

DOSSIÊ

# PERIODISTAS Y PROPIEDAD DE MEDIOS:

## Prácticas y condiciones profesionales del periodismo argentino

Copyright © 2018  
SBPjor / Associação  
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

ADRIANA AMADO

Área de Comunicación y Cultura de FLACSO, Buenos Aires, Argentina  
ORCID 0000-0001-7275-7991

SILVIO WAISBORD

George Washington University, Washington, Estados Unidos  
ORCID 0000-0003-0026-7111

DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v14n2.2018.1090>

**RESUMEN** – Las prácticas profesionales de los periodistas argentinos dan cuenta de la multiplicidad de factores que impactan en la cultura periodística. El resultado del estudio nacional para el proyecto global Worlds of Journalism ofrece evidencias de que el tipo de medios en los que se desempeñan no genera condiciones de trabajo diferentes ni responde a modelos profesionales alternativos. Los resultados refuerzan el enfoque de que la cultura profesional es resultado de la interacción entre valores personales y las pautas de las organizaciones y empresas. En ese sentido, se plantea la necesidad de abordar el estudio de la cultura profesional del periodismo desde una perspectiva multidimensional que incluya el estudio de los marcos legales, la protección gremial, las pautas organizacionales y los parámetros éticos aceptados.

**Palabras clave:** Periodismo. Cultura periodística. Profesionalismo. Propiedad de medios.

### **JORNALISTAS E PROPRIEDADE DA MÍDIA: práticas e condições profissionais do jornalismo argentino**

**RESUMO** – As práticas profissionais dos jornalistas argentinos mostram a diversidade de fatores que impactam na cultura jornalística. Os dados nacionais da pesquisa como parte do projeto global Worlds of Journalism apresentam evidências de que meios distintos não oferecem condições de trabalho diferentes nem modelos profissionais alternativos para os seus jornalistas. Os resultados revelam ainda que a cultura profissional depende da interação entre valores pessoais e das pautas de organizações e empresas. Nesse sentido, o artigo se propõe a abordar o estudo de cultura jornalística com base em uma perspectiva multidimensional que analise os marcos legais, a proteção sindical, as pautas organizacionais e os códigos de ética profissional.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Cultura jornalística. Profissionalismo. Propriedade da mídia

## **JOURNALISTS AND MEDIA OWNERSHIP: practices and professional conditions of Argentine Journalism**

**ABSTRACT** – The professional practices of Argentine journalists reveal the multiplicity of factors that impact journalistic culture. The results of the national study for the global project Worlds of Journalism offers evidence that the type of media organization in which they work does not generate different working conditions or respond to alternative professional models. The results reinforce the approach that the professional culture is the result of the interaction between personal values and the guidelines of organizations and companies. In this sense, the study of the professional culture of journalism needs to be approached from a multidimensional perspective that includes the study of legal frameworks, trade union protection, organizational guidelines and accepted ethical parameters.

**Key words:** Journalism. Journalistic Culture. Profesionalism. Media Ownership.

### **1 Antecedentes**

El periodismo argentino ha estado en el centro del debate público entre 2003 y 2015, particularmente involucrado en los que tenían que ver con la propiedad de los medios de comunicación y las influencias del poder político (C. De la Torre, 2013; Lodola & Kitzberger, 2017; Waisbord, 2013). Esa discusión en la Argentina puso el foco en cuestiones de concentración mediática y en las políticas públicas del sector audiovisual (Arrueta & Brunet, 2012; Becerra & Mastrini, 2009; Natanson, 2014; Rincón, 2014), y estuvo mayormente enfocada en los medios como empresas con intereses editoriales más que en las específicas condiciones de trabajo de los periodistas. En esta discusión subyace la premisa de que las condiciones estructurales de las empresas de medios, específicamente el tipo de propiedad, influyen y determinan la cultura profesional del periodismo. Esta línea argumental se corresponde teóricamente con el enfoque de la economía política que sostiene que aspectos tales como propiedad, financiamiento y regulación de los medios son claves para comprender el funcionamiento del sistema informativo, de lo que se sigue que esas variables impactan en las prácticas del periodismo y en el contenido resultante, es decir, la producción noticiosa. Desde esta perspectiva, el sistema de propiedad y otros aspectos estructurales y materiales son tomados como claves para analizar la calidad informativa en la medida en que se entiende que es central para la democracia brindar un acceso a la información igualitario y pluralista, con el correlato

de que debería estar regulado por políticas públicas que garanticen un sistema de medios estructuralmente diverso (Mastrini & Becerra, 2006; Waisbord, 2010).

Sin embargo, cabe preguntarse si las condiciones de trabajo de los periodistas dependen principalmente de la diversidad en la propiedad y el financiamiento de los medios, y si esos factores estructurales económicos son condición suficiente para entender problemas vinculados a las prácticas periodísticas y a la producción de información. Los datos obtenidos a partir de una encuesta a periodistas de todo el país dentro del estudio global *Worlds of Journalism* ofrecen elementos para analizar si el tipo de propiedad del medio tiene algún tipo de incidencia en las condiciones y prácticas profesionales. La propuesta de este artículo es revisar tal hipótesis a partir del análisis de las condiciones de trabajo del periodismo argentino que surgen de ese estudio con el propósito de entender si la variable propiedad privada, pública o estatal se relaciona con algunos indicadores de las prácticas periodísticas. Asimismo, se busca plantear la discusión acerca de si los aspectos estructurales tales como propiedad, financiamiento y regulación (que estudia la perspectiva de la economía política de los medios) son suficientes para comprender las prácticas periodísticas en un contexto dado (objeto de investigación en los estudios del periodismo), máxime considerando las enormes dificultades y transformaciones que atraviesa el periodismo contemporáneo.

