguen entre periodistas activos y pasivos. Por otro lado, hablan de su auto-percepción como actores políticos. Finalmente distinguen entre periodistas neutrales y abogados.

En esta categorización realizada por Donsbach y Patterson se basa Hanitzsch (2007) a la hora de proponer sus tres dimensiones basadas en los papeles ejercidos por los periodistas a nivel institucional. Así pues, distingue entre las dimensiones de *Intervencionismo*, la *Distancia del poder* y la *Orientación al mercado*. Siguiendo esta clasificación, el *intervencionismo* describe hasta qué punto entran en juego los juicios de valores de los y las periodistas. Gracias a ello se puede distinguir entre periodistas pasivos e intervencionistas o activos. El polo intervencionista corresponde a los periodistas "abogados", que toman partido a nivel emocional. Por otro lado encontramos el polo pasivo, que

La segunda dimensión, la *Distancia al poder*, puede desarrollarse desde la plena lealtad a los centros de poder a un posicionamiento en el polo opuesto por parte del o de la periodista. Se asume el papel de "adversario" cuando de forma abierta una persona se opone al poder establecido y actúa como cuarto poder. Por otro lado, encontramos a los llamados periodistas "leales", situados tras la autoridad establecida y quedando al lado de los centros de poder social. La última dimensión, la *Orientación al mercado*, está presente en la cultura periodística cuando se subordinan las metas a la lógica del mercado, frente a la idea de interés público. Aquí encontramos la distinción que el o la periodista realiza del público entre consumidores/as y ciudadanos/as.

La segunda dimensión que hemos elegido tratar en el presente trabajo junto con la de comprensión de los papeles por parte de quienes ejercen la profesión periodística, es la de noción de *Objetividad*. En lo que concierne a la información política, la comprensión periodística de objetividad y la definición de los roles profesionales (a menudo ambos conceptos aparecen fusionados) desempeñan un papel prominente. En algunas culturas periodísticas se encuentra arraigada la idea de que deben evitarse los posicionamientos políticos y las declaraciones ambiguas o partidistas. Ello viene estrechamente unido a la idea de objetividad periodística y del medio. Las opiniones particulares y determinados ajustes realizados bajo la noción de objetividad se distinguen dependiendo del contexto cultural y la comprensión o idea de los papeles ejercidos por parte de los periodistas (Donsbach y Klett, 1993)

El debate sobre el concepto de objetividad tiene lugar no sólo entre quienes estudian los medios y entre quienes ejercen la profesión, sino entre las distintas áreas de la filosofía (Lichtenberg, 1996). Siguiendo a este último autor, distinguiremos entre dos maneras básicas de contemplar el concepto de objetividad: por un lado, como ideal filosófico y por otro, como método periodístico.

Partiendo de la perspectiva de objetividad como ideal, en general, la objetividad se plantea como el primer objetivo en la información dentro de la cultura periodística en las democracias occidentales, a pesar de las diferencias (Donsbach y Patterson, 2003). Sin embargo, no todo el mundo defiende la postura de situar a la objetividad como valor supremo dentro del periodismo de información. Por un lado, porque la objetividad es vista como el principio fundamental de representación de la realidad y de la verdad. Para que esto ocurra, deben aparecer representadas todas las partes que intervienen en el tema político en busca de una información objetiva, o bien, se debe buscar reunir el máximo número de declaraciones subjetivas para poder acercarse a través de la diversidad a una realidad objetiva (Weischenberg, 1995). Como señala Lichtenberg (1996), este punto de vista define a quienes representan en la filosofía al realismo, ya que parten siempre de la realidad existente, basando su información en la representación precisa y objetiva que existe "ahí fuera".

Frente a esta postura encontramos otros postulados críticos a favor de la opinión, ya que según estos ser objetivo es casi imposible, o bien es no deseable o bien no realizable (Donsbach y Klett, 1993). Con esto se debate bajo una perspectiva crítica constructivista el hecho de la existencia o no de una verdad absoluta y objetiva (Hanitzsch, 2007). Quienes representan este punto de vista son los idealistas, que responden negativamente al hecho de que el mundo pueda ser contemplado de forma independiente y bajo una perspectiva determinada: "El mundo es una construcción nuestra en el sentido de que nosotros, inevitablemente, la atrapamos a través de nuestros conceptos y categorías" (Lichtenberg, 1996).

Hanitzsch (2007) plantea esta dualidad del concepto de objetividad y de verdad objetiva del conocimiento humano basándose en su accesibilidad. Por ello una de las dimensiones que señala, es la de objetividad en la cultura periodística. Afirma la idea de la existencia de dos polos: el positivo ("Korrespondenz"), donde los y las periodistas de opinión aprueban la posibilidad de copiar la realidad (efecto espejo). El negativo ("Subjektivisten"), donde quienes ejercen la profesión opinan que la información siempre va unida a interpretaciones y aspectos subjetivos.

La segunda perspectiva del concepto de objetividad se basa en el método y en el modelo de trabajo periodístico. En los años 20, la objetividad apareció como método dentro del periodismo. Este concepto fue creado con un carácter general dentro del mundo periodístico como método que pudiese proporcionar seguridad y capacidad de trabajo (Streckfuss, 1990). Tuchman propone cinco estrategias de trabajo basadas en el concepto de objetividad: la presentación de diferentes puntos de vista; los hechos que apoyan las declaraciones; la separación clara entre el contenido de la información y la opinión; la estructuración de la noticia siguiendo el principio de la pirámide invertida; y la separación de la información y opinión (Tuchman en 1978 citado por Weischenberg en 1992).

El punto menos conflictivo con respecto al concepto de objetividad como método, es el que se refiere a este como un método útil dentro del periodismo. Con nuestra investigación analizaremos este punto, ya que intentaremos aclarar la importancia de la objetividad en el procedimiento metodológico de los y las periodistas. También estudiaremos de qué manera entienden estos/as profesionales por un lado, la objetividad como ideal, y por otro qué importancia tiene para ellos/as la objetividad como método. Para este análisis nos basaremos en la dimensión de Objetividad ("Objektivismus") de Hanitzsch (2007).

