

LA CREDIBILIDAD DE LAS SECCIONES INFORMATIVAS EN EL SISTEMA DE MEDIOS ESPAÑOL (2005-2011)

Bernardo J. Gómez Calderón
Francisco Javier Paniagua Rojano
Universidad de Málaga

ABSTRACT

Nuestra comunicación pretende responder a tres cuestiones relacionadas con la credibilidad de las noticias que difunden los medios de comunicación españoles: cuáles son las áreas informativas que inspiran mayor confianza, así como las menos fiables; cuál ha sido la evolución que las distintas secciones han experimentado en los últimos años en materia de fiabilidad; y qué diferencias cabe establecer entre la credibilidad de las distintas áreas de especialización periodística en función del sexo, la edad y el nivel de formación de la audiencia. Para ello, nos apoyamos en encuestas elaboradas entre individuos españoles mayores de 18 años.

De los datos analizados puede inferirse, como conclusión principal, que la confianza del público se deposita, principalmente, en secciones poco comprometidas desde el punto de vista ideológico: cultura, ciencia y tecnología, deportes y sucesos. Frente a ellas, la información política en general parece gozar de poca credibilidad, del mismo modo que las noticias financieras y, sobre todo, la crónica rosa.

PALABRAS CLAVE

Credibilidad – Sistema de medios – Politización – Áreas de especialización.

1. INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre credibilidad atraviesan un momento expansivo como resultado de la crisis general de los sistemas de medios y la consecuente reflexión sobre las causas que la provocan. La indagación académica está contribuyendo a desvelar las debilidades inherentes a los actores que intervienen en el proceso comunicativo, con un propósito último: establecer medidas correctoras.

Más allá de la fiabilidad que los receptores asignan a canales y emisores, en la que interviene un número muy nutrido de variables (ideológicas, culturales, económicas, etcétera), los contenidos

informativos son un territorio interesante para identificar las flaquezas del sistema de medios y del propio discurso periodístico.

De acuerdo con la teoría académica, la credibilidad es un fenómeno complejo en el que concurren dos tipos de factores: los que dependen de los medios (como la rigurosidad o el tratamiento que se aplica a las noticias) y los que se derivan de la percepción del receptor, condicionada por su nivel formativo, su grado de conocimiento de los asuntos de actualidad, su identificación con la fuente o el medio y su posicionamiento ideológico.

En relación con la actuación de los medios, primer ámbito de definición de la credibilidad, hay determinadas prácticas que resultan claramente lesivas de acuerdo con el Fórum para la Libertad de Prensa (2000), como son los errores reiterados en las informaciones, la ausencia de rectificaciones cuando el medio difunde datos incorrectos, el uso inapropiado e indiscriminado de fuentes anónimas, la falta de preparación del periodista, los comportamientos poco éticos en los medios, las desigualdades y lagunas en la cobertura de los acontecimientos, la confusión entre opinión e información y la adopción de enfoques preconcebidos ante hechos y fuentes (en Farias, 2005, p. 139).

En los Estados Unidos, los estudios de credibilidad vienen practicándose desde hace medio siglo, aunque orientados sobre todo al comportamiento de los consumidores antes determinados productos y a la eficacia de las campañas electorales; en ambos casos, tanto por su metodología como por su objeto, se trata de indagaciones de validez limitada. Más interesantes resultan aquellas que analizan el sistema de medios en general, pues permiten evaluar la calidad de las informaciones y la conciencia ciudadana sobre los asuntos públicos.

En este sentido, cabe destacar algunos sondeos recientes como el de la agencia Gallup, presentado en 2004, que delataba que la credibilidad de los medios se encontraba en su nivel más bajo de las tres últimas décadas; o el del Pew Research Center for the People and the Press, del mismo año, en el que se constataba la reducción del público interesado en las noticias.