Estas preguntas son relevantes a la luz de trabajos recientes que investigan la relación entre determinadas influencias y el desempeño periodístico, que plantean la necesidad de revisar el alcance de la variable “propiedad” y otras cuestiones de la economía política en cada contexto (Hanitzsch & Mellado, 2011; Reich & Hanitzsch, 2013). Habitualmente se asume que hay menos autonomía en los medios privados que en los públicos, considerando estos desde la perspectiva europea, es decir, medios con autonomía de administración y presupuesto (Hallin & Mancini, 2004), que no existen en Latinoamérica. Los estudios empíricos no necesariamente confirman que sea así en todos los casos, sino que demuestran que dependen de diversas circunstancias y que no se dan uniformemente en todos los medios ni de la misma manera en todos los países (Mancini, 2013). Por ejemplo, para los periodistas españoles, tanto de la televisión pública como la privada, las influencias profesionales y organizacionales son más importantes que las políticas, las

económicas o las que provienen del grupo de referencia (Berganza Conde, Herrero-Jiménez, & Arcila Calderón, 2016). A su vez, aunque los medios públicos se conciben teóricamente como un agente del pluralismo, estos no se pueden desvincular de los entornos mediáticos y sociopolíticos, como se observó entre los periodistas de la televisión pública española (RTVE) (Humanes & Fernández Alonso, 2015). Por caso, la comparación entre los periodistas checos y los sudafricanos en relación a la mayor influencia de los propietarios, muestra que los primeros tienen más autonomía para decidir el enfoque de las noticias y para participar en las reuniones editoriales, aspecto incluso estimulado por los propietarios, factor que no se observa en la comparación con los periodistas de Sudáfrica (de Beer, Láb, Strielkowski, & Tejkalová, 2015). Esta evidencia sugiere que la influencia de los medios en la autonomía y las condiciones de trabajo de los periodistas no está necesariamente determinada por tipo de propiedad, sino que esta debe analizarse junto con otras variables políticas y económicas.

Sin desconocer la importancia de la economía política de los medios, es necesario considerar que los niveles de influencia en el desempeño periodístico son varios y operan de manera distinta en distintos contextos (Hanitzsch et al., 2012; McQuail, 1998; Shoemaker & Reese, 1996). Es decir, el peso de factores estructurales debe ser cotejado con la evidencia y asumido como hipótesis más que como conclusión *ex ante* ya que excluye de plano la posibilidad de que una combinación de factores explique el pluralismo del contenido periodístico. Como lo demuestran trabajos clásicos de la sociología del periodismo (Tumber, 2014), los niveles individual (personal y profesional, nivel jerárquico) e ideológico (rutinas de producción de noticias, procedimientos, recursos) se insertan en un particular contexto organizacional (restricciones tecnológicas, convenciones de la redacción, condicionamientos publicitarios, jerarquía de las decisiones editoriales). Y estos operan en función del sistema mediático (estructura de la propiedad de los medios), determinado a su vez por factores de nivel sistémico (contexto social, cultural, político e ideológico). Los niveles interactúan de distinta forma cuando esas instituciones dan parámetros de contención legal y profesional certeros que cuando estos son débiles (Amado & Waisbord, 2015; Weaver & Willnat, 2012). En las democracias latinoamericanas, el periodismo trabaja en contextos de inestabilidad política y económica, en los que la información pública

está organizada en un sistema clientelar donde prima la lógica del *quid pro quo* que los periodistas tienen naturalizado (Becerra, 2014; Hallin & Papathanassopoulos, 2002; Waisbord, 2013).

Más allá del enfoque que se elija para el análisis, un problema adicional para dirimir esta cuestión en la Argentina es la falta de datos estadísticos generales y sectoriales para definir con alguna precisión el perfil ocupacional del periodista argentino de modo de contar con una base empírica para enfocar el estudio de las condiciones laborales y la cultura profesional (Amado & Pizzolo, 2014) y sus vínculos con cuestiones estructurales. Esta debilidad se refuerza con una baja representación gremial y la fragmentación de los sindicatos que explica la falta de negociación de condiciones laborales generales de las que tampoco existen datos sistemáticos (Amado & Waisbord, 2015). No es extraña esta escasez de datos sobre culturas y prácticas periodísticas en un campo como el local, históricamente focalizado más en la discusión teórica que en los estudios empíricos (Mellado, 2010; Villanueva, 2016). Dentro de los estudios de periodismo latinoamericanos, los trabajos que corresponden a las condiciones laborales y los perfiles profesionales son los menos, y dentro del conjunto de los desarrollados entre 1960 y 2007, los que provienen de Argentina son apenas el 2% (Mellado, 2012). A las perspectivas ancladas en el estudio de la economía política con foco en cuestiones de propiedad y concentración (Becerra & Mastrini, 2009; Mastrini & Becerra, 2006), se sumaron investigaciones que describen algunos aspectos tales como el impacto de las tecnologías en los procesos o del contexto político en el trabajo periodístico (Amado & Waisbord, 2015; Boczkowski, 2010; L. De la Torre & Téramo, 2004; Luchessi & Videla, 2016; Rost & Bergero, 2012; Ure & Schwarz, 2014; Waisbord & Amado, 2014).