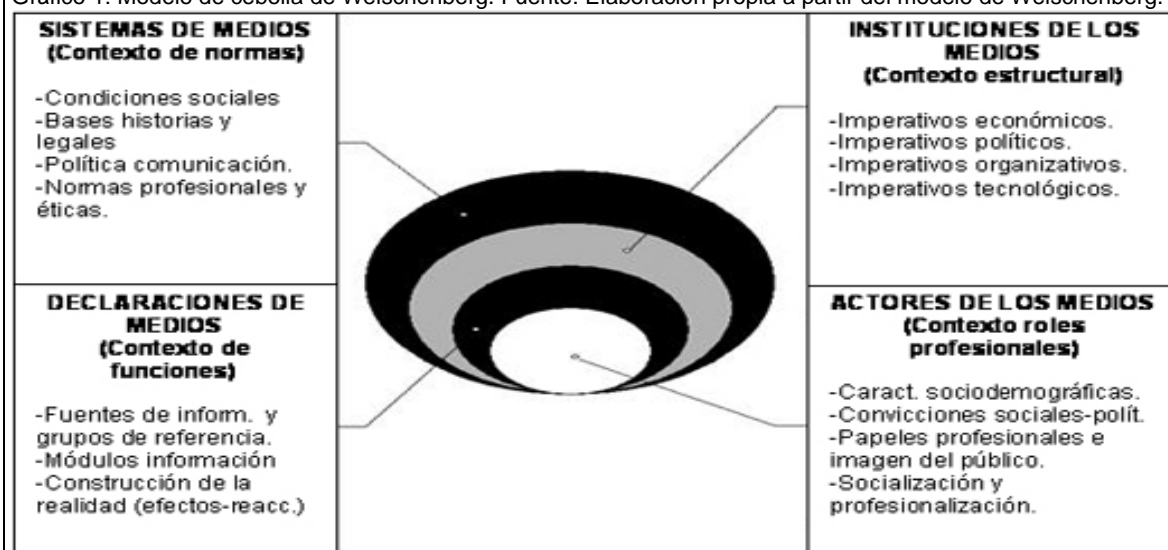
1.3. El contexto de la cultura periodística

La cultura periodística no puede contemplarse de forma independiente a los roles profesionales y la objetividad. Aunque nuestra perspectiva de estudio se centra en el/la periodista como actor, no se pueden descuidar otros niveles de estudio que puedan afectar decisivamente a sus acciones y ajustes profesionales. La figura del o de la periodista como actor dentro de un medio concreto puede analizarse a su vez como centro dentro de un todo circular.

este modelo diciendo que los círculos exteriores envuelven a los interiores quedando una estructura con forma similar a la piel de una cebolla. Las normas que dotan de validez a los sistemas de medios formarían en el modelo de cebolla, el círculo exterior.

El siguiente círculo lo forma el contexto estructural, constituido por las instituciones que giran alrededor de los medios. En él encontramos las fuerzas políticas, económicas y organizadoras que influyen a los medios. El tercer círculo describe el contexto funcional donde aparecen los resultados y los efectos del periodismo en el resto de sistemas. En el centro del modelo se sitúan los actores/actrices del proceso informativo. Aunque pueden actuar de forma autónoma, quedan incluidos dentro del engranaje informativo que influye en sus acciones (Weischenberg, 1995). En el siguiente gráfico aparece representado el modelo de cebolla de este autor con sus cuatro círculos:

Gráfico 1: Modelo de cebolla de Weischenberg. Fuente: Elaboración propia a partir del modelo de Weischenberg.



Esta representación nos muestra cómo el contexto influye de manera muy amplia en quienes trabajan en los medios y en sus acciones. Debemos tener presente que no todos los factores representados en el gráfico influyen de igual forma. Sin embargo, deben tenerse en cuenta todos ellos a la hora de analizar la idea que tienen los y las periodistas de sus roles profesionales y del concepto de objetividad.

Hallin y Mancini (2004) se refieren a cuatro dimensiones asentadas todas ellas dentro del nivel de sistemas en el contexto de las normas del modelo de Weischenberg. La primera dimensión de la que hablan es la de "estructura de mercado" de los medios, y por lo tanto también del desarrollo de la prensa de masas en un país concreto. Con esto no sólo se refieren al consumo de medios que un país realiza, sino también a la relación de la prensa con su audiencia y al proceso de comunicación social y política. Reflejan también otros factores, como son la clara separación entre periodismo sensacionalista y el de calidad. Según estos autores, la estructura de todo el paisaje nacional de medios puede influir en el contexto de estos y en la idea que tienen los y las periodistas de sus roles profesionales. Dependiendo de la estructura social, política y económica, conocen, por ejemplo, si escriben para un público elitista o no, el nivel del periódico para el que escriben, etc.

La segunda dimensión descrita por Hallin y Mancini (2004) gira en torno al paralelismo entre periodismo y política. Estos autores especifican las distintas relaciones existentes entre los y las protagonistas de la política y los medios. Con ello se puede observar cómo en algunos países los medios muestran una orientación política determinada y una influencia clara en la prensa los y las protagonistas de la política. Todos estos factores pueden influir de manera decisiva dentro de la organización de los medios a la hora de concebir el concepto de objetividad y en la forma de entender los roles profesionales que tienen las y los periodistas. Cuando existe un gran y serio acercamiento político, se habla de un "periodismo discursivo", orientado e influenciado directamente por la política (Hallin y Mancini, 2004).

En la tercera dimensión se describe la profesionalización. Los autores definen el concepto de profesionalización dentro del periodismo no sólo como la obtención de unas titulaciones universitarias, sino como algo más complejo que incluye dimensiones como la autonomía periodística, las normas profesionales, las distintas orientaciones hacia el público, etc. En el extremo opuesto, los autores trabajan sobre los conceptos de instrumentalización política y económica de los medios que, en su opinión, perjudican seriamente al profesionalismo (Hallin y Mancini, 2004).

La última dimensión se centra en el papel definitorio del Estado. Este influye de diferente manera en los medios en cada país y sociedad. Esta dimensión se encarga de analizar la intervención estatal y la influencia de esta en los medios.

En estas cuatro dimensiones se fundamentará nuestro estudio a la hora de analizar la cultura periodística y su

representado con la mayor exactitud posible en la interpretación de los resultados cualitativos obtenidos.

1.4. Un modelo propio de análisis de la cultura periodística

A partir de la estructura en niveles superpuestos de los modelos mencionados anteriormente, hemos creado un modelo propio con tres niveles diferentes: el nivel de Sistema, el nivel de Institución y el nivel de actor. En este modelo representados los factores contextuales (influencias, fuerzas, estructuras) que influyen en la acción periodística. En el nivel de sistema analizamos el sistema de medios informativos del país correspondiente a partir del estudio de su origen, evolución, constitución y cómo influye esto en todo el proceso informativo. Ya hemos visto cómo los distintos factores que influyen en el nivel de sistema son utilizados por Hallin y Mancini (2004) a la hora del análisis comparativo de la cultura periodística entre distintos países.

En el nivel de institución nos centramos en los medios informativos. Para el análisis en este nivel nos servimos de los factores que Esser plantea en su modelo [7] (Esser, 2004).

El nivel de actor constituye el nivel central del presente estudio. Éste es el que describe al o la periodista a nivel individual y donde podemos observar hasta qué punto los factores contextuales ejercen su influencia sobre él/ella.

La representación de estos niveles se realiza de forma interrelacionada. Los niveles más externos ejercen su influencia en todo momento sobre los internos. Así, los niveles de Sistema e Institución influirán directamente en quienes ejercen la profesión como personas que trabajan bajo las condiciones que los otros niveles imponen. Las relaciones entre los tres niveles aparecen representadas a través de flechas amarillas en el gráfico 2.