Más vigor –y mayor penetración– muestra la investigación académica, que arranca con los estudios de Hovland y Weiss (1950) y Berlo, Lemert y Mertz (1969-670), centrados en la fiabilidad de las informaciones suministradas por la televisión y la prensa escrita, y avanza en la década de los ochenta del pasado siglo a través de las monografías de Gantz (1981) y Graziano y McGrath (1985 y 1986). Meyer, en un trabajo de considerable proyección (1988), actualiza los factores de credibilidad establecidos por Graziano y McGrath y los sistematiza en cinco: honestidad, imparcialidad, exhaustividad, precisión y veracidad. Se trata de la aproximación más ajustada al concepto de credibilidad, cuyos parámetros han sido aplicados después por

numerosos autores, como Slattery y Tiedge (1992), Mayo y Leshner (2000) o Flanagin *et al.* (2000), entre otros.

En España, el recorrido de los estudios sobre credibilidad resulta mucho más limitado que en el ámbito anglosajón (cf. Roses, 2010), quizá debido a la peculiar estructura de nuestro sistema informativo que, de acuerdo con la taxonomía de Hallin y Mancini (2008), responde al modelo “pluralista polarizado”. En él, las fronteras entre la noticia y el comentario se difuminan y los medios, escritos y audiovisuales, mantienen una orientación ideológico-partidista muy marcada, que fundamenta buena parte de su éxito de audiencia¹. El sesgo pronunciado de los contenidos, animado desde las instancias empresariales, favorece una percepción distorsionada de la realidad.

El pluralismo polarizado lleva aparejada una prensa de baja circulación dirigida políticamente a las élites, así como un elevado consumo audiovisual por parte de la población, que recurre a la televisión como vía preferente de conocimiento de la actualidad. Asimismo, son característicos del modelo “el escaso consenso en cuanto a normas de calidad periodística y el desarrollo limitado de la autorregulación profesional” (Hallin y Mancini, 2008, p. 104).

Todas estas cualidades inherentes al sistema han dificultado, como es lógico, la indagación sobre la credibilidad de los medios españoles y sus informaciones.

2. OBJETIVOS

En este trabajo pretendemos alcanzar una serie de objetivos relacionados con la fiabilidad de las secciones en que se estructuran los contenidos periodísticos, y que enumeramos a continuación:

- Identificar las áreas informativas que gozan de mayor credibilidad entre la audiencia española, así como las menos fiables.
- Analizar la evolución que las distintas secciones han experimentado en los últimos años en cuanto a la confianza que el público deposita en ellas.
- Establecer diferencias en la credibilidad de las áreas en función del sexo, la edad y el nivel de formación de los individuos.

3. METODOLOGÍA

Los autores vienen colaborando, desde el año 2005, en la elaboración de una encuesta de credibilidad para el *Informe anual de la profesión periodística*, que traza un panorama

¹ Se trata de un sistema propio de países del entorno mediterráneo, identificado también en los casos de Francia, Grecia y Portugal.

esclarecedor sobre la percepción que los ciudadanos tienen del sistema de medios español y de la fiabilidad de los contenidos que éste suministra². A partir de algunos de los campos incluidos en el cuestionario, trataremos de responder a los objetivos propuestos.

Para llevar a cabo esta investigación, en primer lugar se han definido las secciones informativas más habituales en medios tanto escritos como audiovisuales, según lo establecido por la teoría de la especialización periodística³: política local, política nacional, política internacional, economía, cultura, ciencia y tecnología, sucesos, deportes y crónica social.

El trabajo de campo procede de entrevistas telefónicas asistidas por ordenador realizadas entre los años 2005 y 2011 a una muestra de entre 1.200 y 1.209 individuos mayores de 18 años residentes en España.

A continuación se especifican las muestras seleccionadas para cada estudio⁴:

Tabla 1	Fecha	Muestra (número de individuos)
	Encuesta 2005	1.200
	Encuesta 2006	1.209
	Encuesta 2007	1.202
	Encuesta 2008	1.209
	Encuesta 2009	1.209
	Encuesta 2010	1.205
	Encuesta 2011	1.203

De los ítems de la encuesta, hemos escogido los referidos a la valoración general de la credibilidad de las informaciones que aparecen en los medios, al nivel de politización que se percibe en los contenidos y al grado de confianza que generan los distintos tipos de noticias, segregando los datos por variables sociodemográficas.