La suposición de que la influencia de factores estructurales en las prácticas ocupacionales y la calidad informativa es directa y unívoca no reconoce debidamente la complejidad de factores que impactan en la construcción de información. Dentro de estos factores las relaciones de poder son uno más entre otros igual de importantes, tales como las rutinas noticiosas, la forma en que se toman las decisiones, el vínculo con las audiencias y con las fuentes, los modelos y valores periodísticos (Livingston & Bennett, 2003). Los análisis varían sustancialmente si se realizan desde la perspectiva estructural, más general y economicista (Chomsky & Herman, 1990; Hallin & Mancini, 2004), o si se enfocan en las cuestiones organizacionales,

que la sociología de la profesión ha estudiado con amplitud (Gans, 1979; Schudson, 1989; Tuchman, 1978; Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2009). En general, los estudios de periodismo muestran que los reporteros identifican más claramente las influencias que impactan directamente en su trabajo cotidiano que aquellas de carácter más abstracto (Hanusch & Hanitzsch, 2017).

Considerando las distintas perspectivas con que puede abordarse el periodismo, es decir, en tanto profesión, institución, contenido textual, o personas que se desempeñan como periodistas o sus prácticas (Zelizer, 2017, p. 24), este artículo analiza las prácticas periodísticas de los periodistas argentinos y el perfil profesional a partir de los resultados del estudio *Worlds of Journalism* (<http://www.worldsofjournalism.org>) para Argentina. El objetivo es analizar si la propiedad de los medios influye en la cultura periodística a partir de distintos indicadores demográficos y profesionales, comparando los periodistas que se desempeñan en medios privados, estatales o públicos. Asimismo, se buscará analizar la autonomía percibida en los distintos medios y si estos determinan un modelo de periodismo particular.

## 2. Metodología

El análisis parte de los resultados de la encuesta realizada entre periodistas de todo el país que recabó aspectos relacionados con su trabajo y la percepción que tienen de sus prácticas, cuestión central a la hora de definir los modelos de periodismo que las orientan (Hanusch & Hanitzsch, 2017; Weaver & Willnat, 2012). Los datos surgen de procesar para este artículo los resultados del capítulo argentino del proyecto global WJS. Esta investigación es un estudio comparativo de las culturas profesionales en 66 países que estableció parámetros de selección y criterios muestrales que debían aplicarse en todos los países de manera uniforme. En el caso argentino la unidad muestral se determinó a partir de un muestreo polietápico que incluyó una selección intencional por cuotas basada en criterios de propiedad, de tipo de medio (diarios, revistas, agencias de noticias, radio, televisión y medios digitales), de rango de cobertura y distribución poblacional. Así se determinó una muestra de 160 medios de todo el país, a partir de la cual se entrevistaron 366 periodistas entre 2013 y 2014 de manera personal.

La aplicación de los parámetros de la encuesta global a la muestra de Argentina planteó de inicio un desafío metodológico para encuadrar los medios locales en las categorías establecidas por la investigación global y facilitar la comparación con los resultados de los otros países participantes. Para ello, se tabularon como medios estatales los que dependían directamente del gobierno, sin autonomía en su funcionamiento, en tanto que sus autoridades y presupuesto son determinados por el Poder Ejecutivo. Hacia 2014, fecha de realización de la encuesta, el sistema de medios estatales incluía Radio Televisión Argentina, la agencia de noticias Télam, AR-SAT y el sistema de TV satelital TDA (Waisbord & Amado, 2014, p. 227). Solo la agencia de noticias es un medio exclusivamente periodístico junto con parte de la programación de las radios y TV, de ahí que la proporción de periodistas identificados sea baja en relación a la de los medios privados. Pero esta constatación también anticipa una conclusión acerca de que el ejercicio profesional dominante en el país es el de los medios privados.

Por su parte, se consideraron de servicio público los medios sin fines de lucro que dependen de organizaciones de la sociedad civil o de entes autónomos como universidades nacionales, con funcionamiento como medio independiente, es decir, se descartaron los medios que funcionan como agencias de prensa de la organización de la que dependen. En el país se conocen corrientemente como medios comunitarios, y para la época habían sido objeto de una política de promoción a través de la Ley 26.522 de 2009, que reservaba un tercio de las frecuencias audiovisuales para esta modalidad. Sin embargo, el trabajo de campo identificó pocos con periodistas con contratos profesionales, lo que podría explicarse porque la mayoría de las licencias comunitarias se concedieron a medios como los municipales, que en la clasificación de la encuesta se tabularon como estatales (Becerra, 2014, p. 347). La baja participación de los periodistas de esos medios en la muestra pone en cuestión las altas expectativas de renovación profesional que las reformas regulatorias que hubo en el continente ponían en estos medios (Becerra & Mastrini, 2017; Kitzberger, 2009; Ramos, 2013).

El trabajo periodístico sin remuneración o como actividad complementaria a la principal que desempeña en la organización es común en los medios de comunitarios o universitarios, donde muchos ejercen el periodismo de manera subsidiaria a sus responsabilidades académicas. Incluso es muy corriente en el país que el periodismo se ejerza de manera accesoria a un trabajo principal en prensa y comunicación o en otros cargos en el Estado. Dado que la investigación global establecía

que los entrevistados tuvieran el periodismo como fuente de más de la mitad de sus ingresos y que participaran en la producción o edición de contenidos periodísticos, este estudio no consideró los casos en que el periodismo se ejerce eventualmente, o sin remuneración. Esta condición determinó que de los más de mil doscientos periodistas contactados durante el trabajo de campo solo una parte pudiera participar de la encuesta (25,9% de tasa de respuesta), lo que denota las complejidades que tiene el análisis del perfil profesional de los periodistas argentinos.