La influencia señalada por Esser (1998) de los/las periodistas sobre los niveles exteriores no es considerada en este modelo, ya que nos centraremos en el estudio del nivel interno: el nivel del actor. Nuestro modelo aparece representado, igual que el modelo de cebolla de Weischenberg, con tres círculos que representan cada uno los distintos niveles del contexto. En el centro situamos el nivel del actor, donde representamos la cultura periodística con las dos dimensiones de análisis en las que nos vamos a basar para nuestro estudio.

Gráfico 2: Representación gráfica de la estructura por niveles. Fuente: Elaboración propia



2. Hipótesis de trabajo

Como se ha mencionado, el principal propósito de esta investigación es analizar el concepto de objetividad (como método de trabajo y como valor filosófico) y la idea de los roles profesionales tal y como son percibidos por quienes ejercen la profesión periodística en dos medio de referencia de España y Suiza.

De ahí que nuestras primeras preguntas de investigación sean: ¿qué roles o papeles profesional perciben que ejercen las y los periodistas en los medios de calidad de España y Suiza? ¿Qué causas o motivos existen para ello? Como hipótesis, por un lado, partimos de los resultados hallados por Canel y Piqué (1998) y así, esperamos encontrar en España diferencias entre las percepciones de quienes son más jóvenes y los de mayor antigüedad, dado que estos últimos han aprendido su profesión en contextos sociales y políticos diferentes.

medida como meros transmisores de información con carácter objetivo, actuando de mediadores pasivos entre la información y el público. Mientras, en España existiría una mayor lealtad al poder político existente en el momento, y por lo tanto, un mayor *Intervencionismo*. Estas dos últimas son hipótesis que se deducen de la diferente clasificación de modelos informativos en los que Hallin y Mancini (2004) sitúan a España y Suiza.

Como segunda pregunta de la investigación, desde un punto de vista más filosófico, planteamos lo siguiente: ¿Qué entienden los y las periodistas encuestados/as por objetividad como ideal? Partimos como hipótesis de que el concepto de objetividad como ideal podría ser reconocido como valor fundamental y básico en ambos países democráticos. A pesar de esto, la idea de objetividad podría ser aceptada de diferente forma.

Partiendo de las características de los modelos en los cuales Hallin y Mancini (2004) sitúan a España y Suiza suponemos que en España la objetividad podría ser adoptada como ideal dentro de la realidad periodística, pero que, sin embargo, se considera que no es posible llegar a ella. Esto nos llevaría a suponer que el periodismo en España podría tener un carácter más subjetivo. En Suiza el ideal de objetividad podría ser observado de forma más alcanzable, adaptando sus objetivos periodísticos diarios a la consecución de éste.

Como tercera pregunta de la investigación perseguimos resolver la siguiente incógnita: ¿qué importancia otorgan las y los periodistas a la objetividad como método? Podemos presuponerla partiendo de las respuestas a la segunda pregunta. Pero ¿podría ser que la objetividad como método tenga una menor consideración en el día a día de las redacciones españolas que en las suizas?

3. Metodología y muestra

El método elegido para la elaboración de este estudio comparativo se ha basado en la realización de entrevistas en profundidad orales de carácter cualitativo realizadas personalmente a una serie de periodistas. Este tipo de entrevistas de carácter cualitativo permiten ahondar en las motivaciones (De Miguel 2005, Lamnek, 2005). Seguimos también la tendencia metodológica de las investigaciones en nuestra área llevadas a cabo en los últimos años en España. [8] Pensamos también que con el uso de esta metodología cualitativa en nuestra investigación el análisis social se enriquecerá a partir del uso de metodologías más adecuadas y cercanas a la multidimensionalidad de la realidad social dentro del mundo del trabajo. (Delgado y Gutierrez, 1998).

Las entrevistas cualitativas se componen de un cuerpo menos estructurado que las estandarizadas cuantitativas. En las primeras, quien entrevista realiza preguntas concretas centradas en el tema, pero no existen para quien contesta unas directrices establecidas a la hora de responder (De Miguel 2005, Schnell, Hill y Esser, 1999). Esto supone que la persona entrevistada siempre tiene la posibilidad de responder libremente y según sus ideas concretas, adaptando de esta forma la entrevista al contexto cultural en el que se encuentre (Glaser y Laudel, 2004).

Unido a esto, una entrevista cualitativa oral personal exige la valoración espontánea y continua de cada respuesta para poder ir adaptando las preguntas (De Miguel 2005, Schnell, Hill y Esser, 1999). Finalmente, este tipo de entrevistas permiten conseguir perspectivas y reflexiones más profundas de las personas entrevistadas (Alonso, 1994).

La desventaja que poseen las entrevistas cualitativas es la poca capacidad comparativa de sus resultados, aunque, como señalan Schnell, Hill y Esser (1999), esto puede subsanarse generalmente buscando una información detallada y precisa del tema. A través de esta búsqueda de información y de un trabajo bien estructurado podemos asegurarnos que durante las entrevistas todos los temas sean tratados de forma equitativa (Scholl, 2003). Para nuestra investigación resultan ventajas manifiestas el hecho de que las entrevistas cualitativas nos faciliten la adaptación al contexto cultural periodístico y la profundización en las declaraciones que se realicen

Con el fin de responder a las preguntas de investigación hemos seleccionado a 19 periodistas de ambos países, España y Suiza, que estén en situación similar a nivel profesional dentro de los medios periodísticos, de forma que puedan ser comparables. Así, deberán estar en activo y ocuparse de la información política en el ámbito internacional, nacional o regional. Estos factores son fundamentales a la hora de poder comparar la idea de objetividad, de comprensión de roles profesionales y de mostrar las principales relaciones existentes dentro del entramado político nacional.

Para ello, se entrevistaron a diez periodistas [9] en cada país, pertenecientes a medios considerados de referencia, con tirada nacional y con una situación similar dentro del sistema de medios de cada país con el fin de que mantengan unas posiciones comparables. Como se ha adelantado, hemos elegido el periódico *El Mundo* y el periódico suizo *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ), con sede en Zurich.

Cuadro 2. Representación de los casos seleccionados. Fuente: Elaboración propia

	SUIZA	ESPAÑA
Sección		
Nacional (Suiza / Nacional)	5	
Local (Zürich v Región / M2)	5	2

Periodista de investigación		2 1
Sexo Femenino Masculino	4 6	2 7
Edad Menos de 35 años Entre 35 y 44 años Entre 45 y 54 años Entre 55 y 65 años	4 1 5	4 2 2 1
Formación Formación profesional o estudios medios Formación universitaria (en otras especialidades) Formación universitaria (específica)	1 8 1	1 8
Periodistas entrevistados	10	9

4. Discusión de los resultados

Los resultados han sido estructurados basándonos en los conceptos principales que hemos ido manejando en el presente estudio (la idea del roles profesional de los y las periodistas y el concepto de objetividad en sus respectivas dimensiones).

