



# Comunicar

Revista Científica de Comunicación y Educación  
Media Education Research Journal

E-ISSN: 1988-3293 | ISSN: 1134-3478

PREPRINT

Recibido: 2016-09-28  
Revisado: 2016-10-25  
Aceptado: 2016-12-02



Código RECYT: 52452  
Preprint: 2017-02-15  
Publicación Final: 2017-04-01

DOI: <https://doi.org/10.3916/C51-2017-08>

## La percepción de los periodistas españoles acerca de sus roles profesionales

### Spanish Journalists' Perception about their Professional Roles

#### Dra. Rosa Berganza

Catedrática en el Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España) ([rosa.berganza@urjc.es](mailto:rosa.berganza@urjc.es)) (<http://orcid.org/0000-0001-9862-2550>)

#### Dra. Eva Lavín

Investigadora Postdoctoral en el Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España) ([eva.lavin@urjc.es](mailto:eva.lavin@urjc.es)) (<http://orcid.org/0000-0002-8663-8632>)

#### Dr. Valeriano Piñeiro-Naval

Becario de Investigación Postdoctoral en el LabCom.IFP - Comunicación, Filosofía y Humanidades de la Universidade da Beira Interior de Covilhã (Portugal) ([vale.naval@labcom.ubi.pt](mailto:vale.naval@labcom.ubi.pt)) (<http://orcid.org/0000-0001-9521-3364>)

---

### Resumen

La investigación empírica internacional sobre la percepción que los periodistas tienen de sus roles y funciones profesionales presenta un notable auge en los últimos años, aunque no en el caso español. Esta investigación, que forma parte del estudio comparativo transnacional «Worlds of Journalism Study», analiza los datos de una encuesta realizada en España (representativa y estratificada por tipo de medio y por Comunidad Autónoma) a 390 periodistas de 117 medios de comunicación, quienes fueron consultados sobre su trabajo para detectar las funciones profesionales con las que más se identificaban. El estudio señala seis roles: el de perro guardián, el altavoz de la ciudadanía, el instructor de la audiencia, el favorecedor del statu quo, el que entretiene a la opinión pública y el difusor de información objetiva. En línea con la evolución política, económica y social de los últimos años en España, los profesionales se identifican más con el papel de altavoz de la ciudadanía. Esta función desplaza en importancia al rol protagonista de los estudios similares más recientes sobre periodistas españoles: el de difusor de la información objetiva. Se hallan también dos grandes grupos de periodistas: los estimuladores y los narcotizadores de la opinión pública. Además, se observa que algunos factores organizacionales (en concreto, la propiedad del medio) y otros individuales (el género, la edad y los años de experiencia laboral) influyen significativamente en las percepciones de los roles profesionales.

### Abstract

International empirical research on the perception that journalists have of their professional roles and functions has increased considerably in recent years, although not in the case of Spain. The present research, included within the transnational comparative study “The Worlds of Journalism Study”, analyses data from a survey conducted in Spain (representative and stratified by type of media and autonomous community) of



390 journalists from 117 media, who were consulted about their work to detect the professional functions they most identified with. The study establishes six roles: watchdog, citizens' spokesperson, instructor of the audience, promoter of the status quo, infotainment journalist and disseminator of objective information. In line with recent political, economic and social developments in Spain, professionals feel more identified with the role of citizens' spokesperson. This function downplays the predominant role of disseminator of objective information reflected in recent studies of a similar nature on the subject of Spanish journalists. A further finding of the research is the existence of two large groups of journalists: the stimulators and the "narcotizers" of public opinion. Moreover, it is observed that some organizational factors (in particular, media ownership) and other individual ones (gender, age and years of professional experience) significantly influence the perceptions of professional roles.

## Palabras clave / Keywords

Periodismo, roles profesionales, actitudes profesionales, medios de comunicación, información, análisis cuantitativo, encuesta.

Journalism, professional roles, professional attitudes, media, information, quantitative analysis, survey.

## 1. Introducción y estado de la cuestión

La investigación empírica acerca de las actitudes y roles profesionales de las y los periodistas goza ya de una notable tradición académica, especialmente en Estados Unidos. Los estudios de Cohen (1963), Nimmo (1964), Dunn (1969), Chittick (1970), Johnstone y otros (1972) y Janowitz (1975) se encuentran entre los pioneros. El interés académico en España por este tema, aunque aún puede calificarse de muy incipiente (más aún en lo que atañe a estudios empíricos con muestras representativas a escala nacional), no ha hecho más que acrecentarse desde los años 90 y, especialmente, a partir del año 2000 (Canel & Sánchez-Aranda, 1999; Canel & al., 2000; Hanitzsch, 2011, a partir de la encuesta realizada por Berganza & al., 2010; y Gómez-Mompart & al., 2015). A finales del siglo XX surgen también estudios empíricos sobre las actitudes periodísticas de las y los profesionales en distintas regiones españolas (Humanes, 1998, en la Comunidad de Madrid; Martín & Amurrio, 2003, en el País Vasco; Túniz & Martínez, 2014, en Galicia).

El auge de la investigación sobre el tema se aprecia también en los estudios comparativos internacionales sobre la cuestión (Weaver, 1998; Hanitzsch, 2011; Weaver & Willnat, 2012; Willnat & al., 2013; Mellado & al., 2016), lo cual contribuye a la consolidación de esta área de estudio. El presente trabajo se encuadra dentro de estos últimos, ya que se ha desarrollado dentro del proyecto internacional «Worlds of Journalism Study» (WJS) en el que participan, utilizando la misma metodología, más de 66 países. En este artículo se analizarán solamente los datos de España, poniéndolos en relación con los roles identificados en las investigaciones empíricas precedentes más relevantes.

