

# **Intelectuales y periodistas. Productores culturales entre la lógica comercial y el compromiso informativo.**

Laura Rosenberg.

Cita:

Laura Rosenberg (2011). *Intelectuales y periodistas. Productores culturales entre la lógica comercial y el compromiso informativo. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-034/541>

# INTELECTUALES Y PERIODISTAS

## PRODUCTORES CULTURALES ENTRE LA LÓGICA COMERCIAL Y EL COMPROMISO

### INFORMATIVO

Laura Rosenberg\*

#### Introducción

La temática de esta ponencia nace de mi interés por el trabajo periodístico, que se extiende tanto a las prácticas laborales como a las representaciones que los propios periodistas tienen sobre las mismas. Siendo este en líneas generales mi tema de tesis de maestría en Sociología de la Cultura, me propuse retomar la pregunta sobre qué son los intelectuales.

La lectura de la bibliografía me llevó a preguntarme acerca de los nexos entre las actividades periodísticas y las intelectuales; interrogante que en los albores del periodismo en el país carecía de sentido en la medida en que numerosos medios de prensa han sido forjados en sus inicios por intelectuales imbuidos de amplios conocimientos en materia política y cultural<sup>1</sup>. No obstante, la pregunta emergía a raíz de los cuestionamientos crecientes al periodismo que se vienen produciendo con fuerza desde el año 2008, a partir del denominado “conflicto del campo”. Considero aquel momento como una bisagra en el mundo periodístico, en la medida en que puso en cuestión la pretendida “objetividad” e “independencia” que se argüían muchos medios de comunicación en su tratamiento de las noticias vinculadas a ciertas luchas en el *campo de poder* que no traten exclusivamente de un caso de corrupción política sino que involucre intereses de grandes corporaciones económicas<sup>2</sup>. Estos acontecimientos, seguidos por el debate por la nueva Ley de Servicios Audiovisuales, generaron un clima en el cual imperó la discusión acerca de la relación de los medios y los periodistas con el poder.

---

\* CONICET/ IEALC-UBA. [laura.rosenberg85@gmail.com](mailto:laura.rosenberg85@gmail.com)

<sup>1</sup> A modo de ejemplo se pueden citar “La Gaceta de Buenos Aires”, de Mariano Moreno; “Mártir o Libre”, de Bernardo de Monteagudo; “El Nacional” dirigido inicialmente por Vélez Sársfield; “La Prensa”, de José C. Paz; “La Nación”, de Bartolomé Mitre, y en los comienzos de siglo XX nacen “La Razón”, de Emilio Morales y “Crítica”, de Natalio Botana. Fuente: <http://www.argentina.gov.ar/argentina/portal/paginas.dhtml?pagina=2902>

<sup>2</sup> Al respecto, Ricardo Aronkind (2007) menciona que el triunfo ideológico del neoliberalismo se explica en buena medida por la sustracción del debate acerca de los fenómenos económicos de la escena pública. Esto generó una incompreensión colectiva de las políticas económicas adoptadas, llegándose así a explicar los desastres económicos únicamente por el accionar de los políticos corruptos”, mientras que la clase económica que supo enriquecerse en la coyuntura en detrimento de amplias capas de la población –y que frecuentemente fue artífice de aquellas políticas que generaron las posteriores crisis– raramente aparecía como responsable de aquellas situaciones.

Los ejes de este trabajo se han definido en función de los elementos que encuentro pertinentes desarrollar respecto a la relación entre la actividad periodística y la actividad intelectual. En principio, encuentro que en la pregunta por el qué se entiende por “intelectual” hay muchos puntos de encuentro con la pregunta por la tarea del periodista. En este sentido, el primer apartado recupera la perspectiva normativa, que ha quedado en buena medida desactualizada a la hora de aprehender la historia de los intelectuales, pero que sin embargo es recurrentemente adoptada por los periodistas para referirse a su propia práctica.

Luego, se retoman los aportes de la perspectiva sociológica de Bourdieu sobre los intelectuales, que nos permite recuperar la noción de intelectual de Dosse (2007), que la considera no como algo estático, sino como una categoría que varía en función del contexto sociocultural. Aquí se establece una analogía entre el rol del intelectual y del periodista entendiendo a ambos como productores de bienes culturales que ocupan una posición dominada al interior del *campo de poder*. En este apartado se desarrollan también los factores estructurales, fundamentalmente económicos que, según testimonios de varios periodistas, redundan en una escasa autonomía del *campo periodístico*.

