

**CONTRA LA OBJETIVIDAD
EL MITO DE LA NEUTRALIDAD PERIODÍSTICA Y LAS ALTERNATIVAS PARA
REPENSARLO**

**AGAINST THE OBJECTIVITY
THE JOURNALISTIC NEUTRALITY MYTH AND THE ALTERNATIVES TO RETHOUGHT IT**

Mg. Raquel San Martín
Universidad Católica Argentina (UCA)
rsanmartin@lanacion.com.ar
Argentina

Resumen

La objetividad es uno de los valores fundantes del periodismo como profesión. Como desiderátum ético y práctica concreta, la neutralidad y la distancia del periodista frente a los hechos que narra se siguen sosteniendo en las representaciones que muchos periodistas construyen sobre sí mismos. Sin embargo, la propia organización y funcionamiento del campo mediático y la creciente complejidad de los fenómenos de los que debe dar cuenta el periodismo desmienten hoy la posibilidad de la objetividad. A la vez, la neutralidad y la distancia han sido cuestionadas por imposibles pero también por perjudiciales frente al público. Esgrimir la objetividad se ha convertido en un ritual de defensa que esconde la necesaria construcción de realidad que implica el periodismo y la postura institucional, social y profesional de los periodistas frente a los hechos. El artículo recorre estos cuestionamientos y describe las alternativas que se han ido proponiendo para reemplazar a la objetividad como valor y como práctica concreta, con la idea de que transparentar la inevitable presencia del periodista en el acontecimiento que relata mejora la calidad de su trabajo y a la vez lo obliga a cuestionamientos más profundos y comprometidos.

Palabras claves: Periodismo, Medios de Comunicación, Objetividad, Discurso.

Abstract

Objectivity is at the core of professional journalism. Both as ethic goal and as practice, neutrality and distance from the facts keep playing a key role in the self representations of journalists. However, the way in which mass media function and the growing complexity of the issues journalism deals with deny the possibility of objectivity. Neutrality has been contested as impossible but also as negative as regards the public interest. Asserting objectivity has developed into a defensive ritual that hides the construction of reality journalism implies and the institutional, social and professional placement of journalists covering any issue. The article describes this debate and the alternatives that have been put forward to replace objectivity as value and as practice, arguing that making journalists' presence evident improves the quality of their work and faces them with deeper dilemmas.

Key words: Journalism, Mass Media, Objectivity, Discourse.

(Recibido el 19/11/07)
(Aceptado el 08/03/08)

Introducción

El periodismo carga con la demanda de objetividad como parte de su deber ser. En sus inicios más formalizados como actividad profesional se entendió que el periodista debía volverse transparente y transmitir los hechos tal cual eran, con la mínima interferencia de su presencia frente a ellos. Con el paso del tiempo y la creciente complejidad de sus modos de organización y de los fenómenos que aborda, el periodismo ha visto esta pretensión de objetividad cuestionada, al mismo tiempo por humanamente imposible y por poco recomendable.

En el modo actual en que se organiza el mundo de los medios de comunicación, sostener la posibilidad de la objetividad resulta difícil. Más allá de las técnicas de trabajo, el propio entorno mediático lo cuestiona. Está hoy ampliamente aceptada la noción de que los medios construyen la realidad más que reflejarla o transmitirla, y que conforman el contexto fundamental de creencias, símbolos y representaciones de las culturas contemporáneas. En este escenario, todas las rutinas productivas de construcción de las noticias desmienten la objetividad: la elección de dar espacio a un tema y no a otro, las voces que se elegirán para comentarlo, el despliegue que se dará a su cobertura, el enfoque que elegirá un medio según su línea editorial, son todas decisiones que implican un modo de mirar que no es neutral ni desinteresado. Por otra parte, se acepta que no sólo la presencia de los medios modifica los acontecimientos, sino que existen verdaderos acontecimientos mediáticos, es decir, preparados para ser cubiertos.

Sin embargo, la objetividad continúa siendo una presencia poderosa en el imaginario de los periodistas y en las representaciones que construyen sobre ellos mismos. Paralelamente, desde el propio campo periodístico se han propuesto alternativas más realistas para reemplazarla, que apoyan sus argumentos en la lingüística, la semiótica, la ética, la sensibilidad del periodista y hasta el más llano sentido común.