### 3. Análisis de datos

Los datos obtenidos se procesaron a partir de la variable propiedad de medios, desagregando los resultados para analizar posibles diferencias en las condiciones de trabajo. En cuanto a las características relacionadas con la actividad profesional, en los medios estatales se observa una mayor antigüedad y mayor edad promedio, con una leve diferencia en cuanto a la contratación de tiempo completo (65,5% con relación al 58,3% del total general), aunque sin variaciones en cuanto a si el empleo es permanente o eventual. Se observa también una mayor exigencia de productividad en los medios estatales, que puede explicarse por el hecho de que en la muestra la mayoría de los entrevistados se desempeña en la agencia de noticias en la producción y edición de cables.

**Tabla 1** – Características profesionales de los periodistas argentinos

	<b>Privado</b>	<b>De servicio público</b>	<b>Estatal</b>	<b>General</b>
<b>Edad promedio</b> (en años)	38,5	36,0	41,3	38,8
<i>N</i>	264	24	65	343
<i>DE</i>	10,207	11,169	9,331	10,193
<b>Género</b> (% de mujeres)	37,7	25,0	39,0	37,0
<b>Años de experiencia</b> (media)	13,62	11,88	15,53	13,82
<i>N</i>	269	24	59	352
<i>DE</i>	9,082	9,105	9,440	9,160
<b>Formación universitaria</b> (media)	0,66	0,63	0,76	0,68

	Privado	De servicio público	Estatal	General
<i>N</i>	271	24	58	353
DE	0,473	0,495	0,432	0,468
<b>Máximo nivel de estudios</b>				
Doctorado	0,7	0,0	0,0	0,6
Maestría	11,1	20,8	15,5	12,5
Licenciatura o equivalente	54,6	41,7	60,3	54,7
Estudios universitarios incompletos	22,1	33,3	19,0	22,4
Secundaria	11,1	4,2	3,4	9,3
Secundaria incompleta	0,4	0,0	1,7	0,6
<b>Empleo permanente (%)</b>				
	79,7	73,7	82,1	79,9
<b>Tipo de empleo (%)</b>				
Empleo de tiempo completo	58,0	54,2	65,5	58,3
Empleo de tiempo parcial	31,2	29,2	32,8	31,2
<i>Freelancer</i>	10,9	16,7	1,7	10,5
<b>Pertenencia a alguna organización profesional (%)</b>				
	36,3	45,8	29,3	36,2
<b>Cantidad de notas editadas o producidas por semana</b>				
Media	32,03	10,41	49,40	32,93
Mediana	16,50	6,50	20,00	15,00
<i>N</i>	238	22	43	303
DE	50,10	9,610	72,559	52,775
<b>Ámbito de trabajo (media)</b>				
Redacciones en las que trabaja	1,75	1,53	1,53	1,71
<i>N</i>	204	15	43	262
DE	1,105	0,743	0,855	1,051

	Privado	De servicio público	Estatal	General
Cantidad de medios	2,31	2,43	2,04	2,28
<i>N</i>	264	21	52	337
DE	1,429	1,568	1,22	1,408
<b>Salarios</b> (% del total periodistas en el rango)				
<i>N</i>	210	20	50	280
<b>Menos de U\$ 1.500</b>	28,1	45,0	20,0	27,9
<b>Más de U\$ 5.000</b>	31,9	20,0	30,0	30,7
<b>Categorías laborales (%)</b>				
<i>N</i>	274	24	58	356
Director	13,5	8,3	15,5	13,5
Editor general	6,9	8,3	6,9	7,0
Editor Jefe de sección	8,4	4,2	15,5	9,3
Editor Subsección	1,5	0,0	0,0	1,1
Editor	10,2	8,3	10,3	10,1
Productor	13,9	20,9	17,2	14,9
Reportero	16,4	8,3	5,2	14,0
Redactor	21,9	25,0	22,4	22,2
Pasante	1,5	8,3	0,0	1,7
Otros	5,8	8,3	6,9	6,2

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio *Worlds of Journalism*.

Los medios de servicio público presentan ciertas diferencias con los privados y estatales, en relación a que los periodistas en estos medios tienen más alta pertenencia a organizaciones profesionales, más pluriempleo, menor proporción de empleo permanente, más bajos salarios y mayor presencia en categorías profesionales inferiores, con un alto porcentaje de pasantes. También menor presencia de mujeres (25%), por debajo del 36,9% que arrojó la muestra en general, que ubica a la Argentina en la 49ª posición entre los 66 países encuestados en la investigación (Amado, 2017, p. 331).

Cabe aclarar que, con excepción de algunas asociaciones que convocan periodistas por afinidades (tales como asociaciones de corresponsales o de periodistas deportivos), en Argentina no existen organizaciones de periodistas con representatividad suficiente para incidir

en las condiciones profesionales. Eso podría explicar la baja pertenencia a organizaciones profesionales, que es un tercio en los medios comerciales y estatales y un poco mayor en los comunitarios. Esta situación explicaría la falta de relación entre las escalas salariales propuestas por la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (marzo de 2013 a febrero de 2014) y los ingresos declarados por los entrevistados. La comparación muestra que un tercio recibía un salario menor al establecido por convenio para la categoría de Secretario de Redacción (alrededor de U\$ 1.500 para febrero de 2014, de acuerdo al cambio oficial). Sin embargo, mucho más de la mitad de los entrevistados estaba por debajo de esa categoría, lo que indica que los sueldos de los cargos básicos estarían por encima del convenio. Cabe señalarse que las negociaciones paritarias para los periodistas dejaron de realizarse en 1975 y solo fueron retomadas para el gremio gráfico hacia 2012 y homologadas en 2014 para las radios privadas (Waisbord & Amado, 2014, p. 224), aunque los sindicatos no habilitaron una paritaria única. Este contexto explica que los salarios de los periodistas en actividad varíen con relación al esquema propuesto, especialmente por los numerosos casos en que no se trata de contratos laborales sino con esquemas diversos de explotación comercial.

