

La socialización periodística o sobre los principios de producción de la creencia en la objetividad

Pablo Schleifer

pablo.schleifer@fade.uncoma.edu.ar

Universidad Nacional del Comahue (Argentina)

Recibido: 15 de agosto de 2016

Aceptado: 21 de marzo de 2017

Resumen: Este artículo parte de considerar que la función social del periodismo se sustenta en la creencia en la objetividad periodística, verdadera *illusio* que supone un conjunto de reglas explícitas e implícitas que estructuran y definen ese juego social. Por ello nos proponemos indagar en los procesos de socialización y subjetivación que implican la incorporación práctica de la creencia en la objetividad periodística y de una serie de mecanismos destinados a su producción. En este sentido, y puesto que postulamos la necesidad de restituir al agente de las prácticas, en el plano teórico-metodológico vinculamos la perspectiva de la sociología relacional con las experiencias periodísticas reconstruidas en función de las vivencias de los periodistas entrevistados en nuestra investigación.

Palabras clave: Periodismo, objetividad periodística, *illusio*, prácticas sociales, juego social.

Abstract: *This article considers that the social function of journalism is based on the belief in the journalistic objectivity, true illusio which involves a set of explicit and implicit rules that structure and define this social game. For this reason, we propose to investigate the processes of socialization and subjectivation that imply the incorporation of the belief in the journalistic objectivity and a series of mechanisms intended for production. In this sense, and since we postulate the need to reinstate the agent of the practices, in theoretical-methodological link the perspective of relational sociology with the journalistic experiences reconstructed on the basis of the experiences of the journalists interviewed in our research.*

Key words: Journalism, Journalistic Objectivity, Illusio, Social Practices, Social Game.

1. Introducción

Como han mostrado diversos autores (Chillón, 1999; Martin, 2004; Martini y Luchessi, 2004; Neveu, 2009; San Martín, 2008. Tuchman, 1999), parte sustancial del funcionamiento social del periodismo se sustenta en la creencia práctica en la objetividad periodística. En otros términos, puesto que se espera del periodismo una presentación de “la” realidad política y económicamente desinteresada, un relatar las cosas como son, ese discurso debe ser producido, consumido y reproducido como si fuera un discurso neutro y objetivo, es decir, la creencia en la objetividad, *illusio* del juego periodístico, constituye la base de certezas (para el periodista y para los consumidores) sobre la cual el periodismo como discurso funciona socialmente.

Ahora bien, ese discurso sobre el mundo social es construido por trabajadores en y con determinadas condiciones materiales (por ejemplo, las condiciones laborales) y subjetivas (por ejemplo, sus propias creencias) de producción, siguiendo una serie de procedimientos relativamente estandarizados, automatizados y rutinizados y urgidos por los apuros del tiempo, del espacio y de los intereses cruzados de diversos actores sociales (las empresas periodísticas, el mercado publicitario). De allí, la importancia de reintroducir a los protagonistas del mundo social como parte de la realidad social, de situar a los periodistas en el juego de las relaciones de fuerza, de comprender su relación práctica con el universo en el que se mueven y todo el complejo entramado de creencias, como afirma Martínez (2009), visceralmente incorporadas, productivas y al mismo tiempo fundadoras del mundo social.

Es, entonces, “a través de una serie de transacciones insensibles, de compromisos semiconscientes y de operaciones psicológicas (proyección, identificación, transferencia, sublimación, etc.) socialmente estimuladas” (Bourdieu, 1997: 238) que los periodistas van incorporando y actualizando disposiciones específicas que, como sostiene Cervantes Barba (1995: 106), “les permiten desenvolverse de acuerdo con parámetros consensuados en el ámbito de la generación de noticias”. Pues, en este sentido, nos preguntamos ¿cómo los periodistas se convierten en periodistas y qué disposiciones requiere el saber periodístico? Así, en los apartados siguientes pretendemos indagar en las disposiciones propiamente periodísticas que sí, por un lado, son el resultado de la imagen que los periodistas tienen de una especie de ideal periodístico, una especie de “deber ser” en relación con el cual se lo representan y construyen cada vez¹; son, por otro lado, paralelamente y en tensión con la imagen del ideal periodístico, el resultado de la experiencia práctica del periodismo real, vale decir, de las trayectorias y de las vivencias de las condiciones objetivas resignificadas y mediadas en virtud de esas mismas experiencias y de trayectorias diferenciales por el espacio periodístico y por el espacio social.

1 Ideal que la sociedad contribuye a generar y reproducir premiando a aquellos periodistas o programas periodísticos que son lo que se espera el periodismo sea, es decir, que cumplen la función que la sociedad les ha reservado: que controlen al poder político o que reflejen la realidad neutra y desinteresadamente.

2. Objetivo y algunas consideraciones teórico-metodológicas o sobre las disposiciones periodísticas

El objetivo del presente trabajo es indagar en los procesos de socialización y subjetivación que implican la incorporación práctica, pre-reflexiva, vivida por cuerpo en la cotidianidad de la labor periodística, de la creencia en la objetividad y de toda una serie de mecanismos destinados a generar las bases para la reproducción de esa creencia². En este sentido, desde la perspectiva con la que venimos trabajando, es preciso para comprender la lógica (práctica) de las prácticas o el sentido práctico, no “separar la forma del contenido, la causa de sus efectos, el esquema de su realización” (Bensa, 2005: 163).

De allí que el análisis de las disposiciones periodísticas sólo adquiere sentido y fuerza explicativa si logramos, como afirma Corcuff (2005), respecto del habitus bourdeano, pensarlas en tanto que hipótesis y pasar de su descripción a una explicación en funcionamiento. Así, las prácticas son el producto de un extenso y permanente proceso de exposición y de aprendizaje a un determinado juego social (Martínez, 2007), pues las experiencias de vida, las trayectorias diferenciales por el espacio social y por el espacio periodístico en particular, las condiciones sociales de existencia, las posiciones relativas ocupadas en un espacio determinado y en el contexto social en general (o, en una línea, la relación práctica, en primera persona, corporal con toda una serie de condicionamientos experimentados, incorporados, vueltos saber y, al mismo tiempo negados en tanto inscritos) constituyen “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones” (Bourdieu, 2007: 86).

En este sentido, como todo microcosmos social, el espacio periodístico requiere de un conjunto relativamente coherente de disposiciones profesionales específicas, es decir, de “modos de acción, de interacción, de reacción, de apreciación, de orientación, de percepción, de categorización, etc.” (Lahire, 2011: 301), de relación con las instituciones, con los otros, con los objetos, con los valores, con lo que se cree que la sociedad espera de un periodista (y de un periodismo) serio, con las condiciones, las posibilidades y las imposibilidades objetivas en relación con las cuales el oficio puede desempeñarse y desarrollarse en un universo particular. Esto no significa que los periodistas incorporan, producen, reproducen o transgreden siempre igual ante situaciones iguales puesto que, en definitiva, no es exactamente igual lo que incorporan, ni mucho menos el sentido con el que lo significan, ya que no son idénticas las experiencias pasadas ni las situaciones actuales en que esas disposiciones se activan.