4. RESULTADOS

La primera constatación derivada de nuestro estudio es que la credibilidad que los medios de comunicación tienen entre la población española es sólo moderada, como se colige de la tabla 2. En una escala del 1 al 10, siendo 10 la referencia más alta, el promedio gira en torno a 6 puntos en todos los ejercicios analizados. Es cierto, no obstante, que los índices muestran una ligera

² Véase Farias Battle, P. (dir.), 2005-2011.

³ Véanse, en este sentido, las monografías de Esteve y Fernández del Moral (1999), Fernández del Moral (coord.) (2004) y Llano (2008), en las que se establece una taxonomía precisa de las áreas de especialización periodística.

⁴ Todas las tablas incluidas en esta comunicación proceden de los datos suministrados por las sucesivas encuestas elaboradas para el *Informe anual de la profesión periodística*, en su mayoría inéditos, y son de elaboración propia.

tendencia al alza desde el año 2006, pero sólo por décimas. Nos encontramos, por tanto, ante un público que mantiene, en general, una actitud reticente ante los contenidos informativos.

Tabla 2	Valoración de la credibilidad de las informaciones que aparecen en los medios (puntuación de 1 a 10) (2006-2011)					
	2011 (%)	2010 (%)	2009 (%)	2008 (%)	2007 (%)	2006 (%)
1	1,2	1,6	2,4	0,5	1,8	2,2
2	2,6	1,4	2,1	0,2	2,0	2,3
3	2,3	2,3	3,6	1,0	3,2	3,6
4	5,9	5,5	5,0	1,7	5,3	5,7
5	20,4	21,4	22,0	11,7	27,3	21,7
6	19,1	20,1	18,6	11,6	16,6	19,3
7	25,8	22,9	23,7	23,9	20,7	22,2
8	16,5	17,9	16,2	25,1	15,8	14,5
9	4	3,3	3,7	10,1	2,3	2,5
10	1,4	2,2	2,1	11,2	3,1	2,3
No sabe	0,8	1,5	0,5	3,0	1,8	3,4
Puntuación media sobre 10	6,2	6,3	6,1	6,1	6,1	6,0

Esa reticencia tiene mucho que ver con el grado de politización que los encuestados detectan en los medios españoles (tabla 3). Es una impresión generalizada que la prensa nacional ofrece unos contenidos excesivamente sesgados, ya que, en una escala del 1 al 10, la audiencia les asigna un nivel de politización de 7,6 puntos. Además, durante los años analizados (2006-2011), ese promedio ha ido incrementándose, lo cual, como es lógico, redonda en un deterioro de la fiabilidad de las noticias.

Tabla 3	¿En qué grado considera que los medios y sus informaciones se encuentran politizados? (puntuación de 1 a 10) (2006-2011)					
	2011 (%)	2010 (%)	2009 (%)	2008 (%)	2007 (%)	2006 (%)
1	0,2	0,5	0,3	0,5	0,7	1,1
2	0,4	0,2	0,8	0,2	0,6	1,0
3	0,4	0,7	1,5	1,1	1,0	1,1
4	1,3	1,1	1,6	1,7	1,5	2,5
5	8,9	9,5	11,6	12,0	14,1	14,4
6	9,6	9,8	8,8	12,0	11,6	8,0
7	20,4	20,7	18,1	23,2	18,8	15,9
8	29,5	29,1	28,5	24,8	22,9	21,2
9	13,5	12,9	12,6	10,3	11,3	13,2
10	13,5	12,7	14,9	10,8	11,6	13,6

No sabe	2,2	2,9	1,3	3,6	5,9	8,1
Puntuación media sobre 10	7,6	7,6	7,5	7,3	7,3	7,3

Es comprensible el grado de politización denunciado por los entrevistados, toda vez que el sistema informativo español adolece de una imbricación muy acusada entre los medios, los partidos y determinadas instituciones de la sociedad civil, del tipo sindicatos o grupos religiosos⁵. Como advierte Casero (2009), “entre la profesión periodística y los actores políticos se producen, constantemente, numerosas y diversas relaciones basadas en el intercambio y la negociación, buena parte de ellas orientadas hacia la búsqueda de la influencia social”. El resultado de esto es que “la independencia del profesional (...) desaparece y se sustituye por la [actuación] de un informador que muestra su adhesión, a veces descarada, al partido de turno” (Labio, 2002).