4.1. La idea del rol profesional

Para los y las periodistas de *El Mundo*, el rol periodístico como “transmisor” de la información es fundamental. En este caso, la mitad de las personas entrevistadas hablan de la necesidad de unir ese rol de “transmisor” e informador dentro de la prensa, al rol de “perro guardián”.

Los y las periodistas del *NZZ* responden de una forma general cuando se les pregunta sobre su autopercepción profesional y del rol que piensan que ejercen dentro de la Redacción. Tan sólo uno contestó concretamente y habló sobre un papel periodístico activo e intervencionista que él pensaba que ejercía en su labor profesional. Una mayoría (seis) se refirieron a su función como transmisores de información. Sin embargo, esta transmisión de la información no está desligada de la interpretación y la opinión, ya que los y las periodistas de prensa entrevistados/as se decantan por algo más que por la reproducción simple de información.

a) Intervencionismo. Con respecto a la primera dimensión planteada por Hanitzsch (2007), el *Intervencionismo*, los datos muestran cierto desapego hacia los conceptos de “abogado” y “misionero” como roles periodísticos. Existen resultados encontrados entre las personas entrevistadas en España y Suiza. En este último país, siete periodistas del *NZZ* afirmaron que siempre se comprometían con los temas que abordaban, pero manteniendo la distancia suficiente para que no influyeran sus emociones o sensaciones en el tratamiento informativo. De esta forma, se sitúa como lo más importante la necesidad de informar. Para los y las periodistas españoles, el efecto o la influencia del periodismo en la política es mucho mayor que para los suizos.

b) Distancia del poder. La *Distancia al poder* relaciona la actividad periodística con la actividad política. En España existe una relación muy cercana entre clase política y periodística. Se percibe que necesariamente tiene que ser así porque de otra forma, quienes ejercen labores periodísticas se quedarían fuera del flujo informativo. Siete periodistas españoles entrevistados/as afirmaron tener una relación muy cercana o incluso amistosa con personajes políticos relevantes. En Suiza, las y los periodistas pusieron mucho énfasis en defender su independencia frente al gobierno y la clase política. Sólo un periodista entrevistado admitió, con respecto a los máximos mandatarios el “per Du” (el “hoy por ti, mañana por mí”).

c) Orientación de mercado. En España se muestran opiniones encontradas en la dimensión de la *Orientación al mercado*. Dos periodistas afirmaron rotundamente su visión del público como ciudadanos/as (no como simples consumidores/as de información) de tal modo que conciben que la información que se les facilita tiene como función principal permitirles participar en los procesos de decisión políticos. En el otro extremo de la balanza se sitúan la mayoría de las personas entrevistadas, que ven a los ciudadanos/as como consumidores/as.

perfil de su audiencia, porque tienen presente el hecho de que el público debe ir al quiosco para comprar el periódico cada día. En Suiza, la democracia directa parece tener un mayor peso político. Prueba de ello es que seis periodistas la tomaron como referencia a la hora de mencionar la cuestión. Acentuaron el hecho de que los medios impresos en general, y el NZZ en particular, deben intentar que la ciudadanía participe activamente en la vida política del país. Así que la imagen que los y las periodistas del NZZ tienen de su público es, claramente, en primer lugar, la de ciudadanos/as.

4.2. La objetividad como ideal

Los y las periodistas españoles entrevistados/as se mostraron bastante escépticos/as cuando se planteó el concepto de objetividad dentro del periodismo. Todos/as comenzaron por plantear que la objetividad absoluta no existe y que en su lugar existe una "verdad subjetiva" de cada periodista. También mantuvieron una posición intermedia entre la objetividad y la subjetividad, cuando señalaron que hay que intentar ser tan objetivo/va como sea posible. Los encuestados/das españoles/las entienden la objetividad, a nivel general, es más que una meta que muestra el camino, un "faro en la lejanía". Les preocupa más otros aspectos de su trabajo diario, y otorgan menos importancia a esta cuestión, que tildan de filosófica.

Los y las periodistas encuestados/as en Suiza vertieron opiniones bastante repartidas dentro de la dimensión de la objetividad, aunque evitaron situarse en el extremo de total correspondencia, ya que nadie afirmó que la realidad pueda ser copiada a modo de espejo. En un primer grupo seis periodistas entrevistados/as afirmaron que la objetividad no existe, aunque podría ser una meta deseable. En un segundo grupo cercano al polo de la subjetividad se situaron los y las periodistas que insistieron en que la subjetividad individual existe a partir de la selección de noticias, el comentario o la presentación de argumentos personales. Así que este segundo grupo de periodistas del NZZ entiende la objetividad como una "subjetividad propia" que cada persona sugiere basándose en su perspectiva.

4.3. Objetividad como método

La mayoría de las personas entrevistadas se refirieron al poco tiempo con el que contaban para la elaboración de su trabajo como gran enemigo del método o procedimiento objetivo. Cuando planteamos la idea de la Objetividad como método les explicamos que nos referíamos concretamente al uso de las cinco estrategias que señala Tuchman (1998) sobre la Objetividad como método y les fuimos preguntando sobre cada una de ellas.

La primera es la "Presentación de las distintas posibilidades de conflicto". Algunos de los factores que lo dificultan son "la presión del tiempo", "las fuentes esquivas", que no quieren realizar declaraciones, las líneas editoriales de los medios, etc. Esta estrategia constituye el método más importante a la hora de alcanzar la objetividad para seis de los diez periodistas españoles/las entrevistados/as, aunque mencionaron que existen diferentes factores que conducen a que en muchas ocasiones no se pueda contrastar la información recibida a través de varias fuentes. Por parte de los y las periodistas suizos/as encontramos dos puntos de vista: el primero, el de quienes piensan que después de obtener los diferentes puntos de vista se encuentran en disposición de escribir sobre el tema; y el segundo, el de quienes opinan que no siempre es necesario "representar todas las opiniones de la redacción".

La segunda estrategia de Tuchman (1998), "Presentación de evidencias" (*Presentation of supporting evidence*), se refiere a la presentación de los hechos y a la necesaria fidelidad de los y las periodistas a estos. Los y las periodistas españoles/as mantienen una actitud abierta con respecto a este tema. Dos de los entrevistados/as son de la opinión de que ellos no publicarían una información sin confirmar. Otros y otras afirmaron que depende de hasta qué punto pueden confiar en la fuente que les ha facilitado esta información. Los y las periodistas del NZZ mantuvieron una postura bastante crítica. Sólo una periodista respondió sin ningún tipo de restricciones sobre la imposibilidad de la publicación de suposiciones o rumores. Sin embargo, la mayoría es consciente de que "a menudo existe un rumor tras el trabajo periodístico".

