

Aplicación del análisis pragma-dialéctico del discurso al estudio del periodismo a través de los argumentos de los periodistas

Mònica PARREÑO RABADÁN

Universitat de València

Introducción

La investigación¹ indaga las aseveraciones de hechos y las opiniones de los periodistas sobre la influencia de los cambios en el campo en las últimas décadas, es decir, qué opinan los periodistas sobre lo que permanece, lo que ha desaparecido y aquello que es nuevo.

La investigación se fundamenta en la teoría del campo y del *habitus* de Pierre Bourdieu y en el análisis de la estructura comunicativa desde las perspectivas económica, sociológica, histórico-política y tecnológica.

El contexto de análisis es el País Valenciano donde se hallan indicios de una grave falta de libertad de expresión en los medios públicos (Xambó, 2010). A su vez, los cambios de las últimas décadas son también similares a los estudiados en España y Europa. Por otra parte, el modelo periodístico tiene las características del llamado modelo mediterráneo donde además se dan dificultades o lentitud en la puesta en marcha de empresas periodísticas alternativas a

¹ Parreño Mònica, *El campo periodístico y los profesionales de la información en el País Valenciano. Análisis de los argumentos de los periodistas sobre el periodismo*, Valencia, 2012. Es el título de la tesis internacional defendida el pasado 9 de noviembre de 2012 en la Universitat de València, dirigida por el Dr. Rafael Xambó Olmos del Departamento Sociología y Antropología Social y el Dr. Jesús Alcolea Banegas del Departamento de Lógica y Filosofía de la Ciencia, ambos de la Universitat de València. La tesis se puede consultar en los siguientes enlaces:

Roderic: <http://hdl.handle.net/10550/25123>

Teseo: <https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarSeleccion.do#>

los medios tradicionales. Por último, los estudios relativos al campo periodístico valenciano son muy escasos, tampoco existe ninguna entidad que realice informes de la estructura comunicativa y menos aún de la profesión (Parreño, 2014a).

El contenido de las 18 entrevistas en profundidad, realizadas a periodistas de diferentes medios según cuotas de edad y género, es analizado cualitativamente de acuerdo a un guión temático de 32 tópicos, uno de estos tópicos es la calidad periodística que es analizada siguiendo la técnica de la teoría de la argumentación denominada Pragma-Dialéctica y desarrollada en el *Department of Speech Communication, Argumentation Theory and Rhetoric* de la University of Amsterdam, donde la investigadora pasó tres meses aprendiendo la técnica. La complementación de métodos en este caso es apropiada porque el análisis de argumentos permite tener en cuenta aseveraciones que no parecen argumentos a primera vista y resolver confrontaciones. El análisis se efectúa partiendo de la hipótesis que afirma que la calidad periodística se ha reducido en las últimas décadas. Las conclusiones permiten discernir claramente las causas y consecuencias de tal afirmación y complementa la perspectiva sociológica del análisis cualitativo de contenido.

Análisis de la calidad periodística

Brevemente exponemos, desde un punto de vista metodológico, una alternativa a la investigación tradicional en ciencias sociales y de la comunicación para el análisis cualitativo y cuantitativo de la estructura comunicativa y de la práctica periodística.

La metodología cualitativa es la que permite «buscar las razones que explican la acción de los actores» (Alonso, 1998, 53) y «hacer explícito aquello que aparece como mundo dado» (Bourdieu, 1994, 48). El método cualitativo de entrevistas en profundidad es uno de los apropiados para el objetivo de conocer las razones de los profesionales de la información que explican la práctica, es decir, la exploración de las rutinas que son parte de la «conciencia práctica», aquella escondida en las rutinas de la vida cotidiana y su integración social, a través del estudio de la «conciencia discursiva» de los periodistas, a saber, el propio entendimiento sobre sus condiciones (Giddens, 1995, 77-80). De forma que se pueda comprender la incidencia que tienen en el campo los periodistas y la construcción de las retóricas sobre la profesión y los mecanismos intradiscursivos a través de los cuales los profesionales racionalizan la práctica. Esta práctica forma parte de una estructura cuyo análisis, desde la teoría del campo de Bourdieu (Bourdieu y Wacquant, 1994; Bourdieu, 1997a), que permite delimitar las condiciones y peculiaridades de cada campo y su posicionamiento con respecto a otros, como el político o el económico, puede ser estudiada a través de los datos tanto cuantitativos (cuotas del mercado, publicidad, análisis de las audiencias) como cualitativos (capital simbólico de los periodistas, *habitus*).