Así, si bien es cierto que las prácticas periodísticas no son el resultado de un ajuste asegurado entre las condiciones objetivas y subjetivas de producción (Bourdieu, 1997; Lahire, 2011; Martínez, 2007), no es menos cierto que esas prácticas no son, sino, en y con

2 No pretendemos agotar la cuestión, sino trabajar sobre algunas de estas experiencias y dimensiones en función de reflexionar respecto de la *illusio* periodística.

esas condiciones sociales de producción. Pues, en última instancia, lo que interesa a los fines de esta investigación es reconstruir los principios del sentido práctico periodístico. En este sentido, hablamos de socialización periodística por dos motivos interconectados: porque es menester desnaturalizar las prácticas periodísticas, las reglas, la organización de las rutinas, etc., recordando que son el fruto de un proceso permanente de interiorización (al mismo tiempo que de negación) de lo social y, por lo tanto, de aprendizaje mediante el cual los periodistas aprehenden por exposición el juego del periodismo: “Haciendo se aprende a ser periodista y también a hacer lo que hay que hacer. ¿Qué pasa? Los medios son empresas y se asciende si sos lo que se espera: si quieres chequear 10 veces la información porque te lo enseñaron en la universidad o porque escuchaste que eso es lo que hay que hacer, bueno, olvidate, no hay lugar” (SS, periodista³).

Por otro lado, esa desnaturalización supone al mismo tiempo una desmitificación de los modos de funcionamiento del periodismo, de sus valores fundantes, socialmente recompensados y por ello reproducidos en tanto valores, como lo son la objetividad y la neutralidad (Martin, 2004; Neveu, 2009). En otras palabras, analizar la socialización periodística puede aportar claridad y profundidad para comprender las razones que tienen los periodistas para hacer el periodismo que hacen en el contexto en el que lo hacen y con las condiciones que tienen para hacerlo como lo hacen.

Así, desde el punto de vista metodológico, las disposiciones y las creencias o la relación entre estas y el espacio no pueden ser concisamente preguntadas o directamente observadas. Es el investigador quien para poder explicar las prácticas reconstruye esa relación, como sostiene Lahire (2011), en base a una descripción de las prácticas, a una reconstrucción de las situaciones en las que son desplegadas y a la reconstrucción de elementos de la historia del practicante que el investigador considera relevantes. En este sentido hemos realizado veintiuna entrevistas en profundidad a periodistas de distintos medios, de diversos sectores y con desigual peso relativo.

En efecto, trabajamos con una población de periodistas cuyo requisito excluyente fue que debían ejercer el periodismo en la ciudad de General Roca entre 2005 y 2009 y, en ese marco, hicimos foco en periodistas que trabajaran en cuatro medios formalizados (un diario, un canal de televisión y dos radios) y en dos medios sin adjudicación de frecuencias, no formalizados (dos radios).

3. La *illusio*

Los periodistas entrevistados definen su oficio como “un servicio a la comunidad” (UY, periodista de la televisión), que “busca brindar información a los ciudadanos para que puedan contar con elementos simbólicos que les permitan tomar decisiones” (TT,

3 El nombre de los periodistas entrevistados ha sido modificado en función de preservar su identidad.

periodista de la emisora universitaria y docente), como “un oficio fuertemente ligado al fortalecimiento de la vida democrática” (LJ, periodista de la prensa gráfica) o “como un nexo entre la información y la sociedad” (OA, periodista de radio); se afirma cada vez y en cada caso la necesidad (o la condición) de actuar con responsabilidad, es decir, de ser “lo más objetivo y honesto posible” (OO, periodista de la emisora universitaria).

Todas estas expresiones traslucen, en virtud de la función social que los periodistas y la sociedad le otorgan al periodismo (“comportarse como un mediador entre la sociedad y el poder”, “ejercer un control del poder”, “reflejar la realidad”), el fundamento del más importante de los recursos con los que puede contar un periodista, a saber: el capital simbólico de credibilidad (Berger, 1997); recurso o atributo que se sustenta en la creencia práctica en la neutralidad y la objetividad periodística que, como han mostrado diversos autores (Chillón, 1999; Martín, 2004; Martini y Luchessi, 2004; Neveu, 2009; Restrepo, 2001; San Martín, 2008), constituye la base de certezas que fundamentan, al mismo tiempo que protegen (Rodrigo Alsina, 1989)⁴, la labor periodística y sin la cual la construcción periodística de la realidad no sería sino percibida y valorada como una construcción como los demás.

Efectivamente, el ingreso en un microcosmos social implica un proceso de investidura en el sentido de investirse de ese mundo, de los principios que lo organizan, de las creencias que le dan sentido. De esta forma, el espacio periodístico produce una *illusio* específica que adquiere la forma de “un reconocimiento tácito del valor de los asuntos en juego y el dominio práctico de sus reglas” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 175); “un sentido del juego y de lo que está en juego que implica al mismo tiempo una inclinación y una capacidad de jugar el juego” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 177).

Consecuentemente, como creencia en el juego y de ahí como inclinación a jugarlo, la *illusio* no es como una tesis formulada, sino del orden de la acción y de la rutina, de las cosas que uno hace porque se hacen así y siempre se hicieron así (Bourdieu, 1997), como lo demuestra el caso de la retórica objetivadora (San Martín, 2008) en tanto conjunto de reglas de escritura interiorizadas por los periodistas (Neveu, 2009) y que, como

“el discurso del campo jurídico, tiende a generar un efecto de neutralización (mediante una serie de estrategias como ser el posicionamiento distante de los hechos, el periodista se ubica en la posición de un simple presentador o narrador que presenta o narra lo que efectivamente sucede) y un efecto de universalización (complementario con el anterior, este efecto construye un sujeto universal, objetivo e imparcial que, en tanto narrador de la realidad y mediador entre lo que sucede y el público, no persigue otro fin que el de comunicar desinteresadamente lo que cualquiera comunicaría en su posición)” (Schleifer, 2013).

4 Según Rodrigo Alsina (1989), el discurso de la objetividad constituye un ritual de defensa contra los ataques y las distorsiones.

Se trata, en efecto, de estrategias persuasivas que eliminan el “uso del yo y la opinión personal” (San Martín, 2008: 75) en función de la creencia socialmente reclamada de neutralidad y objetividad. Como consigna Schleifer (2013):

“No es que los agentes del periodismo no sepan que sus discursos no son neutros y objetivos en el sentido de que existen condiciones objetivas (las posibilidades de conseguir financiamiento, por ejemplo) y subjetivas (concepciones propias sobre los temas tratados) que los orientan; sino que en la práctica actúan como si no lo supieran porque creen en lo que juegan (ya que lo han incorporado) y en las condiciones para jugarlo (aunque no las puedan explicitar): ‘El periodista se cree lo de la objetividad y es así porque el periodista es un vendedor de su información, que es su producto. Ahí va su sustento, su credibilidad y para eso él también se lo tiene que creer aunque siempre haya intereses por encima de los propios, más grandes, más pesados’ (RV, periodista entrevistado)”.