Finalmente, se hace referencia a una especie de disputa que se produjo hasta hace no muchos años al interior del *campo periodístico* entre los “periodistas de oficio” y los “periodistas de academia”, situación que consideré relevante recuperar para dar cuenta de que la formación académica entre los periodistas no fue algo fácilmente asimilado sino que los conocimientos adquiridos por los periodistas egresados de carreras de comunicación fueron legitimados en el campo muy recientemente.

En definitiva, este trabajo se propone explorar la existencia de una suerte de mixtura entre la “simplificación normativa”, en términos de Altamirano (2007), y la perspectiva sociológica para explorar el rol y la situación actual de los “intelectuales-periodistas”.

## La persistencia de la visión normativa en las concepciones de la práctica periodística.

*Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser buen hombre, o una buena mujer:  
buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas.  
Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás,  
sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias.  
Y convertirse, inmediatamente, desde el primer momento,  
en parte de su destino”*  
(R. Kapuscinski en “Los cínicos no sirven para este oficio”)

Desde la sociología de los intelectuales, la perspectiva normativa –que tiende a definir al intelectual en relación a un “deber ser”, es decir en función de una serie de características que éste tendría que poseer para ser concebido como tal– ha sido sumamente criticada, por considerársela simplista e incluso ahistórica. Esta perspectiva ancla en una descripción moralista del espectro intelectual, describiéndolo en función de actitudes como las de “compromiso con la verdad”, la “responsabilidad social”, y la ética. En este sentido, la visión normativa escapa al análisis del tipo sociológico que permitiría situar el rol de los intelectuales en un contexto histórico y social específico.

No obstante, resulta de interés reflexionar acerca del hecho de que, cuando los periodistas se manifiestan acerca de su propia práctica, numerosas veces lo hacen desde el razonamiento propio de la visión normativa, haciendo hincapié tanto en cualidades personales como en las profesionales que todo *verdadero* periodista debería poseer. En estos discursos también se hace una fuerte apuesta por los compromisos de la profesión con una transmisión fidedigna de los acontecimientos, y en este sentido, con la sociedad en la cual los mismos tienen lugar.

A este respecto, el periodista Ryszard Kapuscinski (2009) afirma que el único periodismo posible es el *periodismo intencional*, es decir, aquel que se fija objetivos e intenta provocar algún tipo de cambio. Este periodista sostiene a su vez que su práctica de escritor se debe en parte a razones éticas: “sobre todo porque los pobres suelen ser silenciosos. La pobreza no llora, la pobreza no tiene voz. La pobreza sufre, pero sufre en silencio. La pobreza no se rebela” (ídem: 41).

En sintonía con la postura de Kapuscinski, Carlos Ferreira<sup>3</sup> sostiene: “El periodista, o el que aspira a serlo, observa permanentemente todo lo que acontece en su entorno. Creo que el ser

---

<sup>3</sup> Uno de los fundadores de Taller Escuela Agencia (TEA). Fragmento citado en el artículo de José Velázquez “El futuro pasa por la Academia” publicado en Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura. Año 2. N°13. Mayo de 2003. En relación al tema que en este apartado trabajamos, resulta ilustrativo mencionar que el slogan de TEA es “Ética, pasión y trabajo” ([www.tea.edu](http://www.tea.edu)).

periodista es un estar afuera permanente, porque nos transformamos en los ojos y en los oídos y en las palabras de aquellos que no ven ni oyen lo que ha sucedido, y no tienen dónde decir o contar lo que ha sucedido” (Velázquez, 2003: 23). Mientras que Jozami afirma que: “el periodismo al que aspiramos es el que defienda las verdaderas causas nacionales; pero también que reconozca la necesidad del debate de ideas y que no imponga el pensamiento único” (Ferrer, 2010: 173).

Los testimonios aquí reseñados traen a colación una de las primeras particularidades que Altamirano (2007: 14) encuentra en el carácter de los intelectuales: “Al obrar como críticos sociales o como moralistas públicos, hay en ellos una propensión a concebirse como clase ética, como un grupo que se describe y se define en términos de una misión”. Retomando los aportes de Dosse (2007), estos discursos se amparan en una definición nominalista de los intelectuales, que hace hincapié en la dimensión ética, en su compromiso por las luchas ideológico-políticas.