No es de extrañar, por tanto, que los periodistas españoles rechacen el concepto de objetividad y asuman la necesidad de adoptar un punto de vista determinado a la hora de informar, como pone de manifiesto un estudio reciente (Berganza, Oller y Meyer, 2010); y que en el último decenio se detecten entre la ciudadanía signos de escepticismo hacia el tratamiento informativo de la política en España (Roses, 2010).

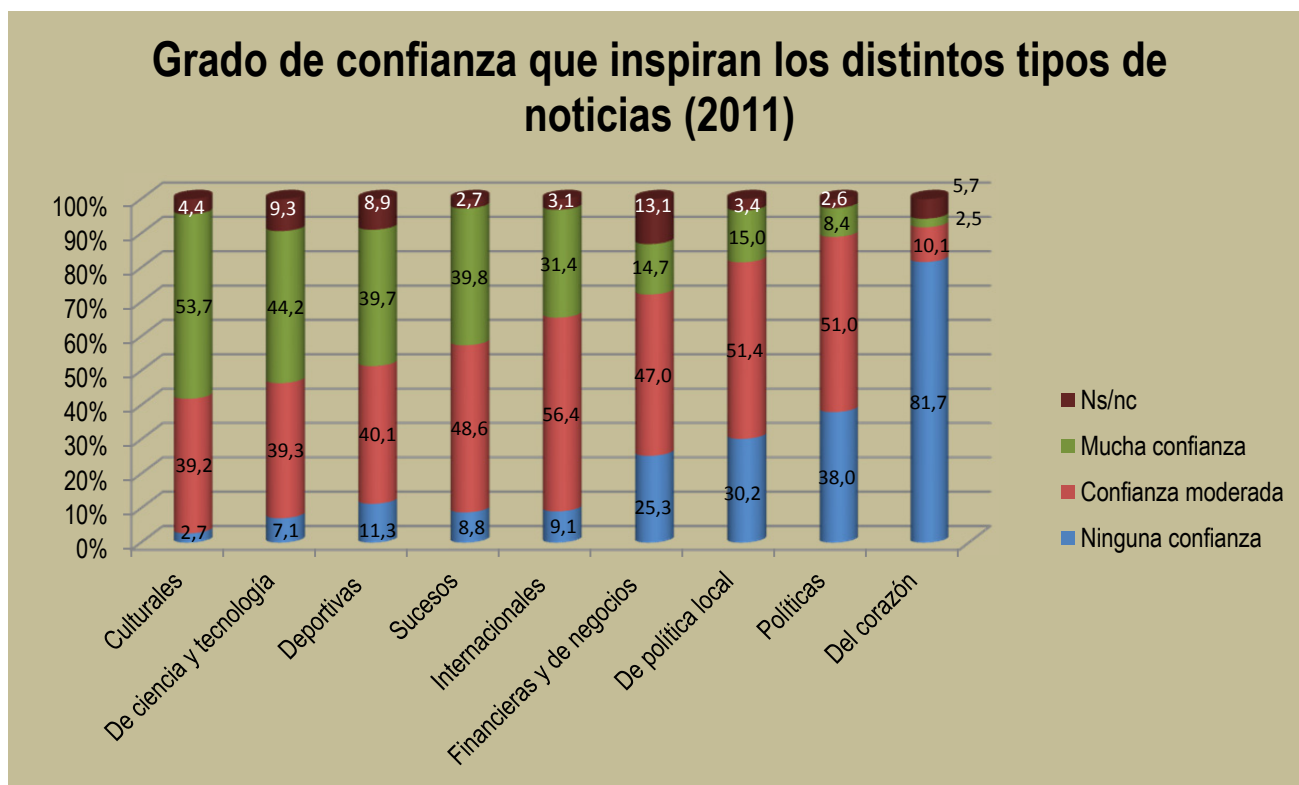
Ese escepticismo aflora cuando se pregunta a los encuestados por la confianza que depositan en las distintas áreas de especialización periodística, diferenciando entre “mucha”, “moderada” y “ninguna” (tabla 4). Así, más del 40 por ciento de la población considera las noticias culturales y de ciencia y tecnología completamente fiables, y entre un 31 y un 39 por ciento opina lo mismo a propósito de las informaciones relacionadas con deportes, sucesos e internacional, aunque en estos casos la proporción mayoritaria se decanta por la opción de “confianza moderada”.