Así, los periodistas “incorporan en su trayectoria la creencia en la neutralidad y la objetividad del discurso periodístico como una especie de saber no sabido” (Schleifer, 2013), ya que el periodista no actúa pensando esa creencia sino que esta actúa como sin ser vista por el mismo hecho de que, en la práctica, por fuera de toda actitud crítica y desnaturalizadora, ha sido naturalizada. El periodista “no actúa permanentemente a la luz de esta creencia sino que esta creencia actúa como sin ser vista por el mismo hecho de que, en la práctica, por fuera de toda actitud crítica y desnaturalizadora, ha sido naturalizada” (Schleifer, 2013).

4. Exposición al periodismo, incorporación de periodismo e identificación con el periodismo: la (re)producción de la *illusio*

Se desprende de lo anterior que la incorporación de las creencias que dan sustento a la función social del periodismo no es producto exclusivamente del ingreso en ese espacio, sino que es el juego periodístico, en relación con la mirada y las expectativas de la sociedad, quien las solicita, las potencia en la práctica y las premia cuando se reproducen. En efecto, la incorporación de esas creencias comienza y se desarrolla mediante un largo, sostenido y constante proceso de exposición en el cual los consumidores de noticias e informaciones se familiarizan con ese periodismo que consumen: en la forma que las noticias son difundidas en la prensa escrita, en las maneras en que las noticias son trabajadas y comentadas en la radio, con las noticias que son editadas de una u otra manera para ser vistas por los televidentes.

Así, el consumo espontáneo, la exposición al discurso periodístico (Neveu, 2009), constituye una ocasión propicia para incorporar periodismo. En última instancia, es mediante una especie de causalidad estructural que las creencias sobre el periodismo

funcionan socialmente: pues en un mismo acto, audiencias masivas y heterogéneas comparten la norma de la objetividad (Chillón, 1999) en tanto “garantía que el lector busca para poder creer” (Restrepo, 2001) y los periodistas, para cumplir con la función social del periodismo y, en ese marco, con las expectativas de los consumidores (que ellos mismos fueron antes y que siguen siendo), reproducen en la práctica las mismas creencias que han incorporado y que, finalmente, sustentan el oficio.

De esta forma, si las rutinas contribuyen a la organización del trabajo de producción periodística es porque, al mismo tiempo, el apego a esos procedimientos posibilita, como dice Tuchman (1983), cumplir con los parámetros de objetividad y de neutralidad: dar espacio a las distintas partes en un mismo conflicto constituye, por ejemplo, una práctica de objetivación que puede ser percibida como signo de neutralidad (“dar voz a todos”), de objetividad (“se relatan los hechos objetivamente porque todas las partes están representadas”), de ecuanimidad (“un lugar para cada quien”). Es en este sentido, entonces, que la *illusio* implica una inversión en la creencia y un reconocimiento por su reproducción: los consumidores premian a los buenos periodistas, aquellos que son percibidos como neutros y objetivos, otorgándoles un capital simbólico de credibilidad (Berger, 1997) y los periodistas producen un discurso con apariencia de neutralidad y de objetividad, puesto que es el camino para la consecución de ese capital.

Ahora bien, ese reconocimiento es un desconocimiento práctico de todo el conjunto de elecciones y decisiones que, tras bambalinas, orientan la producción de noticias, que no se explicitan pero se saben y que se desconocen en el momento de consumir información puesto que, de lo contrario, la información no sería creíble:

“Hay estrategias para todo porque normalmente lo que uno busca en temas conflictivos es buscar las opiniones disonantes al mismo tiempo, tener a las dos o tres partes en un mismo escenario [...] pero bueno, yo tengo que elegir, poner uno antes y otro después que tiene posibilidad de responder, la cantidad de tiempo para cada parte” (ID, periodista político).

De esta forma, la exposición desinteresada, espontánea, cotidiana y permanente a las noticias y las informaciones es una de las formas en que se van incorporando las creencias constitutivas del periodismo, reproduciéndose en acto. Para los futuros periodistas es, además, el inicio de un proceso de identificación con la función social del periodismo. En efecto, la constitución de las disposiciones implica la asimilación de “un aspecto, una propiedad, un atributo de otro” (Laplanche y Pontalis, 1996; 184) que transforma al agente.

Dicho de otro modo, el agente se va volviendo periodista, en parte, a medida que se identifica con la función y la posición periodística, es decir, a medida que se identifica con la imagen de lo que le gustaría o podría ser, de la función que le gustaría o podría cumplir (identificación imaginaria) o bien, como dice Žižek (2003) al retomar la distinción entre ideal del yo y yo-ideal, con el lugar desde el cual nos sentimos observados (y nos

observamos) en virtud de la función social que tenemos que cumplir (identificación simbólica)⁵. Ahora bien, sostiene Accardo (2007: 58) que:

“como los otros agentes sociales, los periodistas están llenos de contradicciones que tienen sus raíces en la multiplicidad de instancias de socialización, en la diversidad de trayectorias e inculcaciones, en la pluralidad de grupos de pertenencia y de interés, en la heterogeneidad más o menos fuerte, incluso en un individuo, de sus diferentes tapas, es decir, de identidades personales construidas en los diferentes campos de la práctica (a través de la asunción de roles y personajes socialmente definidos por cada una de las posiciones ocupadas)”.

Consecuentemente, esa identificación con la función social del periodismo, y por lo tanto del periodista (de sí mismo), convertida en disposición a actuar, a pensar, a clasificar, etc. en relación con lo que implica ser un periodista, no debería tomarse como absoluta (en el sentido de ser lo único que forja al agente en el plano identitario) e igualable (de la misma manera y en el mismo grado) para todos los periodistas del mismo espacio periodístico; pues ello implicaría desconocer la heterogeneidad social y la divergencia de trayectorias y experiencias.

5. Deseo de reconocimiento, principios de carrera y posiciones

Pensar en términos de trayectorias por el espacio social implica reconocer la existencia de la diferencia (y de la distinción); pues si esas trayectorias o esos recorridos son personales e implican experiencias corporales, no es menos cierto, como sostiene Bourdieu (2007), que el límite de esa dispersión posible es la clase social de pertenencia. De allí, entonces, que los procesos de subjetivación sobre los que venimos trabajando se comprenden más acabadamente en relación, por un lado, con las condiciones sociales de existencia y, por otro lado, con las exigencias del espacio de juego, es decir, con la vida social, con las posibilidades e imposibilidades objetivas tanto como con las reglas implícitas del espacio periodístico.

Para decirlo de otro modo: si es preciso prestar atención a la relación entre lo singular y lo plural, entre lo objetivo y lo subjetivo, entre la sociedad y el individuo es, justamente, porque allí se reproduce parte sustancial de la distinción social, de la heterogeneidad, de la diferencia y porque, al mismo tiempo, esa relación no se produce sin dejar agujeros que obturan la posibilidad de identificación total, de encaje perfecto entre esas dos dimensiones de la vida social.