La tercera estrategia de Tuchman (1998), "The judicious use of quotation marks", aborda el correcto uso de las citas. Los y las periodistas españoles/as mantienen diferentes opiniones acerca de este tema. Dos de los y las entrevistados/as indicaron que no publicarían una información sin mencionar a las fuentes. Sin embargo, cinco periodistas españoles se mostraron partidarios de no citar las fuentes de una información siempre que se tratara de protegerlas. Entre los y las entrevistados/as en Suiza, cinco indicaron que toda declaración debe ir claramente atribuida. Sin embargo, dos de ellos señalaron que la indicación de la fuente de manera estricta a veces no es posible. Indicaron otra excepción a esto, y es cuando la fuente tiene que ser protegida. Entonces debe aclararse el porqué de esa protección.

La cuarta estrategia de Tuchman (1998), "Structuring information in a appropriate sequence" se refiere a la estructura clásica de la noticia según la "pirámide invertida". En España no encontramos ningún entrevistado/a que defendiera que la pirámide invertida sea un medio que facilite la información objetiva. Los y las periodistas del NZZ repartieron su opinión en dos grupos divididos al cincuenta por ciento. Cinco declararon que se basan en este principio siempre, aunque no de forma estricta. Otros cinco entrevistados/as rechazaron la estructura de la noticia en pirámide invertida. Ellos eran de la opinión de que la información debe contemplarse en su totalidad y que no que tiene por qué escribirse de modo que pueda cortarse por el final.

La quinta estrategia de Tuchman (1998), "Separation of opinion and facts", se refiere a la necesidad de separar la

redacción de *El Mundo*, la separación de la noticia y la opinión se produce a nivel formal. A nivel personal, afirmaron que cada periodista debe intentar que no aparezca su opinión dentro de sus noticias. Sin embargo, reconocieron que no se podía evitar en ciertas ocasiones. En el periodismo suizo están claramente diferenciados. Más aún en el periódico *NZZ*, ya que esta diferenciación queda reflejada incluso tipográficamente, ya que los artículos de opinión se publican en un tamaño de letra más grande. La mayoría de las y los periodistas entrevistados/as, concretamente ocho, eran de la opinión de que la audiencia del *NZZ* sería partidaria de que el periódico expresase su opinión también en los artículos de noticias.

4.4. Factores de contexto

A continuación compararemos y relacionaremos los resultados obtenidos con los conceptos teóricos formulados previamente en la presente investigación. El principal objetivo es responder a las preguntas de la investigación en los diferentes niveles de contexto: El nivel de sistema, el nivel de Institución y el nivel de actor. De esta forma, los resultados podrán ser interpretados dentro de un marco contextual concreto. En primer lugar, responderemos a la primera pregunta que planteábamos en nuestra investigación: ¿Qué roles o papeles profesionales tienen las y los periodistas de los medios de referencia entrevistados en España y Suiza dentro de la información política? ¿Cuáles son las causas o motivos de dichos roles? En segundo lugar, abordaremos la segunda pregunta planteada: ¿Qué entienden estos/as periodistas por objetividad como ideal dentro del periodismo? Finalmente responderemos a la tercera pregunta: ¿Qué importancia dan estos/as periodistas a la objetividad como método?

a) Roles, papeles profesionales y factores de contexto

Tras realizar el análisis de los resultados de los y las periodistas entrevistados podemos constatar que no es posible establecer dentro de un solo rol concreto y preciso el papel profesional ejercido. Entre los y las periodistas entrevistados/as en Suiza se muestra una cierta tendencia al periodismo informativo analítico. En España, la transmisión de información se encuentra en primer lugar como función principal percibida en el trabajo. Sin embargo, este rol de informadores/as en muchas ocasiones se encuentra entrelazado con el rol de “perro guardián”, encargado de controlar a los poderes políticos; lo que en ocasiones conduce a ejercer un periodismo más de opinión que de información.

Esto podría ser justificado por la influencia del mercado de medios en el nivel de sistema. Ante la creciente competencia de los diarios gratuitos y de Internet, los periódicos tradicionales de referencia tienen que ofrecer algo más que sólo información. En el nivel de sistema, podemos encontrar también que los periodistas españoles/as son más críticos/as y están más atentos/as a cualquier cambio o situación negativa debido al pasado reciente y a la historia del país. Los y las periodistas suizos/as han vivido dentro de una estructura política más estable a lo largo del tiempo, por lo que la importancia de la neutralidad del país a nivel general les hace ser objetivos y mantener las distancias con cualquier tipo de poder.

La larga tradición de *NZZ* como periódico de referencia en Suiza, deja entrever que en el nivel de institución no facilitará que se ejerza un rol intervencionista por parte de sus periodistas. La forma de actuar del diario *NZZ* estaría más cercana al hecho de saber mantener las distancias cuando se trabaja en un tema, que a actuar como abogado o juez de determinadas causas. *El Mundo* tiene otra tradición basada en un periodismo de investigación. La historia del periódico ya cuenta con algunos éxitos en su “lucha” a través de su estilo basado en esta dimensión del intervencionismo.

De todo lo anterior se puede concluir que difícilmente pueden encuadrarse todas las características de los y las profesionales encuestados/as dentro de un rol concreto.

b) La objetividad como ideal y factores de contexto

Los resultados hallados en esta investigación acerca de la percepción del concepto de objetividad como ideal exigen una serie de matizaciones. Ni los y las periodistas suizos/as ni los españoles/as rechazan de plano este concepto aunque los entrevistados/as en España situados en niveles jerárquicos superiores tienden al rechazo de la objetividad como fin último del periodismo.

Dentro del nivel de sistema, los resultados muestran, por un lado, que los y las periodistas españoles/as se oponen a un tipo de periodismo basado en la clara diferenciación de noticias y opiniones. Por otro lado, los y las periodistas del *NZZ* dan una gran importancia al valor de la neutralidad, pero se muestran escépticos con respecto a la idea de que conseguir la Objetividad deba ser la meta final deseable.

En el nivel de institución, podemos establecer que dentro del periódico *NZZ* la objetividad está considerada como un criterio de calidad y que sirve para proteger a quienes ejercen la profesión de ser tachados de “exceso de partidismo”. Así entendido, el periódico *NZZ* podría definirse como “independiente” dentro del paisaje político y económico de Suiza. *El Mundo* se caracteriza por basar su estilo en un periodismo de investigación. Sus periodistas no contemplan el concepto de objetividad como ideal en su trabajo diario. Perciben como deseable orientar su estilo de trabajo hacia un periodismo de investigación, más “abogado” por ciertas causas y por tanto también, más proclive a los juicios y a las opiniones.

En el nivel de actor, la relación del concepto de objetividad aparece ligado a la formación de los y las profesionales entrevistados/as. La mayoría ha terminado sus estudios universitarios en Periodismo, lo que implica una formación a nivel teórico acerca de lo que es la objetividad y del debate que existe alrededor de ella. Las y los periodistas entrevistados en Suiza, por su parte, han terminado casi todos sus estudios universitarios, pero solamente uno los ha cursado en Periodismo. [10] Esto hace que estos periodistas hayan conocido el concepto de objetividad a partir del proceso socializador dentro del día a día de la redacción.

