

Recibido: 17/02/2022 - Aceptado: 22/03/2022 - Publicado: 08/04/2022

MODALIDADES DE RECONOCIMIENTO, TRAYECTORIA PROFESIONAL Y POSICIÓN POLÍTICA EN EL CAMPO PERIODÍSTICO ARGENTINO

ACKNOWLEDMENT MODALITIES, PROFESSIONAL TRAJECTORY AND POLITICAL POSITION IN THE ARGENTINE JOURNALIST FIELD

 **Leonela Infante:** Universidad de Buenos Aires/ Instituto de Investigaciones Gino Germani / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Argentina.
binfante@sociales.uba.ar

 **Javier Nuñez:** Universidad de Buenos Aires/ Instituto de Investigaciones Gino Germani / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Argentina.
javiernunez@sociales.uba.ar

El artículo forma se integra en el Proyecto "El Poder de los medios. Fronteras digitales" (Director: Daniel Cabrera) financiado por el programa UBACyT de la Universidad de Buenos Aires correspondiente a la convocatoria 2020-2021.

Cómo citar el artículo:

Infante, L. y Nuñez, J. (2022). Modalidades de reconocimiento, trayectoria profesional y posición política en el campo periodístico argentino. *Revista de Comunicación de la SECCI*, 55, 75-99. <http://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e770>

RESUMEN

El artículo indaga diferentes modalidades de reconocimiento a través de las cuales periodistas argentinos validan diferencialmente a medios y colegas como los más importantes. Se desarrolla una caracterización del campo periodístico en términos de la trayectoria profesional y el posicionamiento político, estudiando correspondencias entre las ubicaciones en el espacio social y la definición de quienes ocupan las posiciones jerárquicas. Se implementó una metodología cuantitativa, de encuestas a 221 periodistas, que permitió elaborar una taxonomía en la que ilustrar la composición de su campo. Se sostiene que el espacio profesional consigue trasladar una serie de referencias asimétricas desde las posiciones establecidas a los "recién llegados" que no son políticamente neutras sino que favorecen a medios de postura política conservadora. En cambio, el reconocimiento de los colegas consagrados tendería a una segmentación política, en la que aquellas posiciones superiores en el espacio social son validadas, pero bajo diferenciaciones según la cercanía al Frente de Todos o a Juntos por el Cambio, las dos principales fuerzas políticas argentinas. De esta manera, el mapeo del espacio social busca ubicar correspondencias entre las representaciones de los actores -que consagran simbólicamente a colegas y a medios- y su ubicación en la estructura de su campo profesional.

Palabras clave: Periodistas argentinos; Campo; Trayectoria profesional; Posicionamiento político; Modalidades de reconocimiento; Agenda *building*; *Gatekeeper*.

ABSTRACT

The article studies different acknowledgment modalities in which Argentine journalists validate media and colleagues as more important ones. A characterization of the journalist's field is developed in terms of the professional trajectory and political positioning, considering correspondences between social space positions and the definition of hierarchical social places. A quantitative methodology was applied. Surveys made on 221 journalists led to the confection of a taxonomy in which their social field could be illustrated. It is considered that the professional space is able to translate a series of asymmetrical references from established positions to the "newcomers". This references are not politically neutral; they tend to favour conservative media. On the contrary, the acknowledgment of colleagues as consecrated involves a political segmentation, in which those superior positions in the social space are validated, but on the bases of a political differentiation between proximity to the Frente de Todos or to Juntos por el Cambio, Argentina's two principal political forces. The analysis describes the superposition between media and journalists mentioned in the survey and the taxonomy. In this way, the mapping of the social space seeks to find correspondences between the actor's representations – which symbolically consecrate both media and colleagues- and their places in the professional's field structure.

Keywords: Argentine journalists; Social field; Professional trajectory; Political position; Acknowledgment modalities; Agenda building; Gatekeepers.

MODALIDADES DE RECONHECIMENTO, CARREIRA PROFISSIONAL E POSIÇÃO POLÍTICA NO CAMPO JORNALÍSTICO ARGENTINO

RESUMO

O artigo pesquisa diferentes modalidades de reconhecimento por meio das quais os jornalistas argentinos validam diferencialmente meios de comunicação e colegas como os mais importantes. Desenvolve-se uma caracterização do campo jornalístico em termos de carreira profissional e posicionamento político, estudando correspondências entre locais no espaço social e a definição daqueles que ocupam posições hierárquicas. Foi implementada uma metodologia quantitativa, de inquéritos a 221 jornalistas, que permitiu a elaboração de uma taxonomia para ilustrar a composição da sua área. Argumenta-se que o espaço profissional consegue transferir uma série de referências assimétricas das posições estabelecidas para os "recém-chegados" que não são politicamente neutros, mas privilegiam a mídia com postura política conservadora. Por outro lado, o reconhecimento de colegas consagrados tenderia a uma segmentação política, em que essas posições superiores no espaço social são validadas, mas sob diferenciações conforme a proximidade com a Frente de Todos ou Juntos pela Mudança, as duas principais forças políticas. Dessa forma, o mapeamento do espaço social busca localizar correspondências entre as

representações dos atores -que simbolicamente consagram colegas e a mídia- e sua localização na estrutura de seu campo profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalistas argentinos; Campo; Carreira profissional; Posicionamento político; Modalidades de reconhecimento; Construção de agenda; Gatekeeper.

1. INTRODUCCIÓN

La importancia de las dinámicas de trabajo periodístico sobre la selección temática en los medios ha sido crecientemente reconocida desde distintos abordajes. Mientras que algunas investigaciones han llamado la atención sobre la autorepresentación de los periodistas al momento de privilegiar cuestiones vinculadas a la política o la economía (Boczlowski y Mitchelstein, 2015), otros trabajos han profundizado en el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación sobre el ámbito laboral, los derechos de los periodistas y las rutinas de producción de noticias (Martini y Luchessi, 2004). En tanto, corrientes teóricas ya tradicionales como el *framing* o la *agenda building* han otorgado un espacio analítico a estas prácticas, vinculándolas a un conjunto amplio de elementos simbólicos (Amadeo, 2008) o a la traslación temática desde los medios al público (McCombs y Valenzuela, 2007).

Este panorama relativamente optimista contrasta, por lo menos en Argentina, con dos vacancias de importancia. Por un lado, hasta el momento existen escasos antecedentes de investigación, en particular cuantitativos, sobre el trabajo periodístico (Amado et al., 2016), sus jerarquías, prácticas y representaciones. Por otro lado, el reconocimiento de la influencia del oficio profesional sobre la construcción de noticias ha recibido una interpretación escasamente sociológica, en las que tienden a predominar análisis que escasamente colocan a los periodistas en un campo estructurado, asimétrico, que se actualiza en las disposiciones profesionales y en las significaciones que, para sus actores, dan sentido a su trabajo y así como al carácter noticioso de ciertos elementos de la realidad social (Barba, 1995). Si bien la definición de Bourdieu acerca de la pretensión monopolizadora de la información legítima por parte del campo periodista constituye una referencia bibliográfica recurrente, pocas investigaciones han tomado por objeto la realización de un mapeo de ese espacio social.

Paralelamente, la discusión pública -y a veces académica- acerca del periodismo ha tendido a destacar sus relaciones con la política partidaria, las ambigüedades de ese vínculo y el modo en que las líneas editoriales y los alineamientos políticos inciden sobre la cobertura de los medios. Si bien los propios periodistas tienden a enfatizar sus distancias con medios ideológicamente opuestos, cabe preguntarse qué tanto estos posicionamientos segmentan las jerarquías que estructuran su campo profesional. Así, tanto la trayectoria periodística -es decir, la incorporación individual que cada periodista realiza de su ubicación en el campo- como la posición política conforman dos variables de segmentación que podrían incidir sobre cómo los periodistas representan el espacio social del que participan y, en especial, a quienes reconocen en las escalas superiores, jerárquicas como jerarquizantes, del campo.

En este trabajo, este problema será indagado realizando un mapeo general de ese campo, en el que se describirá cómo los propios periodistas construyen referencias sobre los medios y colegas más importantes. Se buscará dar cuenta de los cruces entre la posición que ellos ocupan en términos de esas dos variables y a quiénes ubican en espacios jerárquicos de su profesión, sea en términos colectivos (medios) o individuales (otros periodistas).

El artículo aporta, primero, una breve contextualización histórica y, luego, una serie de precisiones conceptuales y metodológicas. El análisis describe una taxonomía del campo periodístico argentino, que ilustra la consagración de medios y periodistas.

1.2. OBJETIVOS

El objetivo general de este artículo busca dar cuenta de la incidencia de la trayectoria profesional y de identidad de los periodistas argentinos en 2021 sobre el reconocimiento diferenciado de medios y colegas.

Este objetivo requiere, a su vez, de tres objetivos específicos:

1. Describir las modalidades de reconocimiento de medios y colegas como aquellos de mayor importancia.
2. Caracterizar a los periodistas argentinos según su disímil grado de trayectoria profesional.
3. Diferenciar a los periodistas argentinos según su posicionamiento político.