**Tabla 2** – Autonomía percibida por el periodista en su trabajo (media con desviación estándar en una escala de 1 a 5, donde 5 es el máximo)

Tipo de medios		Libertad para seleccionar noticias	Libertad para elegir los aspectos de la noticia a enfatizar	Frecuencia con que participa en la coordinación editorial
Privados	Media	3,97	4,08	3,14
	N	275	276	270
	DE	0,885	0,893	1,525
De servicio público	Media	4,13	3,91	3,36
	N	23	23	22
	DE	0,757	1,041	1,399
Estatales	Media	3,75	3,83	3,44
	N	59	59	55
	DE	0,843	0,874	1,437
Total	Media	3,95	4,03	3,20
	N	357	358	347
	DE.	0,874	0,902	1,504

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio Worlds of Journalism

Con relación a la autonomía percibida, se solicitó a los entrevistados su evaluación en función de la libertad para elegir temas para tratar en las noticias y para decidir el enfoque que se da a las noticias y de la frecuencia con que participa en las reuniones editoriales. Incluso este último aspecto, donde la jerarquía determina en gran medida la participación en los lugares de decisión editorial, con una participación levemente mayor en los medios estatales. Los resultados son similares para los tres tipos de medios, incluso los periodistas que trabajan en medios de servicio público expresan más autonomía, seguidos muy de cerca por los medios privados y los medios estatales, con los índices más bajos. Esto puede relacionarse con la preponderancia de las influencias procedimentales y organizacionales (Tabla 3), en tanto las empresas estatales son mucho más cerradas jerárquicamente y tienen procedimientos altamente burocratizados, a diferencia de los medios privados argentinos, que suelen ser más adaptables a los cambios del contexto (Boczkowski & De Santos, 2007; Dessein & Roitberg, 2014; Luchessi & Videla, 2016) y también más sensibles a las demandas de las audiencias, ante las que se esfuerzan por mostrar compromiso con la libertad editorial, similar a lo observado en los medios checos (de Beer et al., 2015).

El estudio de *Worlds of Journalism* categorizó las variables de las influencias en seis dimensiones: organizacionales, profesionales, procedimentales, políticas, económicas y de grupos de referencia. Ya el estudio piloto encontró que las tres primeras eran las más críticas (Hanusch & Hanitzsch, 2017, p. 528). En los hallazgos posteriores se confirmó que las influencias procedimentales y organizacionales son las de mayor impacto, con alto consenso en las respuestas (Berganza Conde et al., 2016; Hanitzsch & Mellado, 2011; Hanusch & Hanitzsch, 2017). Paradójicamente, son los aspectos menos analizados a la hora de estudiar el trabajo periodístico en Argentina.

**Tabla 3** – Factores de influencias agrupados por dimensiones políticas, organizacionales, procedimentales y económicas (media con desviación estándar), según tipo de medio (Privado, N=276; de servicio público, N=24; estatal, N=59).

<b>Dimensiones por tipo de influencias</b>	<b>Tipo de medio</b>	<b>Media</b>	<b>DE</b>
Influencias políticas (Políticos; Funcionarios de gobierno; grupos de presión; actores empresariales)	Privado	2,3004	,93664
	De servicio público	2,0833	1,16252
	Estatal	2,1525	,80292
Influencias organizacionales (Gerentes del medio; supervisores y editores; propietarios; política editorial)	Privado	3,4703	1,00408
	De servicio público	3,4167	,70083
	Estatal	3,3709	,80525
Influencias procedimentales (Acceso a la información; ética periodística; leyes y regulación del sector; disponibilidad de recursos; plazos)	Privado	3,5838	,60584
	De servicio público	3,6587	,71805
	Estatal	3,5552	,66825
Influencias económicas (Expectativas de ganancias; cuestiones publicitarias; investigaciones de audiencias)	Privado	2,5780	1,01988
	De servicio público	2,3406	1,11518
	Estatal	2,1765	,88469

\*Pregunta: “De la siguiente lista de potenciales factores, indique en una escala de 5 a 1 cuánta influencia tiene cada uno de ellos en su trabajo, considerando que 5 significa que es extremadamente influyente y 1, nada influyente.”

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio Worlds of Journalism.

Así como no se observan variaciones considerables en las condiciones laborales objetivas tampoco se observan variaciones en cuanto a los aspectos simbólicos de las prácticas periodísticas (Zelizer, 2017). La encuesta indagó en las concepciones profesionales a partir de ciertos indicadores que se valoraban por separado a lo largo del cuestionario y que luego se agregaron en variables que configuran distintos modelos profesionales.