Tabla 4	Grado de confianza que le inspiran distintos tipos de noticias (2011)			
	Ninguna confianza (%)	Confianza moderada (%)	Mucha confianza (%)	Ns/nc (%)
Culturales	2,7	39,2	53,7	4,4
De ciencia y tecnología	7,1	39,3	44,2	9,3
Deportivas	11,3	40,1	39,7	8,9
Sucesos	8,8	48,6	39,8	2,7
Internacionales	9,1	56,4	31,4	3,1
Financieras y de negocios	25,3	47,0	14,7	13,1
De política local	30,2	51,4	15,0	3,4
Políticas	38,0	51,0	8,4	2,6

⁵ Se trata del fenómeno denominado “paralelismo político” (Hallin y Mancini, 2008, p. 91).

Del corazón	81,7	10,1	2,5	5,7
-------------	------	------	-----	-----

El grupo de secciones menos creíbles comprende, por un lado, las de economía, política local y política nacional, hacia las que manifiestan una desconfianza absoluta entre el 25,3 y el 38 por ciento de los españoles, y por otro, las noticias del corazón: en esta ocasión, la tasa de respuestas negativas se eleva hasta el 81,7 por ciento.



El grado de fiabilidad de las diferentes secciones ha experimentado una evolución constatable durante los últimos siete años, negativa en unos casos, positiva en otros (tabla 5). De este modo, se ha reducido la proporción de encuestados que desconfían por completo de las informaciones culturales, científicas, deportivas, de sucesos e internacionales, aunque también lo han hecho quienes depositan en ellas “muchísima confianza”, engrosándose en todos los casos la opción intermedia.

El resto de áreas (economía, política local y nacional y noticias del corazón) exhiben la tendencia contraria: mientras que se reduce la tasa de población que confía plenamente en ellas, aumenta el número de encuestados que no les otorgan ninguna credibilidad.

Todo ello parece reflejar cierta pertinacia en las rutinas periodísticas, como si las prácticas, buenas y malas, que caracterizan al modo de informar en cada sección se agudizaran con el paso del tiempo, o al menos eso es lo que parece percibir la audiencia.

Tabla 5 Grado de confianza que le inspiran distintos tipos de noticias (2005-2011)								
	Ninguna confianza (%)		Confianza moderada (%)		Mucha confianza (%)		Ns/nc (%)	
	2011	2005	2011	2005	2011	2005	2011	2005
Culturales	2,7	7,5	39,2	24,7	53,7	63,5	4,4	4,4
De ciencia y tecnología	7,1	11,6	39,3	27,7	44,2	48,9	9,3	11,8
Deportivas	11,3	18,3	40,1	27,7	39,7	43,4	8,9	10,6
Sucesos	8,8	11,0	48,6	40,7	39,8	44,2	2,7	4,1
Internacionales	9,1	11,7	56,4	42,7	31,4	41,0	3,1	4,6
Financieras y de negocios	25,3	25,1	47,0	34,8	14,7	22,1	13,1	18,0
De política local	30,2	21,8	51,4	51,8	15,0	22,7	3,4	3,8
Políticas	38,0	26,5	51,0	50,9	8,4	18,8	2,6	3,8
Del corazón	81,7	70,5	10,1	21,1	2,5	4,0	5,7	4,4

Aún más divergencias se aprecian en cuanto a la valoración de las distintas áreas informativas si las respuestas se segregan por variables sociodemográficas. Así, y atendiendo al sexo de los entrevistados (tablas 6a y 6b), se constata que los hombres conceden mayor credibilidad a las noticias relacionadas con los deportes, la economía, la actualidad internacional, los sucesos, la ciencia y la cultura, mientras que las mujeres consideran más fiables las secciones de política local y nacional y la de crónica rosa.

Tabla 6a Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por sexo (2011)																
	Total	Sexo			Total	Sexo			Total	Sexo			Total	Sexo		
		Homb.	Mujer	Total		Homb.	Mujer	Total		Homb.	Mujer	Total		Homb.	Mujer	
		Noticias políticas				Noticias deportivas				Noticias financieras				Noticias internacional		
Ninguna	38,0	38,7	37,3	11,3	8,3	14,2	25,3	25,7	24,8	9,1	8,5	9,6	30,2	30,6	29,7	
Moderada	51,0	53,5	48,7	40,1	44,7	35,8	47,0	49,1	44,9	56,4	58,0	54,9	51,4	54,0	48,9	
Mucha	8,4	6,1	10,6	39,7	42,6	36,8	14,7	16,4	13,1	31,4	31,6	31,2	15,0	12,9	17,2	
Ns/Nc	2,6	1,7	3,4	8,9	4,4	13,2	13,1	8,8	17,2	3,1	1,9	4,2	3,4	2,5	4,2	

Tabla 6b Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por sexo (2011)												
	Total	Sexo			Total	Sexo			Total	Sexo		
		Homb.	Mujer	Total		Homb.	Mujer	Total		Homb.	Mujer	
		Noticias de sucesos				Noticias de ciencia				Noticias culturales		
Ninguna	8,8	9,8	7,8	7,1	6,9	7,4	2,7	3,4	2,1	81,7	83,9	79,6

Moderada	48,6	46,7	50,5	39,3	38,2	40,4	39,2	38,7	39,5	10,1	5,9	14,2
Mucha	39,8	41,3	38,4	44,2	48,2	40,4	53,7	54,1	53,3	2,5	2,5	2,5
Ns/Nc	2,7	2,2	3,3	9,3	6,6	11,9	4,4	3,7	5,1	5,7	7,6	3,8

En cuanto a la confianza que generan los distintos tipos de noticias de acuerdo con la edad de la población (tablas 7a, 7b y 7c), las pautas son variadas y a veces contradictorias. La información deportiva, la de ciencia y tecnología y la del corazón pierde credibilidad a medida que envejece la audiencia, al contrario de lo que ocurre con las secciones de política nacional y local, sucesos y, con matices, cultura.

Pero no hay un esquema definido para las áreas de economía e internacional, cuyos índices oscilan de unos tramos a otros sin que pueda establecerse un patrón claro de comportamiento.

Tabla 7a Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por edad (2011)															
	Total	Edad				Total	Edad				Total	Edad			
		18/29	30/44	45/64	65 y +		18/29	30/44	45/64	65 y +		18/29	30/44	45/64	65 y +
		Noticias políticas					Noticias deportivas					Noticias financieras			
Ninguna	38,0	41,0	41,3	31,6	37,9	11,3	10,1	11,7	9,3	15,5	25,3	28,4	21,3	25,4	26,5
Moderada	51,0	49,8	48,5	57,3	47,5	40,1	43,1	41,3	42,1	31,1	47,0	51,7	51,8	43,7	37,4
Mucha	8,4	7,0	9,0	8,4	9,6	39,7	42,8	40,4	37,5	37,0	14,7	12,5	19,5	14,6	11,0
Ns/Nc	2,6	2,1	1,2	2,8	5,0	8,9	4,0	6,6	11,1	16,4	13,1	7,3	7,5	16,4	25,1

Tabla 7b Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por edad (2011)															
	Total	Edad				Total	Edad				Total	Edad			
		18/29	30/44	45/64	65 y +		18/29	30/44	45/64	65 y +		18/29	30/44	45/64	65 y +
		Noticias internacional					Noticias política local					Noticias de sucesos			
Ninguna	38,0	9,8	9,0	7,1	11,0	11,3	30,3	33,8	30,0	24,7	8,8	9,8	8,7	8,7	7,8
Moderada	51,0	60,6	58,7	57,0	46,1	40,1	54,7	50,0	51,7	47,9	48,6	52,6	50,0	45,5	45,2
Mucha	8,4	28,4	30,5	34,1	33,3	39,7	11,9	13,5	16,4	20,1	39,8	36,4	39,2	43,0	41,1
Ns/Nc	2,6	1,2	1,8	1,9	9,6	8,9	3,1	2,7	1,9	7,3	2,7	1,2	2,1	2,8	5,9