5 Podríamos traer a colación aquí las definiciones que los propios periodistas dan de su oficio (“busca brindar información a los ciudadanos para que puedan contar con elementos simbólicos que les permitan tomar decisiones”; “un oficio fuertemente ligado al fortalecimiento de la vida democrática”; “como un nexo entre la información y la sociedad”) en las que se observa una clara identificación con la función social del periodismo: ser un nexo, brindar información, ayudar al fortalecimiento de la democracia; y que traslucen un fuerte paralelismo con los marcos principales respecto de los cuales se piensa al periodismo: mediación política y social, control del poder (excluyéndose como poder), garante de la democracia, agente de socialización y/o de mediación, etc.

Ahora bien, puesto que constituye un nuevo espacio de socialización, el ingreso en el juego y el transcurrir la vida periodística suponen también la ocasión de actualización de esa relación y, por lo tanto, de las disposiciones. Sin embargo, las diferentes instancias y procesos de socialización, los puntos de origen divergentes, las diversas formas de atravesar la relación con las instituciones, con las cosas y con las personas y las experiencias del periodismo y de lo periodístico previas al ingreso en el espacio específico, no son simplemente eliminadas sino que conviven de manera más o menos dramática con las formas de hacer, de pensar, de clasificar, etc. actualizadas con esas nuevas experiencias propiamente periodísticas, con las trayectorias dentro del espacio y con las posiciones ocupadas como se observa en los casos de los periodistas especializados en lo barrial⁶, de la búsqueda de nichos en las programaciones para inventar una posición periodística⁷, en los periodistas “todo terreno”⁸ y, finalmente, en la enorme cantidad de hechos, de obligaciones, de normas que, en tanto llamadas al orden establecido, suponen una inclinación a hacer lo que hay que hacer:

“Ahora llegan chicos que quieren ser los periodistas principales de la radio en dos días y hasta se enojan cuando los mandas a cubrir un partido de fútbol de la liga de profesionales. Quieren pasar por encima a todos. Se olvidan que hay ir por etapas, sin quemarlas, y que hay personas trabajando que llevamos mucho tiempo en esto” (SU, periodista de una FM).

En efecto, los ingresantes deben “pagar el derecho de piso”, dedicándose a los temas menores y dejar los temas y los trabajos principales (conducción, política, economía) para los periodistas con más trayectoria quienes, asimismo, producto de un saber vivido sobre las condiciones del juego (por ejemplo, que los buenos puestos periodísticos no abundan) tanto como de un lugar ganado (uno de esos pocos buenos puestos) defienden ese lugar y todo lo que esa posición implica.

- 6 Económicamente difícil de sustentar y, por ello, un área de interés relegada por las empresas de medios y por los periodistas salvo en aquellas ocasiones excepcionales en la que los barrios atraen toda la atención de la “opinión pública” (asesinatos, violaciones, traficantes de droga), el periodismo barrial constituye una rama verdaderamente dominada, social y periodísticamente. De allí que en el espacio periodístico estudiado, los periodistas que se invierten en esa rama provengan de los barrios, es decir, conocen lo barrial en cuerpo propio, saben cómo moverse, le otorgan valor a problemáticas que no son reconocidas como prioritarias por los sectores dominantes que tiene los recursos económicos para financiar vía publicitaria el periodismo (el Centro de Salud, los yuyos, las cloacas, las ratas) y, al mismo, al desempeñar el oficio en el barrio sienten que cumplen con la función social que se asignan como periodistas y que “su” sociedad les asigna: “Entonces fijate que en un tema que parece menor se esconde la falta de calidad de vida, la inseguridad, la falta de oportunidades para jóvenes que por ahí no tienen ni un lugar para ir a jugar: a quién le importa que falte una plaza en las Quinientas Viviendas, a nadie [...] Entonces la gente de los barrios ahora dicen “lo voy a llamar a este que por ahí nos sirve de puente para hablar con un funcionario, con un político, etc.” (AS, periodista barrial de una FM y la prensa gráfica).
- 7 Las experiencias de periodismo rural (estrechamente vinculado a la actividad económica predominante en la región) y de periodismo político están asociadas, por un lado, a la búsqueda de espacios vacíos y, por otro lado, los periodistas que han gestado una carrera en esas direcciones tenían también una inclinación, producto de experiencias previas militantes o de trabajos en organismos del Estado, a esas temáticas.
- 8 Expresión acuñada por un periodista que da cuenta de una táctica en función del saber sobre los modos de funcionamiento del espacio y, en ese sentido, de la necesidad de estar dispuesto a cubrir los más variados tipos de información en detrimento del anhelo de especialización por la carencia de espacios rentados para especializarse.

De esta forma, ocupar una posición dominante implica la producción de disposiciones, de principios de percepción, de pensamiento y de acción relativamente homólogos con esa posición (“se necesita experiencia y la experiencia sólo te la da el tiempo”, “hay gente que llega y quiere cambiar todo e incluso se queja de cómo se hacen las cosas”) y, al mismo tiempo, actuar en pos de la defensa no sólo de la propia posición, sino del sentido de esa posición (pues al ser los agentes que ocupan las posiciones privilegiadas quienes cuentan no sólo con los mejores trabajos, sino además con la posibilidad de imponer las formas del juego, su práctica tiende a reproducir o a conservar las relaciones de fuerza y también el sentido otorgado y aceptado de las formas “legítimas” de participar en el espacio periodístico).

Verdadero aprendizaje práctico para el recién llegado, la norma según la cual “no pagar el precio es transgredir las formas instituidas” no es un destino sino, en todo caso, una ocasión más de socialización específica. Pues esos ingresantes (que en principio suelen cubrir el deporte de la ciudad, los espectáculos o bien participar en producción) ponen en juego una serie de tácticas mediante las cuales aprovechan las pequeñas oportunidades, los vacíos, los resquicios, incorporando nuevos segmentos, miradas propias, nuevas maneras de hacer:

“Uno tiene formas, yo metía entrevistas a economistas que criticaban al neoliberalismo. Claro, después me retaban. Otra, en el suplemento ‘Rural’ era publicar historias de inmigrantes, generalmente pequeños productores; que eran historias que el diario nunca iba a publicar porque publicaba otra cosa: los grandes productores y esas cosas” (TR, periodista del diario)⁹.

Esas disposiciones que suponen elementos diversos para comprender y significar el universo periodístico desde la posición ocupada (y de ahí una forma relativamente orientada de practicar periodismo) están asociadas también a principios de carrera disímiles y, no obstante, están aunadas, como afirma Accardo (2007b), por un deseo de reconocimiento. En efecto, entre los nuevos periodistas pueden distinguirse principios de carrera que, a priori, al implicar distintas experiencias y posiciones en la jerarquía social, implican procesos diversos de constitución de las disposiciones específicas así como diferentes recursos con los cuales afrontar el ingreso en el espacio.

“La mayoría de los que trabajan en los medios no terminaron su carrera (universitaria) o nunca la empezaron o apenas empezaron la dejaron, entre otras cosas, porque cuando empezas a laburar... hay que tener varios trabajos para vivir de esto” (AS, periodista barrial de una FM y la prensa gráfica).