Este artículo se propone recorrer la noción de objetividad en periodismo y las funciones que ha cumplido y cumple como valor fundante para la identidad profesional, que resiste en el imaginario de los periodistas a pesar de todas las evidencias en su contra. Se intentan demostrar, también, los perjuicios que esta persistencia causa en la calidad del trabajo periodístico, y se describen propuestas alternativas para reemplazarla. Más realistas, igual de comprometidos con la función social y una ética para el periodismo, los valores que se postulan como reemplazo de la cuestionada objetividad no hacen más sencilla la tarea. Por el contrario, abren todo un conjunto de nuevos desafíos: entre ellos, demandan del periodista un trabajo consciente sobre su propia subjetividad, el uso inevitablemente ficcional del lenguaje que hace cotidianamente y el valor de su presencia frente a los acontecimientos que está relatando.

La vida de los otros

En el periodismo, la objetividad es uno de los elementos clave que sostiene el modelo hegemónico de la prensa y, a pesar de las críticas que ha recibido casi desde su instalación como principio profesional, sigue en buena medida dando forma a los hábitos mentales, actitudes y características personales de los periodistas.

En el momento de constitución de la prensa profesional, en el último tercio del siglo XIX y principios del XX, la objetividad se convirtió en la forma aceptada de presentar los hechos al público. El periodismo asumió para sí la función de informar lo que sucedía sin interpretar ni indicar al lector qué debía pensar, un ideal de neutralidad, asepsia y distanciamiento que tuvo correlatos en las rutinas profesionales dentro de las redacciones y en la propia identidad de los profesionales. En ese momento resultó funcional, además, como una temprana “estrategia de marketing”, a través de la cual las incipientes empresas

informativas demostraron que incluían información aceptable para una gran cantidad de público¹.

Esta verdadera mitificación de la objetividad, que se instaló como opuesta a las distorsiones ideológicas y subjetivas que serían contrarias a la función informativa de la prensa, se asentó sobre algunos presupuestos: que el periodismo puede y debe ser completamente desinteresado hasta el punto de volverse transparente, que es posible separar la exposición de los hechos de su evaluación crítica y que el público necesita información neutral para poder, sobre esos datos, sacar sus propias conclusiones. Así, la objetividad –como desideratum ético y como práctica exigible en la tarea cotidiana– se prolongó en las imágenes que de sí mismos construyeron los periodistas y dio lugar a uno de sus modelos más extendidos: el del “periodista neutral” y apolítico, que evita juicios personales y cuya intervención pasa desapercibida y deja que la vida continúe como si él no estuviera allí para registrarla (Abril, 1997; Fuller, 2002).

A pesar de que ha crecido y se ha difundido ampliamente la noción del carácter sofisticado de la objetividad, aún puede identificarse hoy su presencia en dos planos de la actividad profesional: como ritual expresivo y como ritual estratégico (Chillón: 1999). Es decir, en los artificios retóricos y formas de escritura periodística, y a la vez como un elemento clave en las rutinas profesionales que organizan el trabajo cotidiano de transformar la “realidad” en un producto periodístico concreto.

La ficción de escribir

La escritura periodística enfrenta al menos dos desafíos. Por un lado, debe atraer y dirigirse a un público sólo interesado de manera superficial en los textos y bombardeado por cientos de estímulos informativos. Por el otro, necesita convencer al lector de que lo que se le cuenta realmente sucedió. Para eso, el lenguaje periodístico utiliza recursos narrativos dramáticos y se caracteriza por su “retórica objetivadora” (Rodríguez Borges, 1998), es decir, por el uso habitual de recursos estilísticos y marcas del discurso que contribuyen a reforzar la imparcialidad del relato y su credibilidad. Estas marcas de veridicción incluyen, por ejemplo, el lenguaje neutro; el uso de cifras y porcentajes; las precisiones sobre fechas, horas y lugares de los acontecimientos narrados; la descripción de hechos en directo; la atribución de citas directas de protagonistas y fuentes; la apelación a testigos directos y a representantes de autoridad. Son estrategias persuasivas que al mismo tiempo excluyen los coloquialismos, el estilo del lenguaje hablado, el uso del yo y la opinión personal. Sin embargo, alerta Restrepo (2001), “todos estos recursos puestos al servicio de la objetividad, de hecho no crean objetividad sino una ilusión de ella, porque es posible aparentar impersonalidad, manejar fuentes, manipular cifras y porcentajes y convertir todas estas tácticas en simples coartadas”.