En este aspecto también las variaciones por tipo de medios son insignificantes y, por tanto, no permiten postular prácticas periodísticas distintas según el tipo de propiedad de los medios. Los dos modelos más valorados por los periodistas argentinos son el periodismo intervencionista (definido en función del acuerdo con funciones del periodismo tales como promover cambios sociales; incidir en la opinión pública; establecer la agenda política; apoyar el desarrollo nacional) y el de investigación (producir información política; monitorear la política y la economía; promover la participación política de los ciudadanos). Los aspectos que configuran estos modelos son considerados levemente más importantes entre los periodistas de los medios estatales. Los indicadores del periodismo de entretenimiento (que entiende que su función es brindar esparcimiento; producir noticias atractivas para las audiencias; difundir consejos y orientación para la vida cotidiana) son considerados más importantes para los periodistas de los medios privados, aunque sin la diferencia esperable con los medios que se definen por su servicio público.

El modelo de periodismo colaborativo (abocado a apoyar las políticas de gobierno; difundir una imagen positiva de los líderes políticos) fue muy defendido por un sector del periodismo y estimulado desde el gobierno entre los años 2009 y 2015 desde la figura del periodista militante (Arrueta en Arrueta & Brunet, 2012, p. 115; Waisbord & Amado, 2014, p. 221). Sin embargo, las prácticas asociadas con este modelo son las que tienen menos aceptación entre los periodistas entrevistados, aunque es el modelo que muestra mayor presencia en los medios estatales. Si bien, se trata de modelos aspiracionales que los periodistas reconocen como importantes a la hora de orientar sus prácticas, un análisis complementario muestra coincidencias con las prácticas efectivas. En ese sentido, un estudio realizado en los mismos años dentro de la investigación *Journalistic Role Performance*, que analiza el desempeño desde el análisis de contenido de la noticia, muestra ciertas coincidencias en los hallazgos. Por ejemplo, en las noticias de los diarios el modelo intervencionista es el más presente a la vez que el modelo colaborativo es el que tiene menos presencia en las prácticas evidenciadas en las noticias (Mellado, Marquez-Ramirez, Oller Alonso, Mick, & Amado, 2016).

**Tabla 4** – Roles periodísticos determinados en base a la importancia que tienen ciertas prácticas (en una escala de 1 a 5, donde 5 es la más importante)

Periodismo Tipo de medio	De investigación	Interven- cionista	Colabo- rativo	De entretenimiento	
Privado	Media	3,6630	3,4758	2,1053	3,0652
	N	275	275	266	276
	DE	,87475	,86867	,94779	,96262
De servicio público	Media	3,6250	3,4549	2,2917	2,6111
	N	24	24	24	24
	DE	,95837	,90589	,97709	,83212
Estatal	Media	3,7020	3,7331	2,6842	2,6667
	N	59	59	57	57
	DE	,73471	,76326	,98030	,81650
Total	Media	3,6669	3,5168	2,2133	2,9711
	N	358	358	347	357
	DE	,85703	,85787	,97619	,94649

**Fuente:** Elaboración propia con datos del estudio Worlds of Journalism.

#### 4. Discusión y conclusiones

El análisis demuestra que no existen variaciones sustanciales en las condiciones laborales y prácticas profesionales entre los periodistas que trabajan en medios privados, públicos y estatales. Es decir que, según estos datos, el tipo de propiedad no explica cuestiones fundamentales sobre la práctica periodística, condiciones de trabajo ni percepción de autonomía. Los hallazgos plantean la importancia de afinar el análisis para entender la multiplicidad de factores que explican dimensiones claves de la práctica periodística y ofrecen varias conclusiones con implicancias teóricas, metodológicas y de abordaje del periodismo argentino desde las políticas públicas:

- La hipótesis de que la situación profesional depende de factores más allá del tipo de propiedad de los medios se confirma parcialmente en la constatación de que las condiciones laborales no parecen ser diferentes en los medios de distinta estructura propietaria. Esto sugiere que,

más allá de las diferencias en propiedad, altos niveles de informalización y precariedad en general son comunes en diferentes tipos de medios. La baja representatividad sindical es un indicador de esa informalidad y es una constante en todos los medios estudiados. Las dificultades para establecer condiciones laborales para el conjunto no están alejadas del hecho de que el marco legal del periodismo no fue modificado desde el año 1948.

- A la fecha del estudio, los medios privados industriales son el gran contexto donde se desenvuelve el periodismo argentino, por lo que hablar de periodismo parece ser hablar, ante todo, de periodismo en medios comerciales. Estos son los medios que convocan más audiencias y tienen mayor cantidad de redacciones y de propuestas periodísticas. Son también los que cuentan con maestrías profesionales y hacia los que se orienta la formación práctica en periodismo en la Argentina y entre ellos están los pocos que alguna vez delinearon marcos éticos (Waisbord & Amado, 2014, p. 227). El periodismo como profesión se define por sus instituciones legales, sindicales, educativas y éticas, por lo que el desarrollo de los medios estatales y comunitarios argentinos debe acompañarse de manera institucional y no meramente enunciativa.

- La alta autonomía declarada por los periodistas en los medios, sin distinción en cuanto al tipo de propiedad, pone en cuestión el determinismo corrientemente asumido por actores ajenos al periodismo de que se trata de una profesión muy expuesta a las presiones políticas y económicas. La autoevaluación de la autonomía que hacen los propios periodistas, sin ser concluyente, da evidencias de que la presión, de existir, ni es necesariamente directa ni siempre es percibida claramente por los propios actores. Eso obliga a afinar instrumentos metodológicos para determinar los factores de influencia en cada caso, incorporando los aprendizajes que brindan estudios que muestran diversidad de resultados en los distintos países.