El espacio periodístico no exige como requisito de ingreso la obtención de saberes periodísticos previos acreditados por un título universitario o terciario: esos saberes que son necesarios

9. Estas prácticas corren con la desventaja de su posición, de un menor poder y de las urgencias cotidianas, de manera que aun cuando el impulso de transformar el orden de las cosas pueda estar siempre vigente, es preciso primero para estos periodistas garantizar los medios de supervivencia.

para hacer periodismo y para ser un buen periodista (en el sentido de reproducir la creencia en la objetividad y la neutralidad) se incorporan en última instancia de manera corporal como un verdadero saber práctico que se forma y/o se refuerza mediante las rutinas productivas, a través de la relación con las fuentes, ejerciendo las tareas menores que estos ingresantes suelen realizar, vivenciando y gestando un sentido práctico de las condiciones del juego periodístico:

“El oficio periodístico en casi todas sus versiones requiere habilidades [...] se hace necesario el aprendizaje del estilo neutro, alguna de sus formas, para buena parte del mensaje a transmitir, pero también lenguajes para los géneros objetivos y subjetivos y tantos más que se ajustan al concepto de oficio. Por hacerlo simple: para construir violines, antes hay que saber carpintería [...] Un egresado de la academia que nunca haya pisado una redacción periodística, estará un poco perdido” (VZ, periodista del diario).

Efectivamente, como principio de carrera, este saber práctico (desinstitucionalizado de la institucionalidad docta pero fuertemente institucionalizado respecto del saber sobre el espacio periodístico) supone, por utilizar la expresión de Martini y Luchessi (2004), un “autoconvencimiento” que es el que permite desarrollar las tareas cotidianas, hacerse un lugar en el periodismo (y en la sociedad) y ser un periodista: “En el online todo va sin filtro y de todas formas uno se autocensura” (OF, periodista del diario).

De esta forma, para los periodistas que han construido sus carreras en base a saberes prácticos, el ingreso en el ejercicio del periodismo constituye el primer cruce con las prácticas periodísticas, dadas en tiempo real, sumergidas en los apuros de la práctica y sin ejercicios gratuitos (como los trabajos prácticos de la universidad, verdadera ocasión de incorporación inocente de una forma de hacer).

Pero entre los ingresantes están aquellos que acaban de egresar de la universidad o bien que han atravesado un extenso trayecto de formación formal en periodismo y comunicación; que han experimentado, como un juego relativamente desinteresado, la escritura periodística o el andamiaje de las rutinas¹⁰ y que, en ese marco, han tenido ocasión de gestar (poco a poco) las disposiciones específicas.

Se trata de verdaderos “iniciados” que, al haber pasado por la universidad, han pasado por un ritual de iniciación que los convierte en poseedores de un saber específico, acreditado por la institucionalidad docta como el saber autorizado: capital que estos iniciados intentan hacer valer, pues ante su propia mirada les correspondería ocupar un lugar acorde a sus credenciales, lo cual puede ser comprendido no tanto como una imposición de título, sino más bien como la presentación del recibo de un costo ya pagado, a saber, la adquisición de las disposiciones y de las creencias que garantizarían el ejercicio del periodismo.

10 Es que los trabajos prácticos en el marco de las cátedras universitarias, especialmente cuando se tratan de formas de hacer más que de reflexiones críticas sobre esas formas, constituyen maneras eficaces de reproducir lo que se espera que luego, en el mundo real (mercado laboral), los periodistas hagan.

Entre unos y otros, podemos situar a aquellos periodistas que reúnen en sí ambos principios de carrera (el saber práctico y el título universitario), que han comenzado su trayectoria periodística antes de finalizar sus estudios universitarios y que cuentan con estas ventajas de indigenismo que les permiten adelantar pasos y pagar un precio menor por su ingreso en el espacio, pues no solo han atravesado en paralelo ambas experiencias sino que, fundamentalmente, ya han vivido la experiencia corporal de las condiciones del juego periodístico.

En este sentido, señala una encuesta realizada en el marco de la especialización en comunicación y culturas contemporáneas (FADECS, 2013) que entre estudiantes avanzados, ex estudiantes y graduados que trabajan en los medios de comunicación, el 57.89% no están recibidos, lo cual se explica, en parte, por la acumulación de saberes que se adquieren por práctica, por la voracidad del mercado laboral y por el hecho de que “el título no paga” en el sentido de que las disposiciones periodísticas no se muestran con un certificado sino en acto siendo un buen periodista neutro y objetivo¹¹.

Consecuentemente, como todos los agentes del campo de producción simbólica, los periodistas son portadores de un deseo de reconocimiento (Accardo, 2007b), que es imprescindible para acumular capital simbólico de credibilidad (Berger, 1997), el cual es inseparable del reconocimiento social, a la vez inseparable de la creencia en la neutralidad y la objetividad periodística, e intercambiable, como afirma Bustamante (2004), por capital económico. En términos generales, ese deseo de reconocimiento no debiera tomarse como el resultado de individualidades egocéntricas sino, por el contrario, como el fruto de disposiciones que implican una inclinación a ocupar un lugar socialmente visible en un espacio de juego que así lo demanda puesto que, finalmente, esa visibilidad constituye una plataforma desde la cual disputar los beneficios disponibles¹².

Así, las jerarquías internas son reveladoras de la estructura organizativa y del espacio periodístico (Marchetti, 2002) internalizadas y reproducidas en un doble sentido: cada quien hace lo que tiene que hacer de acuerdo con su posición y, en función de esa posición, el capital simbólico (reconocimiento) o material (salario) con el que será premiado. Hay una estratificación que se relaciona “con el medio en el que se trabaja, con el soporte y el prestigio instalado” (Martini y Luchessi, 2004: 65) y un juego dual en el que ciertas posiciones, las más deseadas en virtud de lo que ofrecen (capital material y simbólico), cuentan con todas las herramientas para reproducir su posición, en parte, por la visibilidad que suponen.

11 Pues como sostiene Neveu (2009), a diferencia de los médicos o de los profesores universitarios, el periodista no debe su prestigio social a la acreditación de una larga carrera universitaria, sino a toda una serie de otros recursos como la visibilidad social, los recursos de escritura o de expresión oral.

12 “Yo buscaba que me conozcan y que se me abran puertas pero no buscaba vivir de la gloria. Digo, buscaba llegar a tener la posibilidad de tener un trabajo” (HQ, conductor de radio y televisión). En efecto, en un espacio periodístico donde no abundan los puestos laborales específicos, la visibilidad, y sobre todo cuando es bien vista, es decir cuando la clientela o los empleadores la valoran como neutra y objetiva, es un arma para apropiarse de uno de esos espacios puesto que garantiza no solo acceso a publicidad, cierto grado de audiencia sino, además, acceso a fuentes (pues las fuentes eligen a sus interlocutores), contactos de agenda, etc.

6. La organización del trabajo periodístico

Finalmente, otra instancia de incorporación de las disposiciones periodísticas (de modos de hacer o de no hacer, de formas de percibir, clasificar y valorar, de relacionarse con el periodismo, con los periodistas, con los jefes o los subalternos, con las fuentes) es el trabajo cotidiano, regular, permanente y sistematizado, dado como instantáneo y pre-reflexivo, de producción de noticias en las redacciones, en los equipos (cuando los hay) de producción periodística radiofónica o televisiva, en el tratamiento de la información, en las reuniones “de blanco”¹³, vale decir, en las rutinas que los periodistas ejercitan a diario y en el tipo de relaciones que cotidianamente transitan, pues “los periodistas aprenden sobre la marcha y en gran medida de manera informal y no con sistemas explícitos y claramente preestablecidos” (Cervantes Barba, 1995: 107).