La hipótesis que guía el análisis sostiene que el campo periodístico argentino logra eficazmente trasladar a sus integrantes una jerarquía de medios y periodistas, que poseen relativa aceptación más allá de la valoración que se tenga de ellos. De esta manera, más allá de la segmentación político-partidaria y el disímil grado de trayectoria, existe cierta homogeneidad en términos de las posiciones consagradas. Por lo menos en relación a los medios -aunque no necesariamente a los periodistas individuales- esos lugares jerárquicos corresponden a empresas periodísticas de clara orientación opositora al actual gobierno del Frente de Todos y de cercanía con la oposición de Juntos por el Cambio, oficialismo en el período 2015-2019.

1.3. Transformaciones en las prácticas de trabajo periodístico y reconocimiento de medios

Las investigaciones acerca de los cambios en el periodismo en las últimas décadas se han focalizado en dos grandes temáticas. Por un lado, se ha indagado profusamente el impacto de las tecnologías de la comunicación sobre el trabajo profesional. Si los años 90' habían estado marcados por la creciente profesionalización del campo, a partir de los 2000' se atestiguan mayores alteraciones de las prácticas laborales, marcadas por una mayor distancia física con las fuentes, por una aceleración de la temporalidad informativa (Galup, 2019), así como por condiciones laborales crecientemente degradadas (Edo et al., 2019). Estos cambios modifican la tradicional imagen de redacciones periodísticas y cierres diarios de ediciones, así como los roles que estructuraban el espacio de trabajo (Monje et al., 2020). Sin embargo, no

resulta tan claro qué tanto se han desplazado las representaciones y expectativas de los periodistas, en especial en términos de sus relaciones esperadas con la audiencia, los partidos políticos y los sectores dominantes.

Por otro lado, se ha llamado la atención acerca de los cambios en las empresas periodísticas. La creciente financiarización favoreció el surgimiento o consolidación de conglomerados mediáticos en América Latina (Segura, 2014). Argentina no fue una excepción y el proceso, aún con ritmos variados, se ha prolongado hasta el presente. Los periodistas no sólo deben lidiar con los cambios en sus rutinas de trabajo sino también con patronales que participan de actividades diversificadas y que poseen dimensiones que las apartan de otros medios de menor tamaño (Monje et al., 2020). En especial en la década del 2000', la irrupción de los blogs y, posteriormente, de las redes sociales, sentó dudas sobre la capacidad de estas grandes empresas por marcar agenda (Becerra, 2014). No obstante, los diagnósticos optimistas de ese entonces no parecen haber sido confirmados empíricamente.

Además de los cambios en el oficio y en las empresas, las interacciones con entramados partidarios y autoridades políticos también han concentrado la atención académica. En el caso argentino, la discusión sobre la incidencia de los medios sobre la opinión pública -y eventualmente en las elecciones- tuvo su pico durante los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). A grandes rasgos, los principales medios de comunicación argentinos han tendido a una relación hostil con el peronismo -y en particular con el kirchnerismo¹ (Giarracca, et al., 2008)-, favoreciendo una mirada complaciente de la coalición Cambiemos/Juntos por el Cambio (Vommaro y Gené, 2017), que llevó a la presidencia en el 2015 y no pudo conservarla en 2019.

Antes de profundizar en las herramientas conceptuales que permitan comprender al campo periodístico, se hará una breve presentación de los principales actores atendiendo a su disímil trayectoria y a su línea editorial.

Clarín, *La Nación* e *Infobae* conforman las tres referencias opositoras principales. En términos de las visitas semestrales a sus sitios web, *Infobae* habría tenido poco más de 23 millones en la primera mitad del 2020, con valores un poco por debajo en el caso de *Clarín*. *La Nación* superó los 18 millones (Zunino, 2021). El grupo *Clarín* -cuyo primer número es de 1945- constituye el conglomerado de medios más importante del país, que, desde los años 80' en adelante, se ha expandido a través de la adquisición de diarios provinciales, radios, medios audiovisuales y telecomunicaciones (Aruguete y Zunino, 2013). Sus relaciones con el kirchnerismo fueron conflictivas, en especial a partir de la aprobación de la Ley de servicios de comunicación audiovisual, cuya implementación quedó trunca. Como diario, *Clarín* tuvo históricamente una imagen generalista combinada con una presentación-de-sí que tendía a enfatizar la objetividad periodística de su cobertura. Desde hace poco más de una década, esta representación se ha visto alterada y, hoy día, mantiene un

¹ El Frente de Todos es la coalición de gobierno, que reúne a sectores del peronismo, progresista y de izquierda, que triunfó en las elecciones presidenciales argentinas de 2019. Juntos por el Cambio gobernó entre 2015 y 2019, con tendencia de centro-derecha y derecha.

claro perfil opositor. *La Nación* (fundado en 1870) construyó hasta hace pocos años un perfil de periódico de las élites económicas y culturales del país, con un claro signo ideológico conservador (Schuttenberg y Fontana, 2010). A diferencia de Clarín, no constituye un conglomerado de medios tan amplio, si bien ha lanzado un canal televisivo de noticias, con una línea editorial fuertemente opositora. Finalmente, *Infobae*, mucho menos estudiado por la literatura académica, surgió en el año 2002 como portal de noticias online. Durante algunos años estuvo asociado a radios y a un canal de televisión. En la actualidad, compite fuertemente con los sitios web de *Clarín* y *La Nación*. Su línea editorial ha sido tradicionalmente de derecha (Fernández, 2020). Si bien en el portal pueden encontrarse columnas editoriales de distinto signo ideológico, el predominio de opiniones conservadoras -en especial en materia económica y de derechos humanos- suele ser una característica de este medio.

Entre los medios cercanos al oficialista Frente de Todos, destaca *Página/12*, cuya página habría tenido casi 9 millones de visitas en la primera mitad del 2020 (Zunino, 2021). El diario fue fundado en el año 1987 con un claro perfil progresista, que recuperaba consignas de derechos humanos y de la militancia de los años 70' y resaltaba por un estilo diferente al de los principales diarios (Raffo, 1992). Durante los gobiernos kirchneristas (2003-2015), se acercó gradualmente al peronismo, tendencia que se profundizó con la adquisición del diario por parte de un grupo ligado al justicialismo porteño (Ardisana y Britez, 2021). Además de *Página/12*, otros medios más pequeños cercanos al Frente de Todos recibieron menciones: *El Destape*, un portal que ha tenido un fuerte crecimiento desde 2015, con un agenda claramente opositora al entonces gobierno de Juntos por el Cambio; *Tiempo Argentino*, un diario cooperativo recuperado por sus trabajadores; y *C5N*, el canal de noticias del *Grupo Indalo*, que suele tener buenas mediciones de *raiting* televisivo² y del que también forman parte el sitio de noticias *minutouno* y del diario económico *Ámbito Financiero*.

Además de estas dos series de medios, los encuestados dieron cuenta de algunos espacios no tan identificados en términos de línea editorial: *elDiario.ar* y *Radio con Vos*. El primero fue lanzado en Argentina en el año 2020 por iniciativa de un grupo español del mismo nombre. *Radio con Vos* transmite desde el 2015. Los dos se caracterizan por incluir periodistas de distinta línea editorial y se presentan como una tercera posibilidad frente a la contraposición de los demás medios. Dado el peso relativo de sus menciones, se los ha incluido por separado en el análisis.

3.2. Marco teórico: de las teorías de la opinión pública a la noción de campo

Por lo menos desde los años 70', el proceso de producción de noticias ha recibido una creciente atención desde diferentes teorías de la opinión pública. Entre ellas, destacan la *agenda building* y el *framing*.

Comprender que los medios como actores sociales neutrales tiene como consecuencia desestimar el papel que juegan en la elaboración de decisiones

² Véase: <https://www.ambito.com/espectaculos/c5n/el-canal-mas-visto-del-prime-time-2021-n5346486>

políticas (Cohen, 1963). En este sentido, la teoría del *framing* aporta una perspectiva teórica significativa para estudiar los *frames* de los medios, en tanto que son patrones de cognición, interpretación, selección y exclusión de símbolos que organizan el discurso (Gitlin, 2003). Respecto a los *frames* de los periodistas se puede considerar la perspectiva de Etman (1993) que lo define como los valores y los criterios que aplican al elaborar la noticia, ya sean los propios o de la empresa. De este modo, se promueve un modo de definir e interpretar un tema. Además de considerar los valores de los periodistas, los *frames* representan los contextos en los que se presentan los eventos. La narración empleada para construir las noticias responden a los contextos culturales e ideológicos en los que se inscriben, y el cual las posturas hegemónicas definen lo noticiable. Dichas posturas involucran necesariamente la jerarquización de ciertos medios -y su personificación en colegas. Sin embargo, la perspectiva del *framing* suele ser empleada en estudios de caso y a un nivel micro -muchas veces en el análisis de piezas noticiosas puntuales- que no siempre consiguen probar la vinculación con las asimetrías que estructura el trabajo profesional periodístico.