En la medida en que la preocupación por la ética periodística, la construcción de un relato verídico de los acontecimientos y la cooperación con los sectores postergados de la sociedad son temas recurrentes en numerosos discursos de periodistas –como los citados aquí– considero que es factible sostener que las perspectivas normativas y nominalistas, lejos de ser marginales, aun persisten en el imaginario de los intelectuales periodistas.

En adelante nos interesaremos por aquellas cuestiones que operan como limitaciones para el desarrollo autónomo de la actividad periodística. Nos preguntamos: ¿Con qué obstáculos estructurales se encuentran los periodistas en su tarea cotidiana de elaboración de “la noticia”? Para ello, recurrimos a la perspectiva sociológica de Bourdieu, que nos permite situar a los periodistas en un espacio social marcado por los límites del *campo periodístico*, y pensar en cuán maleables pueden resultar esas fronteras en un contexto en el cual el mercado ha avizorado los grandes réditos económicos y políticos de la inversión en la producción cultural en los medios de comunicación.

## El Campo periodístico y una autonomía (muy) relativa.

*“No existe la independencia del periodista, sino la libertad de decidir cómo administra su posición política, el rigor profesional y las presiones a las que se ve sometido”.*  
(E. Aliverti)<sup>4</sup>

Como señalábamos anteriormente, la consideración del trabajo periodístico como trabajo intelectual no sólo tiene su correlato en las definiciones normativas o nominalistas, que hacen énfasis en el carácter ético o mesiánico de este tipo de prácticas; sino también en la definiciones que aporta Bourdieu (2000), que entiende por intelectuales a quienes detentan el monopolio de la producción de la cultura legítima, y por *campo intelectual* al espacio relativamente autónomo en el cual se desata la lucha por el *capital específico*, que en este caso es el *capital cultural*.

A su vez, Bourdieu considera al *campo intelectual* como parte del *campo de poder*, afirmando no obstante que aquellos que detentan el capital cultural legítimo se integran al mismo como “fracción dominada de los dominadores”, situación que coloca a los intelectuales en una posición “ambivalente” en vistas a su relación tanto con la clase dominante como con las clases dominadas (Altamirano, 2007).

Considero que el punto de encuentro entre la práctica intelectual y la periodística radica precisamente en la producción de bienes culturales a la que ambos casos están abocados. Del mismo modo, podría decirse que la posición “ambivalente” entre los sectores dominadores y los dominados en la sociedad, en la cual Bourdieu sitúa a los intelectuales, es asimilable a la ocupan los periodistas, entre cuyos objetivos –como destacábamos en el apartado anterior– frecuentemente se menciona el de representar a aquellos sectores que “no tienen voz” en los medios.

En el *campo periodístico* la producción cultural descansa fundamentalmente en un bien muy específico: “la noticia”. Y es este tipo de producción –y las actividades típicas que ella involucra, distintas a de las de otros campos (a saber: la búsqueda de fuentes informativas, la edición o redacción y difusión del producto final)– lo que permite establecer los límites del *campo periodístico* frente a otros campos.

---

<sup>4</sup> Cita de la entrevista realizada por Laura Pellegrino para la revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura. Año 2. Nro 13. Mayo de 2003.

Otra característica que comparten los campos periodístico e intelectual puede desprenderse del análisis que Zallo (1988) realiza acerca de los caracteres específicos de las industrias culturales. Este autor señala que aquellas se diferencian de los otros tipos de industrias porque producen y distribuyen mercancías concebidas por un *trabajo creativo*, el cual que otorga a cada producto un carácter distintivo respecto al resto de los bienes culturales, al tiempo es realizado con cierto margen de autonomía respecto al resto de las fases de producción, distribución y comercialización relacionadas con la industria.

Habiendo señalado aquellos aspectos que permiten hacer pensar en el trabajo periodístico como un trabajo intelectual, resulta de importancia destacar los factores estructurales que actualmente repercuten fuertemente en el trabajo periodístico y que pueden contribuir precisamente a marcar una fragmentación entre ambas prácticas, entre las cuales hasta aquí no habíamos señalado más que analogías. Estos factores están relacionados por una parte, con la estandarización de “la noticia” y, por otra, con la concentración de los medios de comunicación.

En relación a lo primero, dados los riesgos que se presentan a las empresas periodísticas en ofrecer productos “creativos” (en el sentido que Zallo define a los productos del *trabajo creativo*) se asiste a una creciente estandarización del trabajo periodístico. La reiteración de aquellas noticias que repercutieron favorablemente en los índices de audiencia no genera sino la existencia de numerosos medios monotemáticos nutridos generalmente de escasas fuentes informativas. Como dice el periodista Carlos Aznárez: “En general, “antes”, se practicaba un periodismo más pasional, donde el que se comprometía en serio con la profesión no dejaba de tocar un timbre o patear mil calles en busca de una información, de contrastarla, de investigarla. Hoy, no sólo aquí sino en casi todo el mundo, el periodismo se hace desde un sillón del cual muy pocas veces el redactor [se] despega (...) para salir a buscar datos o testimonios” (Ferrer, 2010).

El acceso a una información prefabricada y uniforme proporcionada generalmente por las mismas fuentes hacia los diversos medios redundando en una caída del interés hacia la búsqueda de testimonios diversos sobre un mismo acontecimiento. A este respecto, Bourdieu (2010: 91) también hace un llamado de atención sobre la estandarización de la noticia considerando la dinámica que impone la competencia en el campo periodístico: “temas de números especiales que uno se siente obligado a imitar, libros reseñados por otros y de los que “no se puede no hablar”, invitados que “hay que tener”, temas que “hay que cubrir” (...) Así, en este ámbito como en otros, la competencia, lejos de ser automáticamente generadora de originalidad y diversidad, tiende a menudo a favorecer la *uniformidad* de la oferta...”.

La segunda cuestión que consideramos relevante a la hora de pensar en los factores que actualmente inciden en el desempeño del trabajo periodístico es la creciente injerencia de la lógica de mercado en la producción de la noticia, situación que en el contexto latinoamericano resulta aún más preocupante en vistas a los altos niveles de concentración de la propiedad de los medios de comunicación (Becerra y Mastrini, 2009). El “trabajo creativo” en la labor periodística se verá con frecuencia interferido por el peso de la lógica mercantil sobre el medio de comunicación en el que se trabaje. Tal como señala Bourdieu, existen dos principios de legitimación que pesan sobre el campo periodístico: el primero, dado por el reconocimiento de los colegas, en función de las cualidades valoradas positivamente en relación al desenvolvimiento de la práctica profesional; el segundo está vinculado a los mayores índices de audiencia o de lectores, es decir, “el veredicto del mercado”. Lo último puede llevar, como dice Rodolfo Braceli (Ferrer, 2010), a marginar una buena noticia porque vende menos.

Kapuscinski (2009: 36) también se manifiesta sobre esta problemática, acerca de la cual afirma que, a partir de mediados del siglo XX, “el mundo de los negocios descubre de repente que la verdad no es importante, y que ni siquiera la lucha política es importante: que lo que cuenta, en la información, es el espectáculo (...) Cuanto más espectacular es la información, más dinero podemos ganar con ella. De esta manera, la información se ha separado de la cultura (...) quien tiene dinero puede cogerla, difundirla y ganar más dinero todavía. Es el carácter mercantil de la información, la creciente preponderancia que adquiere su valor de cambio frente a su valor de uso, la que explicaría que “al frente de los más grandes grupos televisivos [encontremos] a gente que no tiene nada que ver con el periodismo, que sólo son grandes hombres de negocios...” (Ídem).

Finalmente, resulta de importancia destacar que la incidencia de los dos factores descriptos sobre la práctica de los periodistas (la estandarización de la noticia y su nexos con la concentración de medios) nos lleva a reflexionar sobre la cuestión de la autonomía del “intelectual-periodista”. En las conferencias recopiladas en “Sobre la Televisión” de Pierre Bourdieu, se sintetizan varios aspectos que emergen de relatos de periodistas, como los ya citados Kapuscinski y Braceli, y de los estudios sobre los efectos de la concentración de medios en la labor periodística que destacan Becerra y Mastrini (2009). Bourdieu (2010: 85) señala que “el grado de autonomía del periodista depende, en primer lugar, del grado de concentración de la prensa (que, al reducir el número de empresarios potenciales, incrementa la inseguridad del empleo); en segundo lugar, de la posición de su periódico en el espacio de los periódicos, es decir, más o menos cerca del polo “intelectual” o del polo “comercial”; en tercer lugar, de su posición en el periódico o medio de comunicación (...) que determina las

diferentes garantías estatutarias de las que dispone y también su sueldo (...) y por último, de su capacidad de producción autónoma de la información”.