En este sentido, los requisitos del trabajo formal se imponen por práctica en las tendencias de los periodistas individuales (McQuail, 1985), sin necesidad de un manual de estilo: los cables de las agencias de noticias “llenaban las páginas del diario y los aprendices, aprendíamos [...] leyendo los despachos con detenimiento, se aprendía el estilo neutro [...] Se conocían los rodeos para evitar los adjetivos calificativos, los modos de preguntar sin denotar intención ideológica, el uso de sinónimos” (VZ, periodista del diario). La vivencia de la producción periodística compartida, la interacción con los productores de noticias y con la cocina de esa producción, constituye parte esencial de la génesis del sentido práctico periodístico.

No obstante, esa incorporación de formas de hacer y esa gestación de un sentido práctico que se da como “sin querer ni sin saber” no es caótica aunque no esté cabalmente planificada y está reforzada, al mismo tiempo, por una serie de llamadas al orden más o menos explícitas y fuertemente disciplinadoras¹⁴ como todas esos “fíjate acá”, “esto lo podés decir de otra manera”¹⁵; o bien los sistemas de recompensas entre los cuales el ascenso profesional (real o potencial), en cargos o en reconocimiento social (Cervantes Barba, 1995) actúa de una sola vez como premio para quienes “han dado garantía de su adhesión” (Accardo, 2000), como ilusión para los ingrates y como castigo, en el sentido de no ser premiados, para los cuestionadores de las formas, de la línea editorial, de lo instituido, de la *illusio*: “Los medios son empresas y se asciende, se escala en la empresa si sos confiable para la empresa, si das y garantizas obediencia” (SS, periodista).

13 Expresión generalmente utilizada tras bambalinas para referirse a las reuniones en las cuales se define la composición del diario, de un programa de radio o televisión: “Contamos con un índice diario de temas que se somete en la reunión de blanco y ahí se define cómo se compone el diario, dónde planteamos un infograma, un análisis, una editorial” (RM, periodista con cargo ejecutivo en el diario).

14 Entre estas llamadas al orden habría que tener en cuenta las condiciones laborales y el mercado publicitario.

15 Es que “lo que más sucede en la práctica cotidiana, que el periodista con poca experiencia... los obstáculos para que una nota sea o no publicada no tiene que ver con que esté de acuerdo o no con la línea editorial, sino con que a lo mejor en el artículo se hacen afirmaciones que son opiniones o que son mezcla de información con opinión o que no está bien diferenciado” (FF, periodista con cargo de dirección en el diario).

Consecuentemente, la sistematicidad en las prácticas de construcción de noticias en relación con “la escasez de tiempo y la necesidad de llevar todos los días noticias interesantes” (Rost, 2009: 206), funciona generando regularidad en esas prácticas puesto que, como sostiene Magallanes (2014), facilita las tareas diarias y reduce las incertidumbres. Así, estas rutinas, insertas en las agendas, en los sistemas de clasificaciones, en las condiciones de producción (Martini y Luchessi, 2004), “aparecen como prácticas generalizadas, compartidas y ejecutadas por todos los profesionales de la información” (Lecaros y Greene, 2012: 54). De esta forma, las rutinas constituyen herramientas prácticas, incorporadas por cuerpo, sabidas en tanto realizadas en los apuros de la práctica cotidiana y, por eso mismo, reproducidas en el ejercicio diario de construcción periodística de la realidad.

En este marco, sin ánimo de agotar la cuestión, podemos prestar atención a algunas de estas herramientas rutinarias que (tomadas en conjunto, casi como un verdadero sistema) traslucen el grado de apropiación y de reproducción necesario de prácticas previstas, solicitadas para ser un (buen) periodista, lo cual no significa que los periodistas actúan “poniendo sobre la mesa” esas rutinas, pensándolas cada vez, sino que, al contrario, esas prácticas rutinizadas (hechas disposición a actuar más de determinada manera que de otra) orientan las elecciones prácticas de los periodistas que apurados por el tiempo, la competencia, las exigencias de sus superiores, la supervivencia, deben producir noticias¹⁶.

En esa vorágine y a sabiendas de la obligatoriedad de generar determinada cantidad de contenidos noticiosos¹⁷, los periodistas recurren (a veces como disparador para profundizar y a veces como noticia para reproducir con algún nivel de chequeo o reelaboración) al “barrido de medios”, es decir, a observar lo que los otros medios locales, regionales y nacionales han publicado o trabajado al aire para, a partir de ahí, construir “su” propia agenda noticiosa. Es como si las rutinas diarias se iniciaran en el momento en que los periodistas o “los productores, cuando los hay, leen el diario, chequean también algún portal y arman desde ahí los contenidos” (TT, periodista de la emisora universitaria y docente). En este sentido, entre los periodistas entrevistados, el 100% de los que no trabajan en el diario *Río Negro*¹⁸ revisa ese matutino y el 70% lo hace en primer lugar. “Es increíble pero en el diario miran todo el tiempo lo que pasa en *Clarín* y en *La Nación*. Y con Internet es peor, están todo el día mirando: ‘fijate qué escribieron, cómo escribieron, cómo titularon’” (TR, periodista del diario).

16 Lo anterior tampoco significa que los periodistas no cuestionen o puedan cuestionar esas rutinas sino que, como ocurre con la *illusio*, aun cuando se cuestione, se reproduce en la práctica. Pues, ante el orden periodístico instituido, hay otras prácticas, otras formas, tácticas que discuten las maneras dominantes de pensar y hacer periodismo; lo cual, al mismo tiempo, no significa tampoco que esos periodistas que cuestionan lo instituido se despeguen completamente de lo instituido puesto que, finalmente, trabajan en determinadas condiciones (pocos puestos laborales, apuros por sacar noticias, necesidad de vender y de ser reconocidos para poder hacerlo, etc.) lo que conduce a reproducir las rutinas (y la *illusio*) que garantizan, como suele decirse, “llegar a tiempo con la información” tal y como debe ser presentada (para que el público la premie y el jefe no se enfade).

17 “En el periódico trabajaba cubriendo municipales que sería como la sección política. Tenía entre dos y tres páginas para cubrir por edición; a veces había alguna editorial o nota del editor, pero el funcionamiento era simple: este es el espacio destinado a Municipales el jueves y ese es el espacio que tenía que cubrir con información municipal, de política local” (IQ, periodista del periódico).

18 El diario *Río Negro* es el medio de comunicación más importante y con mayor peso relativo de toda la Patagonia Argentina.