Por otro lado, la teoría de la *agenda building*, a diferencia de la teoría de la agenda setting que analiza el establecimiento de la agenda y la jerarquización de las noticias en su primer, se desplaza del concepto de establecimiento al de construcción de la agenda (Aruguete, 2015). Las implicaciones de este pasaje permiten profundizar y complejizar las relaciones e interacciones sociales que se ponen en juego en el proceso de elaboración de las noticias.

Dentro del entramado social que hace a la construcción de la noticia, son los periodistas, en tanto profesionales que se dedican a la actividad periodística los que elaboran las noticias en función de sus representaciones, ideologías y prácticas (Sigal, 1973). La actividad de los periodistas no es neutral y los lugares de redacción, en tanto espacios jerárquicos que crean ambientes simbólicos, son fundamentales para comprender la producción de noticias. Las rutinas conforman procesos de socialización que condicionan determinadas prácticas, actitudes y concepciones sobre el rol de los medios y el propio rol periodístico. Siguiendo a Sigal (1973), la representación que tienen los periodistas de sí mismo y de su labor responde a las interacciones con editores, colegas, los recursos y expectativas que tenga.

Siguiendo esta línea, la particular posición de los medios -y de los periodistas- en relación a la circulación de información considerada como relevante (*issues*) ha sido descrita a partir de la figura del *gatekeeper*. La teoría del *gatekeeping* se refiere a la selección y el control de acceso de la información. Los *gatekeepers* tienen la capacidad de decisión sobre la información que se deja pasar o la que se bloquea (Lewin, 1947). Tienen la capacidad tanto de iniciar como de establecer la agenda temática al seleccionar los temas y disponer el orden de relevancia que se le asigna a cada uno. A su vez, determinan el tiempo de permanencia de los temas en un medio, seleccionando cuáles son las dimensiones que lo definen. En definitiva, serían quienes deciden cuáles son los temas más importantes, sus atributos y sus periodos de establecimiento. Tuchman (2013) identifica al *gatekeeper* como el origen de la producción de la noticia, en el cual los profesionales forman parte de una estructura

jerárquica en el que se les asigna una función en la construcción de la noticia. En este sentido, los medios y los profesionales son referentes culturales.

Desde una mirada sociológica, esta ubicación social específica de los periodistas asemeja a la pretendida monopolización legítima de la circulación de informaciones (Bourdieu, 1996). Este trabajo busca profundizar en la descripción del trabajo periodístico a partir de la teoría de los campos, complementado los abordajes previos acerca de la producción de noticias con esta dimensión estructurante, en la que la trayectoria profesional tendería acompañar ciertas disposiciones y representaciones (Bourdieu, 1996).

En efecto, el lugar que ocupan los periodistas en la estructura jerárquica de sus lugares de trabajo así como en el reconocimiento general de sus pares define el peso que tendrán en la toma de decisiones. Respecto a esto, Bourdieu resulta esclarecedor. Su análisis del campo periodístico permite dar cuenta que, por un lado la autonomía de un medio de comunicación se mide por la capacidad de ingresos provenientes de la publicidad y el Estado, y el grado de concentración de los anunciantes, por otro lado, la posición que el medio ocupa entre otros, como un medio intelectual, comercial, etc. Respecto a los periodistas, su capacidad depende de su posición dentro del medio que determina su estatus, y finalmente en su capacidad para producir la noticia.

Referirse a los medios como espacios jerarquizados da cuenta que no son espacios homogéneos. La distinción entre los recién llegados y los consagrados se define por el prestigio dentro del campo que marca el poder legítimo de los agentes para ubicarse por encima de otros de forma jerarquizada. El espacio que se ocupa responde a los recursos que los agentes pueden implementar efectivamente para establecer sus interacciones. Por lo tanto, las posiciones adquiridas responden al volumen de capital, la estructura del mismo, y la trayectoria de dichas propiedades (Bourdieu, 1996). Las posiciones, son el desarrollo de la competencia por alcanzar determinadas posiciones dentro del campo, para conseguir o mantener el monopolio de la autoridad (Bourdieu, 1996). Al respecto del campo periodístico, Bourdieu explica que la competencia dentro de este campo lleva a los profesionales a mantener una vigilancia constante de la actividad de sus colegas. A través de determinados recursos como lo pueden ser las listas de mejores programas, los intelectuales periodistas buscan imponer una visión del campo, imponiendo principios de valoración.

En este sentido, consideramos que el campo periodístico se constituye por las posiciones adquiridas y jerarquizadas que ocupan los profesionales. Las representaciones de sí y de sus colegas responden al capital simbólico que estos poseen como detentores de la autoridad legítima para definir la clasificación de visiones del campo. Cabe esperar, por tanto, que aquellos consagrados en el campo tendrán cierta capacidad para trasladar pautas prácticas, disposiciones (*habitus*) y simbologías a los "recién llegados".

Esta perspectiva complejiza la teoría del *gatekeeper* al dar cuenta cómo algunos pueden ocupar dicho rol para seleccionar los temas de interés públicos, ya sea

habilitando o bloqueando la información, pero sobretodo, por la capacidad simbólica que tienen para marcar las reglas del juego del campo periodístico, es decir, por elaborar expectativas y referencias para los recién llegados. En segundo lugar, analizar las posiciones de los periodistas reconocidas por sus colegas puede aportar indicadores de cómo este reconocimiento del status interactúa con los posicionamientos ideológicos que estos poseen. De esta manera, el estudio de las modalidades de reconocimiento de medios y pares media entre las simbologías que los periodistas ponen en práctica diariamente y la estructura de su campo, que ellos actualizan tanto en sus lugares de trabajo como en relaciones más amplias, indirectas y no necesariamente personalizadas con aquellas figuras que representan posiciones disímiles en su espacio social. En la siguiente sección, se profundizará en la metodología empleada para describir dichas modalidades de valorización desarrolladas por el periodismo argentino.

2. METODOLOGÍA

La realización de una investigación cuantitativa sobre el campo periodístico necesariamente debe lidiar con una serie de dificultades. Los medios suelen llevar a cabo relevamientos sobre la importancia concedida a los periodistas por sus pares, pero esa información difícilmente alcanza estándares académicos. En tanto, la producción estatal y universitaria de datos cuantitativos se ha incrementado en los últimos años en relación al consumo de industrias culturales o a su composición, pero las condiciones de sus trabajadores y las jerarquías materiales y simbólicas entre ellos, por lo menos en Argentina, permanece como un área de vacancia. Algunos antecedentes han avanzado en la construcción de información cuantitativa sobre las representaciones de los periodistas, pero presentan escasa complejidad conceptual (Amado y Bongiovanni, 2016). Como consecuencia, no existe marco muestral que presente las distribuciones básicas para la elaboración de una muestra representativa.

En vistas al contacto de periodistas, se confeccionó una base de periodistas siguiendo cuotas derivadas de las dos variables de segmentación (la posición política del medio y su instalación en el campo). Se definieron 67 medios que tuvieran agenda nacional, ubicados en nueve provincias, además de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Luego, se confeccionó una base de 896 periodistas, reuniendo casos de trayectorias diversas, con disímil jerarquía profesional -sea formal, en la estructura del medio o informal, a través del estimado reconocimiento público. Los periodistas fueron contactados a través de redes sociales. Se realizaron tres rondas, obteniendo 221 respuestas -poco menos de un 10% de aceptación, lo que da cuenta de un índice de respuesta bajo. La encuesta fue realizada entre los días 18 y 29 de junio del 2021³.

³ Esta investigación forma parte de los trabajos del grupo @Agendas, de la Carrera de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Director: Daniel Cabrera. Integrantes: Maria Eugenia Tesio, Facundo Rivero, Nicolás Florio, Leonela Infante, Javier Nuñez, Macarena Parodi Gómez, Eliana Romano, Santiago Baez, Agustina Napoli, Ezequiel Jáureguy, Luisina Marchetti, Camila Teitelbaum, Sofia Montorfano, Iván Lysionek, Rocío Aguilera, Lihue Da Silva, Hermes Bouza, Iael Guelar, Emilia Kaczmarczyk, Felipe Sagastume, Eliana Toyos, Milagros Cabrera, Natalia Brítez,

La muestra resultando reunió a periodistas de 113 medios diferentes, tanto de gráfica, como radio, televisión y portales digitales, así como trabajadores de grandes conglomerados con espacios pequeños. Alrededor de un 42% de la muestra era menor de 35 años, otro 40% se ubicaba entre los 36 y los 50 y los 18 puntos restantes eran mayores de esa edad. Un 56% de la muestra estuvo compuesta por periodistas de género masculino. Un 83% tenía algún tipo de titulación superior, universitaria o terciaria. En términos de su jerarquía laboral, poco menos del 57% de la muestra ocupaba puestos de redactor o similar. 9.5% dijo ser jefe de sección; alrededor del 24% editor y casi un 10% representaba posiciones superiores (subdirector o director). En relación a la antigüedad, sólo un 13% tenía menos de 5 años de experiencia, una cuarta parte entre 5 y 10, casi un tercio entre 11 y 20 y el 30% restante, más de 20 años de trabajo. Desde ya, estos resultados no pueden ser considerados como reflejo de la distribución del campo periodístico, aunque sí aportaron cierta heterogeneidad a la muestra. En todo caso, el recurso a comparaciones porcentuales resultaba problemático como modo de ilustrar la estructuración de este espacio social y sus disposiciones simbólicas. Se optó por conformar una taxonomía, en la que solapar la estructuración del campo a partir de las dos variables de corte con las referencias de los periodistas acerca de sus colegas y de los medios más importantes.