Los relatos a los que nos remitimos en este trabajo subrayan continuamente esta tensión entre “lo comercial” y “lo intelectual”, dando a entender que en la medida en que lo primero cercene las facultades de expresión y desarrollo de los aspectos intelectuales, en la medida en que para los propietarios de medios de comunicación el interés primordial descansa en los réditos económicos y políticos de la actividad periodística, en modo alguno se podrá hablar del desarrollo de una actividad periodística que tenga por propósito dar cuenta de las visiones y de las situaciones que atraviesan los distintos sectores de la sociedad, sino que, por el contrario, se estará asistiendo a la reproducción de la ideología de los sectores hegemónicos.

### **“El periodista, ¿nace o se hace?”**

*“Los periodistas se sintieron amenazados por la llegada de la ilustración de las aulas a un mundo oscuro y único, el de las redacciones, que se regía por el olfato”.*  
(A. Amato, en “El oficio debe unirse a la academia”)

Hasta el momento nos referimos a las consideraciones del periodista como intelectual así como a las posibilidades de establecer continuidades y rupturas entre la actividad intelectual y la práctica periodística. Pero consideramos importante referirnos también a una cuestión de radical importancia para conocer los orígenes de la consolidación de la formación académica del periodista.

Recién hacia mediados de la década de 1980, con la transición democrática, es que se ven proliferar rápidamente en el país las denominadas “academias para periodistas”. Esto resulta fundamental, ya que hasta entonces no existían numerosos egresados de carreras terciarias y universitarias de estudios en periodismo como rama autónoma, sino que en general los trabajadores periodistas tenían formación en diversas áreas de las ciencias humanísticas y sociales (historia, economía, sociología, literatura, filosofía, entre otras) o bien eran “periodistas de oficio”, aquellos que se habían formado “en la calle”, “gente que se hacía, haciéndose” (Eliashev, 2003: 11). Por el contrario, como plantea este autor, los “periodistas de escuela” eran vistos por aquel entonces como “egresados universitarios de una “ciencia” a la que nadie reconocía como tal: la comunicación”.

Retomando lo formulado acerca de la dinámica de funcionamiento del *campo periodístico*, podríamos entender lo anterior en términos de luchas que se desatan al interior del mismo en torno a la posesión de un capital específico, que no necesariamente se adquiere en una escuela, sino que en este caso sería concebido como una especie de caja de herramientas

útiles para producir “la noticia” a las cuales se accede durante la práctica profesional misma: “la experiencia se va ganando en la diaria pulseada contra el cierre en la redacción de un medio gráfico o contra “la tiranía del horario” en un medio radial o televisivo.” (Velázquez, 2003: 24).

El descrédito de los “periodistas de oficio” respecto a las habilidades profesionales de los “recién llegados” periodistas universitarios se pueden representar en términos de las luchas simbólicas que se producen al interior de un campo, en este caso el periodístico, toda vez que alguien intenta subvertir las relaciones de dominación existente disputando el monopolio del capital específico. A este respecto, Bourdieu distingue entre la *ortodoxia* y la *heterodoxia* de un campo. La primera remite al conjunto de integrantes que se encuentran mejor posicionados en el campo, los “dominadores”, y que suelen recurrir al empleo de *estrategias de conservación* que garanticen la estabilidad de su posición. Con la segunda, el autor se refiere a la “ruptura crítica con la doxa” que introducen los “dominados” (o los “recién llegados”) al emplear *estrategias de subversión*. Son ellos quienes disponen de menor capital específico y que por ende aspiran a modificar su situación desventajosa: “...en todo campo encontraremos una lucha, cuyas formas específicas hay que buscar en cada caso, entre el nuevo ingresado, que trata de hacer saltar los cerrojos de la cuota de ingreso, y el dominante, que trata de defender el monopolio y de excluir a la competencia” (Bourdieu, 2008: 113). En nuestro caso, las estrategias de subversión se identificarían en aquellas perspectivas que consideran que el conocimiento de la práctica profesional periodística no es algo naturalmente adquirido o no, sino algo factible de ser aprendido en instituciones académicas.

Hoy en día esta oposición entre “los veteranos del oficio” y los periodistas “de academia” ha ido cediendo espacio a la preocupación por la necesidad de adquirir conocimientos ligados al manejo de las tecnologías de la información y la comunicación, de forma tal que se ha valorado crecientemente la formación complementaria en comunicación que se imparte en instituciones terciarias y universitarias, al punto tal que diversos medios de comunicación ofrecen estos tipos de ofertas académicas. Tal como afirma Velázquez (2003: 27): “En la actualidad, el preconceito negativo hacia el graduado universitario ha quedado bastante relegado. En consecuencia, el universo periodístico argentino va nutriéndose día a día de nuevos profesionales de academia”.

No obstante, nos parecía interesante poner de relieve que hasta hace no pocos años esta concepción no era compartida por buena parte del universo periodístico y que, por el contrario, era fuertemente resistida en la medida en que ponía en cuestión las habilidades adquiridas en la práctica diaria por los periodistas “de oficio”.

## Consideraciones finales

En los distintos apartados se han tratado distintas aristas del interrogante sobre la relación entre la práctica intelectual y la periodística.

En principio, me interesa destacar la cuestión relativa a la “posición ambigua” de los intelectuales-periodistas, que acceden tanto a posiciones cercanas a los sectores hegemónicos como a los subalternos, situación que les puede permitir acceder a posiciones de poder a partir de las cuales hacer oír las voces que casi nunca llegan a los medios sino como parte de una información transformada en “espectáculo”, como la mirada de los “otros” a través del “nosotros”. Esta posición intermedia es la que a Kapuscinski le permitió dar a conocer las situaciones de poblaciones silenciadas por sus regímenes políticos distintas partes del mundo.

Considerábamos análogas las tareas del periodista y del intelectual en la medida en que ambos son productores de bienes culturales, y en cuanto tales pueden proveer a la sociedad de una mirada crítica, fruto del *trabajo creativo* que realizan. Pero también advertíamos que en el caso de los periodistas, este tipo de trabajo requiere desenvolverse en un espacio con una autonomía de la que hoy en día se carece, en vistas a la fuerte competencia que rige la dinámica del campo periodístico que redundo, entre otras cuestiones, en la estandarización de la noticia. Estos factores, decíamos, afectan fuertemente al carácter original y creativo de la labor periodística.

De esta forma, en un contexto donde predomina el interés económico por sobre el informativo, nos preguntamos si es posible desarrollar aquel “periodismo intencional”, que proponía Kapuscinski, resultado de un trabajo colectivo, con miras a la generación de cambios, y al fomento del debate ideológico. Es aquí donde se puede observar la máxima tensión entre la lógica comercial y la del compromiso intelectual.

Finalmente, cabe destacar que nos pareció pertinente recuperar los testimonios de los mismos periodistas para abordar estos temas, ya que son ellos los que viven y los que también padecen a diario los acontecimientos y las coyunturas en la cual se desempeñan profesionalmente y que pueden aportar una mirada “desde adentro” de la problemática que hemos desarrollado en este trabajo.

## BIBLIOGRAFÍA

Altamirano, Carlos (2007): *Intelectuales. Notas de investigación*. Norma, Bogotá.

Amato, Alberto: "El oficio debe unirse a la academia". En Revista *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*. Año 2, Nro 3. La Plata, Mayo de 2003. Pp. 41-47.

Aronskind, Ricardo (2007): *Riesgo País. La jerga financiera como mecanismo de poder*. Capital Intelectual, Buenos Aires.

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2009): *Los dueños de la palabra*. Prometeo, Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre (2000) "Campo de poder, campo intelectual y habitus de clase". En *Intelectuales, política y poder*. Eudeba, Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre (2008): "Algunas propiedades de los campos". En *Cuestiones de Sociología*. Akal, Madrid.

Bourdieu, Pierre (2010): "Sobre la Televisión". En *La dominación masculina y otros ensayos*. Anagrama-Página 12, Buenos Aires.

Dosse, François (2007): *La marcha de las ideas. Historia de los intelectuales, historia intelectual*. Universitat de Valencia, Valencia.

Eliashev, José: "El paso del oficio a una profesión tecnologizada". En Revista *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*. Año 2, Nro 3. La Plata, Mayo de 2003. Pp. 8-16.

Ferrer, Julio (2010): *El oficio de Periodista*. Punto de Encuentro, Buenos Aires.

Kapuscinski, Ryszard (2009): *Los cínicos no sirven para este oficio*. Anagrama, Barcelona.

Pellegrino, Laura: Entrevista a Eduardo Aliverti. En Revista *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*. Año 2, Nro 3. La Plata, Mayo de 2003. Pp. 38-40.

Velásquez, José: "El futuro pasa por la academia". En En Revista *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*. Año 2, Nro 3. La Plata, Mayo de 2003. Pp. 21-37.

Zallo, Ramón (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*. Akal, Madrid.