Finalmente, los resultados nos muestran que el concepto complejo que forma la dimensión de objetivismo, en la realidad diaria de una redacción queda reducido al concepto que los y las periodistas tienen sobre la objetividad: corrección, honradez, contraste de fuentes, etc., nociones que pueden ser más operativas y que no requieren un planteamiento tan complejo.

c) La objetividad como método y los factores de contexto

En el nivel de sistema, la importancia de la primera estrategia de Tuchman (1998) puede entenderse gracias a la situación de consenso y neutralidad que existe en la cultura suiza. En España esto fue imposible durante la dictadura franquista. Actualmente, los y las periodistas disfrutan de esta relativamente "reciente" libertad que les brinda la democracia.

La fidelidad a los hechos es la segunda estrategia planteada por Tuchman (1998). Respecto a ella, los y las periodistas suizos/as entrevistados/as no la conciben de una manera estricta, ya que reconocen que se puede crear una información a partir de un rumor. De esta opinión son sobre todo los periodistas más jóvenes que declaran la necesidad de divulgar en ocasiones ciertas informaciones con origen incierto, pero que podrían ser relevantes.

Según el libro de estilo de *El Mundo*, la redacción debería ceñirse en todo momento a los hechos. Sin embargo, esto no es siempre así ya que las personas entrevistadas reconocen que un rumor proveniente de una fuente de confianza puede llegar a ser noticia dentro del periódico.

De manera general, se puede decir que no sólo los y las periodistas del *NZZ*, sino también los y las de *El Mundo* han interiorizado la tercera estrategia de Tuchman (1998). De esta forma, en ambas culturas periodísticas, por norma general, el uso de citas correctamente atribuidas e identificadas se concibe como un método que persigue una mayor objetividad. Sin embargo, en España se antepone la protección y salvaguarda de la integridad de las fuentes a la dotación de carácter objetivo a todas las informaciones si ello supone un riesgo para las primeras.

La cuarta estrategia, la pirámide invertida, no es considerada en la población encuestada, ni en España ni en Suiza, como método relevante a la hora de alcanzar una mayor objetividad. Si bien la mayoría conoce este principio de estructura, pocos lo usan.

La quinta estrategia de Tuchman (1998) se basa en el principio de separación entre noticias y opiniones. En la redacción del *NZZ*, este principio se muestra desde un primer momento a nivel tipográfico. (Como hemos dicho anteriormente las informaciones de opinión aparecen con un tamaño de letra mayor). A pesar de ello, los periodistas son de la idea de que en algunas ocasiones puede ser interesante para los lectores que aparezca reflejado el punto de vista del o la periodista. En *El Mundo* la separación entre la noticia y la opinión es inevitable dado que todos los artículos de opinión son reunidos en una sección al principio del periódico. Sin embargo, esta separación clara que aparentemente ofrece el periódico, no es entendida por todos los periodistas de igual manera.

En el nivel de institución el factor de la tradición desempeña un papel importante. El periódico *NZZ* tiene 200 años más que *El Mundo* y debido a ello muestra una tradición de periodismo de partido más arraigada. El *NZZ* entiende este posicionamiento como algo natural dentro de su redacción. A pesar de ello, el periódico a partir de 1988 cuando su junta directiva dejó de estar formada por miembros del partido *FDP* ha mantenido una política de funcionamiento basada en la neutralidad. *El Mundo*, con mucha menos tradición, se fundó en un contexto político, social, económico e histórico muy distinto. Se creó bajo la dirección de Pedro J. Ramírez, fuertemente influenciado por el periodismo anglosajón, tras su estancia como profesor en EE. UU., donde existe una tradición clara de separación entre información y opinión.

El factor de la tradición desempeña un papel muy importante también dentro del nivel de actor. Las y los periodistas entrevistados/as en Suiza no basan su trabajo en los métodos de Tuchman ya que han interiorizado también otros métodos a través de los cuales alcanzar la objetividad. Sólo la primera estrategia de Tuchman aparece de forma explícita en el trabajo cotidiano de los y las periodistas entrevistados/as. En cambio, la separación de la noticia y la opinión es rechazada por la mayoría. Los y las periodistas españoles/as se sienten más bien obligados/as a usar estos métodos ya que parte de su formación en la universidad se ha basado en ellos a la hora de describir el trabajo periodístico dentro de la redacción.

Cuadro 3: Resumen de los resultados obtenidos en la investigación. Elaboración propia

Roles profesionales	<i>NZZ</i>	<i>El Mundo</i>
Intervencionismo	Idea más bien pasiva con el peso	Idea profesional basada en los roles de

	distanciada. Periodismo analítico.	bien social
Distancia del poder	Relación basada y orientada al entendimiento, pero desde la distancia. A pesar de ser leales existe crítica y cierto escepticismo.	Idea del rol ejercido como polo opuesto a los centros de poder. Existe una gran cercanía personal y profesional a los políticos. Buscan detectar escándalos o asuntos turbios.
Orientación al mercado	Predomina la idea del público como ciudadano/a, pero entre los periodistas más jóvenes la idea del lector como consumidor gana puntos.	Idea del público entre ciudadano/a y consumidor/a, aunque tiende hacia el segundo, dado que la comercialización del periódico se concibe como lo más importante.
Concepto de objetividad	NZZ	El Mundo
Objetividad como ideal	Escepticismo con respecto a la noción de objetividad. Encontramos dos grupos: los que tienden a la objetividad y los que tienden a la subjetividad. El concepto de objetividad es importante como criterio de calidad de un periódico.	El concepto de Objetividad absoluta es negado por la mayoría. Sólo es tomado como "faro". Tendencia de los periodistas a la subjetividad, dado que se concibe que sólo se puede informar a partir de un punto de vista.
Objetividad como método	La 1ª estrategia de Tuchman es percibida como método de objetividad. El resto de estrategias, aun conociéndolas, no las utilizan de forma específica como método objetivo en su trabajo diario. La separación de la noticia y la opinión se rechaza	Son utilizados los principales métodos basados en la objetividad como los de Tuchman, pero no sin reservas. La puesta en práctica de métodos objetivos como citar siempre a las fuentes es descuidada a menudo a favor de la protección las fuentes de información. La pirámide invertida es rechazada.

5. Conclusiones

El análisis final de los resultados refleja que las personas entrevistadas poseen una idea de sus roles profesionales diferentes en función de cada país:

a. Los y las periodistas españoles/as tienden a ejercer el rol intervencionista y situarse en el polo opuesto a los centros de poder. Ellos tienen una idea del público como consumidor/a ya que tienen presente que lo principal para la empresa es el rendimiento económico y la máxima venta de ejemplares en los quioscos.

b. Los y las periodistas suizos/as tienden a ser pasivos/as y objetivos/as, tratando de guardar la distancia en todo momento con los temas en los que trabajan. Dan mucho valor al periodismo analítico. No se comportan como polo opuesto a los centros de poder, sino que más bien tienden a la lealtad a estos. Las y los periodistas del *NZZ* perciben a su audiencia principalmente como ciudadanos/as a los que se debe informar para que puedan ejercer su papel en el sistema democrático, a pesar de que los periodistas más jóvenes tiendan a ver al público como un simple consumidor del producto informativo que elaboran.

El análisis final de los resultados reflejan que los y las periodistas entrevistados/as realizan diferentes consideraciones sobre la objetividad como ideal:

c. La redacción entrevistada de *El Mundo* tiende a situarse en el polo subjetivo de la dimensión de objetivismo. Rechaza la objetividad como ideal y por eso la excluyen de su trabajo cotidiano.

d. Por parte de los y las periodistas de *NZZ* existen dos tendencias contrarias. Por un lado encontramos a quienes se sitúan en el polo de la "correspondencia": quieren representar la realidad tal y como es, buscando la objetividad como principal meta. En el polo contrario, el de la "subjetividad": encontramos a quienes se declaran conscientemente en contra de la objetividad, confiando en la diversidad de medios y la pluralidad de opiniones que en ellos se producen.

El análisis final de los resultados permite extraer las siguientes conclusiones respecto a la idea de la objetividad como método:

e. A pesar de que las estrategias planteadas por Tuchman (1998) aparecen reflejadas como normas a seguir por los y las periodistas en los libros de estilo de ambos periódicos, ni en *El Mundo* ni en el *NZZ* se utilizan generalmente de forma estricta. Algunos métodos u estrategias se utilizan en determinadas ocasiones para aumentar el grado de objetividad de la información, pero sólo en contadas ocasiones la estructura de la noticia se crea en base a estas estrategias. Unido a esto, los y las periodistas dan una importancia muy distinta a alguna de estas estrategias, dando mayor valor, por norma general, al uso de las citas o la fidelidad a los hechos.

f. Para quienes ejercen la profesión en España, la protección de sus fuentes prima sobre la objetividad de sus noticias si ello implica citarlas siempre, salvo excepciones.

g. Para los y los periodistas suizos/as es fundamental la convicción personal acerca de la calidad e importancia de la información que ofrecen a sus lectores.

h. La mayoría de las personas entrevistadas, tanto en España como en Suiza, otorgan mucho valor a la representación de todas las perspectivas posibles de una información y niegan la necesidad de utilizar la pirámide invertida para conseguir mayor objetividad en una información. Más aun en España.

i. Los y las periodistas suizos/as niegan la necesidad de separar la noticia y la opinión. Estos no se han visto influenciados en ningún momento por la cultura periodística anglosajona y su ideal de objetividad.

Estos resultados han sido relacionados con los niveles de contexto (nivel de sistema, nivel de Institución y nivel de actor) y se han extraído las siguientes conclusiones:

j. La preferencia de los y las profesionales en España por el rol de "abogado/a" de distintas causas se puede explicar dentro del nivel de sistema por el hecho de que se sienten comprometidos con la idea de ejercer su trabajo como órgano de control para impedir que la relativamente joven democracia española se vea afectada por intereses individuales y vuelva a desaparecer.

k. Esta situación, para los periodistas suizos, no tiene mucha razón de ser porque los factores que existen dentro de su nivel de sistema son otros totalmente distintos.

l. Los y las periodistas entrevistados/as españoles/as ejercen un rol "intervencionista". Esto se puede explicar dentro del nivel de institución. Dentro de la redacción de *El Mundo* se persigue conscientemente realizar un periodismo de investigación, por lo que la línea editorial del periódico hace que los y las periodistas tiendan a ejercer más el rol de "abogado/a" de ciertas causas que el "neutral" o "pasivo".

m. Los periodistas más jóvenes que trabajan en la sección de Local tienden a ver al lector/a como "consumidor/a" en ambos países. Esto se ha explicado dentro del nivel de actor, ya que la población joven se muestra más sensibilizada con los factores sociodemográficos y económicos actuales donde está muy presente la crisis del periodismo. Eso les hace tener mayor interés por las posibilidades que ofrece el mercado de los medios. A esto se une el hecho de que piensan que, si a la audiencia se le ofreciera lo que quiere, el área del periodismo local tendría mayor peso dentro de la redacción.

6. Referencias bibliográficas

Alonso, L.R. (1994): "Sujeto y discurso: El lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa", en Delgado, J.M. y Gutiérrez, J. (Eds.) *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, Madrid: Síntesis.

Anderson, J. A. y Baym, G. (2004): "Philosophies and Philosophic Issues in Communication, 1995-2004". *Journalism* 54, agosto, pp. 589-615.

Canel, M. J. (1999): "El País, Abc y El Mundo: tres manchetras, tres enfoques de las noticias". *Zer. Revista de estudios de comunicación* 6, pp. 1-12.

---- y Piqué, A. M. (1998): "Journalists in Emerging Democracies. The Case of Spain", en Weaver, D. H., *The Global Journalist. News People Around the World*. Cresskill, NJ: Hampton.

---- y Rodríguez Andrés, R., Sánchez Aranda, J. J. (2000): *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información* (= Opiniones y actitudes, volumen 33). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

De Miguel, R. (2005): "La entrevista en profundidad a los emisores y receptores de los medios", en Berganza Conde, M^a R. y Ruiz San Román, J. A. (Eds.), *Investigar en Comunicación*, Madrid: McGraw Hill.

Deuze, M. (2002): "National News Cultures. A Comparison of Dutch, German, British, Australian, and U.S.". *Journalism and Mass Communication Quarterly* 79, pp. 134-149.

Donsbach, W. y Klett, B. (1993): "Subjective Objectivity. How Journalists in Four Countries Define a Key Term of Their Profession". *Gazette* 51, pp. 53-83.

---- y Patterson, Th. (2003): "Journalisten in der politischen Kommunikation. Professionelle Orientierungen von Nachrichtenredakteuren im internationalen Vergleich", en Esser, F. y Pfetsch, B. (Eds.), *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Esser, F. (1998): *Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich*. Freiburg, München: Alber.

Esser, F. (2004): "Journalismus vergleichen. Komparative Forschung und Theoriebildung", en Löffelholz, M. (Eds.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Gläser, J. y Laudel, G. (2004): *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Hanitzsch, Th. (2007): "Deconstructing Journalism Culture. Toward a Universal Theory". *Communication Theory* 17, pp. 367-385.

---- y Rosa Berganza, Incilay Cangoz, Basyouni Ibrahim Hamada, Folker Hanusch, Sonia Virginia Moreira, Peter G. Mwesige, Claudia Mellado Ruiz, Zvi Reich & Dani Vardiansyah.

Noor (2009): "Modelling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross National Survey of Journalists", 59th Annual Conference of the International Communication Association, Chicago, 21-25 May 2009.