La taxonomía fue confeccionada reuniendo la posición profesional de los encuestados con su distancia con las dos coaliciones políticas principales (FdT y JxC). Se construyeron dos índices sumatorios, cuyos resultados permitieron la ubicación de cada periodista en los ejes que daban cuenta de cada una de esas variables. La operacionalización de la posición profesional tuvo en cuenta el cargo que actualmente se ocupa (director/subdirector; editor; redactor o semejantes en medios audiovisuales) y la antigüedad laboral. En cambio, la proximidad con cada fuerza política fue deducida de la opinión respecto a Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta, a lo que se sumó la línea editorial del principal medio en que se trabaja. El diferencial entre imágenes de esos dos dirigentes sumado al puntaje otorgado al medio permitió construir un índice sumatorio simple. Si bien este modo de definir el posicionamiento político de los periodistas encuestados –tercer objetivo específico de esta investigación– supone cierta dosis de imputación, resultaba conciliable con un instrumento de construcción de datos (encuesta), en el que se incluyeron pocas preguntas para aumentar el índice de respuesta. En tanto, para definir el posicionamiento político de los periodistas que recibieron mayores menciones de parte de sus colegas, se recurrió a un repaso de su trayectoria reciente, reuniendo los medios en que trabajan y publicaciones o declaraciones de los últimos años.

En relación a los espacios de trabajo, si bien los medios opositores suelen tener una marcada línea conservadora mientras que los oficialistas mantienen posturas progresistas, esas categorías resultan relativamente ajenas al espectro político argentino –o, por lo menos, rara vez los actores suelen identificarse en esos términos. Por tanto, se han privilegiado las categorías “distante” o “próximo” a las

Macarena González Kelly, Adrián Miranda, Soledad Camardo, Joaquín Lovizio, Nuri Zanini, Leonel Baez, Rocío Di Lucía, Rodrigo Ardisana, Lucas Villa, leandro Bruni, Fiorela Ríos, Daniel Andrada, Nicolás Fernández.

dos coaliciones políticas principales. En cambio, se han relegado las acepciones eminentemente político-ideológicas (progresista, conservador o términos semejantes), limitándolas solo a los fines expositivos durante el análisis y cuando el medio exhibe una clara ubicación en esa línea editorial.

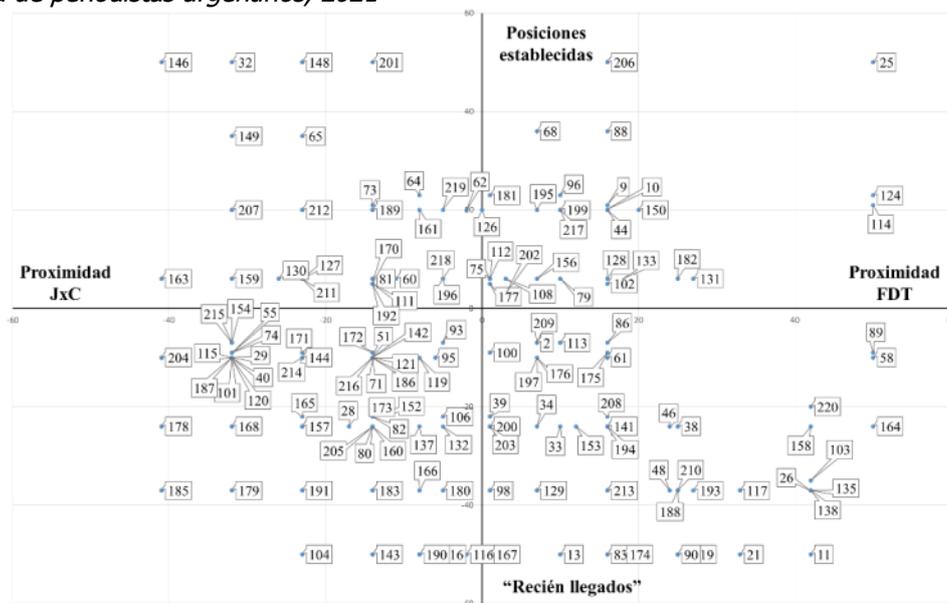
3. RESULTADOS

3.1. Distribución del campo periodístico

Como se mencionó, los periodistas encuestados fueron ubicados en una taxonomía, en la que ilustrar las afinidades entre su ubicación en el campo (jerarquía profesional y posición política) y las modalidades de reconocimiento de medios y pares. La Figura 1 exhibe el panorama general. Las categorías polares "recién llegados" y "posiciones establecidas" recuperan la tradicional contraposición de Bourdieu que da cuenta de la jerarquía al interior de los campos. En tanto, el eje horizontal da cuenta de la cercanía con Juntos por el Cambio y el Frente de Todos.

Figura 1

Taxonomía de periodistas argentinos, 2021



Fuente: Elaboración propia.

Pese a la ausencia de un muestreo probabilístico los encuestados se ubicaron en posiciones relativamente disímiles de la taxonomía, cubriendo buena parte de su espacio. Los "recién llegados" predominan sobre aquellos de mayor jerarquía profesional -lo que cabría esperar ocurra en una distribución real. La afinidad con Juntos por el Cambio tiende a incrementarse entre aquellas posiciones superiores, mientras que en los estratos bajos, se presenta un panorama más equilibrado. A partir de esta distribución en los espacios de la taxonomía, se buscará describir la coincidencia de sus posiciones en la estructuración dual del campo (profesional y política) con las representaciones construidas de las jerarquías mediáticas.

3.2. Los medios reconocidos

Como se anticipó, la hipótesis que ordena el análisis parte de una doble estratificación del campo periodístico, según la trayectoria profesional y el posicionamiento político. Estas dos variables de segmentación no inciden de la misma manera sobre las representaciones sociales de los encuestados, que postulan quiénes ocupan cada espacio -más o menos jerárquico- de su disciplina. Mientras que la trayectoria profesional tiende a integrar a los sujetos en un conjunto compartido de disposiciones y significaciones, se esperaría -o por lo menos así presume la doxa que parecen compartir periodistas y audiencia- que la identificación política actuará constituyendo polos enfrentados. Dicho de otra manera, mientras que los elementos propios de la formación profesional homogenizarían a los periodistas, la postura partidaria los dividiría en (sub)campos, que se concebirían como disímiles entre sí.

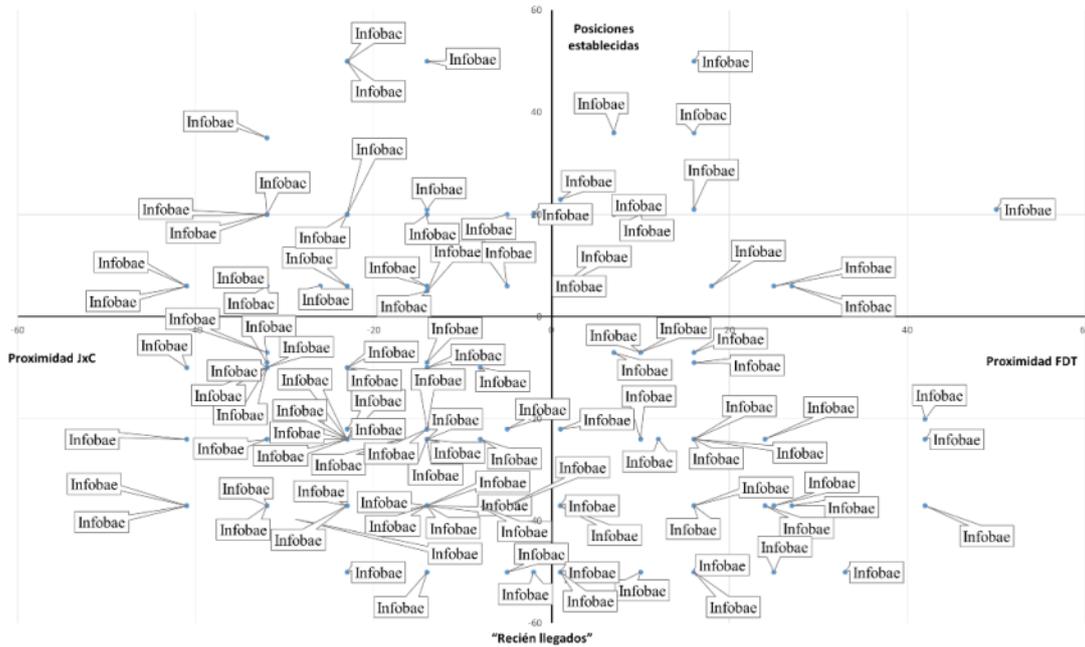
Empero, esta doble segmentación resulta demasiado mecánica y la trayectoria profesional está lejos de contribuir a un conjunto relativamente semejante de representaciones con total ajenidad de sus incumbencias políticas. Lo que se presenta, en cambio, es una integración al campo periodístico que guarda mayor eficacia que las aparentes contraposiciones políticas. Para describirlo, se ilustrará la taxonomía presentada en la sección anterior solapando sobre ella las menciones a los medios que recibieron mayor reconocimiento. La exposición sigue un orden político: primero se dará cuenta de aquellos medios opositores al Frente de Todos; luego se continuará por los oficialistas y, finalmente, por lo que se ubican en un espacio intermedio.