- La conclusión de que los medios de servicio público ofrecen condiciones más variables cuestiona la idea de que el periodismo es una institución cívica que defiende principios universales que son más alcanzables en organizaciones civiles. A la fecha de la realización de la encuesta la ley que asignaba un tercio de las frecuencias audiovisuales a organizaciones sin fines de lucro llevaba más de un quinquenio en vigencia, con un fuerte apoyo político y financiero de parte del Estado para su desarrollo. Sin embargo, la encuesta no detectó un número importante de periodistas desempeñándose en el sector, ni mejores condiciones de desarrollo profesional en los medios comunitarios que las de sus pares de los medios comerciales. Por su parte, los estatales muestran más estabilidad laboral pero sus periodistas declaran más exigencias de productividad, más influencia de los procedimientos como acceso a la información y disponibilidad de recursos y menos autonomía que sus colegas de medios privados.

- La comparación de los resultados de Argentina con otros países confirma el valor de desarrollar estudios empíricos desde bases metodológicas y teóricas que permitan contrastar resultados. Por lo pronto, las conclusiones sobre la autonomía (de Beer et al., 2015) y las de confianza (Tejkalová et al., 2017) para países de Europa del Este y de África abre líneas de estudios comparativos con contextos que han estado fuera de la discusión general y de los marcos teóricos.

La complejidad de las prácticas periodísticas demanda un análisis de varios factores subyacentes y múltiples niveles de influencia que no asuma de antemano el peso excluyente de las estructuras de propiedad y financiamiento. Con independencia del tipo de propiedad, hay similitudes notables en las condiciones profesionales. El estudio también refuerza la idea de que la concentración económica de propiedad es un factor más dentro de un conjunto de variables que afectan el desempeño periodístico. Sin negar la influencia que tienen en la producción de información las fuentes de poder económico y político, los resultados que se presentan plantean la necesidad de complejizar los factores de influencia y afinar métodos de investigación que salgan de la casuística y permitan obtener conclusiones generales. Por otra parte, no puede obviarse que la cultura profesional es una interacción entre varios factores incluidos los valores personales y las pautas de las organizaciones y empresas. Es poco probable generar cambios en la cultura periodística si los cambios en las variables económicas no son acompañados por transformaciones en otros factores como los marcos legales de la profesión, la protección gremial, las pautas profesionales vigentes y los parámetros éticos aceptados en las prácticas del periodismo.

## REFERENCIAS

Amado, A. (2017). Las periodistas desde los estudios del periodismo: perfiles profesionales de las mujeres en los medios informativos. *Cuestiones de Género*, 12, 325–346. DOI: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18002/cg.v0i12.4846>

Amado, A., & Pizzolo, N. (2014). Journalism Studies in Argentina: Background and Questions. *Brazilian Journalism Research*, 10(1), 8–23. DOI: <https://doi.org/10.25200/BJR.v10n1.2014.623>

Amado, A., & Waisbord, S. (2015). Divided we stand: Blurred boundaries in Argentine journalism. In M. Carlson & S. Lewis (Eds.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices, and Participation* (pp. 51–66). New York: Routledge.

Arrueta, C., & Brunet, M. (2012). *Fuentes confiables. Miradas latinoamericanas sobre periodismo*. (C. Arrueta & M. Brunet, Eds.). San Salvador de Jujuy: Dass.

Becerra, M. (2014). Vasallos y mecenas: el sistema de medios argentinos como mercado protocapitalista. In A. Amado (Ed.), *La comunicación pública como espectáculo* (pp. 336–343). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer Infocidadana.

Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometeo.

Becerra, M., & Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015)*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, Observacom.

Berganza Conde, R., Herrero-Jiménez, B., & Arcila Calderón, C. (2016). Perceived influences and trust in political institutions of public vs private television journalists in Spain. *Communication & Society*, 29(4), 185–201. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.29.4.185-201>

Boczkowski, P. J. (2010). *News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance*. Chicago: University Of Chicago Press.

Boczkowski, P. J., & De Santos, M. (2007). When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers. *Political Communication*, 24(2), 167–180. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584600701313025>

Chomsky, N., & Herman, E. (1990). *Los guardianes de la libertad: Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.

de Beer, A. S., Láb, F., Strielkowski, W., & Tejkalová, A. (2015). Business Influence on Media News Processing: A comparison of Journalists' Perceptions in the Czech Republic and South Africa. *Economics and Sociology*, 8(1), 222–233. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2015/8-1/17>

De la Torre, C. (2013). El populismo latinoamericano: entre la democratización y el autoritarismo. *Nueva Sociedad*, (247), 120–137. Recuperado de <http://nuso.org/articulo/el-populismo-latinoamericano-entre-la-democratizacion-y-el-autoritarismo/>

De la Torre, L., & Téramo, M. T. (2004). *La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina.

Dessein, D., & Roitberg, G. (2014). *Nuevos desafíos del periodismo*.

Buenos Aires: Ariel.

Gans, H. (1979). *Deciding What's news. A Study of CBS Evenings news, NBC Nightly, Newsweek and Time.* 2004. New York: Northwestern University Press.

Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics. Three models of media and politics.* Cambridge: Cambridge University Press.

Hallin, D., & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media : southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 24(2), 175–195.