Tabla 7c Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por edad (2011)															
	Total	Edad				Total	Edad				Total	Edad			
		18/29	30/44	45/64	65 y +		18/29	30/44	45/64	65 y +		18/29	30/44	45/64	65 y +
		Noticias de ciencia					Noticias culturales					Noticias del corazón			
Ninguna	7,1	5,8	7,8	6,5	9,1	2,7	1,8	2,7	2,8	4,1	81,7	81,7	80,5	84,2	79,9
Moderada	39,3	43,7	42,2	38,7	29,2	39,2	46,8	40,4	35,9	30,6	10,1	10,4	12,0	7,7	10,5
Mucha	44,2	44,0	47,0	44,6	39,7	53,7	48,0	56,3	56,0	54,8	2,5	2,8	1,8	2,2	3,7
Ns/Nc	9,3	6,4	3,0	10,2	21,9	4,4	3,4	0,6	5,3	10,5	5,7	5,2	5,7	5,9	5,9

En tercer lugar, el grado de formación de los encuestados (tablas 8a, 8b y 8c) también influye en el crédito que estos conceden a las diferentes secciones. Un nivel de estudios elevado, correspondiente a la enseñanza universitaria, predispone más favorablemente hacia la información política, económica, internacional, científica y tecnológica y cultural, que genera más desconfianza entre las capas de la audiencia que no ha completado la educación obligatoria.

Tabla 8a Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por nivel de estudios (2011)												
	Nivel de estudios				Nivel de estudios				Nivel de estudios			
	Total	Bajo	Medio	Alto	Total	Bajo	Medio	Alto	Total	Bajo	Medio	Alto
	Noticias políticas				Noticias deportivas				Noticias financieras			
Ninguna	38,0	37,4	40,2	34,8	11,3	17,0	10,4	9,2	25,3	28,3	26,6	21,2
Moderada	51,0	48,3	49,3	55,7	40,1	31,3	40,7	44,8	47,0	35,2	45,5	56,8
Mucha	8,4	7,8	8,4	8,7	39,7	35,7	41,8	38,6	14,7	9,1	15,9	16,3
Ns/Nc	2,6	6,5	2,1	0,8	8,9	16,1	7,1	7,3	13,1	27,4	12,1	5,7

Tabla 8b Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por nivel de estudios (2011)												
	Nivel de estudios				Nivel de estudios				Nivel de estudios			
	Total	Bajo	Medio	Alto	Total	Bajo	Medio	Alto	Total	Bajo	Medio	Alto
	Noticias de internacional				Noticias de política local				Noticias de sucesos			
Ninguna	38,0	10,9	10,6	5,4	11,3	25,2	32,6	29,3	8,8	8,3	9,1	8,7
Moderada	51,0	55,2	56,5	57,1	40,1	52,6	49,3	54,1	48,6	42,2	48,4	53,0
Mucha	8,4	27,8	29,9	36,1	39,7	15,7	14,9	14,9	39,8	44,8	40,3	35,9
Ns/Nc	2,6	6,1	3,0	1,4	8,9	6,5	3,3	1,6	2,7	4,8	2,1	2,4

Tabla 8c Grado de confianza que inspiran los distintos tipos de noticias, por nivel de estudios (2011)												
	Nivel de estudios				Nivel de estudios				Nivel de estudios			
	Total	Bajo	Medio	Alto	Total	Bajo	Medio	Alto	Total	Bajo	Medio	Alto
	Noticias de ciencia				Noticias culturales				Noticias del corazón			
Ninguna	7,1	8,3	7,4	6,0	81,7	3,5	2,8	2,2	2,7	80,0	81,3	83,4
Moderada	39,3	30,9	40,3	42,9	10,1	37,8	38,3	41,3	39,2	9,6	10,4	10,1
Mucha	44,2	40,0	43,1	48,6	2,5	50,0	53,7	56,0	53,7	5,2	2,5	0,8
Ns/Nc	9,3	20,9	9,1	2,4	5,7	5,1	5,8	0,5	4,4	5,2	8,7	5,7

Algo parecido sucede con la sección de deportes, aunque quienes le otorgan mayor credibilidad poseen un nivel de estudios medio. La política local, por su parte, carece de pautas

homogéneas, y en cuanto a los sucesos, gozan de mucha más fiabilidad entre los individuos poco formados.