Infobae (115 respuestas), *La Nación* (87 respuestas) y *Clarín* (60 respuestas) recibieron una cantidad de menciones mayor que los demás medios. Se ilustrará el cruce entre la posición en la taxonomía y la referencia a esos medios por separado⁴. La Figura 2 describe las menciones a Infobae:

⁴ En el anexo se incluyen versiones completas de la taxonomía.

Figura 2

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a Infobae, 2021



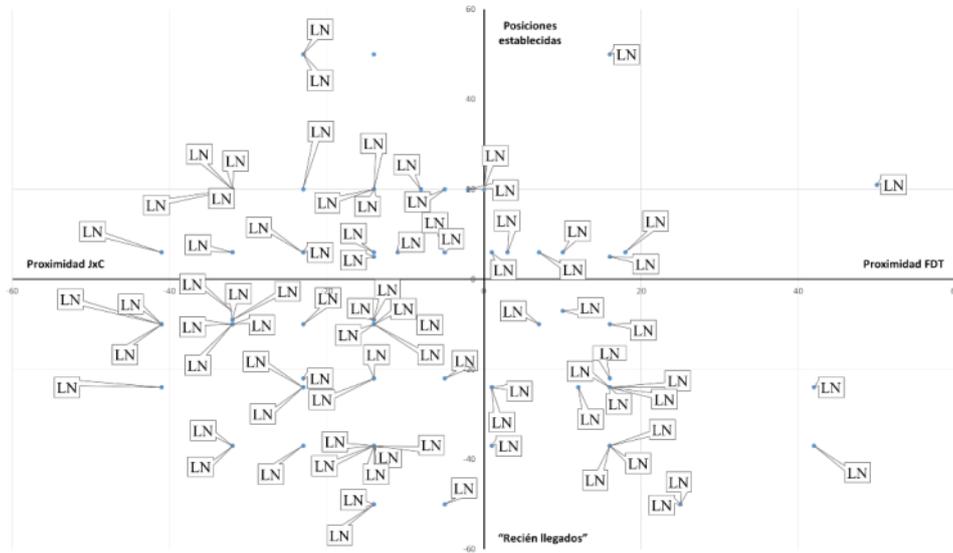
Fuente: Elaboración propia.

Las referencias a *Infobae* destacan por su carácter transversal: periodistas ubicados en todos los cuadrantes de la taxonomía lo reconocieron como uno de los medios más importantes de Argentina. En efecto, no se notan diferencias considerables en términos de la trayectoria: tanto periodistas de posiciones jerárquicas como “recién llegados” hicieron referencia al sitio en proporciones semejantes. En términos políticos, quienes simpatizan con Juntos por el Cambio manifiestan una mayor densidad de respuestas. Sin embargo, también los adherentes al actual oficialismo reconocieron a *Infobae*, recreando simbólicamente su posición consagrada. Cabe notar que *Infobae* fue el único medio con una dispersión de respuestas tan amplia lo que indica que las modalidades de valorización diferencial de un medio por sobre los demás son relativamente autónomas de las identidades partidarias. Ciertamente, la respuesta no indica necesariamente aprobación en relación al estilo del medio, a su línea editorial o a sus prácticas profesionales; sí exhibe un carácter ordenador del campo, en el que la ubicación asimétrica por excelencia -un medio de reconocimiento transversal- es otorgada a un portal de posición política conservadora.

La Figura 3 ilustra las referencias a *La Nación* -el segundo medio más nombrado por los encuestados:

Figura 3

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a La Nación, 2021



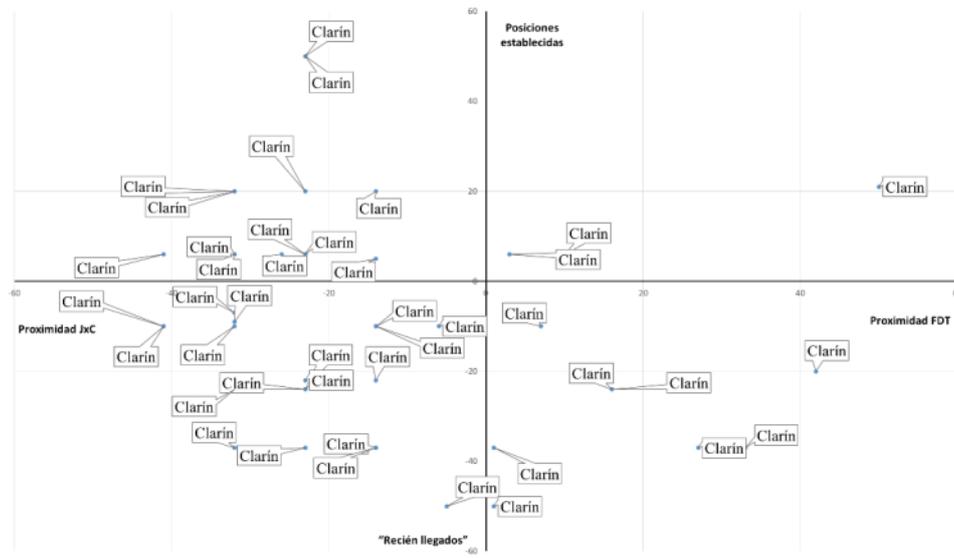
Fuente: Elaboración propia.

Ciertamente, las menciones fueron más acotadas que las de *Infobae* al tiempo que exhiben una mayor concentración sobre el espectro político afín a Juntos por el Cambio. Cabe advertir que la imagen tradicional del diario *La Nación* se asocia a un periódico de élites, aun cuando sus posturas editoriales han tenido ciertas ambigüedades a lo largo de las décadas (Sidicaro, 1993). Sin embargo, su reconocimiento se presenta, aunque disminuido, entre los periodistas afines al oficialismo, en particular en posiciones subalternas en términos de su trayectoria. Por lo demás, *La Nación* ha elaborado una presentación de sí como canon de estilo ("tribuna de doctrina", en el decir de sus editoriales), aunque en los últimos años ha alterado considerablemente sus formas.

De mayor interés resultan las respuestas relativas a *Clarín*, principal conglomerado mediático del país:

Figura 4

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a Clarín, 2021



Fuente: Elaboración propia.

A pesar de su peso empresario, las menciones a *Clarín* fueron más reducidas que la de los otros dos medios de línea editorial semejante. Si bien en la discusión pública Clarín suele aparecer como sinónimo de los grandes grupos de medios, su reconocimiento por parte de los periodistas se encontraría, aunque sea parcialmente, distanciado de su peso empresario. Por otro lado, el conjunto de referencias se encuentra mucho más segmentado, en términos políticos, que las de *La Nación* y, en especial, *Infobae*. Si bien algunos encuestados próximos al peronismo dieron cuenta de *Clarín* como medio más importante, el eje vertical que atraviesa a la taxonomía actuó considerablemente de umbral: en la mitad derecha del gráfico, las respuestas de *Clarín* se interrumpen.

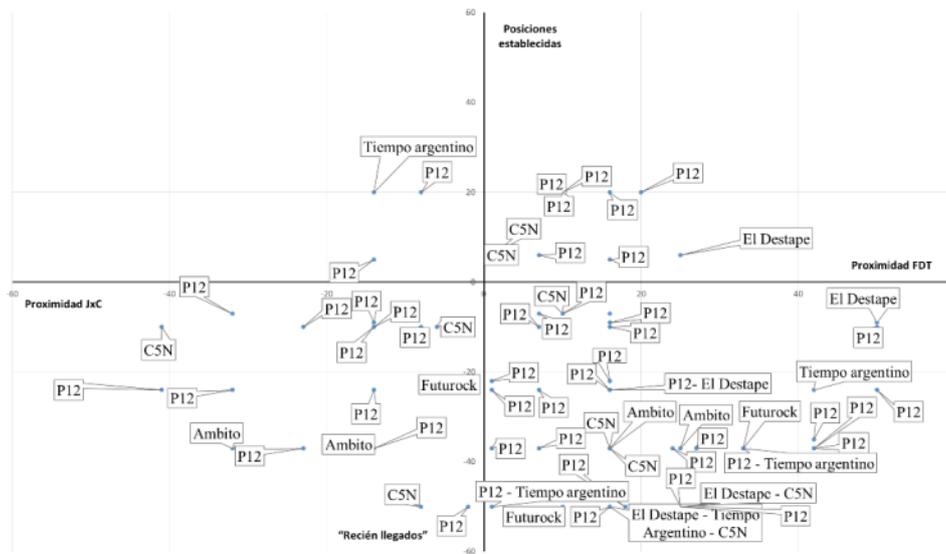
En conjunto, cabe aportar algunas conclusiones preliminares en relación a los tres medios de mayor reconocimiento. En primer lugar, se trata de tres empresas con una línea editorial definida, que si bien no mantiene relaciones institucionales con partidos políticos, sí expresan frecuentes simpatías por el espacio Juntos por el Cambio y en clara oposición al Frente de Todos. De esta manera, aún si las jerarquías simbólicas derivan de las prácticas que integran a los periodistas al campo, en modo alguno esas operaciones de consagración son políticamente neutras. En segundo lugar, el medio que recibió el mayor número de respuestas y con mayor grado de dispersión en el espacio social fue *Infobae*, de surgimiento más reciente -aunque tal vez con un perfil más acorde a las nuevas tecnologías-, con peso económico más acotado y con una línea editorial más conservadora. Estas distancias entre la estructura -el peso de empresas como empleadoras de los periodistas- y las representaciones sociales recuerdan que los sentidos refractan antes que reflejan las prácticas de los sujetos: en otras palabras, la magnitud simbólica de *Infobae* es mayor que sus dimensiones empresarias. Clarín, en cambio, revela un panorama

opuesto: se trata, por mucho, del grupo económico de mayor tamaño pero no recibiría un reconocimiento proporcional.

Entre los medios cercanos al Frente de Todos, destacan *Página/12* (49 menciones) y, con cierta distancia, *Tiempo Argentino* (12 menciones), *C5N* (11 menciones) y *El Destape* (8 menciones). La Figura 5 ilustra su ubicación en la estructura del campo periodístico:

Figura 5

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a medios próximos al Frente de Todos, 2021



Fuente: Elaboración propia.

Una mirada rápida descubre el disímil comportamiento de las referencias a los medios oficialistas en relación a los opositores. Mientras que el reconocimiento de la importancia de *Infobae*, *La Nación* y -en considerable menor medida- *Clarín* tiende a ser transversal, el de los cercanos al Frente de Todos resulta segmentado políticamente: el eje vertical de la taxonomía opera como un fuerte umbral, que regula la intensidad de las menciones. *Página/12* conforma una excepción parcial, ya que recibe cierto número de menciones de periodistas con simpatías por Juntos por el Cambio. La trayectoria del medio y su rol como contracara de *Clarín* y, en especial, *La Nación* podría explicar su importancia relativa.

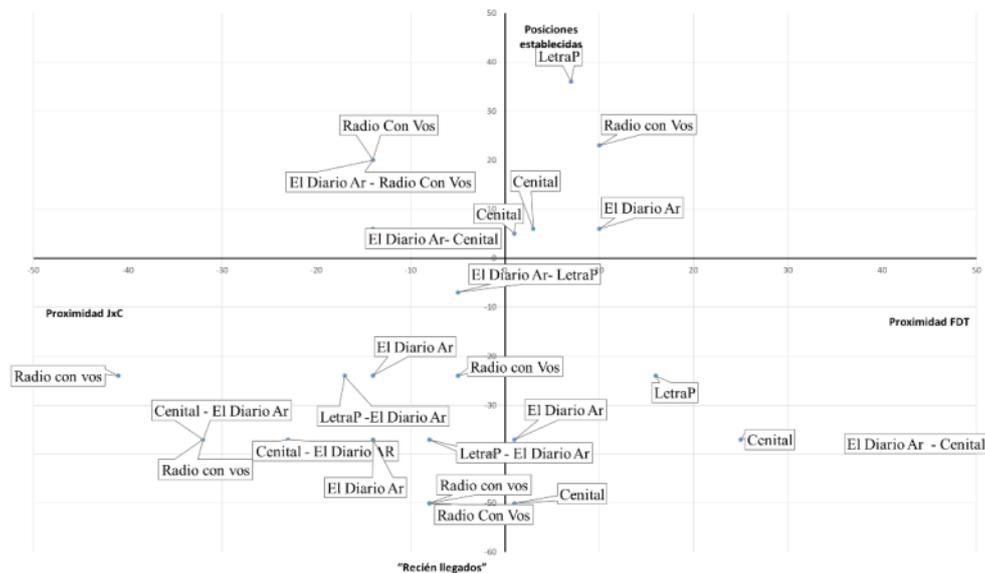
En todo caso, las modalidades de jerarquización simbólica de los medios de tendencia progresista resultan opuestas a la validación de los tres anteriores, de línea editorial más cercana a la derecha. Mientras que todos los grupos de periodistas tendían a aceptar el rol asimétrico de, por lo menos, *Infobae* y *La Nación*, los diarios, portales y canales cercanos al Frente de Todos no reciben una verificación recíproca; sólo sus adherentes -o en buena medida ellos- tienden a mencionar su importancia en el campo. Este contraste entre reconocimientos transversales y segmentados da cuenta de una interesante línea de indagación, que podría aportar al conocimiento no sólo de las formas en que ciertos medios devienen *gatekeepers* sino de la complejidad de las asimetrías al interior del campo, en el que

componentes simbólicos favorecen ciertas hegemonías -es decir, de la consagración diferencial de ciertos actores en las posiciones jerárquicas por excelencia, que ordenan al espacio social. Por lo menos en los sentidos de los periodistas, esas ubicaciones diferenciadas no se deducen linealmente del peso económico o la trayectoria de los medios.

Finalmente, un tercer perfil de medios está compuesto por aquellos que no tienen una línea editorial tan definida o, por lo menos, de los que participan periodistas de distinto signo político, sin un encuadre institucional que, hasta el momento, resulta tan claro. Sus respuestas tuvieron una frecuencia mucho más baja que otros medios. El gráfico siguiente da cuenta de sus menciones en el campo:

Figura 6

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a medios de posición política intermedia, 2021



Fuente: Elaboración propia.

En buena medida, la validación simbólica de estos medios corresponde a su ubicación en el espectro político: sus respuestas se densifican en el centro del gráfico y se reducen hacia los extremos. Como se verá en la sección siguiente, las referencias a periodistas puntuales se comportan, parcialmente, en términos semejantes a este perfil de medios. Empero, cabe reiterar que los dos más mencionados -*eldiario.ar* (12 menciones) y *Radio con Vos* (8 menciones)- constituyen empresas relativamente recientes. A ellos se agregan ciertos portales dedicados a temáticas políticas, que recibieron escasas menciones y tienen distinto grado de cercanía con fuerzas partidarias -en especial con el Frente de Todos- aunque mantienen una presentación de sí más cercana a la de medios especializados.

En esta sección se desarrollaron tres grandes modalidades de reconocimiento de medios por parte del campo periodístico. Ellas configuran de formas divergentes los planos estructurantes del espacio social (la trayectoria) con las consagraciones de las posiciones jerárquicas, al tiempo que involucran las líneas editoriales de los medios. Así, mientras que el campo parece poseer cierta eficacia al momento de integrar a

los sujetos en una escala asimétrica -con *Infobae*, *La Nación* y *Clarín* en las cúspides- sus efectos favorecen a medios opositores al Frente de Todos e identificados con posturas políticas de derecha. En cambio, el reconocimiento de los medios cercanos al peronismo es parcial -segmentado ideológicamente- y el de los que tienen una postura intermedia tiende a coincidir con la identificación política del encuestado.

3.3. Los periodistas reconocidos

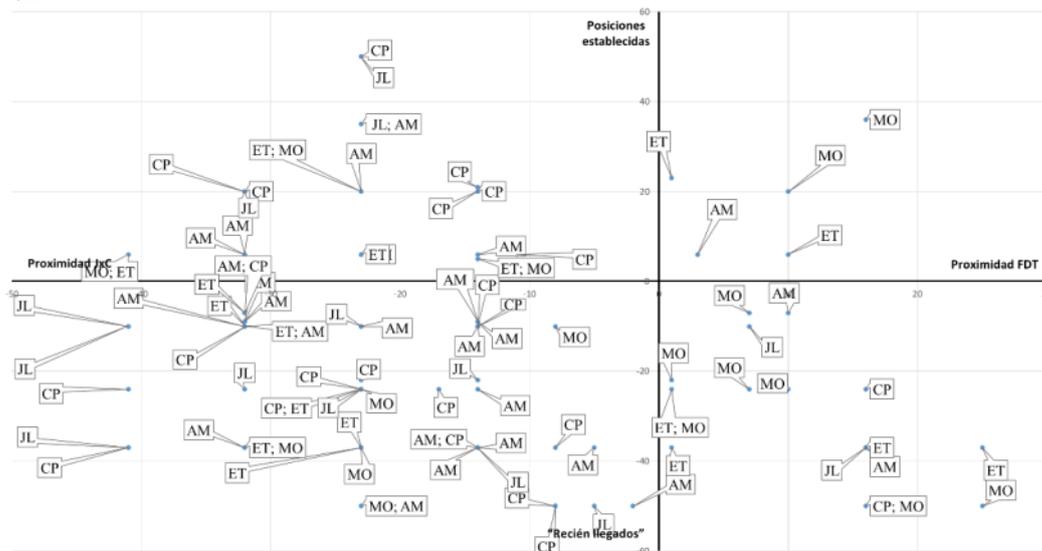
Además de significar a ciertos medios en posiciones disímiles en relación a otros, las representaciones sociales de los periodistas también valorizan diferencialmente a ciertos colegas. En efecto, las instituciones se personifican, en el plano del sentido, en rasgos, características y trayectorias esperadas de los sujetos, que pueden ser imputados a otros participantes del campo, definiendo desplazamientos y carreras distintas. Así como el reconocimiento de medios recrea las jerarquías del campo, un proceso análogo puede ser abordado en términos de los colegas. Nuevamente, cabe preguntarse por las relaciones entre la integración al campo periodístico y las contraposiciones político-partidarias enfatizadas por los periodistas. Se desglosarán las menciones de la tipología según la posición política de los periodistas mencionados como más importantes por los encuestados. Como se desarrollará, las referencias no recrean sin más las modalidades de reconocimiento que remiten a los medios.

La figura 7 presenta las menciones a periodistas que tienen una clara postura opositora al gobierno del Frente de Todos, si bien en distinto grado y con trayectorias disímiles:

Figura 7

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a periodistas distantes al Frente de Todos, 2021

Referencias: AM: Hugo Alconada Mon; CP: Carlos Pagni; JL: Jorge Lanata; ET: Ernesto Tenenbaum; MO: María O'Donnell.



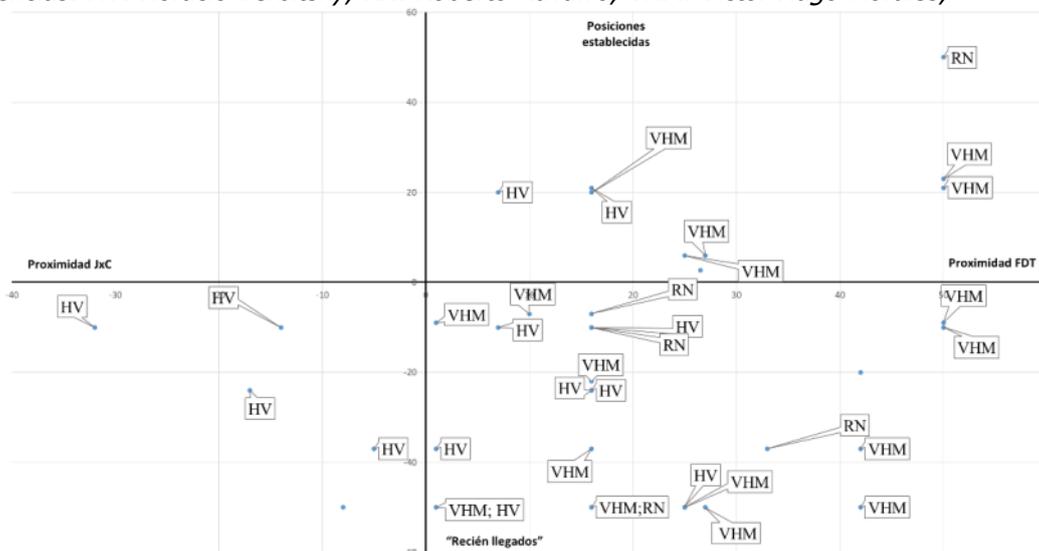
Fuente: Elaboración propia.

Las respuestas dan cuenta de una modalidad de reconocimiento escasamente transversal, aunque con ciertas prolongaciones limitadas sobre las proximidades del peronismo. Algunos rasgos de estos periodistas resultan de interés. Todos hicieron una carrera focalizada en las cuestiones políticas: a pesar de que no se preguntaba específicamente por la especialización en la encuesta, el conjunto de los periodistas más renombrados pertenece a ese rubro. Varios de ellos trabajaron en los medios mencionados en la sección anterior, destacando *La Nación* y *Página/12* (por lo menos en los años 90'). Algunos desarrollan una presentación de sí fuertemente refractaria del kirchnerismo mientras que otros recrean un ethos más próximo a la mirada objetivista y profesionalista. ¿Qué tanto la intensidad de sus menciones da cuenta de la capacidad integradora del campo periodístico? Si bien las referencias aparecen segmentadas en la taxonomía, la diferenciación solamente actúa en sentido vertical: en ningún caso se nota una clara contraposición entre posiciones jerárquicas - directivos, editores o cargos análogos- y "recién llegados". Una vez más, el rol del campo como generador de consagraciones simbólicas espejadas a su estructura resulta claro, aún si sólo se corrobora para el (sub)universo opositor.

Una lectura semejante puede ser realizada en relación a los periodistas cercanos al Frente de Todos, cuya distribución de menciones en el espacio social aparece graficada en la siguiente imagen:

Figura 8

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a periodistas próximos al Frente de Todos, 2021
 Referencias: HV: Horacio Verbitsky; RN: Roberto Navarro; VHM: Víctor Hugo Morales;



Fuente: Elaboración propia.

El conjunto de consagraciones oficialistas es un tanto más acotado que el opositor, en términos de los periodistas que recibieron un mayor número de referencias. Nuevamente, el perfil destaca la especialización política, si bien uno de ellos también se encuentra fuertemente consagrado en el periodismo deportivo. Sólo uno de ellos - de trayectoria en el periodismo político de mayor alcance- recibió algunas menciones de parte de encuestados alejados del oficialismo. En línea con la valorización de periodistas opositores, la validación de los cercanos al Frente de Todos también se

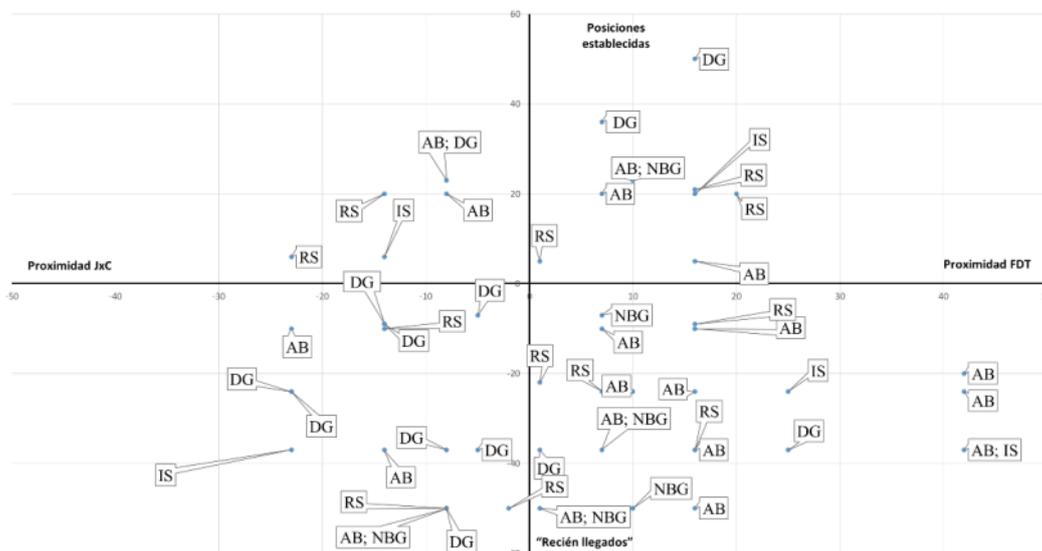
encuentra políticamente segmentada. En este sentido, las personificaciones del campo parecen encontrarse más cerca de la doxa de sus participantes -que enfatiza la contraposición entre lineamientos políticos- que las representaciones referidas a espacios institucionales (medios, conglomerados de empresas). Al mismo tiempo, tampoco se corroboró una segmentación entre posiciones superiores e inferiores del campo: su eficacia, aún si parcial, parece corroborarse al momento de trasladar al plano simbólico la estructura del espacio profesional.