Hanitzsch, T., & Mellado, C. (2011). What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. *The International Journal of Press/Politics*, 16(3), 404–426. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161211407334>

Hanitzsch, T., Seethaler, J., Skewes, E., Anikina, M., Berganza, R., Cangöz, I., ... Noor, Dani Vardiansyah Yuen, K. W. (2012). Journalistic Cultures, Professional Autonomy, and Perceived Influences across 18 Nations. In D. Weaver & L. Willnat (Eds.), *The Global Journalist in the 21st Century.* New York: Routledge.

Hanusch, F., & Hanitzsch, T. (2017). Comparing Journalistic Cultures Across Nations. *Journalism Studies*, 18(5), 525–535. DOI : <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1280229>

Humanes, M. L., & Fernández Alonso, I. (2015). Pluralismo informativo y medios públicos. La involución de TVE en el contexto del cambio político (2012-2013). *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 270–287. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1046>

Kitzberger, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. *Postdata*, 14, 157–181.

Livingston, S., & Bennett, W. L. (2003). Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News? *Political Communication*, 20(4), 363–380. DOI: <https://doi.org/10.1080/10584600390244121>

Lodola, G., & Kitzberger, P. (2017). Politización y confianza en los medios de comunicación. *Revista de Ciencia Política*, 37(3), 635–658.

DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2017000300635>

Luchessi, L., & Videla, L. (Eds.). (2016). *Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento*. Viedma: Universidad Nacional de Río Negro.

Mancini, P. (2013). What scholars can learn from the crisis of journalism. *International Journal of Communication*, 7, 127–136. Recuperado de <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1967>

Mastrini, G., & Becerra, M. (2006). *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en Latinoamérica*. Buenos Aires: IPYS, Prometeo.

McQuail, D. (1998). *La acción de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu.

Mellado, C. (2010). Análisis estructural de la investigación empírica sobre el periodista latinoamericano. *Comunicación Y Sociedad*, 13(enero-junio), 125–147. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2010000100006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2010000100006)

Mellado, C. (2012). Major Trends of Journalist Studies in Latin America. In *The Global Journalist in the 21st Century* (pp. 413-425). New York: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203148679>

Mellado, C., Marquez-Ramirez, M., Oller Alonso, M., Mick, J., & Amado, A. (2016). Puesta en práctica de los roles periodísticos: un estudio comparado de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y México. In A. Amado (Ed.), *Los periodistas por los periodistas* (pp. 64–71). Montevideo: Konrad Adenauer, Infocidadana.

Natanson, J. (2014). La triple crisis de los medios de comunicación. *Nueva Sociedad*, 249, 50–60.

Ramos, I. (2013). Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *Íconos*, 45, 67–82.

Reich, Z., & Hanitzsch, T. (2013). Determinants of journalists' professional autonomy: Individual and national level factors matter more than organizational ones. *Mass Communication & Society*, 16(1), 133–156. DOI: <https://doi.org/10.1080/15205436.2012.669002>

Rincón, O. (2014). Buenos periodistas, malos medios. *Nueva Sociedad*, (249), 97–107.

Rost, A., & Bergero, F. (Eds.). (2012). *Periodismo en contexto de convergencias*. General Roca: Publifadecs.

Schudson, M. (1989). The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, 11(3), 263–282. DOI: <https://doi.org/10.1177/016344389011003002>

Shoemaker, P., & Reese, S. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content* (2nd.). Nueva York: Longman.

Tejkalová, A., de Beer, A. S., Berganza, R., Kalyango, Y., Amado, A., Ozolina, L., ... Masduki. (2017). In Media We Trust. *Journalism Studies*, 9699(February), 1–16. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1279026>

Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.

Tumber, H. (2014). Back to the Future? The Sociology of News and Journalism from Black and White to the Digital Age. In S. Waisbord (Ed.), *Media sociology: A reappraisal* (pp. 63-78). Cambridge: Polity Press.

Ure, M., & Schwarz, C. (2014). *Las identidades del periodismo argentino: estudio cuantitativo de la percepción de los propios periodistas*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

Villanueva, E. T. (2016). La comunicación en clave latinoamericana. *Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación*, 132, 23–36. DOI: <http://dx.doi.org/10.16921/chasqui.v0i132.2888>

Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge.

Waisbord, S. (2010). Latin America. In P. Norris (Ed.), *Public Sentinel: News Media and Governance Reform* (pp. 305–328). Washington: World Bank.

Waisbord, S. (2013). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa.

Waisbord, S., & Amado, A. (2014). Periodismo partido al medio. In A. Amado (Ed.), *La comunicación pública como espectáculo* (pp. 211–

285). Buenos Aires: Konrad Adenauer.

Weaver, D., & Willnat, L. (2012). *The Global Journalist in the 21st Century*. New York: Routledge.

Zelizer, B. (2017). *What Journalism Could Be*. Cambridge: Polity Press.

**Adriana Amado** es Doctora en Ciencias Sociales, FLACSO. Trabaja en docencia e investigación en universidades de Argentina y España. Tiene múltiples publicaciones sobre periodismo y comunicación política. Sus libros más recientes son *Política pop: de líderes populistas a telepresidentes* (2016) y *La prensa de la prensa* (2016). Email: amadoa@catedraa.com.ar

**Silvio Waisbord** es Profesor en School of Media and Public Affairs, George Washington University. Sus últimos libros son *The Routledge Companion to Media and Human Rights* (co-editado con Howard Tumber, 2017) y *News of Baltimore: Race, Rage and the City* (co-editado con Linda Steiner, 2017). E-mail: waisbord@gwu.edu

RECEBIDO EM: 29/12/2017 | ACEITO EM: 12/04/2018