5. CONCLUSIONES

Los datos derivados del trabajo de campo ponen de manifiesto, en primer lugar, que la credibilidad del sistema de medios español es sólo moderada (6,2 puntos en una escala del 1 al 10), y que el grado de politización que se detecta en el discurso periodístico es elevado.

La confianza del público se deposita, principalmente, en secciones poco comprometidas desde el punto de vista ideológico: cultura, ciencia y tecnología, deportes y sucesos. Frente a ellas, la información política en general parece gozar de poca credibilidad, del mismo modo que las noticias financieras y, sobre todo, las relacionadas con el mundo del corazón.

En todos los casos, la comparativa diacrónica ha permitido constatar que cada área de especialización tiende a acentuar su tendencia hacia una mayor o menor credibilidad con el paso del tiempo, lo que denota cierto anquilosamiento de las prácticas profesionales.

Hay secciones que resultan más fiables para el colectivo masculino (deportes, economía, internacional, sucesos, ciencia y cultura), y otras que despiertan mayor confianza entre el femenino (política local y nacional, noticias del corazón). De igual modo, la edad del público condiciona la credibilidad que este concede a los distintos tipos de informaciones, siendo la política nacional y local, los sucesos y la cultura las áreas que gozan de mayor crédito entre aquellos que superan los 65 años, al contrario de lo que ocurre con deportes o ciencia y tecnología. Y en cuanto al nivel de estudios, la audiencia que posee una formación superior confía más en la calidad de la información política, económica, internacional, científica y tecnológica y cultural.

En suma, el mapa de la credibilidad por secciones presenta matices bien diferenciados en función de las características de la población, lo cual no obsta para que el balance de conjunto ofrezca indicios poco halagüeños que invitan a la reflexión, en especial la desconfianza generalizada de un amplio sector del público hacia los contenidos periodísticos relacionados con la política y la economía.

En un momento de profundas transformaciones como el actual, en el que tantas cuestiones cruciales para la vida cotidiana de los ciudadanos se dan a conocer y se debaten en los medios de comunicación (y pensamos, sobre todo, en las consecuencias derivadas de la crisis financiera mundial), sería deseable que el discurso de los medios gozara de mayor crédito entre la

audiencia; y son los propios medios quienes, a través de una revisión profunda de su quehacer informativo, deben esforzarse por que así sea.

6. FUENTES

Berganza, María Rosa; Oller, Martín y Meier, Katrin (2010): "Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español". *Revista Latina de Comunicación Social*, 65 [http://www.revistalatinacs.org/10/art3/914_Fuenlabrada/36_Berganza.html].

Casero Ripollés, Andreu (2009): "El control político de la información periodística". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64 [http://www.revistalatinacs.org/09/art/29_828_47_ULEPICC_08/Andreu_Casero.html].

Esteve, Francisco y Fernández del Moral, Javier (1999): *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua.

Farias Battle, Pedro (dir.) (2005): *Informe anual de la profesión periodística 2005*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

---- (2006): *Informe anual de la profesión periodística 2006*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

---- (2007): *Informe anual de la profesión periodística 2007*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

---- (2008): *Informe anual de la profesión periodística 2008*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

---- (2009): *Informe anual de la profesión periodística 2009*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

---- (2010): *Informe anual de la profesión periodística 2010*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

---- (2011): *Informe anual de la profesión periodística 2011*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

Fernández del Moral, Javier (coord.) (2004): *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel

Hallin, Daniel C. y Mancini, Paolo (2008): *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

Labio Bernal, Aurora (2002): "La profesión periodística ante los intereses de la estructura informativa. Una aproximación al tema". *Revista Latina de Comunicación Social*, 46. [<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4610bernal.htm>].

Llano, Rafael (2008): *La especialización periodística*. Madrid: Tecnos.

Meyer, Philip (1988): "Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index". *Journalism Quarterly*, 65 (3), pp. 68-82.

Roses, Sergio (2010): *Aproximación a la confianza de la ciudadanía hacia la institución mediática. El caso de España a través de datos cuantitativos (2006-2009)*. Tesis doctoral inédita. Universidad de Málaga.