Los periodistas son los agentes que están socialmente constituidos como individuos activos en el campo por el hecho de que poseen las propiedades y el capital intelectual necesarios para producir efectos a partir del conocimiento que poseen del campo. Según la teoría de Bourdieu, «todos los campos tienen sus dominadores y sus dominados, sus luchas para la conservación y la subversión, los mecanismos de reproducción» (Bourdieu y Wacquant, 1994, 83), que son singulares de cada campo. Cuanta más capacidad de dominación tenga un campo, es decir, habilidad para imponer su propia lógica, más autónomo es. El campo periodístico no es autónomo, porque para comprender un medio en concreto se tiene que comprender su posición, sus relaciones objetivas respecto de los otros medios con los cuales compete. Tampoco es autónomo porque depende de la audiencia (mercado) y sus expectativas

(Marchetti, 2008, 23; Benson y Neveu, 2005); Bourdieu, 1997b). Estas relaciones objetivas, llamadas por Bourdieu, «relaciones de fuerza invisibles» constituyen la estructura del campo.

La distancia que hay entre los factores comerciales en relación a los principios y valores de la profesión cada vez es más parecida a la de los otros campos, como el político y el cultural. Bourdieu reconoce dos lógicas opuestas y dos principios que legitiman el campo periodístico: el reconocimiento interno, por los propios profesionales, «otorgado por aquellos que acatan más completamente los “valores” o los “principios internos”» y el reconocimiento de los ciudadanos que se traduce en cifras de lectores, audiencia y las ganancias económicas o «veredicto de mercado» (Bourdieu, 1997a, 105). La lógica específica del campo se impone al periodista en forma de controles y coerciones que producen determinadas disposiciones reforzadas por la advocación a la velocidad, a la temporalidad misma de la práctica periodística. Estas disposiciones que obligan al profesional «a vivir y pensar al día y a valorar una información en función de su actualidad [...] propicia una especie de amnesia permanente que es el anverso negativo de la exaltación de la novedad, así como una propensión a juzgar a los productores y a los productos en función de la oposición de lo “nuevo” y lo “superado”» (Bourdieu, 1997a, 108).

Otro aspecto relacionado con la autonomía del campo, cada vez más heterónimo por su dependencia del campo económico y político (Bourdieu, 2005, 44) es la competitividad interna que incide tanto al conjunto del campo como al periodista. La competencia también está relacionada con la uniformidad de las noticias, porque en lugar de propiciar la originalidad, produce homogeneidad. También es el origen de los problemas por la celeridad y la prioridad de las noticias que impiden la reflexión sobre los hechos por parte de los profesionales, pero también por la audiencia.

Opinión sobre el periodismo y la calidad de los periodistas

El estudio empírico de la argumentación trata de la reconstrucción, el análisis y la evaluación de los argumentos. La aproximación a la teoría de la argumentación de la pragma-dialéctica o Pragma-Dialectical Approach, desarrollada por los académicos Frans H. van Eemeren y Rob Grootendorst de la Universidad de Ámsterdam, trata de establecer la relación entre la dialéctica y la retórica con el objetivo de establecer un modelo ideal de discusión crítica. No obstante, el interés por el análisis de casos reales ha ido incorporando estrategias para la investigación de la argumentación en el lenguaje ordinario y el discurso que permiten la reconstrucción y la interpretación de los argumentos en consideración al contexto físico, situacional e institucional para decidir cuál es la interpretación más plausible (*charitable interpretation*) (Snoeck Henkemans, 1997, 104). El análisis de contenido cualitativo de las entrevistas en profundidad puede enriquecerse con la investigación de la argumentación de los periodistas sobre la autorreflexión de la práctica periodística y los valores defendidos para ser contrastados con los datos referenciales obtenidos del análisis cuantitativo de la estructura comunicativa, a su vez, la profundización en la argumentación visibiliza el contraste entre la interiorización de la autorreferencia, es decir, los valores y principios que deberían ser, y la práctica que se lleva a cabo. La argumentación tiene siempre como objetivo convencer a los críticos potenciales, presentes o no, de un punto de vista que se defiende según unas reglas y pasos (Eemeren van, 2001, 29). El concepto de calidad periodística, indicador del estado actual de la práctica, que según los datos de la estructura comunicativa ha decrecido considerablemente durante las últimas décadas, funciona en la estrategia interpretativa de los argumentos de los periodistas sobre su percepción de la práctica como punto de vista de

partida para conocer las causas y consecuencias del decrecimiento. Según esta estrategia de reconstrucción de los argumentos (*maximally argumentative interpretation*) (Eemeren van, *et al.*, 2002), y de acuerdo con la actitud comprensiva del analista (*charitable analysis*), es posible interpretar como argumentación una explicación o una observación, es decir, cuando la función argumental no es del todo evidente, pero puede estar implícita. Esta estrategia minimiza el riesgo de obviar posibles argumentos necesarios para la discusión. También permite analizar casos donde no sea posible ver claramente otra interpretación de significado o cuando el punto de vista interpretado no pueda ser un sin sentido. El ejemplo que facilitan los autores muestra que, en contextos de desacuerdo, la opción de de interpretar máximamente es una herramienta útil para desvelar lo que está escondido y es imposible de ver según la lógica formal.

Tendrías que coger un paraguas. ¿O quieres mojarte?

La pregunta del orador parece, en principio, absurda, porque se entiende que las personas generalmente no quieren mojarse. Parece que el orador quiere decir alguna cosa más, como “si no coges el paraguas, te mojarás” o “la única manera de evitar mojarte es coger el paraguas”. Para la estrategia de “interpretación máxima” de los argumentos, la pregunta del orador es tomada como un argumento desde su punto de vista: “Sería mejor que cogieras un paraguas”.

Las estructuras de la argumentación se dividen en sencillas y complejas. El argumento sencillo (*single argument*) es la forma más simple y consiste en sólo dos premisas, normalmente una de ellas es implícita. La defensa de una proposición que manifiesta un punto de vista (*standpoint*) está compuesta por diferentes argumentos sencillos que forman una argumentación compleja. La estructura compleja está formada por más de dos premisas. La estructura de la argumentación se entiende cuando la complejidad de la argumentación se puede romper en diferentes argumentos sencillos, de acuerdo con la pragma-dialéctica, que son equivalentes a una razón para cada argumento sencillo (Snoeck Henkemans, 2001, 126-17).

La argumentación múltiple (*multiple argumentation*) consiste en el uso de más de un argumento para defender un punto de vista. Se distingue de la coordinativa porque cada argumento es suficientemente fuerte como para soportar el punto de vista individualmente. Contrariamente, en la argumentación coordinativa cada argumento necesita apoyo en las otras premisas que le acompañan porque no son suficientes para defender el punto de vista. La argumentación subordinada se da cuando cada argumento da apoyo al argumento anterior y responde a la causa de por qué da ese apoyo o a la cuestión de cómo se sabe que da ese apoyo.

En las entrevistas en profundidad en las que preferiblemente se trata de facilitar la confianza al entrevistado necesaria para que su discurso fluya, es decir, casi podría ser un monólogo en el que surgen las dudas, la reflexión olvidada y donde el investigador tiene que actuar como un orientador sutil, la reconstrucción de los argumentos puede complementar el análisis de contenido cualitativo y ayuda a profundizar en los temas o conceptos generales. Los problemas relacionados con la calidad periodística aparecen en los pensamientos y creencias de los periodistas cuando hablan de su profesión. Cada fragmento seleccionado es analizado a partir del punto de vista siguiente: “la calidad en el periodismo ha descendido a lo largo de las últimas décadas”.

Un ejemplo de análisis de la estructura de los argumentos de una de las dieciocho entrevistas es el que se muestra a continuación, el cual corresponde a una argumentación coordinativa.

PERIODISTA. 6 EL PAÍS CV

“Todo el mundo sale en los foros, la comunicación es muy *show bussiness*, pero lo de abajo, esto que hacemos cada día gente como yo y los 18 que entrevistarás, eso es una realidad que ésa tardará mucho en desaparecer del mapa. Yo no sé si se hará en papel, en versión electrónica, en radio, o acabaremos todo siendo el hombre orquesta, haciendo, la camarita aquí, el audio, el tal, pues sí hacía eso vamos, la calidad bajará, claro que bajará. Al final qué es lo que le da un poco de coherencia y qué le da sentido a este trabajo; los años invertidos, nadie tenemos un manual de instrucciones, eso sólo se aprende con ensayo y error, ensayo y error. [...]

Acabo de ver un error, yo, yo, en el papel, en la web, algo que escribí anoche. En toda la prisa, en "Su objetivo es eliminar el cuartel 900," me he comido la "d", que es un error. Yo digo que el editor, "ayer ni los ojos ni los míos lo vieron, se había dejado caer el d". Así en la red todavía tiene la capacidad de corregir tan pronto como se detecta, en el papel impreso, no. Lo que tenemos que hacer es cambiar, creo que lo que tenemos que hacer es cambiar el estilo de la producción, fortalecer las áreas que ahora son más necesarias y acelerar otros canales para facilitar la información puede llegar a donde siempre tiene que llegar, a la información digital, a su sección en particular, ¿sabes?"

1. La calidad en el periodismo ha descendido a lo largo de las últimas décadas”
- 1.1 El modo de producción que se practica facilita que los periodistas cometan errores.
- 1.1.1a Los periodistas tienen que adaptarse a trabajar en diferentes plataformas.
- 1.1.1b Para elaborar buen periodismo se necesita mucha experiencia.

Teniendo en cuenta las causas de todos los argumentos analizados, es posible sistematizarlas como los principales problemas relacionados con la calidad y por extensión con el periodismo. Las principales causas, según la reconstrucción de los argumentos en defensa del punto de vista, se organizan por tópicos generales: precariedad profesional, crisis económica, adaptación a las tecnologías de la información (en adelante TIC), brecha generacional, homogeneidad de contenidos, imprecisión, inmediatez, pérdida de valores. A continuación se lista el resumen de las causas y las principales razones, extraídas de la reconstrucción de los argumentos que esgrimen los periodistas en relación al punto de vista sobre el descenso de la calidad periodística (Parreño, 2013, 2014b).

Causas y razones

Precariedad profesional

- Las empresas no contratan a profesionales, sino a becarios.
- Los becarios no cobran en todo el año.
- Los periodistas tienen que hacer de todo, a causa de los tiempos de crisis.
- Los medios no han creado nuevos puestos de trabajo y los profesionales han sido despedidos.
- Es necesaria mucha experiencia para producir información de calidad.
- No se reconoce la responsabilidad de los periodistas.
- El hombre orquesta no es posible (*multitasking*).

Crisis económica

- Porque hay menos publicistas.

- A menudo la información no es publicada por miedo a perder encargos publicitarios.
- Las empresas de medios están en crisis.
- Los empresarios no quieren gastar dinero para producir buena información.
- Los empresarios sólo quieren pagar el mínimo sueldo.
- Ciertos intereses económicos están perjudicando la profesión entera.
- Muchos medios están intentando sobrevivir.

Adaptación a las TIC

- Demasiada información llega al mismo tiempo.
- Hay más medios pero menos capacidad para cubrir los contenidos.
- Los periodistas no tienen demasiado tiempo para reflexionar sobre la información.
- Los errores están producidos por los actuales modos de producción.
- Los gestores de los medios necesitan tiempo para adaptar los modos de producción que exigen las TIC.
- Los tiempos de cambios están haciendo más difícil la adaptación y aprendizaje sobre cómo hacer periodismo con los nuevos dispositivos.
- El periodismo está compitiendo con las redes sociales.

Brecha generacional

- La pérdida del contacto real perjudica la transmisión del conocimiento de los más veteranos.

Homogeneidad de los contenidos

- La buena información es cara y las empresas no quieren pagar dinero.

Imprecisión

- Las empresas no cuidan el contenido.
- Las empresas no son suficientemente selectivas en lo que presentan como noticias.
- A causa de la falta de tiempo no es posible profundizar.
- La información producida es el resultado de muchos malos hábitos.
- Los periodistas descuidan el contenido.

Inmediatez

- La revolución de las TIC fuerza a los periodistas a producir noticias instantáneas.

Pérdida de valores

- El periodismo ha perdido su campo de investigación.
- El periodismo ha perdido su prestigio.

Dos causas principales agrupan al resto; una externa al campo y otra estructural o interna, a saber, la crisis económica y la adaptación a las TIC. Ambas están conectadas porque la adaptación a las TIC necesita recursos económicos que no están disponibles por la recesión. Sin embargo, ambas circunstancias están ocurriendo al mismo tiempo y es posible que los rápidos cambios producidos por la tecnología no sólo necesiten un esfuerzo de adaptación de los modos de producción sino que ésta se ha visto forzada por la crisis.

La crisis económica afecta directamente a las condiciones laborales de los profesionales y, a su vez, ha producido la brecha generacional porque las empresas están contratando personal todavía no cualificado o becarios y despidiendo a los profesionales experimentados, por tanto, parte del conocimiento y experiencia que habitualmente era transmitido por los veteranos se pierde y los controles de calidad disminuyen. La práctica periodística relacionada con los modos de producción ha cambiado con la introducción de las TIC que han acelerado el sentido de inmediatez, propio del periodismo. También el problema de la homogeneidad de los contenidos y de la imprecisión del producto final es consecuencia de la falta de tiempo y

de la competitividad.

Estas causas generales producen otra que implica a la totalidad de la profesión, a saber, la pérdida de valores y de prestigio, fundamentos de la credibilidad de la profesión (Silverstone, 2010).

La crisis económica revela la dependencia del campo periodístico respecto del económico que, a su vez, produce mayor servilismo del campo político por la necesidad de recursos provenientes de las instituciones públicas (publicidad, subvenciones). No obstante, esta situación es similar a la de otros campos sociales, como el académico o el cultural, pero no explica suficientemente el cambio de tendencia del periodismo, es decir, la falta de precisión del contenido, la banalidad, la dependencia de las redes sociales y la ausencia de periodismo de investigación.

Por otra parte, los argumentos de los periodistas sobre el bajo coste de producción de las noticias, producto de contratar jóvenes sin experiencia con sueldos precarios y de despedir a profesionales experimentados, conduce a la conclusión de que es imposible producir contenido de calidad por profesionales con poca experiencia. Los veteranos que han permanecido no están tampoco preparados para el requisito exigido al profesional polivalente del nuevo paradigma de producción.

Ambas causas del descenso de la calidad del periodismo están relacionadas o directamente producen la pérdida de valores. El periodista vigilante del poder se está sustituyendo por el periodista multimedia y la baja producción del periodismo de investigación. El punto de partida es la consideración de que toda introducción de nuevas formas de producción y venta requiere un tiempo de adaptación que, forzado por la crisis económica, ha desencadenado problemas para trabajar con rigor y precisión. Los valores son para los periodistas principalmente el cumplimiento de las reglas profesionales: contraste de noticias, neutralidad, rigor y honestidad. Los argumentos de los periodistas coinciden en este punto, de forma que revelan la asimilación de la lógica interna del campo, o lo que Bourdieu denomina *habitus*. Sin embargo, la pérdida de valores también revela otro factor condicionante, a saber, la determinación de las condiciones estructurales internas del campo para el profesional.

Conclusión: Heteronomía y declive del campo

La reflexión sobre los factores condicionantes conduce a la cuestión sobre el declive del campo y del profesional también relacionado con el descenso de la calidad que es un indicador, como se ha indicado más arriba, del funcionamiento de las reglas del juego internas del campo. Es necesario, por tanto, reflexionar sobre la autonomía del campo y del profesional. No hay medida científica sobre el declive del campo, excepto los datos cuantitativos de la estructura del sistema comunicativo que muestran el descenso de la audiencia y de las ventas sobre todo de los medios tradicionales.

Sin embargo, el declive del campo está relacionado con la heteronomía del mismo. Es obvio que el periodismo tiene fuertes intereses en el campo económico porque está en el mercado y depende de la audiencia que también es mercado. También está estrechamente relacionado con el campo político porque el periodismo sirve a los políticos y viceversa, en el sentido de que es el canal de información principal de las acciones de los políticos para los ciudadanos. Pero la cuestión es preguntarse por el límite para la acción que mantenga el nivel de autonomía suficiente para prevenir el declive del campo periodístico. La pregunta es difícil de resolver y de analizar. Schudson (2005) apunta que el límite está marcado por lo que los ciudadanos entienden por valores democráticos. La frontera que se debe tener en cuenta es el

derecho a recibir información plural y neutral. Este es el reto de los medios de información y es la responsabilidad de los profesionales. Además, los medios de comunicación son un espejo de las prácticas democráticas que en algunos casos actúan más simbióticamente que como espejo, pues son serviles a los poderes. Tal y como Schudson argumenta, la heteronomía está en los profesionales mismos, pues ellos «no retan los supuestos que los rigen» (Schudson, 2005, 219).

A pesar de las dificultades para establecer una medida objetiva de la autonomía de un campo, es posible determinar el alcance de la influencia externa y la asimilación del grupo con respecto a los intereses mercantiles de las empresas, así como la uniformidad en el seno del grupo a partir del análisis y reconstrucción de los argumentos. Aunque este tipo de analítica no está incluida en la metodología sociológica, es una herramienta muy útil para aplicarse en la investigación de grupos sociales y temas controvertidos o debates de interés sociológico. En primer lugar, permite al investigador comprender con mayor profundidad los pensamientos mediante la reconstrucción de los argumentos que de otro modo podrían obviarse involuntariamente. Las técnicas que provee la teoría pragma-dialéctica han sido desarrolladas como instrumentos analíticos para diferentes tipos de actividad argumentativa (entrevistas políticas, debates parlamentarios, debates jurídicos, etc.) (Eemeren van, 2009). La introducción de esta herramienta en el debate sobre la calidad periodística puede aportar claridad y servir para el enriquecimiento del análisis cualitativo de contenido desde una perspectiva multidisciplinar de adaptación del micro al macro contexto.

Los retos a los que se enfrenta el periodismo para ofrecer información de alta calidad a una audiencia activa en el proceso de difusión de las noticias demandan la exploración de las dinámicas del campo, es decir, las relaciones de poder entre los actores y las instituciones implicadas, actualmente extremadamente ligadas al campo político y económico. Los argumentos de los periodistas acerca de la calidad periodística concluyen con la convicción de la necesidad de una regeneración de la autonomía del campo que efectivamente apueste por el servicio a la democracia del periodismo, aunque ésta no es posible si el profesional cualificado es desplazado del lugar que le corresponde y si los empresarios sustituyen la excelencia, o calidad del producto, por la mercantilización de las noticias.

Referencias bibliográficas

- Alonso, L. E. (1998), *La mirada cualitativa en sociología*, Madrid, Fundamentos.
- Benson, R., E. Neveu (ed.) (2005), *Bourdieu and the journalistic field*, Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu, P. (1994), «L'emprise du journalisme», *Actes de la reserche en sciences sociales*, marzo, vol. 101-102, pp. 3-9.
- Bourdieu, P., L. J.D. Wacquant (1994), *Per a una sociologia reflexiva*. Barcelona, Herder.
- Bourdieu, P. (1997a), *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, P. (1997b), *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2005), «The political field, the social science, and the journalistic field», en R. Benson, E. Neveu, *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge, Polity Press.

Eemeren van, F. H. (ed) (2001), *Crucial concepts in argumentation theory*, Amsterdam, SicSat.

Eemeren van, F. H., R. Grootendorst, F. Snoeck Henkemans (2002), *Argumentation. Analysis, Evaluation, Presentation*, EE.UU. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Eemeren van, F. H. (ed.) (2009): *Examining Argumentation in Context. Fifteen studies on strategic maneuvering*, Amsterdam, John Benjamins B.V.

Giddens, A. (1995), *La constitución de la sociedad*, Buenos Aires, Amorrortu editores.

Marchetti, D. (2008), «El análisis sociológico de la producción de información mediática», *Comunicación y medios*, 18 (19-29), pp. 151-163.

Parreño, M. (2012), *El camp periodístic i els professionals de la informació al País Valencià. Anàlisi de l'estructura comunicativa i de les argumentacions dels periodistes sobre el periodisme*. Tesis de doctorat amb menció internacional. València: Universitat de València. Roderic: <http://hdl.handle.net/10550/25123>

Parreño, M. (2013), «La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo». Dins de: Gómez Mompart, Josep L.; Gutiérrez Lozano, Juan F. i Palau Sampio, Dolors (Eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Col·lecció 'Aldea Global', n° 26, Barcelona - Castelló - València: UAB, UJI, UPF i UV. Pp. 105-118.

Parreño, M. (2014a), *El camp periodístic valencià. L'estructura mediàtica i la pràctica dels periodistas*. Col·lecció 'Aldea Global', n° 30, Barcelona - Castelló - València: UAB, UJI, UPF i UV.

Parreño, M. (2014b), «Qualitat periodística al País Valencià: anàlisi del camp i anàlisi pragma-dialèctica dels arguments i opinions dels periodistes». *Arxius de Ciències Socials*. N. 3, junio.

Schudson, M. (2005): «Autonomy from What?», en R. Benson, E. Neveu, *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge, Polity Press.

Silverstone, R. (2010), *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios*, Madrid, Amorrortu Editores.

Snoeck Henkemans, F. (1997), *Analysing complex argumentation. The reconstruction of multiple and coordinatively compound argumentation in a critical discussion*, Amsterdam, SicSat.

Xambó, R. (coord.) (2010), «Sociologia dels media al País Valencià». *Arxius de Ciències Socials*. N. 23, diciembre. Número monográfico.