---- y Rosa Berganza, Incilay Cangoz, Mihai Coman, Basyouni Hamada, Folker Hanusch, Christopher D. Karadjov, Claudia Mellado Ruiz, Sonia Virginia Moreira, Peter G. Mwesige, Patrick Lee Plaisance, Zvi Reich, Josef Seethaler, Dani Vardiansyah Noor, Elena Vartanova & Kee Wang Yuen (2010): "Modelling Perceived Influences on Journalism: Evidence from a Cross-National Survey of Journalists". *Journalism & Mass Communication Quarterly* (aceptado para su publicación).

Heinderyckx, F. (1993): "Television News Programmes in Western Europe. A Comparative Study". *European Journal of Communication* 8, pp. 425-450.

Hofstede, G. (1980): *Culture's Consequences. International Differences in Work-related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.

Jarren, O. y Vogel, M. (2008): "Gesellschaftliche Selbstbeobachtung und Ko-Orientierung: Die Leitmedien der modernen Gesellschaft", en Gendolla, P., Ligensa, A., Müller, D. (Eds.), *Alte und neue Leitmedien*. Bielefeld: Transcript Verlag.

Kleinstauber, H. J. (2003): "Medien und Kommunikation im internationalen Vergleich: Konzepte, Methoden und Befunde, en Esser, F. y Pfetsch, B. (Eds.), *Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Lamnek, S. (2005): *Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch*. Weinheim: Beltz Psychologie Verlags Union. (cuarta reedición).

Lichtenberg, J. (1996): "In Defence of Objectivity Revisited", en Curran, J. y Gurevitch, M. (Eds.), *Mass Media and Society*. London, New York, Sydney, Auckland: Arnold.

Maissen, Th. (2005): *Die Geschichte der NZZ 1780-2005*. Zürich: NZZ Verlag.

Marr, M., Wyss, V., Blum, R., Bonfadelli, H. y Beck, D. (2001): *Journalisten in der Schweiz. Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse*. Konstanz: UVK-Medien.

Meier, W. A. (2004): "Switzerland", en Kelly, M., Mazzoleni, G., McQuail, D. (Eds.), *The Media in Europe. The Euromedia Handbook*. London: Sage.

Meyer, C. (2005): *Das Unternehmen NZZ 1780-2005*. Zürich: NZZ Verlag.

Schnell, R., Hill, P. B., Esser, E. (1999): *Methoden der empirischen Sozialforschung*. München, Wien: Oldenbourg.

Sanders, K. y Canel, M. J. (2006): "A Scribbling Tribe. Reporting Political Scandal in Britain and Spain". *Journalism* 7, pp. 453-476.

Streckfuss, R. (1990): "Objectivity in Journalism. A Search and a Reassessment". *Journalism Quarterly* 67, pp. 973-983.

Tuchman, G. (1998): "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas". *CIC: Cuadernos de información y comunicación* 5, pp. 199-218.

Weaver, D. H. (Ed.) (1998): *The Global Journalist. News People Around the World*. Creskill, NJ: Hampton.

Weischenberg, S. (1995): *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Williams, R. (1958): *Culture and Society. 1780-1950*. London. New York: Penguin.

7. Notas

[1] A este respecto resulta interesante el proyecto comparativo internacional llevado a cabo entre periodistas de 18 países del mundo y dirigido por Thomas Hanitzsch (véase toda la información y publicaciones del proyecto en la web: www.worldsofjournalism.org)

[2] El Estado Federal suizo fue constituido en 1848 como resultado político de la aprobación de la nueva constitución federal. Fue creado un moderno Estado federal erigido sobre la base del republicanismo y de la subsidiaridad.

[3] El *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ) es uno de los periódicos europeos con mayor tradición. Nació el 12 de enero de 1780. Es conocido y reconocido a nivel internacional como periódico de calidad ((Meier, 2004). En 2008 el periódico NZZ se situaba como el tercer diario de pago más leído de Suiza. La editora del periódico ahora es el *Grupo NZZ* (Meyer, 2005).

[4] El periódico *El Mundo* fue fundado el 23 de octubre de 1989. Según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión, en 2008 *El Mundo* fue el segundo diario de información general más leído en España. Pedro J. Ramírez es el fundador, redactor jefe y editor de *El Mundo*. *El Mundo* pertenece al grupo de medios *Unidad Editorial* (Sanders, Canel, 2006).

[5] Hasta 1988 el consejo administrativo del periódico NZZ estaba constituido exclusivamente por miembros del partido *Democrático de Suiza* (FDP).

[6] Hemos elegido cuatro de estas siete dimensiones porque son las que están relacionadas con nuestro objeto de estudio: las tres que examinan los roles institucionales de los periodistas y la dimensión que hace referencia al concepto de objetividad profesional que poseen.

[7] Esser presenta su modelo teórico dispuesto en 4 capas diferentes. En la exterior, sitúa la esfera social donde aparecen las condiciones histórico-culturales de la sociedad en general. En la siguiente encontramos las estructuras de los medios periodísticos con sus normas, fuerzas e intereses. La tercera capa es la esfera institucional, que incluye los distintos perfiles de la actividad informativa, la estructura organizativa y la imagen profesional de los medios. Finalmente, encontramos la esfera centrada en el periodista como individuo, como actor principal. Se describen sus valores subjetivos, ideas políticas, roles profesionales, etc. (Esser, 1998).

[8] En 1995, la Universidad Complutense de Madrid publicó un cuestionario realizado en entrevistas personales sobre periodismo y sociedad. En 1999, siguiendo la misma metodología el Centro de Investigaciones Sociológicas editaba otro estudio sobre los profesionales de los medios. En el año 2000 aparecieron otros dos trabajos llevados a cabo por Ortega y Humanes por un lado y por García Cortázar y García de León. (Canel, Rodríguez y Sánchez, 2000).


[9] En España se realizaron nueve entrevistas debido a que un redactor no pudo ser entrevistado porque tuvo un problema personal el día de la entrevista. Finalmente realizamos un total de 19 entrevistas. Diez en Suiza y nueve en España.

[10] La gran mayoría de los periodistas suizos no tiene ninguna educación periodística específica. El acceso definitivo al periodismo se realiza con el paso del periodo de prácticas al grupo de los jóvenes periodistas. El número de los graduados universitarios entre los periodistas no llega al 44%. Además, sólo el 17% ha terminado los estudios específicos de periodismo en la universidad (Marr y col., 2001).

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

Berganza Conde, M.R., Oller Alonso, M. y Meier, K. (2010): "Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español. Un modelo de análisis de la cultura periodística aplicado", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 488 a 502 recuperado el ____ de ____ de 2_____, de http://www.revistalatinacs.org/10/art3/914_URJC/36_Berganza.html
DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-914-488-502

Nota: el DOI es **parte de** la referencia bibliográfica y ha de ir cuando se cite este artículo.

Para enviar el artículo a una persona interesada, pincha en el sobrecillo:  COMPARTIR 