Para terminar, algunos periodistas, con distinto grado de cercanía a cada fuerza política pueden ser ubicados en una posición intermedia:

Figura 9

Taxonomía de periodistas argentinos por menciones a periodistas próximos al Frente de Todos, 2021

Referencias: AB: Alejandro Bercovich ; DG: Diego Genoud; IS: Iván Schargrodsky; NBG: Noelia Barral Grigera; RS: Reynaldo Sietecase



Fuente: Elaboración propia.

Como con los dos perfiles anteriores, todos los mencionados destacan por la especialización en el periodismo político -o económico, en el caso de uno de ellos. Su posicionamiento político no es homogéneo; algunos desarrollan su actividad en conglomerados mediáticos cercanos al Frente de Todos; otros en medios que no tienen una línea tan definida. Sin embargo, se caracterizan por una presentación de sí más apartada de las dos fuerzas políticas principales. En semejanza con el reconocimiento que reciben los medios de perfil análogo, las menciones tienden a ubicarse en el centro del espacio social, con cierta dispersión hacia el oficialismo -lo que se explica, quizá, por la trayectoria profesional (sus lugares de trabajo) de esos periodistas. De nuevo, no se presentan distancias entre encuestados de ubicación jerárquica y aquellos de menor trayectoria: el set de referencias es homogéneo en el sentido vertical; sólo que se encuentra políticamente segmentado. A diferencia de los dos grupos de periodistas anteriores, los mencionados en este perfil son, en su mayoría, más jóvenes, con trayectoria más reciente.

De esta manera, las modalidades de reconocimiento de periodistas parecen estar marcadas por ciertas continuidades y diferencias respecto a la valorización diferenciada de medios. Tanto en lo individual como en lo colectivo, el campo periodístico parece poseer la eficacia suficiente como para trasladar su estructura jerárquica a las representaciones sociales de sus integrantes: los "recién llegados" están lejos de oponerse a las figuras establecidas o, por lo menos, no rechazan su ubicación presente, postulando alternativas. Sin embargo, mientras que la significación de los medios tiende a acompañar un reconocimiento transversal de espacios de línea editorial conservadora, la tematización de los periodistas considerados como más importantes apuntaría a una segmentación política que no impide, empero, la integración al campo profesional.

4. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Si bien los efectos de las rutinas de trabajo de los periodistas sobre la construcción de noticias y la selección temática han recibido mayor atención académica en las últimas décadas, la producción de datos cuantitativo y la descripción de la inserción de los actores en su campo disciplinar constituyen, por lo menos en América Latina, áreas de relativa vacancia. El creciente peso a las transformaciones producidas por las nuevas tecnologías o al desarrollo de conglomerados mediáticos diversificados sobre el oficio profesional usualmente ha llevado a concebir su impacto inmediato sobre los sujetos, como si ellos no participaran de estructuras regionales -campos- que los anteceden y que actualizan, a través de su acción, prácticas, representaciones y posiciones asimétricas.

Las modalidades de reconocimiento de pares y espacios institucionales -medios- proveen de un objeto de estudio desde el que desarrollar las mediaciones entre lo individual y lo estructural, entre el trabajo de los periodistas y los sentidos que les otorgan y el espacio social del que participan, que les provee de referencias, expectativas y formatos de acción. En este trabajo, se buscó avanzar en la descripción del campo periodístico argentino, indagando su capacidad para trasladar transversalmente un set de jerarquías consagradas. Este proceso fue estudiado en términos de dos variables: la trayectoria profesional de los encuestados y su posicionamiento político-partidario. A grandes rasgos, puede sostenerse que las modalidades de reconocimiento validan simbólicamente a ciertos medios que ocupan espacios superiores en el campo. Este proceso está lejos de ser políticamente neutro y favorece a medios de tendencia conservadora.

El estudio de estas modalidades de reconocimiento involucra distintas líneas de investigación al tiempo que tensa algunos de los supuestos que han acompañado a la academia en los últimos años. Una de estas líneas podría estar ligada al impacto de las tecnologías digitales y sus contracaras simbólicas: aún si los actores -y los investigadores- parecen acordar en términos de las fuertes transformaciones del oficio, las significaciones que emplean para dar cuenta del campo profesional estarían lejos de la irrupción de agendas fragmentadas, que -hacia los 2000'- solía ser asociada al surgimiento de blogs y, luego, redes sociales (McCombs y Valenzuela, 2007, Aruguete, 2015). Por lo menos el periodismo argentino no estaría discutiendo la unicidad de su espacio social, como si múltiples agendas e issues carecieran de un

marco social que las imbricara. Por otro lado, la producción de información cuantitativa y la descripción pormenorizada del campo periodístico permanece como un desafío que no deja de ser llamativo, tratándose del campo público, de esperable fácil acceso, por excelencia. Conocer en mayor detalle las distribuciones generales de aquellos que reclaman el tratamiento profesional -y, por tanto, monopolizante (Bourdieu, 1996)- de la circulación de información ayudará a comprender la articulación entre prácticas y simbologías, a través de las cuales el espacio social periodístico no sólo cobra sentido para sus actores sino que es recreado en el tiempo.

Finalmente, cabe preguntarse por lo específico del periodismo argentino en relación al de otros países, por lo menos de la región. El hecho de que los periodistas argentinos estructuren parcialmente sus modalidades de reconocimiento en línea con la política nacional señala, ciertamente, las dificultades de extrapolar las conclusiones a otros posibles casos de estudio. Sin embargo, muchos de los procesos que atraviesan -y transforman- los espacios de trabajo son globales. La confrontación entre medios y espacios políticos no constituye, tampoco, una excepcionalidad argentina; por el contrario, supuso una discusión regional en las primeras dos décadas del siglo XXI. En este sentido, futuros trabajos podrían pensar cómo la tendencia de los campos periodísticos a definirse por elementos nacionales dialoga con las propias características de su campo y no es, simplemente, el efecto de un recorte metodológico sobre el caso de estudio.

5. REFERENCIAS

- Amado, A., Bongiovanni, M. y Dragonetti, M. (2016). Periodismos argentinos: perfiles y contextos. Adriana Amado et al. (comp.), *Periodismos argentinos: modelos y tensiones del siglo XXI*, Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, 123-153.
- Ardisana, R. y Britez, N. (2021) Del diario a la urna: los porteños eligen. Un recorrido por los diarios más leídos por el público. En Cabrera, D. (ed) *La teoría de la agenda setting en jaque*, Buenos Aires: Prometeo, 71-102.
- Aruguete, N. (2015) *El poder de la agenda*, Buenos Aires: Biblos.
- Aruguete, N. y Zunino, E. (2013). Diario Clarín y sus fuentes de información. Un estudio de caso. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, (46), 15-31.
- Barba, C. C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Comunicación y sociedad: cuadernos del CEIC*, (24), 24-28.
- Becerra, M. A. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano. *Nueva Sociedad*, (249), 61-74.
- Bourdieu, P. (1996) *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Boczkowski, P. J. y Mitchelstein, E. (2015). *La brecha de las noticias: La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público*. Ediciones Manantial.

- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Nueva York: Princeton University Press.
- Edo, C., Yunquera, J. y Bastos, H. (2019). Content syndication in news aggregators: towards devaluation of professional journalistic criteria. La sindicación de contenidos en los agregadores de noticias: Hacia la devaluación de los criterios profesionales periodísticos. *Comunicar*, XXVII(59), 29-38.
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Towards clarification of a fractured paradigm*. *McQuail's reader in mass communication theory*.
- Fernández Aparici, M. (2020). *Análisis del tratamiento de los MMCC sobre la Querrela Argentina*. Universitat Jaume I.
- Galup, L. (2019). *Big data & política: De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. EDICIONES B.
- Giarracca, N., Teubal, M. y Palmisano, T. (2008). Paro agrario: crónica de un conflicto alargado. *Realidad económica*, (237), 33-54.
- Gitlin, T. (2003). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the new left*. Univ. of California Press.
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: II. Channels of group life; social planning and action research. *Human relations*, 1(2), 143-153.
- Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen las noticias*. Buenos Aires. Biblos.
- McCombs, M. y Valenzuela, S. (2007). The agenda-setting theory. *Cuadernos de información*, (20), 44-50.
- Monje, D. I., Rivero, E. A. y Zanotti, J. M. (2020). Crisis del periodismo y políticas de retracción de los Estados en Argentina, Brasil y Chile. *Comunicación y sociedad*, (17), 1-22.
- Raffo, D. (1992). El éxito de Página 12, el país a diario. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (42), 71-72.
- Segura, M. S. (2014). Democratización de la comunicación y nuevas leyes de radiodifusión en América Latina. Algunos ejes de comparación con estándares internacionales y propuestas de la sociedad civil. En *XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*.
- Schuttenberg, M. y Fontana, J. (2010). La apelación a la historia como instrumento de construcción de una identidad "liberal conservadora". El diario La Nación, en la crisis de 2001-2002 y en la confrontación con el Gobierno desde el "conflicto con el campo" al bicentenario". *Cuadernos de H ideas*, (4), 1-26.
- Sidicaro, R. (1993). *La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación, 1909-1989*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