De manera que si la observación o el chequeo de lo que han publicado los demás se torna una tarea rutinaria (mecanizada, vuelta necesidad, costumbre, herramienta de producción imprescindible, disposición a mirar el mundo en relación con las otras miradas periodísticas, complementarias o antagónicas), no es sino porque el juego periodístico así lo demanda: si, por un lado, hay temas que han abordado los demás que no pueden quedar fuera de la agenda porque son los que marcan agenda; por otro lado, y esta constituye una de las características medulares de los espacios periféricos, hay pocos medios (y por ende periodistas) que cuenten con la estructura necesaria para producir de primera mano (tener movileros, redes de fuentes, etc.) los datos de las noticias. Así, impulsados por una verdadera necesidad práctica, los periodistas tienden a trabajar en virtud de la agenda y los contenidos seleccionados por los actores mediáticos dominantes¹⁹.

Entre estas rutinas productivas ocupa un lugar central la relación que los periodistas puedan construir con las fuentes de información, pues la socialización periodística implica también el cruce con el “tipo de disposiciones y esquemas” (Cervantes Barba, 1995: 111) de agentes que no están dentro del universo periodístico pero que, sin embargo, están ocasional o estrechamente vinculados con lo periodístico. Efectivamente, aun cuando en el espacio estudiado el periodismo tienda a ser “cada vez más gacetillero” (SS, periodista)²⁰ y no proliferen los casos de periodistas asignados a un lugar específico, como ocurre en espacios periodísticos, sociales, políticos y económicos más amplios (pues, por citar algún ejemplo, no hay periodistas asignados con exclusividad al Municipio o al Deportivo Roca, como los hay en Casa Rosada o en los grandes clubes de fútbol), los periodistas están en constante relación con agentes del mundo político, productivo, deportivo, cultural, barrial puesto que cubren sus actividades, recurren a ellos en búsqueda de información o bien son ellos quienes recurren a los periodistas por necesidad de dar a conocer una información²¹.

En esas relaciones se incorporan esos mundos. Para comprender la política local y regional (al sector productivo o al deportivo) y poder hablar periodísticamente de la política (de la producción o del deporte) es menester conocer a los actores, la terminología, las reglamentaciones, las redes internas, etc. Así, como sostiene Tuchman (1983), las fuentes cuentan con sus propios mecanismos para socializar a los periodistas: invitar un café, boletines de prensa e informes preparados para cada ocasión, cadenas de intercambios de favores: “Me acuerdo el caso del safari: a un periodista siempre lo invitaban a comer asados (es una forma de inducir) y después les sacaban notas e informaciones” (GE, periodista y director de una FM).

19 Aunque no las reproduzcan completamente en el sentido de “corte y pegue” (pues como veremos suelen agregar cosas nuevas, otras miradas, diversos enfoques) lo cierto es que el dato central a extraer es que son los dominantes quienes cuentan con todas las posibilidades de imponer los temas de los cuales hablarán todos los medios periodísticos.

20 La enorme mayoría de los periodistas para vivir del periodismo deben dedicarse a cubrir una variada gama de especificidades e incluso a tener trabajos no periodísticos en detrimento de la especialidad, es decir, de poder dedicarse con tiempo y exclusivamente a tender redes, entender, comprender una gama de la variedad de informaciones posibles.

21 Según Alsina (1989), pueden darse casos de total independencia entre la fuente y el periodista, casos en que estos actores cooperan en función de objetivos comunes y casos en que las fuentes prácticamente hacen las noticias (a través, por ejemplo, de gacetillas que los periodistas reproducen).

Esa situación de convivencia o de familiaridad que se construye en función de relaciones, sean interesadas (de ambas partes) o bien relativamente espontáneas, sistemáticas y permanentes (más en espacios, intermedios donde las relaciones cara a cara son habituales al mismo tiempo que un problema para el ejercicio periodístico por la cercanía física que implican), supone, como afirma Bourdieu (2000: 37), “que unos y otros se impregnan mutuamente de ideas que circulan circularmente” y que finalmente pueden constituir una doxa.

En este marco, los periodistas deben incorporar e incorporan en las rutinas productivas diarias una verdadera disposición a pensar y a clasificar las cosas, los hechos y a los actores desde un punto de vista presumiblemente imparcial, neutro y objetivo. En consecuencia, una disposición a actuar en tal dirección, es decir, a utilizar pre-reflexivamente toda una serie de dispositivos o herramientas que cumplen con la función de volver desinteresado el discurso que están produciendo. Así, por ejemplo, el uso del entrecomillado (Tuchman, 1999) o el neutro como forma de escritura no son sino medidas que provocan una distanciamiento discursiva (Glevarec, 2001) que genera la sensación de que lo que se escribe, se dice o se muestra (lo que se lee, se escucha o se ve) es el vivo retrato de lo que efectivamente pasó o está pasando. En este sentido,

“a cada editor se le asignan los temas que tienen que entran en ese espacio. Ahí comienza la tarea del editor que tiene que conversar con la persona que trabaja con esa información e ir diagramando, viendo si es preciso convocar algún especialista que aclare, colocar cuadros” (FF, periodista con cargo de dirección en el diario).

De manera que la palabra exterior, especializada y legitimada para hablar desinteresadamente del tema en cuestión (un sociólogo, un jurista, un encuestador, etc.) es, como sostiene Tavernier (2009), un recurso para la construcción del discurso periodístico que, al mismo tiempo, lo legitima como discurso neutro y objetivo tal como sucede con las infografías explicativas, con los cuadros de estadística y con la imagen: “En el caso de la fotografía de prensa, el título y la leyenda que acompañan a la imagen son los que la sitúan en un contexto determinado y le dan una significación” (Abreu, 2000)²², pues afirma Boltanski (1965) que la imagen fotográfica satisface la necesidad de la prensa de producir imágenes “objetivas”, de allí que sea menester para comprender su funcionamiento no sólo mostrar el sistema de normas que presiden su fabricación, sino fundamentalmente cómo esas normas son actuadas, cómo se encarnan en las conductas y cómo rigen la vida profesional.

Así, el conjunto de las rutinas productivas del periodismo traslucen una serie de mecanismos probados y necesarios, puesto que refuerzan la *illusio* periodística, al mismo

22 Explica Abreu (1999) que existen una serie de elementos protofotográficos y fotográficos vinculados con la significación que se quiere dar a una imagen. La angulación, el encuadre y la composición, la iluminación, el color y la edición son elementos que construyen significaciones: exaltar a un protagonista o reducirlo, enfocar determinado sesgo de una movilización u otro opuesto, entre otros.

tiempo que posibilitan el andamiaje cotidiano de los periodistas, es decir, de personas que deben cumplir su labor de la mejor manera posible, en y con determinadas condiciones de producción, y producir para el horario de cierre de edición o de entrada al aire la cantidad de información y noticias solicitada.

“Lo curioso es que al que aguantaba mejor el proceso, más allá de que escribiese higo sin hache y con ye, se lo consideraba ‘con pasta’. Debe haber sido cierto: la ortografía y la redacción, se aprenden. Lo demás, es una riqueza en forma de bonus. No todos son generales, hacen falta los soldados” (VZ, periodista del diario).

Situadas y diferenciales (según la posición en la jerarquía periodística y las necesidades de las empresas de medios) estas rutinas corporalizadas funcionan como un verdadero sentido práctico que permite a los periodistas, de acuerdo con su posición, sus experiencias, sus relaciones, etc., saber, entender, comprender el juego y, desde allí, construir una carrera periodística.