En efecto, en el centro del ejercicio periodístico está el lenguaje, lo que le suma inevitablemente un carácter de construcción ficcional. Desde el llamado “giro lingüístico” en todas las ramas del pensamiento occidental, se acepta que, más que un vehículo para dar cuenta de ideas anteriormente formadas en nuestra mente o para designar realidades objetivas, el lenguaje es el modo en que construimos nuestro conocimiento sobre el mundo. “Conocemos el mundo, siempre de modo tentativo, a medida que lo designamos con palabras y lo construimos sintácticamente en enunciados, es decir, a medida que y en la medida en que lo empalabramos” (Chillon, 1999: 25, énfasis en el original).

Desde ese punto de vista, escribir –como hace el periodismo al “traducir” sus experiencias de cobertura en textos preparados para un medio de comunicación– excluye desde el vamos la posibilidad de la objetividad. Como ha señalado George Steiner, “el lenguaje mismo posee y es poseído por la dinámica de la ficción. Hablar, bien a uno mismo o a otro es inventar y reinventar el ser y el mundo” (citado en Chillón, 1999: 41). El lenguaje es un artefacto cultural, es la manera fundamental en la que cada individuo experimenta la

¹ Se trata de un modelo desarrollado en el periodismo norteamericano, no tanto en el europeo, que se importó en buena parte de América Latina, nuestro país incluido.

realidad, y de ese punto parte el periodismo, obligado a una construcción ficcional por la naturaleza misma del lenguaje, una de sus materias primas.

Ritual y defensa

Por otra parte, la objetividad ha sido señalada como un valor funcional, que sostiene y justifica las rutinas productivas de los medios de comunicación. La tarea del periodismo de transformar una materia tan inasible como “la realidad” en productos periodísticos concretos en un tiempo acotado demanda la puesta en marcha de mecanismos estandarizados y rutinas artificiales que terminan creando un microclima alejado del mundo que se dice relatar. El discurso de la objetividad serviría como “ritual estratégico de defensa” ante las posibles críticas y distorsiones (Rodrigo Alsina, 1993) y funcionaría como el cimiento que une a la empresa periodística. “Profesionalmente, organizacionalmente y personalmente, el estilo periodístico y la norma de la objetividad captan mejor el espíritu del oficio y los hábitos mentales de los periodistas. Y la norma parece ser compartida por las audiencias heterogéneas y masivas (Chillón, 1999: 48). El discurso objetivo está, además, basado en la paradoja funcional de la profesión periodística: mientras el periodismo se caracteriza por el conocimiento directo y la narración no mediada de los acontecimientos de actualidad, “la organización misma de la actividad periodística conduce a la creación de un ambiente funcional, artificial y separado: el pequeño mundo de las redacciones, la relación con otros colegas”, que termina produciendo un efecto de abstracción e irrealidad (Rodrigo Alsina, 1993: 169).

A poco que se reflexione sobre las implicancias del trabajo de informar y se recorran las formas en que se organiza el trabajo periodístico, el ideal de la objetividad se resquebraja y se revela incluso como perjudicial. Para empezar, hoy se acepta ampliamente que, lejos de transmitir imágenes transparentes de la realidad, los medios de comunicación en general, y en particular el periodismo, construyen la información que hacen llegar al público y con su intervención incluso contribuyen a dar forma a los mismos acontecimientos.

Hay innumerables mediaciones que condicionan el modo en que el periodismo crea y procesa la información, tales como el ángulo particular desde el que los periodistas miran la realidad; los objetivos, estructura y rutinas de las organizaciones donde ellos trabajan; las condiciones técnicas y económicas de su trabajo, y los conflictos de intereses y luchas de poder que implica la circulación social de información (Meditsch, 2005).

“Mientras las reglas de la objetividad prohíben a los reporteros hacer interpretaciones subjetivas, su misma tarea lo demanda. Un dato es una construcción cultural y sólo puede ser comunicado a través de su ubicación en un sistema de significados compartido por periodistas y lectores” (Malkki, 1997: 97). Así, aunque la objetividad se considera la antítesis de la ideología, en realidad se ha transformado en una, ya que la performance discursiva y social de la objetividad, tanto por los periodistas como por los funcionarios y las fuentes, contribuye a enmascarar relaciones de dominación y legitimar el orden existente de las cosas.

La ilusión de la objetividad, por otro lado, se debilita en cuanto intervienen las inevitables tomas de posición que supone este trabajo: qué hechos se cubren y cuáles se silencian, a qué fuentes se consulta, con qué criterio se selecciona la información que luego se difundirá, cómo se titula, qué fotografías se utilizan, si el tema tiene lugar en tapa del diario, qué despliegue se da a la cobertura, son todas decisiones cotidianas del trabajo periodístico, en las que se mantienen activas necesariamente las posiciones subjetivas de los periodistas y las influencias de la línea editorial del medio.

Estas necesarias tomas de posición que se suceden en el trabajo cotidiano no sólo son inevitables, sino que, como se ha señalado, aceptarlas y transparentarlas resulta beneficioso: como se ha señalado, lejos de contribuir a la credibilidad, la posición supuestamente objetiva de los periodistas perjudica la relación con el público, cada vez más crítico y acostumbrado a la presencia mediática. Un periodista que hace gala de no creer en nada suele menos creíble que el que manifiesta claramente en qué cree y deja claro a su audiencia cómo está enmarcando la información que transmite. Más aún, la objetividad

puede resultar un impedimento para que los periodistas cumplan su función más propia: atravesar la superficie de las cosas para interpretar y analizar los fenómenos sociales (Restrepo, 2001). En ese sentido, la objetividad contribuiría a reducir las complejidades más que explicarlas; evadir las contradicciones en vez de acercar al lector las dudas y contradicciones inevitables que suponen los fenómenos sociales. “Los principios de la objetividad periodística obligan a los informadores a construir un falso sentido de certidumbre; una visión simplificada y concretizada de la realidad que adormece la curiosidad e inhibe el pensamiento crítico” (Malkki, 1997: 99).

Más aún, la objetividad deliberadamente dejaría en las sombras la efectiva influencia política que el periodismo ha tenido sobre la realidad social desde su misma constitución como institución social y empresa comercial, y se habría comportado como “un sofisma de distracción” que impidió ver el papel de la información en la construcción de la democracia. Como ha señalado Miralles (2001: 11), mientras el periodismo ha adoptado casi como slogan la función de ocuparse del “interés público”, paradójicamente ha sostenido con la misma convicción que los hechos son asépticos y ha negado que “en términos de ética pública se trata de hacer visibles los actores que inciden, las razones desde las cuales se construye y los modos en que se manifiesta ese interés público”.

¿Qué dicen los periodistas?

Más allá del discurso público sobre la profesión, ¿qué lugar dan los periodistas a la objetividad en su tarea cotidiana? ¿Son conscientes de las dificultades que sostener este ideal tiene en su trabajo? ¿Manejan alguna noción que esté reemplazando de alguna manera a la neutralidad imposible?

Una investigación realizada sobre periodistas en los tres principales diarios nacionales de la Argentina demuestra que la problemática está clara en las ideas de los periodistas sobre su trabajo, que la objetividad como tal está cada vez más ausente de su ideal profesional, porque las presiones y condicionamientos variados (políticos, técnicos, organizativos, económicos) obligan a los profesionales a repensar los alcances de su tarea².

Según los resultados, cuando se pregunta a los periodistas por la función social que cumple el periodismo, la respuesta aparece bastante clara en el discurso y surge en general relacionada con dos conceptos: el poder y la influencia social que tiene la actividad, de los cuales son muy conscientes, y los estrechos márgenes en los que el periodista se mueve para ejercer su trabajo.

Así, aunque en principio los periodistas definen su tarea como la de ser “intermediarios” entre los hechos y la gente, a quien se le hace llegar información y datos para que “tome decisiones” (más en consonancia con el discurso “políticamente correcto” sobre el periodismo), también aparecen visiones menos académicas, como cuando se describen a sí mismos como “testigos privilegiados”, capaces de “manejar información que no maneja el resto”.

Sin embargo, del discurso y del diálogo entre los periodistas se desprende claramente que el ejercicio profesional está encuadrado y limitado por muy diversas variables: la línea editorial, las características técnicas del medio, las decisiones de los editores. Incluso, aparecen con fuerza dos condicionamientos novedosos: la “necesidad de impactar” con el trabajo (como si los periodistas hubieran incorporado en su tarea cotidiana las exigencias que impone el marketing del diario) y un lector que le pide al diario más que lo que el medio puede darle. La objetividad, en este escenario, se aleja de las posibilidades reales de los periodistas.

² “La información como bien público: qué dicen los medios y qué piensan los periodistas” estuvo orientada a sondear las percepciones de los periodistas sobre la función social que cumplen, el alcance de la conciencia de influencia social y el concepto de información que manejan. Se realizó en 2004, mediante focus groups con periodistas de los diarios argentinos La Nación, Clarín y Página/12, en el marco del Programa de Estímulo a la Investigación y Aportes Pedagógicos del Instituto de Comunicación Social de la Universidad Católica Argentina (UCA).

En ese sentido, la responsabilidad profesional aparece, pero ya no con la impronta de ser “transparentes” frente a los hechos y contar lo que sucede de manera neutral, sino que es una ética acotada al trabajo individual, a la nota como unidad de trabajo, al área que se cubre. Los límites están puestos por las condiciones técnicas y opciones ideológicas del medio, por los lectores, por las fuentes, por los editores, por la sección, por la necesidad de atraer a los lectores. A pesar de la conciencia clara de influencia y poder, el alcance de la responsabilidad del periodista se vive como limitado e individual, porque esos factores que enmarcan el trabajo son vistos más como obstáculos para cumplir con la tarea que como parte de las condiciones corrientes de elaboración de un diario. Se trata, además, de limitaciones naturalizadas, internalizadas a fuerza de trabajar en ese medio determinado.

Alternativas

En los últimos años se han propuesto alternativas que, sin negar la necesidad del equilibrio y la honestidad de los relatos periodísticos, hacen lugar a los procesos de construcción que implica la tarea y a la propia capacidad analítica de los periodistas como un elemento beneficioso para el público.

Así, por sobre el periodista neutral han ido ganando terreno otros modelos profesionales: el del “periodista orientador”, que más allá de comunicar noticias debe explicar un mundo cada vez más complejo a una audiencia que demanda entender, y el del “periodismo público”, que reconoce como una de sus principales funciones hacer posible el debate de ideas de interés común, permitiendo la expresión de voces distintas.

Del mismo modo, la neutralidad imposible se ha relativizado con la exigencia del equilibrio, es decir, la preocupación por dar en las coberturas un lugar equivalente a todas las interpretaciones, opiniones y voces protagonistas e interesadas (Abril, 1997). Se la ha llamado también “honestidad intelectual” (Fuller, 2002: 26), es decir, aquella actitud del periodista que incluye “mentalidad abierta, imparcialidad, el deber de ser honesto respecto al propio razonamiento y respecto a lo que uno sabe y a lo que ignora, la responsabilidad de plantear de la manera más impactante posible las posiciones de aquellos con quienes uno discrepa”. Se trata, en el trabajo cotidiano, de “representar un asunto de interés público en su totalidad”, “jugar limpio con los argumentos de los demás, expresarlos honestamente y presentar los hechos y la lógica que los sustentan” (Fuller, 2002: 27).

Entre los extremos igualmente perjudiciales de la información sesgada y distorsionada, y de la noticia aséptica hay un término medio: “contar la historia e interpretarla sin tocarle un pelo a la exactitud, pero al mismo tiempo hacerle sentir al lector que uno está de su lado, que trabaja para él y con él, y que sólo él le importa” (Restrepo, 2001).

Más que lograr una postura neutral inalcanzable entre lo que se observa y lo que supuestamente se puede reproducir sin interferencias, el periodismo tiene otro equilibrio que lograr: el que pone en balance la inserción en un fenómeno y la distancia necesaria para contarlo. Es en este continuo y obligado movimiento de ida y vuelta a los fenómenos, este ejercicio de introducirse en una realidad, trasladarse por ella y salir de ella para contarla, lo que mejor caracteriza al periodismo y le otorga su particularidad más precisa.

Al mismo tiempo, el periodismo ha revalorizado en los últimos tiempos la sensibilidad del periodista como un elemento de su trabajo, no como sensiblería ni emoción fácil o sensacionalista, sino como aquella conexión empática con las personas cuyas historias cuenta, ese “ponerse en el lugar del otro” que permite entender y contar de manera más fidedigna una historia. Como ha escrito el periodista polaco Ryszard Kapuscinski (2003), recientemente fallecido, “una condición fundamental para ejercer este oficio consiste en ser capaz de funcionar en conjunto con los otros (...). Un periodista no puede ubicarse por encima de aquellos con quienes va a trabajar: al contrario, debe ser un par, uno más, alguien como esos otros, para poder acercarse, comprender y luego expresar sus expectativas y esperanzas”.

El periodismo tiene interés por la pequeña escala, por buscar entender qué de nuestra sociedad se encuentra concentrado en un determinado fenómeno, que se conoce

como acontecimiento noticioso, o que la propia tarea periodística revela y desnaturaliza. Su intención es adentrarse en las experiencias de la gente, mostrar el modo en que la vida es vivida en determinadas circunstancias, en las historias mínimas y cotidianas. Como ha escrito Kapuscinski (2003: 16), “el periodismo está entre las profesiones más gregarias que existen, porque sin los otros no podemos hacer nada. Sin la ayuda, la participación, la opinión y el pensamiento de otros, no existimos (...). Es imprescindible saber ponerse en contacto con ese otro, conseguir su confianza, lograr cierta empatía con él”.

Conclusiones: Política y poética

La demanda de objetividad parece inevitablemente superada para el periodismo. Los cuestionamientos atendibles no provienen solamente de la teoría que supone imposible la “desaparición” del periodista como sujeto participante y creador de lo que narra, sino también de los aspectos éticos y políticos que sostenerla supone. Entre otros, como se dijo, oscurecer la influencia política del periodismo (en el saludable sentido de promover el debate público sobre distintas cuestiones). Pero además, las propias voces de los periodistas ayudan a comprender la complejidad del escenario en que hoy se desarrolla la profesión, que obliga a refinar el debate y reemplazar la antigua objetividad por conceptos más matizados, que tomen en cuenta las condiciones concretas del trabajo mediático.

En ese sentido, las alternativas que la han reemplazado son más realistas, más complejas y más favorables a un pensamiento crítico, pero al mismo tiempo requieren de los periodistas un ejercicio que no suele ser frecuente: una autoconciencia creciente y despierta sobre su propia intervención y sobre los sesgos inevitables que introducen su formación y su lugar dentro del escenario mediático. Pero también –y quizás sea el reto más complicado que enfrenta– demandan una reflexión sobre la propia subjetividad de los periodistas.

Las nuevas metas pueden ser menos totalizadoras y ambiciosas que “contar de manera neutral los asuntos públicos para permitir el debate de ideas”, pero no por eso representan desafíos menores. Al contrario, aceptar la subjetividad dentro del trabajo que se hace, negociar con ella y utilizarla resulta más difícil que dar por sentado la posibilidad de la distancia neutral.

Significa, por ejemplo, aceptar que el periodismo también cumple su función cuando logra que el relato de una experiencia humana produzca en el lector “ese tipo de conmoción que lo lleva a salir de su propio mundo para comprometerse con el mundo exterior” (Fernández Pedemonte, 2001). Implica, en ese mismo movimiento, aceptar que el periodismo incluye tanto una “política” como una “poética” de su ejercicio. Es a la vez parte de los discursos que dan forma a los fenómenos sociales (además de investigarlos, revelarlos, narrarlos) y constructor de representaciones sobre los otros, autores-creadores de mundos, viajeros que usan el lenguaje para contarlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRIL, Gonzalo. 1997. *Teoría general de la información*. Madrid: Cátedra.
- ANRUBIA, Enrique. 2020. *El periodismo como terapia cultural*. Razón y Palabra Nº 27.
- CHILLÓN, Albert. 1999. *Literatura y periodismo*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- FERNÁNDEZ PEDEMONTE, Damián. 2001. *La violencia del relato. Discurso político y casos policiales*. Buenos Aires: La Crujía.
- FULLER, Jack. 2002. *Valores periodísticos. Ideas para una era de la información*. Miami: Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).
- GADINI, Sergio Luiz. 2002. *Contemporary journalism. In search of a constructive theory*. Brazilian Journalism Research, vol. 1, Nº 2, semester 2. pp. 137-158.

- GOMIS, Lorenzo. 1997. *Teoría del periodismo*. Barcelona: Paidós.
- KAPUSCINSKY, Ryszard. 2003. *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MALKKI, Liisa. 1997. *News and culture: transitory phenomena and the fieldwork tradition*. GUPTA, Akhil y Ferguson, James: Anthropological locations. University of California Press. Berkeley, Los Angeles & London.
- MEDITSCH, Eduardo. 2005. *Journalism as a form of knowledge*. Brazilian Journalism Research, vol. 1, Nº 2, semester 2. pp. 121-136.
- MIRALLES, Ana María. 2001. *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Buenos Aires: Norma.
- ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa. 2000. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- RESTREPO, Javier Darío. 2001. *La objetividad periodística: utopía y realidad*. Chasqui Nº 74, Quito: CIESPAL.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. 1993. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- RODRIGUEZ BORGUES, Rodrigo. 1998. *La objetividad periodística, un mito persistente*. Revista Latina de Comunicación Social, Nº 2, Universidad de La Laguna, Tenerife.
- TAFT-KAUFMAN, Hill. 2000. *Critical claims, critical functions: autoethnography and postscholarship*. American Communication Journal, Vol. 4, Nº 1, Central Michigan University.