Así pues, entre los estudios pioneros más notables sobre los roles profesionales destaca, a comienzos de los 70, el de Johnstone y otros (1972), quienes realizaron una encuesta a cerca de 1.300 reporteros para que valorasen la relevancia de ocho funciones. Su posterior análisis confirmó la existencia de dos tipos de roles periodísticos con los que se identificaba la mayoría: el neutral, un mero espectador del proceso social que transmite la información de hechos objetivos y verificados; y el participativo, un rol más activo que investiga, contextualiza e interpreta las noticias. Otro de los hallazgos más sobresalientes de este trabajo es que más del 75% de las personas encuestadas respaldaban firmemente la función de vigilancia, o perro guardián, de las actividades gubernamentales, una característica que los autores denominaron «watchdog», y que en posteriores estudios daría lugar a una categoría con entidad propia (Johnstone & al., 1972).

En una línea similar de trabajo, Janowitz (1975) identificaba, unos pocos años más tarde, estas mismas funciones periodísticas, aunque etiquetándolas de manera diferente. Por una parte, este autor se refiere a los «gatekeepers» o guardabarreras (cuyas características se corresponden con



los neutrales de Johnstone & al., 1972). La segunda categoría la califica de «advocate», con una caracterización muy similar al periodista participativo de Johnstone y otros (1972).

Weaver y Wilhoit (1986), por su parte, propusieron un tercer rol como complemento a los ya mencionados hasta ahora (el neutral y el participativo, que ellos denominan difusor e intérprete, respectivamente). Se trata del «adversarial» o «adversary», también conocido como adversario o crítico (que se correspondería con el «watchdog» de Johnstone & al., 1972), y que representa a quienes ejercen esta función sobre el gobierno y los intereses políticos y económicos mediante una actitud distante y desconfiada. Según Coronel (2008), este rol difiere según los países y las culturas, ya que se adapta a los diferentes modelos informativos, entendiendo que es el/la periodista quien cubre la corrupción política, los escándalos sexuales y financieros y todo tipo de irregularidades (Coronel, 2008).

Weaver & Wilhoit (1996), en un estudio posterior, hallan otra categoría profesional adicional: la de movilizador de la ciudadanía o «populist mobilizer». Se caracteriza por considerarse transmisor de las opiniones de la ciudadanía, además de ofrecer entretenimiento y fomentar los intereses culturales de la audiencia. No obstante, otra de las aportaciones que efectúan determina que los roles difusor e interpretativo son las piedras angulares de la profesión, siendo la interpretación de la información una función fundamental. El rol «adversary» o crítico, por el contrario, tendría una menor presencia, al igual que ya acontecía en su anterior estudio.

Por su parte, Mellado (2011) señala cinco roles: dos comunes a las investigaciones precedentes (el vigilante, perro guardián o «watchdog», y el difusor o neutral) y tres nuevos. Surge, pues, el rol «citizen oriented» u orientador de la ciudadanía, basado en el/la periodista que provee de informaciones necesarias para comprender la realidad o para tomar decisiones políticas. Por otra parte, el propagandista ofrece una imagen positiva sobre los líderes políticos y económicos, así como de apoyo a las políticas públicas. Finalmente, se señala el rol de orientador al consumo o «consumer-oriented», que proporciona informaciones de interés general, relacionadas con lo que la gente quiere saber; esto es, teniendo en cuenta los requerimientos de los públicos.

Más recientemente, Mellado y sus colaboradores efectuaron una comparativa transnacional para apuntar las funciones periodísticas predominantes en el contexto mediático latinoamericano. Partiendo de un análisis de contenido aplicado a 18 periódicos, constatan la presencia de seis roles, algunos de los cuales habían sido identificados, como se verá más adelante (tabla 3), en investigaciones precedentes: el intervencionista, el perro guardián, el facilitador leal, el orientador al servicio, al «infoentretenimiento» y, por último, el cívico (Mellado & al., 2016).

Hanitzsch (2011) señala la existencia de cuatro roles profesionales, tres identificados previamente. El primero de ellos lo califica como el difusor populista o «populist disseminator», en el que las y los periodistas comparten una clara orientación ciudadana y tienden a proveer a la audiencia de informaciones interesantes que puedan atraer al mayor número de público posible. El segundo es el de vigilante imparcial, o «detached watchdog», en el que las y los profesionales comparten la conciencia de su papel social como observadores imparciales, mostrándose escépticos y críticos hacia las élites políticas y económicas. El tercer rol conocido guarda relación con el de abogado o de orientación a la ciudadanía: el agente crítico del cambio o «critical change agent», que comparte una actitud de control hacia las élites políticas y económicas, pero siendo mucho más intervencionista. El cuarto rol que surge a raíz del estudio de Hanitzsch (2011) es el facilitador oportunista, u «opportunist facilitator», un tipo de periodista identificado con el apoyo a las políticas oficiales y situado cerca de las élites.

En España hubo que esperar hasta finales de los 90 para que aparecieran los primeros estudios empíricos en este campo. Así, Canel y Sánchez-Aranda (1999) establecen cuatro tipos de actitudes profesionales: el difusor o neutral, que describe y no analiza; el intérprete o participativo, que analiza la información; el adversario o «watchdog», que desconfía de la información oficial y critica a los políticos; y un nuevo rol que denominan abogado, que se ve a sí mismo como guía, líder o educador del público. Estudios coetáneos revelan nuevas funciones del trabajo periodístico. Según Gómez-Mompart (1999), este pasa de periodista a comunicador, de informador a entrete-



nedor y de intermediario a mediador. Estos hallazgos se ven reforzados en un estudio del año 2000 encargado por el Colegio de Periodistas de Cataluña, en el que las y los profesionales catalanes declaraban como principal la función de entretener, seguida de la de informar (Humanes, 2003).

En 2014, Túnnez y Martínez (2014: 44) se centran en los periodistas gallegos y concluyen que lo que más valoran las empresas de su trabajo es la rapidez con la que desarrollan sus tareas, mientras que lo menos valorado es el análisis en profundidad de la información y tener una agenda de contactos propia. Gómez-Mompart y sus colaboradores (2015: 144) emprenden otra investigación sobre la percepción de los periodistas españoles, aunque esta vez sobre la calidad de los contenidos basándose en las teorías del «gatekeeping» y «newsmaking». Esta encuesta online a 363 periodistas es una de las últimas investigaciones realizadas en España que tiene en cuenta la transformación tecnológica propiciada por la digitalización de los medios.

A partir de la investigación más relevante realizada en esta área de trabajo, nos planteamos las siguientes preguntas de investigación:

- PI1: ¿Qué roles profesionales surgen a partir de las respuestas que dan las y los periodistas españoles cuando se les pregunta sobre las funciones que desempeñan?
- PI2: ¿Existen diferencias relativas a la importancia concedida, por parte de las y los periodistas, a cada uno de los roles profesionales identificados?
- PI3: ¿Se produce algún tipo de asociación entre los roles profesionales detectados?

Tal como muestran publicaciones anteriores, algunos factores organizacionales (como el tipo y la propiedad del medio) y otros individuales (como el género, la edad y los años de experiencia laboral) influyen de manera significativa en la percepción de los roles profesionales. En este sentido, Canel y Sánchez-Aranda (1999) incluyen ambos tipos de factores; Johnstone y otros (1972), la edad y la experiencia; y según Hanitzsch (2011), el género, la edad y la experiencia. En la presente investigación examinamos estos factores organizacionales y de tipo individual. Por tanto, formulamos la siguiente hipótesis a corroborar:

- H1: Se establecen diferencias entre los periodistas en cuanto a su percepción acerca de los roles profesionales que han de desempeñar teniendo en cuenta variables individuales como: el género, la edad y los años de experiencia laboral; y organizacionales, como la propiedad del medio en el que trabajan y el tipo de medio en cuestión (tradicional vs. digital).

## 2. Material y métodos

### 2.1. Muestra

En el contexto del proyecto internacional «Worlds of Journalism Study» (WJS), se implementó una encuesta a 390 periodistas españoles. Para el diseño de la muestra se siguió un plan polietápico, constituido en tres fases: por conglomerados, estratificado y aleatorio simple.

Así pues, se elaboró inicialmente un listado de medios a partir del informe de la APM (2013) y de la Agenda de la Comunicación (elaborada por el Gobierno de España), con el propósito de contar con un primer muestreo por racimos, tomando al medio como unidad muestral agregada. En total, se seleccionaron 26 medios digitales y 91 tradicionales (periódicos, agencias, radio, TV y revistas); estratificados, a su vez, por Comunidad Autónoma y tamaño (grande o pequeño). Por cada medio grande se seleccionaron, aleatoriamente, 5 periodistas y por cada medio pequeño 3, hasta completar la muestra final de 390 profesionales (n=89 de medios online; n=301 de medios tradicionales). La muestra resultante es de tipo probabilístico, por lo que pretende ser representativa del universo de periodistas del país. El tamaño muestral se calculó con un 95% de confianza y un 5% de error, tomando como referencia la población estimada (n=18.000) en 2014 (Berganza, Herrero, & Carratalá, 2014: 31).



Finalmente, las entrevistas fueron realizadas, por vía telefónica, a cargo de un equipo de encuestadores, entrenados previamente para tal efecto, entre el 1 de marzo de 2014 y el 30 de mayo de 2015.

## 2.2. Medidas

Tomando como punto de partida el cuestionario elaborado junto al resto de investigadores de WJS, del que formamos parte, se analizó una escala compuesta por 21 ítems relativos a la importancia que los periodistas españoles otorgan a una serie de funciones específicas de su profesión. Las opciones de respuesta para cada ítem estaban regidas por una escala tipo Likert, donde: 5=extremadamente importante, 4=muy importante, 3=más o menos importante, 2=poco importante y 1=nada importante. En aras de reducir las dimensiones de dicha escala, los 21 ítems fueron sometidos a un análisis factorial exploratorio (AFE) para poder observar los roles periodísticos que subyacían a los datos.

Tal y como se puede observar en la tabla 1, cada uno de los 21 ítems incorporados presenta una carga significativa en alguno de los 6 factores que sugiere el AFE como estructura latente (varianza explicada=59,46%; KMO=.77; Test de Barlett:  $p<.001$ ). La consistencia interna de cada factor, o constructo, medida con el estadístico Alpha de Cronbach, mostró una fiabilidad adecuada, por norma general, en cada uno de los roles periodísticos identificados<sup>1</sup>, respetando el valor mínimo sugerido para estudios de carácter exploratorio: .60 (Hair & al., 1999; Robinson & al., 1991).

**Tabla 1. Dimensiones de los roles profesionales a través del AFE con rotación varimax y test de fiabilidad**

ROLES PROFESIONALES Funciones Específicas	Perro guardián o «watchdog» (rol 1)	Altavoz ciudadanía (rol 2)	Instructor audiencia (rol 3)	Favorecedor statu quo (rol 4)	Entretene-dor opinión pública (rol 5)	Difusor información objetiva (rol 6)
• Monitorear/controlar a los líderes políticos	.88					
• Monitorear/controlar a las élites económicas	.87					
• Establecer la agenda política	.61					
• Ser un adversario del gobierno	.48					
• Proveer análisis de asuntos actuales	.42					
• Fomentar el cambio social	.41					
• Promover la tolerancia y diversidad cultural		.79				
• Permitir a la gente que exprese su punto de vista		.69				
• Contar historias sobre el mundo		.66				
• Educar a la audiencia			.68			
• Asesorar, orientar y aconsejar a la ciudadanía sobre su vida diaria			.66			
• Dar a los ciudadanos la información necesaria para tomar decisiones políticas			.59			
• Motivar a la gente a participar en la actividad ciudadana y la discusión política			.56			





• Apoyar las políticas del gobierno				.80		
• Ofrecer una imagen positiva de los líderes políticos y económicos				.75		
• Apoyar el desarrollo nacional				.53		
• Proveer un tipo de noticias que atraigan a la mayor cantidad de gente posible					.65	
• Influir en la opinión pública					.57	
• Ofrecer entretenimiento y relax					.48	
• Ser observador imparcial						.77
• Reportar las cosas como son						.66
Valor Eigen	4.56	2.73	1.75	1.20	1.15	1.06
Varianza explicada	21.75	13.02	8.37	5.74	5.49	5.08
Alpha de Cronbach ( $\alpha$ )	.75	.63	.66	.64	.55	.31

( $\alpha$ ). Nota: los análisis incluyen valores  $>.40$ .

### 3. Análisis y resultados

#### 3.1. Análisis

Todas las encuestas que se realizaron se transformaron en anónimas y, posteriormente, fueron codificadas empleando el paquete estadístico SPSS («Statistical Package for the Social Sciences», versión 22). Para cada rol profesional se calculó un índice basado en el promedio de los ítems que lo componen, detectados en el AFE (tabla 1); y estos nuevos indicadores se utilizaron, a su vez, para llevar a cabo los oportunos análisis descriptivos e inferenciales que, a continuación, se muestran.

#### 3.2. Resultados

Tras el tratamiento de los datos extraídos a partir de las 390 encuestas, podemos establecer 6 tipologías de roles profesionales (PI1), y que figuran en la siguiente tabla junto a las funciones específicas que los conforman, ordenadas según la importancia concedida a cargo de las y los periodistas:

**Tabla 2. Media (y desviación típica) de cada uno de los roles periodísticos, acompañados de las funciones específicas que los conforman**

ROLES PROFESIONALES y funciones específicas que los conforman	N	M	DT	% afirman extremadamente y muy importante
<b>Rol 1. Perro guardián o «watchdog»</b>	390	3.70	.69	
• Proveer análisis de asuntos actuales	389	4.38	.76	87,9
• Monitorear/controlar a los líderes políticos	385	4.17	1.04	79,2
• Monitorear/controlar a las élites económicas	386	4.14	1.08	77,7
• Fomentar el cambio social	387	3.90	1.04	69,5
• Establecer la agenda política	387	3.13	1.13	37,0
• Ser un adversario del gobierno	381	2.45	1.20	18,1



<b>Rol 2. Altavoz de la ciudadanía</b>	390	4.40	.62	
• Promover la tolerancia y diversidad cultural	386	4.52	.76	89,9
• Permitir a la gente que exprese su punto de vista	389	4.46	.76	88,4
• Contar historias sobre el mundo	385	4.24	.90	82,6
<b>Rol 3. Instructor de la audiencia</b>	390	3.54	.78	
• Dar a los ciudadanos la información necesaria para tomar decisiones políticas	387	3.97	1.09	72,4
• Motivar a la gente a participar en la actividad ciudadana y la discusión política	389	3.71	1.04	60,9
• Educar a la audiencia	385	3.35	1.19	46,2
• Asesorar, orientar y aconsejar a la ciudadanía sobre su vida diaria	387	3.12	1.12	38,0
<b>Rol 4. Favorecedor del statu quo</b>	388	2.54	.81	
• Apoyar el desarrollo nacional	385	3.60	1.17	56,1
• Apoyar las políticas del gobierno	382	2.15	1.05	9,4
• Ofrecer una imagen positiva de los líderes políticos y económicos	386	1.85	.92	3,4
<b>Rol 5. Entretenedor de la opinión pública</b>	389	3.19	.83	
• Influir en la opinión pública	387	3.50	1.09	52,2
• Ofrecer entretenimiento y relax	388	3.13	1.15	40,7
• Proveer un tipo de noticias que atraigan a la mayor cantidad de gente posible	389	2.95	1.20	33,4
<b>Rol 6. Difusor de información objetiva</b>	390	4.35	.62	
• Reportar las cosas como son	390	4.79	.55	96,9
• Ser observador imparcial	390	3.92	1.00	70,3

Asimismo, y tras efectuar un análisis de la varianza de medidas repetidas, se observa que las diferencias entre los roles (PI2) son estadísticamente significativas [ $\lambda_W=.187$ ;  $F(5, 382)=332.55$ ;  $p<.001$ ;  $\eta^2=.813$ ]. En particular, y a la vista de los datos mostrados en la tabla 2, el rol denominado como altavoz de la ciudadanía es el que mayor media ostenta ( $M_{rol2}=4.40$ ;  $DT=.62$ ); mientras que favorecer el statu quo es al que menos importancia otorgan los periodistas ( $M_{rol4}=2.54$ ;  $DT=.81$ ); dándose entre ellos, a su vez, diferencias estadísticamente significativas [ $t(387)=36.75$ ;  $p<.001$ ]. Por tanto, el altavoz de la ciudadanía es el rol con el que más se identifican las y los profesionales en España. Esta función se caracteriza por promover la tolerancia y la diversidad cultural (89,9% de los encuestados afirman que es extremadamente o muy importante), permitir que la gente exprese su punto de vista (88,4%) y contar historias sobre el mundo real (82,6%). Es un papel directamente vinculado al que ya apuntaron Weaver y Wilhoit (1996) al identificar al movilizador popular o, más recientemente, Mellado y otros (2016) al aludir a la función cívica de los periodistas. Sin embargo, es la primera vez que en España se identifica este rol, lo cual representa un aporte novedoso que puede servir como punto de partida en futuras investigaciones.

La función de altavoz de la ciudadanía desplaza en importancia, aunque a corta distancia, al rol predominante en los estudios más recientes sobre las percepciones de las y los periodistas españoles: el de difusor de la información objetiva. Las tareas que integran este rol supondrían reportar los hechos como son (96,9%) y ejercer de observador imparcial de la realidad (70,3%).

Otro de los roles fundamentales para las y los profesionales, ya citado en la bibliografía científica previa (Weaver & Wilhoit, 1996; Canel & Sánchez-Aranda, 1999; Hanitzsch, 2011; Mellado, 2011), es el de perro guardián o «watchdog», que se estructura con base en los siguientes quehaceres: proveer análisis de los asuntos de actualidad (87,9%), monitorear y controlar tanto a los líderes



políticos (79,2%) como a las élites económicas (77,7%), fomentar el cambio social (69,5%), establecer la agenda política (37%) y actuar como un adversario del gobierno (18,1%). El perro guardián se erige, nuevamente, en una de las actitudes profesionales prototípicas del periodismo moderno, mediante la cual se defienden los intereses de los ciudadanos y se alerta a la sociedad de los posibles abusos ejercidos por los poderosos (Casero-Ripollés, 2012).

El rol centrado en ser instructor de la audiencia (ya apuntado con anterioridad por Canel & Sánchez-Aranda, 1999; Hanitzsch, 2011; Mellado, 2011) es el cuarto en importancia para las y los periodistas españoles, y supone tareas como: dar a la ciudadanía la información necesaria para tomar decisiones políticas (72,4%); motivar a la gente a participar en la actividad ciudadana y la discusión política (60,9%); educar a la audiencia (46,2%); y, en último término, asesorar y aconsejar a la ciudadanía sobre su vida diaria (38%).

El penúltimo de los roles es el entretenedor de la opinión pública, y lo conforman las funciones de influir en la opinión pública (52,2%), ofrecer entretenimiento y relax (40,7%) y proveer un tipo de información que atraiga a la mayor audiencia posible (33,4%). Tal y como sugieren Mellado y otros (2016), se trata de «infoentretener» al público; fomentando, a su vez, una perceptible espectacularización de la información (Kapuściński, 2002) propia de una era en la que esta representa una mercancía supeditada a las leyes del mercado.

Finalmente, nos encontramos con la función de «opportunist facilitator» propuesta por Hanitzsch (2011), aquí etiquetada como favorecedor del statu quo, e integrada por funciones como: apoyar el desarrollo nacional (56,1%) y las políticas del gobierno (9,4%), y ofrecer una imagen positiva de los líderes políticos y económicos (3,4%).

Como podemos observar en la tabla 3, estos seis roles ya habían aparecido anteriormente en otras investigaciones similares, siendo, en consecuencia, congruentes con la bibliografía científica previa:

**Tabla 3. Relación de los roles sugeridos en diferentes investigaciones**

Johnstone y otros (1972)	Janowitz (1975)	Weaver & Wilhoit (1986;1996)	Canel & Sánchez-Aranda(1999)	Hanitzsch (2011)	Mellado (2011)	Mellado y otros (2016)	Berganza y otros (hallazgos de este estudio)
Neutral	Guardabarreras	Difusor	Difusor	Difusor populista	Difusor		Difusor
Participativo	Abogado de una causa	Intérprete	Intérprete			Intervencionista	
		Adversario	Adversario	Vigilante imparcial	Perro guardián	Perro guardián	Perro guardián
		Movilizador popular				Cívico	Altavoz de la ciudadanía
			Abogado	Agente crítico del cambio	Orientador de la ciudadanía	Orientador al servicio	Instructor de la audiencia
					Orientador al consumo	De info-entretención	Entretenedor de la opinión pública
					Propagandista		
					Facilitador oportunista		Facilitador leal





Por otra parte, y para medir el grado de asociación que se produce entre los seis roles que hemos detectado (PI3), ha sido elaborada la siguiente matriz de correlaciones:

**Tabla 4. Matriz de correlaciones entre los roles profesionales (*r* de Pearson)**

	Rol 1. Perro guardián o «watchdog»	Rol 2. Altavoz ciudadanía	Rol 3. Instruir audiencia	Rol 4. Favorecer statu quo	Rol 5. Entretener opinión pública	Rol 6. Difundir información objetiva
Rol 1. Perro guardián o «watchdog»		.327***	.406***	.251***	.169**	.117 <sup>+</sup>
Rol 2. Altavoz ciudadanía	.327***		.382***	.062	.149**	.080
Rol 3. Instruir audiencia	.406***	.382***		.307***	.325***	.089 <sup>+</sup>
Rol 4. Favorecer statu quo	.251***	.062	.307***		.397***	.022
Rol 5. Entretener opinión pública	.169**	.149**	.325***	.397***		.008
Rol 6. Difundir información objetiva	.117 <sup>+</sup>	.080	.089 <sup>+</sup>	.022	.008	

<sup>+</sup>*p*<.10; *p*<.05; \*\**p*<.01; \*\*\**p*<.001

En función de los datos contenidos en la tabla 4, la correlación más elevada es la que se produce entre el rol de perro guardián e instruir a la audiencia [*r* (388)=.406; *p*<.001]. También vemos que instruir a la audiencia se relaciona con el de altavoz de la ciudadanía [*r* (388)=.382; *p*<.001]; mientras que ejercer de perro guardián y ser altavoz de la ciudadanía también se vinculan en gran medida [*r* (388)=.327; *p*<.001]. Del mismo modo, favorecer el statu quo se asocia muy significativamente con entretener a la opinión pública [*r* (388)=.397; *p*<.001]; un hecho que hace entrever dos bloques de periodistas bien diferenciados entre sí.

Finalmente, y fundamentándonos en la evidencia empírica previa, hemos asumido que habría diferencias en la percepción de los roles entre periodistas según variables individuales y organizacionales (H1).

En lo referente al género, el rol que manifiesta las diferencias más significativas es el favorecedor del statu quo [*t* (386)=3.80; *p*<.001], siendo las mujeres (*M*=2.72; *DT*=.82) las que conceden mayor relevancia a esta función frente a los hombres (*M*=2.41; *DT*=.78). También son significativas las diferencias que afloran con respecto al rol «watchdog» [*t* (388)=2.02; *p*=.044], siendo de nuevo las mujeres (*M*=3.78; *DT*=.69) las que más puntúan frente a los hombres (*M*=3.64; *DT*=.69). Los demás roles no presentan diferencias en función del género.

En cuanto a la edad<sup>2</sup>, hemos detectado diferencias significativas con respecto al rol de favorecedor del statu quo [*F* (2, 384)=4.33; *p*=.014;  $\eta^2$ =.022], de tal modo que son los periodistas del grupo más joven (*M*=2.72; *DT*=.76) los que otorgan una mayor importancia a esta función frente a los adultos (*M*=2.44; *DT*=.79) y a los maduros (*M*=2.47; *DT*=.86).

Otra característica individual tenida en cuenta fue la experiencia laboral medida en años<sup>3</sup>. Pues bien, el rol que mayor diferencias evidenció entre los grupos fue el favorecedor del statu quo [*F* (2, 385)=3.24; *p*=.04;  $\eta^2$ =.022], de forma que los principiantes (*M*=2.69; *DT*=.80) son los que tienden a primar esta función en comparación con los iniciados (*M*=2.44; *DT*=.76) y los expertos (*M*=2.49; *DT*=.86). Otro rol que arrojó diferencias fue el difusor de información objetiva [*F* (2, 387)=3.19; *p*=.042;  $\eta^2$ =.004], ya que los expertos (*M*=4.45; *DT*=.55) son los que confieren mayor peso a esta



tarea frente a los principiantes ( $M=4.25$ ;  $DT=.69$ ) y los iniciados ( $M=4.34$ ;  $DT=.63$ ). De hecho, se ha producido una correlación positiva y estadísticamente significativa entre los años de experiencia y el rol difusor [ $r(388)=.125$ ,  $p=.013$ ], lo que evidencia que cuanto mayor es el tiempo en la profesión, mayor importancia se da a ser informantes objetivos de la realidad.

La propiedad del medio, según sea público o privado, evidenció diferencias significativas en cuanto al rol de «watchdog» [ $t(388)=4.24$ ;  $p<.001$ ], puesto que los periodistas pertenecientes a medios privados asumen que esta función es más importante ( $M=3.76$ ;  $DT=.75$ ) que los de medios públicos ( $M=3.35$ ;  $DT=.81$ ). Igualmente, esta situación se reprodujo con respecto a entretener a la opinión pública [ $t(387)=3.22$ ;  $p<.001$ ], de manera que los periodistas pertenecientes a medios privados opinan que esta labor es más relevante ( $M=3.25$ ;  $DT=.80$ ) que los públicos ( $M=2.87$ ;  $DT=.91$ ). Por último, se confirma que no existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la naturaleza del medio (digital vs. tradicional) en ninguno de los seis roles profesionales detectados. Por tanto, podemos afirmar que ambos conciben sus funciones profesionales de igual manera.

## 4. Discusión y conclusiones

Los hallazgos derivados de la presente investigación nos permiten aseverar que la percepción de los periodistas españoles acerca de su función en la sociedad está evolucionando, en paralelo, a la actualidad política, económica y social. El hallazgo de seis tipos de roles profesionales supone una novedad respecto a los estudios previos, de tipo empírico, sobre las percepciones periodísticas llevados a cabo en España. Se han identificado tres roles clásicos señalados anteriormente en nuestro país (Canel & Sánchez-Aranda, 1999; Canel & al., 2000; Hanitzsch, 2011): el difusor; el adversario o perro guardián; y el abogado, que se correspondería con el instructor de la audiencia (Tabla 3). Este trabajo añade tres nuevos roles: el altavoz de la ciudadanía, el entretenedor de la opinión pública y el favorecedor del statu quo.

El de altavoz de la ciudadanía es el rol con el que más se identifican las y los profesionales en España. Esta circunstancia puede explicarse por los acontecimientos políticos y económicos acaecidos en el país en los últimos tiempos, derivados de una crisis no sólo financiera, sino también institucional. Las características de este rol están relacionadas con un periodismo de índole social que reclama (como se manifiesta en el manual de estilo de la Agencia Servimedia<sup>4</sup>) la igualdad de condiciones de todos los sectores de la sociedad frente a los actores políticos y económicos. La razón es que el proceder habitual de los medios evidencia un escenario en el que no toda la ciudadanía goza por igual del acceso a ellos para poder expresar sus puntos de vista (Rodríguez-Borges, 2011). Esta función se define, como hemos señalado, por promover la tolerancia y la diversidad cultural, permitir que la gente exprese su punto de vista y contar historias sobre el mundo real. Está directamente vinculada a la idea que ya apuntaron Weaver y Wilhoit (1996), al identificar al movilizador popular o, más recientemente, Mellado y otros (2016) al aludir a la función cívica de los periodistas; una labor implicada con la cobertura de las demandas de la ciudadanía, sus derechos y sus deberes. Sin embargo, es la primera vez que en España se identifica empíricamente este rol a partir de un estudio sobre las percepciones periodísticas, lo cual representa un aporte novedoso que puede servir como punto de partida para futuras investigaciones.

El altavoz de la ciudadanía relega en relevancia, aunque a corta distancia, al rol que había protagonizado los trabajos más actuales sobre periodistas en España: el de difusor de la información objetiva (en la línea de los roles tradicionales a los que se alude desde los primeros trabajos en la materia, como los de: Johnstone & al., 1972; Janowitz, 1975). A este respecto, se constataba, ya desde finales de los 90, que la profesión periodística española suscribía ampliamente la función difusora (Canel & Sánchez-Aranda, 1999: 158; Martín & Amurrio, 2003: 2; Hanitzsch, 2011: 487). Basándonos en la asociación que se produce entre determinadas funciones, podemos afirmar que existen dos grandes grupos de periodistas. Por una parte, quienes perciben sus funciones como estimulantes o activas desde el punto de vista político y social (controlando al poder o alentando e



instruyendo a la audiencia); y, por otra parte, los que favorecen al poder establecido adormilando o «narcotizando» a la opinión pública, en la línea de la disfunción señalada por Lazarsfeld y Merton (1977). Las funciones más valoradas por las y los periodistas españoles son las que pertenecen a ese primer grupo.

Algunas variables individuales y organizacionales tienen una influencia importante a la hora de percibir las funciones profesionales. Son especialmente relevantes las de tipo individual, aunque consideramos que, en el futuro, tanto las de un tipo como las del otro tienen que ser objeto de un estudio más detallado. En cuanto al género, son los roles de favorecedor del statu quo y «watch-dog» los que manifiestan desequilibrios en favor de las mujeres. En lo que se refiere a la edad y a los años de experiencia laboral, también son los más jóvenes y con menos años de experiencia profesional quienes tienden a primar la función de favorecedor del statu quo. Por el contrario, los que ostentan más experiencia conceden un gran valor a difundir la información del modo más objetivo posible, un hallazgo ya presente en el estudio pionero de Johnstone y otros (1972).

## Notas

<sup>1</sup> Cabe matizar que uno de los roles identificados, denominado difundir objetivamente la información, arrojó una fiabilidad baja ( $\alpha_c=.31$ ). Sin embargo, y dado que es un rol importante en la literatura científica previa, hemos creído razonable asumir esta limitación metodológica en favor de una mayor robustez teórica.

<sup>2</sup> La variable edad ha sido medida en número de años del periodista y, posteriormente, recodificada en otra variable diferente denominada grupos de edad. El procedimiento de recodificación consistió en calcular los percentiles 33 y 66 de la variable origen, y así poder establecer tres grupos de edad homogéneos: jóvenes (de 22 a 34 años,  $n=126$ ), adultos (de 35 a 44 años,  $n=133$ ) y maduros (de 45 a 73 años,  $n=130$ ).

<sup>3</sup> La variable experiencia laboral, al igual que la edad, ha sido medida en número de años y, posteriormente, recodificada en otra variable distinta denominada grupos de periodistas según su experiencia profesional. El procedimiento de recodificación consistió, de nuevo, en calcular los percentiles 33 y 66 de la variable origen, y así poder establecer tres grupos de profesionales análogos: principiantes (de 1 a 11 años,  $n=129$ ), iniciados (de 12 a 19 años,  $n=132$ ) y expertos (de 20 a 55 años,  $n=129$ ).

<sup>4</sup> Para más información, consúltese el siguiente enlace: <http://www.servimedia.es/LibroEstilo.pdf>.

## Apoyos y agradecimientos

El presente trabajo se realizó en el marco del Proyecto Internacional «The Worlds of Journalism Study» (WJS, [www.worldsofjournalism.org](http://www.worldsofjournalism.org)), que fue financiado por la Universidad de Múnich (Alemania), y complementado con fondos del Proyecto del Ministerio de Economía y Competitividad (Ref.: CSO2013-44874-R).

## Referencias

- APM (2013). Informe anual de la profesión periodística, 2013. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Berganza, R., Oller, M., & 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. <https://doi.org/10.4185/RLCS-65-2010-914-488-502>
- Berganza, R., Herrero, B., & Carratalá, A. (2016). La (des)confianza de los periodistas españoles hacia las instituciones públicas a partir del estudio de factores organizacionales. *Anuario Disertaciones*, 9(1), 24-43. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.01.2016.02>
- Canel, M.J., & Sánchez-Aranda, J.J. (1999). La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias. *Anàlisi*, 23, 151-170. (<http://goo.gl/fRv4IK>) (2016-07-25).
- Canel, M.J., Rodríguez-Andrés, R., & Sánchez-Aranda, J.J. (2000). *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: CIS.
- Casero-Ripollés, A. (2012). El periodismo político en España: algunas características definitorias. *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*. La Laguna: SLCS.
- Chittick, W.O. (1970). *State Department, Press and Pressure Groups: A Role Analysis*. New York: Wiley-Interscience.
- Cohen, B.C. (1963). *The Press and Foreign Policy*. New Jersey: Princeton University Press.



- Coronel, S.S. (2008). *Corruption and the Watchdog Role of the News Media. The Media as Watchdog*, Harvard.
- Dunn, D.D. (1969). *Public Officials and the Press*. Pennsylvania: Addison-Wesley.
- Gómez-Mompart, J.L. (1999). Transformaciones socio-comunicativas del periodista en la España democrática. In C. Barreda (Ed.), *Del gacetero al profesional del periodismo: evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder* (pp. 209-220). Madrid: Fragua.
- Gómez-Mompart, J.L., Gutiérrez-Lozano, J.F., & Palau-Sampio, D. (2015). Spanish Journalists and the Loss of News Quality: Professional Judgements. [Los periodistas españoles y la pérdida de la calidad de la información: el juicio profesional]. *Comunicar*, 23(45), 143-150. <http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-15>
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (1999). *Análisis multivariante* (5<sup>th</sup> Ed.). Madrid: Prentice Hall International.
- Hanitzsch, T. (2011). Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators Professional Milieus, the Journalistic Field and Autonomy in 18 Countries. *International Communication Gazette*, 73(6), 477-494. <https://doi.org/10.1177/1748048511412279>
- Humanes, M.L. (1998). La profesión periodística en España. *Zer*, 3(4), 265-278. (<http://goo.gl/5YV3g2>) (2016-07-15).
- Humanes, M.L. (2003). Evolución de roles y actitudes. *Cultura y modelos profesionales del periodismo*. *Telos*, 54. (<http://goo.gl/2Q7yAf>) (2016-08-01).
- Janowitz, M. (1975). Professional Models in Journalism: The Gatekeeper and the Advocate. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 52(4), 618-626. <https://doi.org/10.1177/107769907505200402>
- Johnstone, J.W., Slawski, E.J., & Bowman, W.W. (1972). The Professional Values of American Newsmen. *Public Opinion Quarterly*, 36(4), 522-540. <https://doi.org/10.1086/268036>
- Lazarsfeld, P., & Merton, R.K. (1977). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. In H. Musaro (Comp.), *La comunicación de masas*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Martín, R.M., & Amurrio, M. (2003). ¿Para qué sirven los periodistas? Percepciones de los y las profesionales de radio y televisión de la CAPV. *Zer*, 8(14), 11-27. (<http://goo.gl/6VCiV3>) (2016-08-05).
- Mellado, C. (2011). Efectos individuales y organizacionales en el periodismo chileno: Un análisis multinivel de la concepción de roles profesionales. *Comunicación y Sociedad*, 24(2), 269-304. (<http://goo.gl/Z3n5zX>) (2016-07-26).
- Mellado, C., Márquez-Ramírez, M., Mick, J., Alonso, M.O., & Olivera, D. (2016). Journalistic Performance in Latin America: A Comparative Study of Professional Roles in News Content. *Journalism*, 1-20. <https://doi.org/10.1177/1464884916657509>
- Nimmo, D.D. (1964). *Newsgathering in Washington*. New York: Atherton.
- Robinson, J.P., Shaver, P.R., & Wrightsman, L.S. (1991). *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*. San Diego: Academic Press.
- Rodríguez-Borges, R.F. (2011). Esfera pública y medios de comunicación. La contribución de los media a la construcción de la ciudadanía democrática. *Daímon*, 4, 79-93. (<http://goo.gl/3t3WfX>) (2016-08-25).
- Túñez, M., & Martínez, M.Y. (2014). Análisis del impacto de la función, las actitudes y las condiciones laborales del periodista en la producción de noticias: Hacia un periodismo de empresa. *Zer*, 19(36), 37-54. (<http://goo.gl/MygNrT>) (2016-07-22).
- Weaver, D.H. (1998). *The Global Journalist: News People around the World*. Cresskill: Hampton Press.
- Weaver, D.H., & Wilhoit, G.C. (1986). *The American Journalism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Weaver, D.H., & Wilhoit, G.C. (1996). *The American Journalist in the 1990s: US News People at the End of an Era*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Weaver, D.H., & Willnat, L. (2012). *The Global Journalist in the 21st Century*. New York: Routledge.
- Weaver, D.H., Bean, R., Brownlee, B., Voakes, P., & Wilhoit, C. (2007). *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Willnat, L., Weaver, D.H., & Choi, J. (2013). The Global Journalist in the Twenty-first Century: A Cross-national Study of Journalistic Competencies. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.753210>