7. Reflexiones finales

Todos estos procesos de incorporación de disposiciones específicas (que se inician mucho antes de la entrada en el espacio a través del acercamiento espontáneo a lo periodístico y que no habría nunca que darlos por concluidos puesto que las disposiciones, como esquemas prácticos) se actualizan en la práctica permanente de ejercicio del oficio, adquieren mayor fuerza explicativa al pensarlos relacionamente con las condiciones objetivas de producción.

Esas disposiciones específicamente periodísticas hay que relacionarlas con el saber incorporado sobre las posibilidades e imposibilidades que el espacio de juego genera, es decir, es menester también prestar atención a las formas de percibir, de clasificar, de valorar el espacio toda vez que orientan principios de carrera, formas de practicar el periodismo y de participar de la lucha social por la construcción del sentido social.

La desnaturalización de lo periodístico abre un camino para reconocer en los productores de noticias e informaciones a personas de carne y hueso, agentes productivos (y no meramente reproductivos) que generan contenidos, que crean espacios de comunicación y de debate pero que lo hacen en determinadas circunstancias, sujetos a ciertas reglas del oficio, como la objetividad, sin las cuales el periodismo (tal como lo conocemos) no sería posible.

La importancia de desnaturalizar las reglas del oficio y sus creencias constitutivas reside en la posibilidad de otorgar a los periodistas mayor margen de maniobra, poniendo sobre el tapete el hecho de que aun cuando se trata de una profesión de alta exposición y sobre la cual los consumidores tienen una valoración especial, en última instancia no es sino “una profesión como las demás”.

Fuentes consultadas

Abreu, C. (2000). “La opinión fotográfica”. *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 26. Extraída el 19/X/2017 desde <http://www.revistalatinacs.org/aa2000vfe/132abreu3.html>

Accardo, A.

_(2007a). “Pour une socioanalyse des pratiques journalistique”, pp. 15-80. En Accardo, A. y otros. *Journalistes précaires, Journalistes au quotuduen*. Marsella: Agone.

_(2007b). “Préface”, pp. 9-14. En Accardo, A. y otros. *Journalistes précaires, Journalistes au quotuduen*. Marsella: Agone.

_(2000, octubre 16). “Los periodistas frente a los mecanismos de cooptación”. *Le Monde Diplomatique, Edición Cono Sur*, n° 16, pp. 34-35. Extraída el 19/X/2017 desde <https://www.insumisos.com/diplo/NODE/2554.HTM>

Bensa, A. (2005). “Lo singular y lo plural”, pp. 155-165. En Encrevé, P. y Lagrave, R. *Trabajar con Bourdieu*. Bogotá: Universidad Extremado de Colombia.

Berger, C. (1997). “Campos de confrontación. Periodismo y movimientos sociales”, pp. 109-121. En Entel, A. (comp.). *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Buenos Aires: Paidós.

Boltanski, L. (1965). “La rhétorique de la figure”, pp. 173-198. En Bourdieu, P. (dir.). *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. París: Les Éditions de Minuit.

Bourdieu, P.

_(2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

_(2000). *Propos sur le champ politique*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.

_(1997). *Méditations pascaliennes*. París: Éditions du Seuil.

Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005). “El propósito de la sociología reflexiva (Seminario de Chicago)”, pp. 101-300. En Bourdieu, P. y Wacquant, L. *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Bustamante, E. (2004). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

Cervantes Barba, C. (1995). “¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?”. *Comunicación y Sociedad*, núm. 24, pp. 97-125.

Chillón, A. (1999). *Literatura y periodismo*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Corcuff, P. (2005). “Lo colectivo en el desafío de lo singular: partiendo del habitus”, pp. 113-142. En Lahire B. (dir.). *El trabajo sociológico de Pierre Bourdieu. Deudas y críticas*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

FADECS, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue (2013). “Encuesta de la especialización en comunicación y culturas contemporáneas”. Neuquén: FADECS.

Glevarec, H. (2001). “L’idéalisme des grammaires journalistique, la confusion des positions et du niveau de la publicité et de l’intéressement en sociologie des médias”. *Réseaux*, núm. 105, pp. 268-279.

Lahire, B. (2011). *L’homme pluriel. Les ressorts de l’action*. París: Pluriel.

Laplanche, J. y Pontalis, J. (1996). *Diccionario de psicoanálisis*. Barcelona: Paidós.

Lecaros, M. y Greene, F. (2012). “Editores chilenos y rutinas productivas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción”. *Cuadernos de Información*, núm. 30, pp. 53-60. Extraída el 19/X/2017 desde <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97124309006>

Magallanes, M. (2014). “Ciberperiodismo: digitalización de redacciones, neorutinas y estrés laboral”. *Revista Teknokultura*. Vol. 11, núm. 3, pp. 607-636. Extraída el 19/X/2017 desde <http://teknokultura.net>

Marchetti, D. (2002). “Les sous-champs specialises du journalisme”. *Réseaux*, núm. 111, pp. 22-55.

Martin, S. (2004). “Vérité et objectivité journalistique: même contestation?”. *Les Cahiers du journalism*, núm. 13, pp. 144-163.

Martínez, A.

_(2009). “Introducción. Religión y creencias en el trabajo sociológico de Pierre Bourdieu”, pp. 9-40. En Bourdieu, P. *La eficacia simbólica. Religión y política*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

_(2007). *Pierre Bourdieu. Razones y lecciones de una práctica sociológica*. Buenos Aires: Manantial.

Martini, S. y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen las noticias. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de la producción de masas*. Barcelona: Paidós.

Neveu, E. (2009). *Sociologie du journalisme*. París: La Découverte.

Restrepo, J. (2001). “La objetividad periodística: utopía y realidad”. *Chasqui*, núm. 74. Extraída el 19/X/2017 desde <http://www.redalyc.org/pdf/160/16007402.pdf>

Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Rost, A. (2009). “Desde los hechos hasta la noticia”. *Revista de la Facultad*, núm. 15, pp. 237-265. Extraída el 19/X/2017 desde <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/extension/publicfadecs/revista/revista15/12AlejandroRost.pdf>

San Martín, R. (2008). “Contra la objetividad. El mito de la neutralidad periodística y las alternativas para repensarlo”. *Perspectivas de la comunicación*. Vol. 1, núm. 1, pp. 73-80. Extraída el 20/X/2017 desde publicacionescienciassociales.ufro.cl/index.php/perspectivas/article/download/11/11

Schleifer, P. (2013). “Illusio, violencia simbólica y negación. Reflexiones sobre los principios de producción del oficio periodístico en el interior del país”. *Trabajo y Sociedad*, núm. 21, pp. 247-260. Extraída el 19/X/2017 desde http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1514-68712013000200016&script=sci_arttext

Tavernier, A. (2009). “Rhétoriques journalistiques de médiatisation”. *Questions de communication*, núm. 16, pp. 71-96. Extraída el 19/X/2017 desde <http://questionsdecommunication.revues.org/341>

Tuchman, G.

_(1999). “La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas”. *CIC*, núm. 4, pp. 199-217.

_(1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Žižek, S. (2003). *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI.