

# ¿Existen igualdades o desigualdades entre los periodistas locales?<sup>1</sup>

 **Işıl Demir Çarkacı**<sup>2</sup>: Investigadora independiente. Turquía  
[isil.demirr@gmail.com](mailto:isil.demirr@gmail.com)

 **Murad Karaduman**<sup>3</sup>: Universidad de Akdeniz. Turquía.  
[mkaraduman@gmail.com](mailto:mkaraduman@gmail.com)

Cómo citar este artículo:

Demir-Çarkacı, Işıl y Karaduman, Murad (2024). ¿Existen igualdades o desigualdades entre los periodistas locales? [Are Local Journalists from Each Other Unique or Unequal?]. *Vivat Academia*, 158, 1-34. <http://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1568>

## RESUMEN

**Introducción:** Se ignora el impacto de la condición de clase y del capital cultural, económico, social y simbólico de los periodistas en su posición en el campo. La clase social a la que pertenecen los periodistas y el tipo y volumen de capital que poseen son importantes para entender cómo se forma la distinción en el campo. ¿Cómo se posicionan los periodistas en términos de clase en el ámbito del periodismo local? ¿En qué se diferencian los periodistas del ámbito del periodismo local en función del capital que poseen? El estudio busca responder a estas preguntas desde la perspectiva de Bourdieu. **Metodología:** Los datos se recopilaron mediante la técnica de encuesta. Se realizaron los análisis de frecuencias, chi-cuadrado y de correspondencias múltiples en los datos mediante el programa SPSS. **Resultados:** Según los datos empíricos obtenidos de los periodistas locales, la mayoría pertenece a las clases baja, media baja y media. La estructura socioeconómica familiar es similar en la mayoría de los casos. Los tipos y volúmenes de capital que poseen varían. Esta diferencia es aún más pronunciada en función del sexo. **Conclusiones:** En el presente estudio, se

<sup>1</sup> El presente artículo ha tomado como base una parte de la tesis doctoral de la autora, titulada *Mujeres Periodistas en el Ámbito del Periodismo Local*, que se culminó en 2024 en el Instituto de Ciencias Sociales del Departamento de Periodismo de la Universidad de Akdeniz, bajo la supervisión de la profesora asociada Murad Karaduman.

<sup>2</sup> Dra., Investigadora independiente. Tiene un Doctorado en Periodismo de la Universidad de Akdeniz.

<sup>3</sup> Profesor adjunto del Departamento de Periodismo de la Universidad de Akdeniz. Autor correspondiente.

revelan como factores que generan desigualdad en el ámbito del periodismo local las diferencias de clase social de los periodistas y los tipos de capital que poseen. Por otra parte, estas diferencias en el volumen y el tipo de capital de los periodistas pueden afectar a su incorporación en el sector y a los procesos de realización de sus prácticas profesionales. También pueden dar lugar a violaciones éticas. Las violaciones éticas en las prácticas profesionales también indican la falta de un mecanismo de supervisión que garantice la imparcialidad entre los periodistas sobre el terreno.

**Palabras clave:** Periodismo local, periodista, capital, Bourdieu, sociología del periodismo.

## 1. INTRODUCCIÓN

En Turquía, los esfuerzos del poder político por dominar los medios de comunicación han tenido consecuencias que han afectado no solo a los capitalistas, sino también al periodismo y a los periodistas. Los acontecimientos políticos han dado lugar a un periodismo sesgado. Sin embargo, la pandemia del COVID-19 agravó aún más los problemas existentes. El periodismo local y sus profesionales se han visto especialmente afectados por estos procesos (Türkiye Gazeteciler Sendikası, 2021; Gazete Duvar, 2021). Por este motivo, el estudio se centra en los periodistas locales. En un entorno de comunicación tan desigual, el estudio analiza qué crea desigualdades entre los periodistas. Por lo tanto, el estudio pretende determinar cómo se posicionan los periodistas desde el punto de vista relacional y de clase en el ámbito del periodismo local. No se ha encontrado ningún estudio sobre esta cuestión en el ámbito del periodismo local en Turquía. Al examinar los estudios sobre el periodismo local, se observó que se han llevado a cabo investigaciones centradas en prácticas estructurales, temáticas u organizativas (Çelikbaş, 2021; Şen, 2020; Kebelek, 2020; Vurgun, 2020; Erdoğan, 2018). Pınarbaşı, 2017; Tokgöz, 2015; Çağlar, 2011; Haykır, 2021; Uçar, 2020; Öztunç, 2017; Yakışır, 2016; Özcan, 2015; Özay, 2011; Çeliker, 2009; Yunusoğlu Eroğlu, 2019; Özay, 2018; Yalçın, 2018; Dağ, 2018; Öcalan, 2017).

El marco teórico del estudio se basa en la sociología de Bourdieu. Dicha sociología permite considerar las intelectualidades macro y micro en el campo desde el enfoque relacional. Por esta razón, cuando analizamos la bibliografía, vemos que la teoría de Bourdieu es utilizada por diversos campos (educación, sociología, antropología, género, etc.). Del mismo modo, ha comenzado a aplicarse en estudios relacionados con el periodismo (Anderson, 2015; Benson, 2006, 2010; Hellmueller *et al.*, 2013; Hovden, 2008; Peruško *et al.*, 2020; Schultz, 2007; Willig *et al.*, 2015). En el presente estudio, el concepto de capital en la sociología de Bourdieu nos ayuda a revelar la estructura relacional entre los interesados en el campo del periodismo local. Bourdieu define los siguientes tipos de capital: económico, cultural, social y simbólico. Las luchas en el campo tienen lugar para poseer o proteger estos capitales. Estos capitales son el factor determinante en el establecimiento de la red de relaciones en el campo y crean las desigualdades de clase. En otras palabras, hace que los interesados ocupen posiciones diferentes en el sector según su posesión de dichos capitales. En este contexto, el estudio se basa en datos empíricos para revelar cómo la posición de clase de los

periodistas difiere de la de sus colegas en el campo en función de los tipos y volúmenes de capital en el campo.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. El Campo del Periodismo Local**

El periodismo local constituye una práctica periodística que se centra en las experiencias y la vida cotidiana de las personas dentro de un área geográfica específica, como una región, ciudad o distrito, e informa sobre los acontecimientos y novedades pertinentes para estas comunidades, cumpliendo así la función de informar y comprometer al público local (Dağtaş y Dağtaş, 2007, pp. 12-13; Girgin, 2001, p. 160; Vural, 2007, p. 337; Şeker, 2007, p. 11; Wahl-Jorgensen y Boell, 2024, pp. 1605). Si bien las organizaciones de periodismo local comparten similitudes en sus operaciones y desafíos con el periodismo nacional (Jenkins y Nielsen, 2018), su principal distinción radica en su servicio a las comunidades locales (Gulyas y Baines, 2020, p. 3). Una de las funciones fundamentales del periodismo local es su capacidad para fomentar un sentido de identidad local entre los residentes (Hess y Waller, 2016, pp. 59-60). Sin embargo, aunque el periodismo local es un fenómeno global, sus prácticas, funciones y desarrollo no son uniformes en todas las comunidades y culturas, ya que están determinadas por la estructura social de la región o ciudad respectiva (Tokgöz, 1981, p. 271; Hess y Waller, 2016, p. 59). Por ejemplo, en Turquía, los periódicos locales se crearon mediante políticas estatales (Nalcioğlu Ulusoy, 2005, p. 254), lo que inició la actividad periodística. El objetivo principal en este contexto era utilizar los periódicos locales como herramientas para orientar la opinión pública de conformidad con los programas gubernamentales. Por el contrario, el desarrollo del periodismo en Europa ha estado principalmente determinado por las condiciones sociales (Aydeniz, 2007, p. 12).

Al examinar la situación actual del periodismo local, resulta evidente que retos comunes, como la revolución digital y los efectos de la pandemia de COVID-19, suponen una amenaza significativa para su supervivencia. Sin embargo, también está claro que los problemas a los que se enfrenta el periodismo local, los enfoques para abordarlos y las soluciones propuestas varían según la cultura. Hoy en día, los periódicos locales de todo el mundo se enfrentan a problemas como la disminución de la circulación, la reducción de los ingresos publicitarios y la concentración de la posesión (Wahl-Jorgensen *et al.*, 2016, pp. 810-811; Nygren, 2023, p. 401). El colapso de los modelos de negocio tradicionales ha obligado a algunas organizaciones a reestructurarse, mientras que otras han tenido que cerrar por completo (Jenkins, 2020; Hess y Waller, 2016, pp. 59-60). En Turquía, el sector del periodismo local se enfrenta a retos similares. Según la bibliografía consultada, los problemas que afectan al periodismo local en Turquía pueden clasificarse en dificultades económicas, descenso de la circulación, falta de anunciantes, insuficiencia del apoyo publicitario oficial, infraestructura tecnológica inadecuada, calidad de los periódicos, condiciones de trabajo, producción de contenidos, falta de mano de obra cualificada, número de lectores, actitud de las fuentes de noticias, gobernanza local, formación periodística, monopolización, inseguridad laboral, cuestiones éticas y diversas formas de presión

(Atabek, 2005, p. 52; Girgin, 2001, p. 164; Şeker, 2007, p. 70; Vural, 2007, p. 341; Yılmaz, 2015, pp. 195-208). En particular, la dependencia de los anuncios oficiales financiados por el Estado y la falta de estructuras institucionales sólidas entre las organizaciones periodísticas turcas agravan su lucha por la supervivencia (Erdoğan, 2007, p. 49).

El cierre de los periódicos locales ha dado lugar a la aparición de ciudades y regiones sin prensa local (Magasic *et al.*, 2023, p. 404). Estudios académicos recientes se han centrado cada vez más en estas zonas, denominadas *desiertos informativos*, que ponen de relieve el papel fundamental de los periódicos locales en el suministro de información, así como los retos, las desigualdades y las dificultades a las que se enfrentan las comunidades en ausencia de periodismo local (Gulyas *et al.*, 2023, p. 285). Un estudio realizado sobre los desiertos informativos en Turquía reveló que las noticias producidas en los distritos situados lejos de las costas y fronteras del país son muy escasas. Además, se descubrió que muchas organizaciones periodísticas locales dependían en gran medida del contenido de las agencias de noticias y no producían reportajes originales (Journo, 2021). Los problemas estructurales del periodismo local también tienen un impacto significativo en la producción de contenidos. La reducción del tamaño de las redacciones, la disminución del número de periodistas y la presión para crear contenidos orientados a los clics socavan las condiciones necesarias para un periodismo de calidad (Jenkins y Nielsen, 2019, p. 14). Además, si bien los avances tecnológicos han contribuido a los retos económicos, también han agravado los problemas relacionados con la ética profesional en el periodismo (Wahl-Jorgensen *et al.*, 2016, p. 810).

Estas transformaciones en la cultura periodística han dado lugar a problemas de confianza en la percepción tanto de los periodistas como del periodismo en sí. En Turquía, esta situación refleja la polarización de los medios de comunicación entre facciones pro gubernamentales y grupos de la oposición (Bozdağ y Koçer, 2022, p. 180). Hovden (2023, pp. 697-698) analizó 57 países y demostró que los campos periodísticos en todo el mundo tienden a estar estructurados de manera similar. Sin embargo, señala que las variaciones en las culturas periodísticas entre países están influenciadas por sus respectivos contextos políticos. Las restricciones y presiones a las que se enfrentan los periodistas varían según las condiciones específicas de cada país. En este contexto, al evaluar brevemente la situación del periodismo en Turquía, el país ocupa el puesto 158 en la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2024 de Reporteros sin Fronteras (RSF). Los periodistas se enfrentan a arrestos, detenciones, órdenes de arresto domiciliario, investigaciones legales y sanciones económicas. Además, organismos reguladores como el Consejo Supremo de Radio y Televisión (RTÜK) y la Agencia de Publicidad de Prensa (BİK) imponen sanciones a las organizaciones de medios de comunicación (Journo, 2024). En el ámbito del periodismo local, las organizaciones de medios de comunicación reciben apoyo publicitario oficial del Estado. Según datos de 2023 de la Agencia de Publicidad en Prensa, hay 855 periódicos que publican anuncios y publicidad oficiales. De estas publicaciones, el 96,3 % son locales, el 2,8 % nacionales y el 0,9 % regionales (TÜİK, 2024). Esta cifra ha disminuido desde los 997 de 2021 y los 1051 de 2020. Los periodistas registrados que trabajan en virtud de la Ley del Trabajo de la Prensa tienen derecho a prestaciones como

indemnizaciones por despido y compensaciones por horas extras, y pueden obtener tarjetas de prensa. Sin embargo, las enmiendas al Reglamento de Tarjetas de Prensa han facilitado la revocación de estas tarjetas (Cumhuriyet, 2021). Según el informe del proyecto M4D realizado por la Asociación de Periodistas, entre 2015 y 2020 se revocaron un total de 3981 tarjetas de prensa (Kanlı y Şener, 2021). Con la promulgación de la Ley de Internet el 13 de octubre de 2022, los periodistas de Internet fueron reconocidos oficialmente y se les concedió el derecho a trabajar con el título de periodistas. Sin embargo, los periodistas que trabajan para sitios web de noticias que no cumplen los criterios legales establecidos en la ley siguen sin tener reconocimiento oficial como periodistas (Seçkin, 2010, pp. 61-62, 76). En este contexto, es evidente que el periodismo local en Turquía se ve significativamente afectado por las presiones políticas.

Debido a la polarización política, la solidaridad entre los periodistas se ha debilitado (Sözeri Özdal, 2022, p. 227). Además, los propietarios de los medios de comunicación suelen acosar laboralmente o despedir a los periodistas que ejercen sus derechos sindicales (DW, 2021). Estas condiciones también han provocado el debilitamiento de los mecanismos de autorregulación periodística (Sözeri Özdal, 2022, p. 227). Al examinar las posibles soluciones a estos problemas, algunos países tratan de abordarlos mediante el apoyo estatal, mientras que en otros las organizaciones de medios de comunicación aplican estrategias independientes para desarrollar sus propias soluciones. En Suecia, se hace todo lo posible para resolver los retos a los que se enfrentan los medios de comunicación locales mediante financiación gubernamental; sin embargo, continúa el debate sobre si dicho apoyo podría comprometer la independencia periodística (Nygren, 2023, p. 403). Por su parte, las organizaciones de medios de comunicación desarrollan nuevos métodos de producción de contenidos y exploran modelos de ingresos alternativos (Jenkins y Nielsen, 2020, p. 14). Entre estas medidas se incluyen identificar y establecer relaciones con lectores fieles que estén dispuestos a pagar (Jenkins y Jerónimo, 2021, p. 14), implementar modelos de suscripción y afiliación, ofrecer acceso a contenidos premium y solicitar donaciones (Jenkins, 2020). También experimentan con enfoques colaborativos, como la producción de historias de gran impacto, centrándose en el periodismo monográfico o temático, y participan en la distribución compartida de contenidos, todo ello con el objetivo de reducir la fricción competitiva. En Turquía, el Estado proporciona apoyo a los periódicos locales mediante las formas mencionadas con anterioridad. Sin embargo, debido a la polarización política, el público tiende a suscribirse a medios de comunicación que se alinean con sus preferencias ideológicas (Bozdağ y Koçer, 2022, p. 180). Además, la Agencia de Publicidad de Prensa (BİK) ha animado a los periódicos locales con dificultades financieras a fusionarse. Desde 2012 se han producido fusiones en determinadas regiones, pero estas consolidaciones han provocado un aumento del desempleo entre los periodistas.

## **2.2. Comprender a los Periodistas desde la Teoría Sociológica de Bourdieu**

Bourdieu introdujo los conceptos de campo, *habitus*, capital y violencia simbólica en el ámbito de la sociología e intentó dar sentido a la cultura con estos conceptos (Swartz,

2011, p. 62-63) y, dado que estos conceptos permiten analizar formas inexploradas de práctica social (Marlière, 2000, p. 199), también se utilizan en diversos campos académicos, como los estudios feministas, los estudios culturales, los medios de comunicación y la comunicación (Mahbub y Shoily, 2016, p. 1). La “relacionalidad” entre los conceptos se hace visible a través de estudios empíricos (Swartz, 2011, pp. 62-63).

Uno de los conceptos básicos de la sociología de Bourdieu es el concepto de campo. Los campos son lugares donde individuos y grupos con diferentes niveles de poder compiten por adquirir o controlar distintos tipos de capital (Handley y Rutigliano, 201, p. 746). El campo del periodismo es uno de los campos de producción cultural que constituyen la sociedad, junto con la producción literaria, artística, política, económica y religiosa. Como todo campo, tiene sus propias reglas (Benson, 1999, p. 464). Para Bourdieu (2006, p. 59), la lógica del periodismo radica en el hecho de que, debido al impacto de las políticas neoliberales, los periodistas se centran en los conflictos interpersonales en lugar de en los problemas sociales por motivos comerciales y transmiten sus propios puntos de vista al público. Debido a las políticas neoliberales, el campo del periodismo se ha transformado por motivos comerciales, cambiando en términos de cultura organizativa, modo de producción, funciones de los periodistas y consumidores (Bourdieu, 1997, p. 45). Si bien los interesados en este campo son las instituciones periodísticas y los periodistas, el producto son las noticias. Quienes les interesan el ámbito político y económico influyen en lo que debe ser noticia (Benson, 2006, p. 196). Sin embargo, Bourdieu señala que la posición del periodista en el campo también es decisiva en esta situación (Bourdieu, 1997, p. 47). Porque, según él, los periodistas son interesados sociales que se posicionan en relación con otros interesados y conforman sus acciones a través de procesos de socialización y adaptación (Dickinson, 2008, p. 1396-1397). De hecho, aunque los periodistas están sujetos a las mismas normas, no producen noticias similares ni asumen las responsabilidades profesionales de la misma manera (Bourdieu, 1997, p. 31). Desde esta perspectiva, el campo del periodismo se caracteriza por una oposición entre aquellos que no pueden resistirse a las preocupaciones comerciales y las presiones del poder político, y aquellos que tratan de proteger sus principios profesionales (Bourdieu, 1997, pp. 78-79). Por lo tanto, el campo del periodismo no ejerce justicia en sí mismo (Bourdieu, 1997, p. 59). Esto se debe a que no se imponen sanciones a los periodistas que no profesan el “periodismo” (Swartz, 2019, p. 37).

En este punto, Bourdieu señala que el tipo y el volumen de capitales que poseen los periodistas determinan las luchas dentro del campo (Arun, 2014, p. 171). Según él, las luchas y las relaciones dentro de la estructura social tienen lugar sobre la base de formas económicas, culturales, sociales y simbólicas de capital (Ünal, 2014, p. 172). En otras palabras, las desigualdades se crean y se mantienen en función de estos tipos de capital (Wacquant, 2014, p. 447).

El capital que poseen los periodistas interesados refleja su posición de clase (Bourdieu, 1986). Bourdieu las define como “clase trabajadora, pequeña burguesía y clases media y alta” (Bourdieu, 2015a, p. 16). Llama la atención el hecho de que el capital cultural, junto con el económico, es determinante en la formación de la posición de clase

(Jourdain y Naulin, 2016, p. 81). La posición de clase del capital económico indica que el capital cultural muestra la distinción dentro de la misma clase (Bourdieu, 2015a, p. 16). La posición del individuo o la clase en el campo viene determinada por “el volumen total de capital, y la evolución de este volumen y estructura a lo largo del tiempo”. El volumen total de capital representa la posesión de los capitales cultural, económico, social y simbólico. La estructura del capital revela qué tipo de capital posee cada individuo. La transformación del volumen y la estructura del capital a lo largo del tiempo también indica un cambio en el estilo de vida (Jourdain y Naulin, 2016, pp. 110-111). Por lo tanto, los tipos de capital pueden acumularse o transformarse entre sí (Bourdieu, 2015b, p. 232).

Si definimos los capitales, el capital económico se refiere a la posesión de recursos materiales, como la riqueza, la posesión (casa, coche, etc.), el dinero, etc. (Dursun, 2018, p. 84). El capital cultural incluye características como la cultura general de una persona, sus habilidades personales, su educación y sus gustos (Swartz, 2011, pp. 66, 111). Se divide en «encarnado, objetivado e institucionalizado» (Bourdieu, 1986, p. 243). El capital incorporado es un capital que se transmite de la familia y que se adquiere inconscientemente con el tiempo a medida que la persona y su familia invierten en sí mismos, y en el que se incorporan al cuerpo las características de la clase a la que se pertenece (Bourdieu, 1986, p. 244). Otro tipo de capital cultural es el capital objetivado, que son los objetos materiales que constituyen el capital cultural: libros, dispositivos, monumentos, fotografías, pinturas, música, etc. (Bourdieu, 1986, p. 246). El capital institucionalizado está relacionado con el sistema educativo. El sistema educativo desempeña un papel importante a la hora de proporcionar estatus y reproducir la estructura de clases sociales (Swartz, 2011, pp. 112-113). Sin embargo, el capital cultural no puede traducirse directamente en capital económico (Dursun, 2018, p. 85).

El concepto de capital social revela las ganancias materiales y simbólicas que los individuos pueden obtener gracias a las relaciones que establecen. Como miembros de un grupo, los individuos desarrollan relaciones de reconocimiento y conocimiento mutuo (Bourdieu, 1986, p. 249). Estas redes se intentan fortalecer mediante la organización de eventos como vida nocturna, cenas, inauguraciones, proyectos benéficos, reuniones, viajes, cacerías, fiestas, recepciones, ceremonias, etc. De este modo, se invierte capital social (Bourdieu, 2016, p. 69-70). A través de las redes sociales, especialmente de Twitter, los periodistas pueden construir una reputación positiva o negativa y aumentar su capital social (Barnard, 2018, p. 75-76). El capital simbólico es una forma de capital «basada en el conocimiento y la aceptación» (Bourdieu, 1995, p. 159). En este contexto, Bourdieu afirma que el capital simbólico existe cuando se articula con otros tipos de capital. Por ejemplo, se considera que alguien con capital cultural científico tiene «autoridad legítima» (Bourdieu, 2015b, p. 233). En este caso, el capital simbólico se articula con el capital cultural. Al mismo tiempo, la «apariencia, el honor, el prestigio, la postura, los modales y los hábitos de habla» de un individuo constituyen indicadores del capital simbólico (Yel, 2014, p. 570). Por lo tanto, el capital simbólico es un signo de prestigio y un «capital de confianza» (Swartz, 2011, p. 132-133). Sin embargo, las actividades simbólicas en los campos de la ciencia, el arte y la religión, así como las actividades de responsabilidad social y la filantropía, no deben considerarse al margen de los intereses económicos (Swartz, 2011, p. 132).

En este contexto, el presente estudio se centra en los periodistas y trata de revelar cómo se posicionan en el campo, si existen desigualdades entre ellos y si sus posiciones afectan a sus prácticas profesionales.

### **3. METODOLOGÍA**

En el estudio, se analiza cómo se posicionan los periodistas en términos de clase en el ámbito del periodismo local y en qué se diferencian entre sí en función del capital que poseen. Con el objetivo de dar respuesta a estas preguntas. La población del estudio está formada por periodistas que trabajan en periódicos y sitios web de noticias locales, televisión y radio locales, y periodistas autónomos en Turquía.

Antes de la recopilación de datos, se obtuvo la aprobación ética (21.04.2022-344333) del Comité de Ética en Investigación Científica y Publicaciones en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Akdeniz el 20.04.2022 y se realizó una prueba piloto. De acuerdo con los comentarios recibidos, se finalizó y aplicó la encuesta. Durante la preparación de la encuesta, se utilizaron preguntas extraídas de la bibliografía y de diversos estudios sobre el periodismo local en Turquía (Hovden, 2008; Yılmaz, 2011; Aran, 2013; Dağ, 2018; Tokgöz, 2015). Yunusoğlu Eroğlu, 2019; Cengiz, 2021; Yılmaz, 2013; Asker, 1990; Seyhan, 2012; Yalçın, 2018; Bulut Kaderoğlu, 2017; Kaban, 2019; Arsal Gölcü, 2014; Çavuş, 2010; Balcı, 2010; Kutlu, 2014; Koçer, 2015). Los datos se recopilaron mediante una encuesta. La encuesta se elaboró a través del sistema Survey Monkey. No se registraron los nombres ni las direcciones IP de los participantes. Entre el 18 de julio y el 26 de octubre de 2022, los datos se recopilaron por correo electrónico, WhatsApp y Twitter. Debido al gran número de personas que trabajan en el periodismo local en Turquía, se utilizó un muestreo en red. Se intentó contactar con asociaciones de periodistas y sindicatos de toda Turquía por correo electrónico y por teléfono para pedirles que compartieran el enlace de la encuesta con sus miembros. Algunas organizaciones respondieron positivamente a esta solicitud, mientras que otras no lo hicieron.

En respuesta, la investigadora abrió una cuenta de Twitter (@isildcarkaci) el 18 de julio para ponerse en contacto con periodistas. En la sección de biografía de su cuenta, publicó una nota informativa en la que indicaba que esta cuenta se había abierto con fines de investigación. La nota informativa y el enlace a la encuesta se enviaron de forma directa a los periodistas locales que aceptaron participar y a aquellos cuya cuenta de Twitter era pública a través de la sección de mensajes. A los periodistas contactados a través de Twitter también se les pidió que compartieran la encuesta en grupos de WhatsApp. Se enviaron mensajes recordatorios a las cuentas que no respondieron. Se consideraron válidas para el análisis un total de 467 encuestas. En este contexto, los datos cuantitativos se analizaron utilizando el programa estadístico IBM SPSS, edición 29, y se realizaron análisis de frecuencia, chi-cuadrado y correspondencia múltiple. Los análisis de chi-cuadrado se interpretaron basándose en un nivel de significación de  $P = 0,05$ . En cuanto a la validez de los datos de la investigación cuantitativa, se comprobó si existían similitudes y agrupaciones entre las respuestas dadas a la encuesta (Neuman, 2006, p. 285), y se observó que las respuestas eran similares y estaban agrupadas.

Para llevar a cabo el análisis de correspondencias múltiples en el proceso operativo de la investigación, los datos se organizaron para que tomaran los valores 0 y 1, y se crearon nuevas variables e índices como la clase social, el capital cultural, el capital económico, el capital social y el capital simbólico. En consecuencia, las respuestas “presentes” y “positivas” se evaluaron con 1 punto, mientras que las respuestas «ausentes» y «negativas» se evaluaron con 0 puntos.

Desde la perspectiva de Bourdieu, los capitales más importantes para la posición de clase o social son el capital económico y el cultural. Por lo tanto, se utilizaron las variables de ingresos y educación para crear el índice de clase. Con estas dos variables, se determinaron las posiciones de clase de los periodistas locales mediante la estrategia de interseccionalidad mostrada por Arun (2017) en su estudio. En consecuencia, las posiciones de clase de los periodistas se dividieron en 10 categorías diferentes. A continuación, se emparejaron otras categorías de educación con los puntos de corte de ingresos. A partir de estas categorías se creó una variable de clase. En la variable de clase, las 10 categorías se combinaron y organizaron en cinco: clase baja, clase media baja, clase media, clase media alta y clase alta (véase la tabla 1). Se tomaron como base las cinco categorías de clase utilizadas en el estudio de Arun (2017). La situación de ingresos se basa en el salario mínimo neto de abril de 2022, cuando se realizó la encuesta.

**Tabla 1**

*Variable de Índice de Clase*

Definición de una Variable de Clase					Categorías	Variable de Clase	
Categorización	Escuela primaria+ Escuela secundaria+ Estudio de dos años	Pregrado+ Posgrado			ISVL + EL	1	Clase
					LIS + EL	2	Baja
			Bajo nivel académico (EL, por sus siglas en inglés)	Alto nivel académico (EH, por sus siglas en inglés)	<b>Nueva Variable</b>	3	Clase Media Baja
Por debajo del salario mínimo	Nivel de ingresos Muy bajo (ISVL, por sus siglas en inglés)	X	X	LIS + EH		4	
5,500-9,999 TL	Nivel de Ingreso Bajo (LIS, por sus siglas en inglés)	X	X	ISM + EL		5	Clase Media
10,000 -14,999 TL	Nivel de Ingreso Medio (ISM,	X	X	ISM + EH		6	

Demir-Çarkacı, Işıl y Karaduman, Murad  
*¿Existen igualdades o desigualdades entre los periodistas locales?*

	por sus siglas en inglés)						
15,000-19,999 TL	Nivel de Ingreso Medio Superior (ISMU, por sus siglas en inglés)	de	X	X		ISMU+ EL	7
							Clase Media Alta
20,000 TL/+	Nivel de Ingreso Alto (ISH, por sus siglas en inglés)	de	X	X		ISMU + EH	8
						ISH + EL	9
						ISH+EH	10
							Clase Alta

**Fuente:** Elaboración propia.

En el índice de posesión de capital económico, los participantes con una puntuación de 0 se codificaron como sin capital económico (Sin EC, por sus siglas en inglés), los que obtuvieron una puntuación de 1 como con baja posesión de capital económico (ECL, por sus siglas en inglés), los que obtuvieron puntuaciones de 2 y 3 como con posesión de capital económico medio (ECM, por sus siglas en inglés) y los que obtuvieron una puntuación de 4 como con alta posesión de capital económico (ECH, por sus siglas en inglés). Otro índice de capital creado es el índice de capital cultural. Dado que el capital cultural se divide en tres tipos (capital cultural incorporado, objetivado e institucionalizado), primero se crearon las variables de los índices de estos capitales. Cada uno de estos índices se codifica como 1 si no hay posesión de capital, 2 si es baja, 3 si es media y 4 si es alta. Al sumar los tres índices, se obtuvo la puntuación más alta de 12 puntos en posesión de capital cultural. En consecuencia, los participantes con 1-2-3 puntos se codificaron como sin posesión de capital cultural (Sin CC, por sus siglas en inglés); los que tenían 4-5-6 puntos, como con baja posesión de capital cultural (CCL, por sus siglas en inglés); los que tenían 7-8-9 puntos, como con posesión media de capital cultural (CCM, por sus siglas en inglés); y los que tenían 10-11-12 puntos, como con alta posesión de capital cultural (CCH, por sus siglas en inglés).

Otro índice de posesión de capital es el capital social y simbólico. La puntuación total es de 32 cuando se suman los puntos otorgados a las respuestas. En consecuencia, quienes obtuvieron 0 puntos recibieron el código de no tener capital simbólico y social (Sin SS, por sus siglas en inglés); quienes obtuvieron entre 1 y 10 puntos, se les asignó el código de tener un capital simbólico y social bajo (SSL, por sus siglas en inglés); quienes obtuvieron entre 11 y 20 puntos, se les asignó el código de tener un capital simbólico y social medio (SSM, por sus siglas en inglés); y quienes obtuvieron entre 21 y 32 puntos, se les asignó el código de tener un capital simbólico y social alto (SSH, por sus siglas en inglés).

#### 4. RESULTADOS

De los encuestados, el 42,4 % eran mujeres y el 57,6 %, hombres. Al analizar los datos por categorías de edad, se observó que los periodistas de entre 20 y 29 años, 30 y 39 años y 40 y 49 años respondieron al cuestionario en proporciones similares (26,2 %, 26,2 % y 27,9 %), mientras que los periodistas de 60 años o más (4,1 %) participaron menos que otros grupos de edad. El 12 % de los participantes declaró que trabajaba en un canal de televisión local, el 46,5 % en un periódico local, el 26,9 % en un sitio web de noticias, el 11,5 % como autónomos, el 2,0 % en la radio, el 0,9 % en plataformas digitales y el 0,2 % en una imprenta. Los participantes podían seleccionar más de una opción en la pregunta sobre sus puestos de trabajo. En consecuencia, los puestos más comunes fueron reportero (48,2 %), editor (40,2 %), columnista (31,7 %), redactor jefe (26,3 %), fotoperiodista (19,4 %), director de noticias (17,9 %) y concesionario (24,8 %) (Véase la Tabla 2).

**Tabla 2**

*Datos Demográficos*

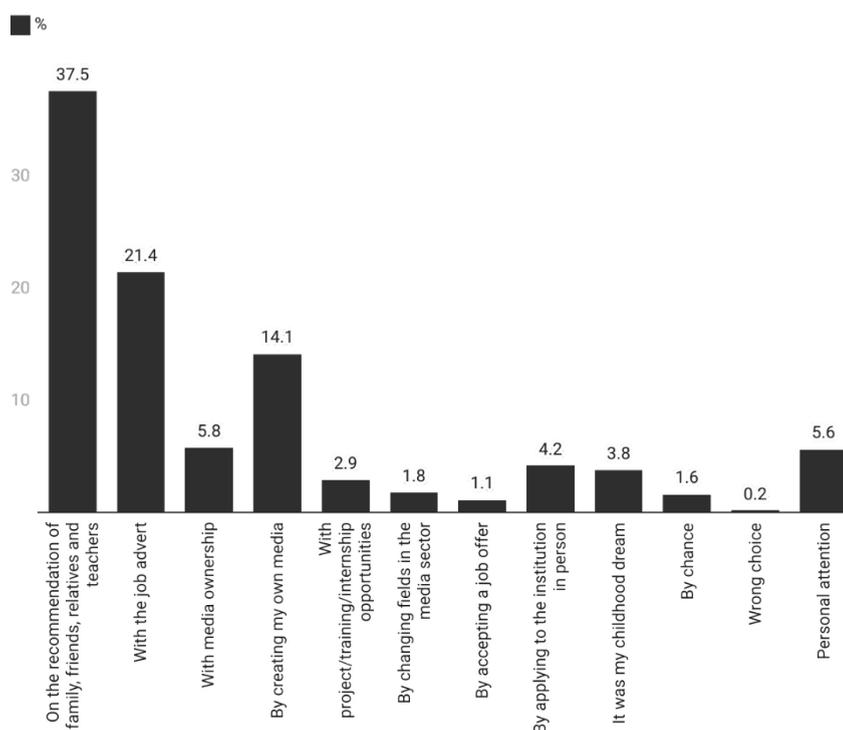
		Frecuencia	%	N; respuesta	Sin
<b>Genero</b>	Femenino	196	42,4		
	Masculino	266	57,6	462; 5	
<b>Edad</b>	20-29	121	26,2		
	30-39	121	26,2		
	40-49	130	27,9	462; 5	
	50-59	72	15,6		
	60 y por encima	19	4,1		
<b>Tipo de Institución</b>	Canal TV	53	12,0	443; 24	
	Periódico Local	206	46,5		
	Sitios de noticias Locales	119	26,9		
	Independiente	51	11,5		
	Radio	9	2,0		
	Plataformas Digitales	4	.9		
	Prensa impresa	1	.2		
<b>Nivel Escolar</b>	Escuela primaria	8	1,7	462;5	
	Escuela secundaria	100	21,6		

	Estudio de dos años	82	17,7
		230	49,8
	Pregrado	42	9,1
	Posgrado		

Fuente: Elaboración propia.

Cuando se les preguntó cómo habían comenzado su carrera profesional, los participantes afirmaron que habían sido contratados por recomendación. El análisis muestra que el 37,5 % de los participantes comenzaron su carrera profesional gracias a la recomendación de amigos, compañeros de trabajo, familiares o parientes, o profesores de la universidad o del instituto (Véase la Figura 1).

**Figura 1**  
 ¿Cómo te iniciaste en periodismo?



Fuente:  
 Elaboración

Number of respondents: 448 Unanswered:19, Total: 467  
 Created with Datawrapper

propia.

Como se observa en la Tabla 3, que incluye declaraciones sobre ética, el 78 % de los participantes piensa que el nivel de ingresos es efectivo en las violaciones de los principios éticos por parte de los trabajadores de los medios. De nuevo, el 73 % de los participantes afirmó que los periodistas cometen violaciones éticas al transmitir la verdad y citar fuentes en sus noticias. Además, el 53 % no asocia el periodismo de calidad con tener un gran número de lectores. Asimismo, el 57 % no está de acuerdo con la idea de que la ética de la prensa haya mejorado.

**Tabla 3**  
*Participación en expresiones relacionadas con periodistas y ética.*

	De acuerdo	Indeciso	Desacuerdo	Sin respuesta	N
El hecho de que los periodistas tengan muchos lectores es una señal de la calidad de su trabajo.	%32	%14	%53	17	450
El nivel de ingresos de los empleados de los medios de comunicación puede dar lugar a conductas poco éticas.	%78	%15	%7	24	443
La mayoría de los periodistas cometen inexactitudes al informar y citar fuentes.	%73	%18	%9	24	443
La ética de la prensa está mejorando.	%18	%25	%57	21	446

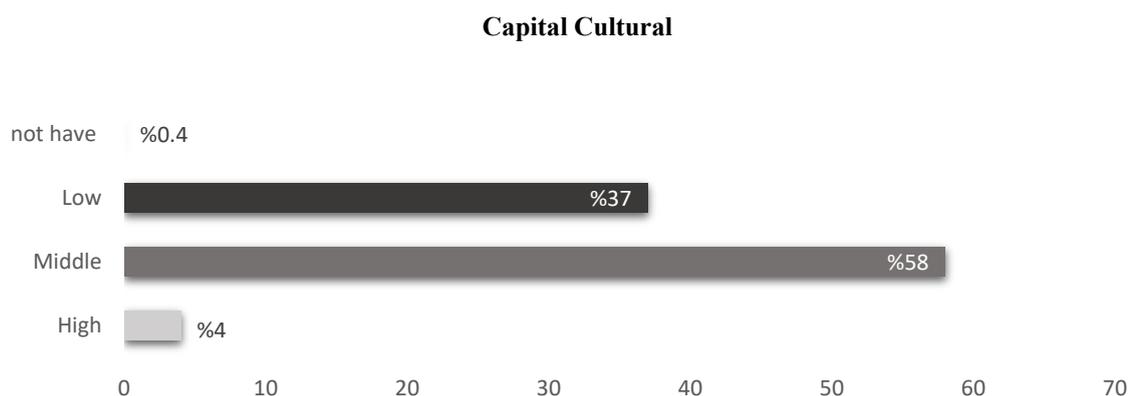
**Fuente:** Elaboración propia.

Cuando analizamos el estatus de clase de los periodistas, el 33,8 % pertenece a la clase baja, el 43,6 % a la clase media baja, el 14,7 % a la clase media, el 5 % a la clase media alta y el 2,9 % a la clase alta. La mayoría de los periodistas participantes son de clase media baja, clase baja y clase media. Cuando analizamos su capital, encontramos que el 58 % de los participantes tenía un capital cultural medio, el 37 % tenía un capital cultural bajo y el 4 % tenía un capital cultural alto (Véase la Figura 2).

**Figura 2**  
*Posesión del Capital Cultural*

Número de encuestados: 467  
 Número Total de Encuestados:467

**Fuente:** Elaboración propia.



Para determinar el capital cultural encarnado, se les hizo preguntas a los participantes sobre la educación de sus familias, sus ocupaciones, el número de hermanos, los gustos de sus padres y dónde crecieron. De los periodistas que participaron en la encuesta, el 47,2 % creció en ciudades metropolitanas, mientras que el 52 % creció en provincias, distritos y aldeas. En este contexto, según los resultados del análisis, se observa que los niveles educativos de sus madres (53,6 %) y padres (49,2 %) de los participantes se encuentran mayoritariamente en el nivel de educación primaria. Sin embargo, cuando

se comparan los niveles educativos de las madres según otros niveles, no hay ninguna madre con estudios de posgrado, mientras que el 22,4 % de las madres son analfabetas. Por otro lado, los padres tenían niveles más altos de educación secundaria (24,8 %), posgrado y pregrado (14,1 %) que las madres (secundaria 17,8 %; pregrado 4 %). Cuando analizamos las ocupaciones de sus madres y padres, el 66,2 % de ellas son amas de casa, el 8,1 % están jubiladas, el 6,5 % son pequeños comerciantes, el 4,9 % son trabajadoras agrícolas, el 4,4 % son trabajadores, el 0,5 % son trabajadores no registrados, y el 9,4 % tiene ocupaciones en las categorías de maestra, pedagoga, enfermera, psicóloga y trabajadora de medios (periodista). El 76 % de sus padres eran jubilados, pequeños comerciantes, obreros, trabajadores agrícolas, funcionarios públicos y trabajadores informales; el 17,9 % eran médicos, artistas, ingenieros, maestros, periodistas, abogados, miembros de facultades, policías, coroneles, etc., y el 6,1 % pertenecían a otros grupos ocupacionales. Para saber cuántas personas crecieron en una familia, se preguntó a los participantes cuántos hermanos tenían. El 38,6 % de los participantes tenía cuatro o más hermanos, el 17,4 % tenía dos hermanos y el 17 % tenía tres hermanos. La tasa de participantes sin hermanos y con dos hermanos es del 27 %.

En las preguntas que miden los gustos de sus padres, se les pidió a los participantes que marcaran más de una opción para proporcionar información sobre los gustos de sus padres. En consecuencia, declararon que sus padres veían la televisión (62,1 %), les gustaban las comidas tradicionales (49 %), leían libros (32,5 %), escuchaban música artística turca (28,4 %) y canciones folclóricas o arábicas (23,3 %), e iban a cafés (21,9 %). En cuanto a los gustos de sus madres, declararon que veían televisión (67 %), les gustaban las comidas tradicionales (58,4 %), los encajes de punto (44,8 %), hacían excursiones de un día (38,3 %), escuchaban música artística turca (29,6 %) y leían libros (24,7 %). Las actividades más frecuentes de los propios participantes fueron leer libros (68 %), ir a restaurantes (65,4 %), ir a cafés o bares (58,2 %), nadar (47,9 %) e ir a conciertos (47,3 %).

Cuando analizamos el índice de capital cultural objetivado, vimos que el 41,8 % de los participantes tenía un capital cultural objetivado medio, el 39,9 % tenía un capital cultural objetivado bajo y el 15,7 % no tenía este capital. Se preguntó a los participantes si tenían publicaciones de algún tipo y qué artículos se encontraban en la casa donde crecieron. En esta pregunta, los participantes marcaron más de una opción. En consecuencia, el 68,9 % de los participantes seleccionó enciclopedias, el 65 % seleccionó estanterías, el 42 % seleccionó damas/tableros de ajedrez, el 33,3 % seleccionó objetos religiosos, el 21,4 % seleccionó tapices, el 17,1 % seleccionó *baglama/saz*, el 12,7 % seleccionó revistas de salud/belleza/decoración, el 5,5 % seleccionó periódicos extranjeros, el 2,4 % seleccionó pianos y el 12,5 % no seleccionó ninguno de los anteriores. En cuanto a si han publicado algún trabajo, el 78,5 % afirmó que no ha publicado ningún trabajo de ficción, no ficción o científico.

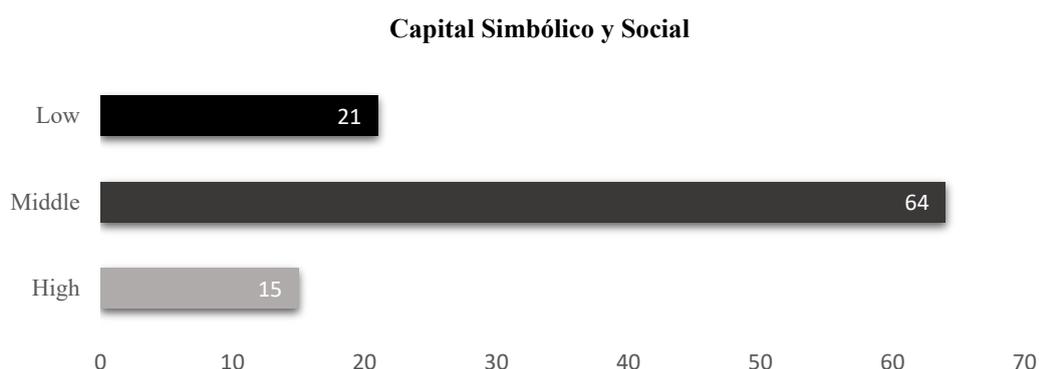
El último capital cultural es el capital cultural institucionalizado. La posesión del capital institucionalizado por parte de los participantes es baja, del 51,5 %, y media, del 39,6 %. Para medir la posesión institucionalizada del capital cultural de los participantes, se les preguntó sobre su nivel educativo, sus habilidades en idiomas

extranjeros, sus conocimientos técnicos y sus niveles de competencias. Cuando examinamos sus niveles educativos, el 41,1 % son graduados de escuela primaria/secundaria/grado asociado, el 58,9 % son graduados de pregrado y posgrado. Por otro lado, el 34,8 % se graduó en facultades de comunicación y el 23,6 %, en facultades no afines a comunicación. Cuando se les preguntó sobre el nivel de conocimiento de un idioma extranjero, el 40 % de los participantes afirmó tener un conocimiento deficiente, el 47 % tenía un conocimiento medio y el 13 % tenía un buen conocimiento. Cuando se les preguntó a los participantes qué conocimientos y competencias tenían, se les permitió marcar más de una opción. Los participantes respondieron a esta pregunta de la siguiente manera: examinar/controlar lo que hacen otras organizaciones de noticias en las redes sociales (83,4 %), encontrar contenido generado por el usuario u otro contenido de redes sociales (54,1 %) y usar análisis de redes sociales (52,3 %), verificar información y usar herramientas de verificación (47,5 %), usar datos, visualización y análisis de datos (41,9 %), grabar/administrar transmisiones en vivo (41,2 %) y hacer/editar vídeos (41 %).

La mayoría de los periodistas que participaron en la encuesta, el 64 por ciento, tienen un nivel medio de posesión de capital social y simbólico. El 21 % tiene un bajo nivel de posesión de dicho capital, mientras que el 15 % tiene un alto nivel (Véase la Figura 3). En este índice, se hicieron preguntas sobre las organizaciones en las que los periodistas son miembros y gerentes, sus afiliaciones sindicales, premios y becas, si participan en proyectos y sus prácticas profesionales prestigiosas en el campo. En consecuencia, el 54,5 % de los participantes no tiene carné de prensa y el 77,6 % no está afiliado a ningún sindicato.

**Figura 3**

*Posesión del Capital Simbólico y Social*



**Fuente:** Elaboración propia.

Cuando se les preguntó a los participantes si eran miembros de alguna institución, asociación o partido y si eran gerentes, el 53,1 % afirmó que era miembro de organizaciones de la sociedad civil a nivel local. Esta tasa es del 36,3 % a nivel nacional y del 11,5 % a nivel internacional. La membresía en una asociación/sociedad/sindicato/organización de periodismo a nivel nacional es del 49,1 %, y del 15,2 % a nivel internacional. En cuanto a la militancia partidaria, el 23,6

% de los participantes manifestó ser o haber sido militante de un partido político, mientras que el 25,8 % afirmó no pertenecer a ninguna organización o partido político. Cuando observamos el estado de ser gerente/comité y jurado, se aprecia que sus tasas disminuyen en comparación con la membresía. Mientras que el 34,1 % de los participantes afirmó ser gerente de una organización relacionada con el periodismo, el 27,3 % afirmó ser gerente de una organización de voluntariado local. Además, el 18,5 % de los participantes eran miembros de comités de periodismo, el 11,2 % eran miembros de jurados de periodismo, el 8,4 % eran gerentes actuales o pasados de un partido político a nivel local y el 46,5 % no eran gerentes de ninguna organización o partido. Por otro lado, el 55,9 % de los periodistas ha señalado no haber recibido ningún premio o beca. Existe una diferencia significativa, desde un punto de vista estadístico, entre hombres y mujeres en esta pregunta.

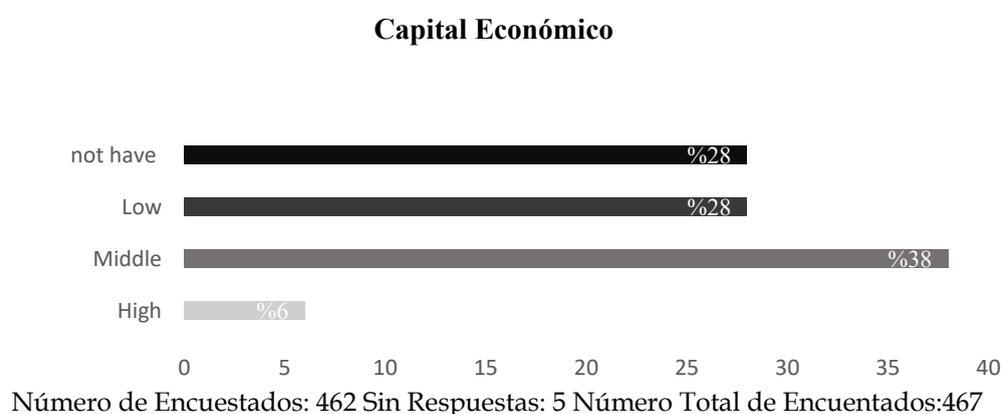
Se observó que los participantes masculinos (60,2 %) recibieron más premios que las participantes femeninas (50,3 %) (Chi-cuadrado = 4,43; df = 1; p = 0,035). Las noticias del 73,9 % de los participantes fueron cubiertas en periódicos nacionales. Además, el 37,5 % de las noticias se presentaron al Parlamento como pregunta parlamentaria. El 71,3 % de los participantes habló en la televisión o la radio locales. La tasa de participación en diversos proyectos, trabajos o reuniones con personalidades conocidas en el ámbito del periodismo local es del 87 %. Esta tasa es del 61,8 % a nivel nacional y del 49,8 % a nivel internacional. La tasa de quienes imparten cursos de formación en alguna materia relacionada con el periodismo es del 34,5 %. La tasa de quienes son profesores invitados en la universidad es del 10,8 %.

Para medir su capital social, se les hicieron las siguientes preguntas: «¿Tienen familiares que sean periodistas? ¿Quiénes fueron las personas que los apoyaron para llegar al puesto que ocupan hoy? ¿Quiénes los apoyaron cuando decidieron convertirse en periodistas? ¿Con quiénes se encuentran con frecuencia en su vida social?». La mayoría de los participantes (69,2 %) afirmó no tener familiares periodistas. Quienes declararon tener familiares periodistas declararon que sus familiares (14,2 %), cónyuges/parejas (9,2 %), hermanos (9,2 %), padres (5,9 %), hijos (2,4 %) y madres (0,9 %) eran periodistas. Cuando se les preguntó si tenían personas que los apoyaran para alcanzar su puesto actual, el 49,8 % de los participantes respondió de forma negativa, mientras que el 50,2 % afirmó que tenía personas que lo hacían. Cuando se les preguntó a los periodistas si había personas en su campo cuyas opiniones consultaban o en las que confiaban sobre su trabajo, el 76,7 % afirmó que había personas con las que intercambiaban ideas, mientras que el 23,3 % afirmó que no. Cuando se les preguntó con qué frecuencia se reúnen con personas de sus círculos sociales que también pueden ser fuentes de noticias, afirmaron que a menudo se reúnen con sus colegas (60,4 %), altos ejecutivos de radio, televisión y prensa (60,5 %), periodistas conocidos en el campo (65,9 %), gerentes de instituciones privadas y públicas (56,2 %), políticos (50,3 %), académicos (61,8 %) y deportistas o celebridades conocidas (45,7 %).

En el índice de posesión de capital económico, se intentó medir el capital económico de los participantes mediante preguntas sobre vivienda, automóvil, ingresos y trabajo adicionales. Según los resultados del análisis, se observa que el capital económico de

los periodistas participantes en la encuesta no es elevado (6 %). El 38 % de los participantes tiene un nivel medio de capital económico y el 28 %, bajo. Lo llamativo aquí es que el 28 % de los periodistas participantes no posee capital económico. El estado de ingresos no se incluye en este índice, ya que se utiliza en la construcción del índice de clase social. Cuando observamos el estado de ingresos, el 63,2 % de los periodistas que participaron en la encuesta ganan entre 5500 y 9999 liras turcas. El 14,3 % gana menos del salario mínimo, el 14,7 % gana entre 10 mil y 14 999 liras turcas, el 5 % gana entre 15 mil y 19 999 liras turcas, el 2,9 % gana 20 mil o más, y el 57,9 % de los encuestados no posee coche. Cuando observamos la tasa de posesión de la vivienda, el 59,4 % no posee una casa. El 75,4 % no tiene trabajo adicional y el 65,3 % no tiene ingresos adicionales (Véase la Figura 4).

**Figura 4**  
*Posesión del Capital Económico*



**Fuente:** Elaboración propia.

El mapa que muestra la distribución de los capitales en el campo del periodismo local y la posición de clase de los periodistas se creó mediante el análisis de correspondencias múltiples (Véase la Figura 1). El mapa muestra la distribución de la experiencia, el capital económico, el capital social y simbólico en el eje horizontal, y la distribución del capital cultural en el vertical. Como se puede observar, los periodistas se posicionan a la izquierda y las periodistas a la derecha. En el mapa se distinguen de manera fácil las clases sociales de los periodistas según su sexo. Los periodistas varones tienen más probabilidades de pertenecer a las clases media, media alta y alta que las mujeres periodistas. Los niveles de ingresos y educación permiten a los hombres situarse en las clases media, media alta y alta.

Los periodistas varones de clase alta, media alta y media tienen niveles medios y altos de posesión del capital económico. Estos periodistas tienen más de diez años de experiencia. Entre los periodistas con capital económico medio, la tasa más alta se encuentra entre los que tienen entre 16 y 20 años de experiencia. Los que tienen una mayor posesión de capital económico tienen más de 20 años de experiencia y entre 11 y 15 años de experiencia. Su posición social también afecta de manera positiva a su posesión simbólica y social del capital. A medida que aumenta su posición social y su experiencia, también aumenta en paralelo su posesión de capital social y simbólico.

Los periodistas varones de clase media, media alta y alta tienen niveles más altos de capital simbólico y social que las mujeres periodistas. La posesión del capital simbólico y social en el nivel medio es igual para hombres y mujeres. Una vez más, la falta de este capital no se da en ambos grupos.

A medida que la experiencia profesional de los periodistas disminuye de las clases altas a las bajas, también cambia el volumen de su posesión de capital. Hay más mujeres periodistas en la clase media baja: una periodista de clase baja puede ascender a la clase media baja solo si tiene un alto nivel de educación. Incluso si tienen un alto nivel de educación, sus ingresos son bajos. Esto demuestra que existe desigualdad de ingresos según el género en este campo y que el nivel de ingresos no se determina según el nivel de educación. Por lo tanto, el volumen de su capital económico disminuye. En comparación con los hombres, las periodistas generalmente carecen de capital económico o tienen un capital económico bajo. Entre las mujeres, las que tienen el nivel más bajo de capital económico son las periodistas con experiencia de entre 6/10 y 1/5 años. El grupo con menor nivel de capital social y simbólico son las que tienen 1/5 años y menos de 1 año de experiencia. Aunque su capital social se encuentra generalmente en un nivel medio, el nivel más alto se encuentra entre las periodistas con 6/10 años de experiencia.

Entre la clase baja, los periodistas varones están sobrerrepresentados. La falta de educación y de ingresos son las razones por las que los periodistas pertenecen a la clase baja. Dado que la posición social de estos periodistas es baja, se espera que el volumen de su posesión de capital sea bajo. Sin embargo, los periodistas varones pertenecientes a la clase baja tienen niveles moderados de capital económico, simbólico y social. Dado que tienen un nivel medio de capital económico, se puede interpretar que son propietarios de valores materiales transmitidos por sus familias, propietarios de periódicos en línea o jubilados.

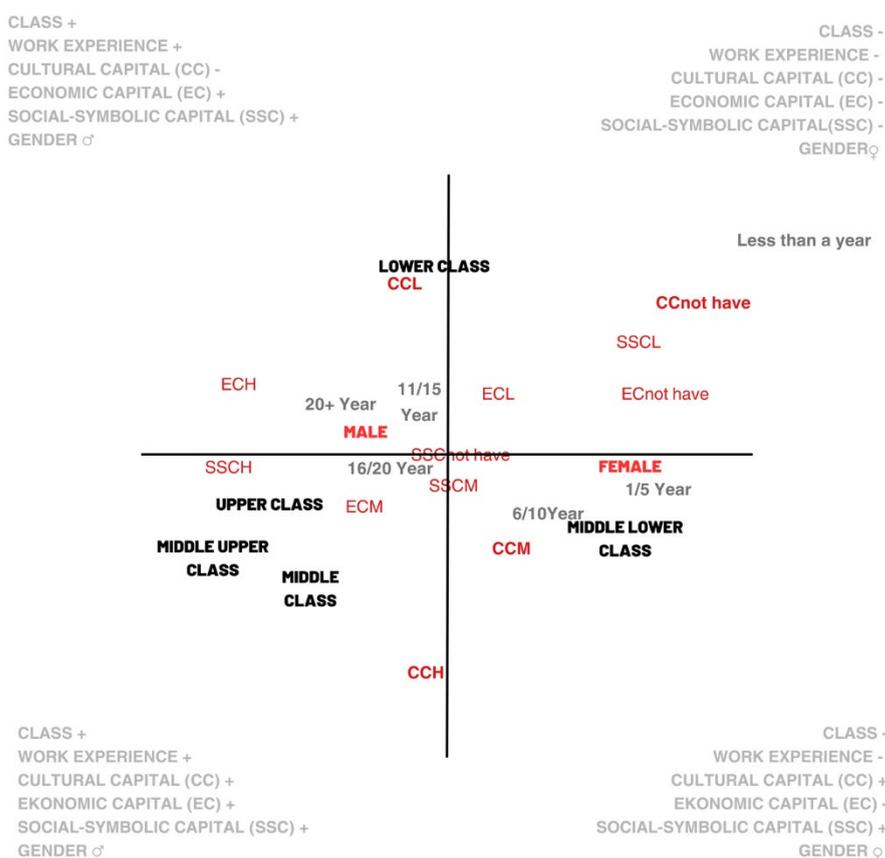
Como se observa en el mapa (Véase la Figura 1), la posesión de capital cultural constituye el punto de quiebre. En el caso de los hombres, los periodistas de clase baja tienen un capital cultural bajo. Entre las mujeres, las que tienen un capital cultural de nivel medio son proporcionalmente más que los hombres. Entre las mujeres, la proporción más alta de posesión de nivel medio se encuentra entre aquellas con una experiencia laboral de entre 1/5 y 6/10 años. El grupo con altos niveles de capital cultural es minoritario e incluye tanto a hombres como a mujeres. Si bien el volumen de posesión del capital cultural entre las mujeres periodistas se encuentra en un nivel medio en la clase media baja, en un nivel medio en la clase media, media alta y alta entre los periodistas masculinos.

El análisis revela que la posición social y la posesión del capital se clasifican en oposición a la experiencia y el género. En el mapa, los periodistas masculinos con más experiencia y una posición de clase más alta se posicionan en oposición a las mujeres periodistas con una posición y experiencia de clase más baja. Si bien el volumen de capital cultural y económico de los hombres aumenta en paralelo con su posición de clase, la situación es diferente para las mujeres periodistas. Aunque las mujeres periodistas se posicionan en la clase media baja y tienen menos experiencia que los hombres, su capital simbólico, social y cultural, aparte de su capital económico, se

encuentran en niveles medios. Como era de esperar, los periodistas con alta experiencia que se ubican en las clases media, media alta y alta tienen altos niveles de capital económico, simbólico y social, mientras que su capital cultural se encuentra en un nivel medio, similar al de las mujeres periodistas. Esto demuestra que, aunque el nivel de educación es un factor determinante en el avance de clase de los hombres, su nivel de ingresos tiene más influencia. La diferencia entre los niveles de ingresos de mujeres y hombres hace posible que las mujeres se sitúen en una clase superior. Por otro lado, aunque su posición de clase es baja, el hecho de que tanto el capital simbólico como el cultural se encuentren en un nivel medio demuestra que el nivel de educación es más efectivo en el volumen de capital de las periodistas.

**Figura 1**

*Capital Propio y Posición de Clase de los Periodistas en el Sector (Análisis de Correspondencias Múltiples)*



Fuente: Elaboración propia.

## 5. CONCLUSIONES Y DEBATES

En Turquía, los factores culturales, tecnológicos, políticos y económicos tienen un profundo impacto en el periodismo local, que se enfrenta a una serie de retos derivados de estas dinámicas. Las estrategias adoptadas por las instituciones periodísticas locales para afrontar estas cuestiones desempeñan un papel decisivo en la configuración de su posición dentro del sector. Por ejemplo, las instituciones periodísticas pueden optar por situarse en el bando que resiste a las presiones políticas y económicas o pueden alinearse con estos campos para reforzar su propia posición, convirtiéndose así en parte. Esta situación no solo influye en los aspectos estructurales del periodismo local, sino también en su contenido y dinámica organizativa, y a menudo contribuye a la polarización dentro del campo. Los retos que plantea la digitalización son compartidos por muchos periódicos locales y algunos luchan por sobrevivir ante estas presiones. En un entorno tan desigual, surgen preguntas críticas: ¿Crean estas condiciones distinción entre los periodistas? ¿Se diferencian de sus colegas? Este estudio se centra en los factores que generan desigualdades entre los periodistas, utilizando el concepto de capital de Bourdieu. Las preguntas de investigación son las siguientes: ¿Cómo se posicionan los periodistas en el ámbito del periodismo local en términos de clase? y ¿Cómo se diferencian entre sí los periodistas del periodismo local en función de los tipos y volúmenes de capital que poseen? El estudio examina las posiciones de clase de los periodistas que trabajan en este campo y analiza los tipos y volúmenes de capital cultural, económico, social y simbólico que poseen. Además, investiga si estas formas de capital influyen en la manera en que los periodistas desempeñan sus funciones profesionales.

En primer lugar, el estudio trata de responder a la pregunta: ¿Cuál es la posición de clase de los periodistas en el ámbito del periodismo local? En el presente estudio, la clase social se define en función de los ingresos y la educación. Los resultados indican que la mayoría de los periodistas locales no proceden de entornos familiares socioeconómicamente privilegiados y pertenecen su mayoría a los grupos de clase baja, media-baja y media. Esto sugiere que los retos económicos a los que se enfrenta el periodismo local en Turquía tienen un impacto directo en el nivel de vida de los periodistas. Estos resultados coinciden con las conclusiones de estudios similares. Fígaro et al. (2014, p. 396) señalaron en su investigación que la mayoría de los periodistas pertenecen a la clase media. Del mismo modo, Dağdelen (2018, p. 185), en su estudio sobre el periodismo local en Denizli (Turquía), llegó a la conclusión de que los hijos de familias que, desde un punto de vista económica, son privilegiadas tienen menos probabilidades de dedicarse al periodismo.

Otra cuestión clave abordada en el presente estudio es la siguiente: ¿Cómo se diferencian entre sí los periodistas del ámbito del periodismo local en función del capital que poseen? Los resultados indican que los tipos y los volúmenes de capital que poseen los periodistas varían dentro del sector. También se observó que, incluso entre periodistas pertenecientes a la misma clase social, las diferencias en el volumen de capital pueden ser significativas. Al examinar la posesión del capital, se observa que los periodistas poseen mayores niveles de capital social y simbólico en comparación con otras formas de capital. Esto parece deberse tanto a la naturaleza de la profesión

periodística, que se basa en la creación de relaciones con fuentes locales, como al hecho de que muchos periodistas trabajan en las regiones en las que nacieron y crecieron. La mayoría de los periodistas tienen un nivel moderado de capital cultural. Sin embargo, el nivel de capital económico – medido a través de indicadores como la propiedad de vivienda y automóvil, ingresos adicionales y empleo secundario – es inferior al de otras formas de capital. La ausencia de capital económico entre algunos periodistas locales es, en particular, llamativa. Los niveles generalmente bajos de capital, tanto económico como cultural, entre los periodistas corroboran aún más las conclusiones de estudios similares (Başaran İnce, 2019, p. 57).

Los resultados del análisis indican que los periodistas locales no comparten unas condiciones uniformes, y esta disparidad se hace especialmente pronunciada cuando se examina desde la perspectiva de género. Se puede afirmar que los periodistas con mayores niveles de capital son predominantemente hombres. Los periodistas masculinos con mayores niveles de ingresos y educación tienen más probabilidades de situarse en las clases media, media-alta o alta en comparación con sus homólogas femeninas. En consecuencia, puede afirmarse que los periodistas masculinos son los interesados dominantes en este ámbito. Sin embargo, el predominio de los periodistas masculinos no es un problema exclusivo de Turquía, como demuestran los estudios existentes. La investigación ha demostrado que los campos periodísticos están por lo general dominados por periodistas masculinos, que también superan en número a sus colegas femeninas (Sunarto, 2020, p. 11; Djerf-Pierre, 2007, p. 99).

Al examinar cómo se diferencian los periodistas en cuanto a los tipos y volúmenes de capital desde una perspectiva de género, surgen patrones distintos. Desde el punto de vista del capital económico, los periodistas varones tienden a incrementar su capital económico a medida que aumenta su experiencia, lo que les permite situarse en las clases media y alta. Del mismo modo, Hovden (2023, p. 702) muestra que la experiencia es un factor diferenciador clave que separa a los periodistas establecidos de los recién llegados, a los más experimentados de los menos experimentados, a los grupos de mayores ingresos de los de menores ingresos y, en muchos casos (con la exclusión de los países más colaborativos), a los hombres de las mujeres. Así pues, la experiencia se considera un factor clave en la acumulación de capital. Sin embargo, Davidson y Meyers (2014, pp. 14-15) señalan en su estudio el impacto negativo de la experiencia en los ingresos. Por el contrario, las conclusiones de este estudio sugieren que la experiencia desempeña un papel significativo en el aumento del volumen de capital económico. Sin embargo, Davidson y Meyers (2014, pp. 14-15) señalan en su estudio el impacto negativo de la experiencia en los ingresos. Por el contrario, las conclusiones de este estudio sugieren que la experiencia desempeña un papel significativo en el aumento del capital económico. No obstante, es evidente que se necesitan más datos para explicar estas diferencias por completo. Entre los periodistas varones de clase baja, el nivel de posesión de capital económico, simbólico y social se mantiene en un nivel moderado. En estos casos, la posición de clase no determina por sí sola el volumen de capital. En cambio, factores como los bienes materiales heredados, las prestaciones de jubilación o los recursos financieros obtenidos a través de la propiedad de periódicos en línea pueden influir en su acumulación de capital. A la vista de estos

resultados, puede afirmarse que la posición de los periodistas masculinos en este campo viene determinada en gran medida por su capital económico. Desde el punto de vista de las mujeres periodistas, los grupos más vulnerables en términos de capital económico son las que son nuevas en este campo y las que tienen una experiencia limitada. Estas periodistas carecen por completo de capital económico o lo poseen en niveles significativamente inferiores.

Desde la perspectiva del capital cultural, es evidente que el volumen de capital cultural heredado de la familia entre los periodistas locales es por lo general bajo. Por tanto, la posesión de capital cultural constituye un importante punto de diferenciación entre los periodistas locales. Las diferencias de género en la posesión de capital cultural son especialmente notables. Las mujeres periodistas, aunque pertenecen a la clase media, suelen situarse en el segmento medio-bajo de esta clase social. Estas mujeres periodistas suelen tener menos de diez años de experiencia profesional y poseen niveles moderados de capital cultural. Sin embargo, a pesar de su posición en la clase media, sus niveles de capital cultural son comparables a los de los periodistas masculinos de clase media, media-alta y alta. Esto sugiere que una mujer periodista de clase baja puede ascender a una clase superior a medida que aumenta su nivel de capital cultural. Los resultados del estudio indican que, para las mujeres periodistas, la experiencia y la educación son factores importantes en la movilidad ascendente de clase. Este resultado coincide con las conclusiones de la bibliografía existente (Djerf-Pierre, 2007, p. 98). Sin embargo, incluso cuando las mujeres periodistas tienen mayores niveles de educación, sus ingresos siguen siendo bajos. Esto sugiere no sólo que el capital cultural varía entre periodistas hombres y mujeres en función de sus posiciones de clase, sino también que, dentro de la misma clase, el volumen de capital cultural difiere entre hombres y mujeres. Esto indica que el capital cultural de los periodistas hombres y mujeres difiere en función de sus posiciones de clase, y demuestra que, incluso dentro de la misma clase, el volumen de capital cultural entre periodistas hombres y mujeres no es igual. Entre las mujeres periodistas, los niveles más bajos de capital cultural se observan sobre todo en las que tienen menos de un año de experiencia.

En este contexto, se puede concluir que existe una desigualdad en cuanto a ingreso basada en el género en el ámbito del periodismo local y que los niveles de ingresos no están determinados por el nivel educativo. En general, las mujeres periodistas poseen niveles relativamente más altos de capital cultural, social y simbólico que de capital económico. A medida que aumentan su capital cultural y su experiencia profesional, pueden lograr una movilidad social ascendente. Esto pone de manifiesto la importante función que desempeña la educación a la hora de modificar las posiciones de clase de las periodistas. Sin embargo, mientras que la educación es un factor determinante en el ascenso de clase de los periodistas hombres, su acumulación de capital económico y su volumen tienden a aumentar con la experiencia, lo que con posterioridad facilita su movilidad ascendente de clase. Esto sugiere que, aunque los periodistas hombres ascienden de clase, ello no se traduce necesariamente en un aumento de su capital cultural. Entre las periodistas con menos de diez años de experiencia existe una mayor necesidad de mejorar su capital cultural para mantenerse en el sector. Para ascender

en su carrera, se les exige que mejoren sus cualificaciones educativas, amplíen su base de conocimientos y continúen su desarrollo profesional. Por lo tanto, el proceso de acumulación de capital de las periodistas indica la existencia de fluidez entre distintas formas de capital.

Desde la perspectiva del capital social y simbólico, se observa que el volumen de estas formas de capital aumenta entre los periodistas locales en relación con sus posiciones de clase y su experiencia profesional. Tanto los hombres como las mujeres periodistas poseen capital social y simbólico; sin embargo, el volumen de estos capitales varía entre los grupos. Los periodistas varones de clase media, media-alta y alta tienden a tener niveles más altos de capital social y simbólico en comparación con sus homólogas femeninas.

Las redes sociales de los periodistas locales están compuestas principalmente por colegas, compañeros de trabajo y fuentes de noticias. Por tanto, se puede afirmar que los periodistas locales son capaces de establecer fuertes conexiones dentro de sus redes sociales e invertir en su capital social mediante su participación en eventos como invitaciones de prensa, cenas y otras reuniones profesionales. En el ámbito del periodismo local, recibir premios, ocupar cargos directivos, ser miembro de un jurado y poseer un carné de prensa son indicadores de poder simbólico. Ser periodista galardonado contribuye a aumentar el capital simbólico en el ámbito del periodismo local, mientras que funciones como ser miembro de un jurado u ocupar cargos directivos suelen corresponder a periodistas que ya cuentan con un capital simbólico considerable. Se puede afirmar que los periodistas hombres de clase media y alta son por lo general más reconocidos en el ámbito del periodismo local. Estos periodistas pueden considerarse individuos que dominan el campo, tienen mayores niveles de ingresos y producen contenidos informativos de gran prestigio en ámbitos como la política y la economía (Hovden, 2023, p. 698).

Los periodistas con altos volúmenes de capital cultural o económico parecen convertir con más facilidad su capital existente en capital social y simbólico. Por tanto, los periodistas locales noveles con poca experiencia tienden a tener menos capital social y simbólico. Esto puede deberse a que los periodistas jóvenes suelen trabajar por salarios bajos, ocupan puestos de menor prestigio dentro del campo o tienen más probabilidades de ser empleados en funciones de periodismo en línea (Hovden, 2023, p. 698). Sin embargo, el capital social y simbólico de los periodistas locales sigue estando muy limitado al ámbito local. Aunque pueden desarrollar redes a nivel nacional, su falta de dominio de lenguas extranjeras limita su capacidad para establecer conexiones a nivel internacional. No obstante, plataformas como Twitter (X) les permiten mejorar su capital social y simbólico.

Al examinar si las posiciones de clase de los periodistas locales y el volumen de capital que poseen influyen en la forma en que ejercen su profesión, se hace evidente que tener referencias es uno de los criterios clave para acceder en el sector. En este contexto, la posesión de capital social y simbólico resulta crucial a la hora de determinar qué periodistas acceden al campo. El papel de la posesión de capital en la configuración del acceso a la profesión emerge como un factor significativo que contribuye a la

desigualdad dentro del sector periodístico local. Esto también indica que poseer capital cultural en periodismo no es un criterio fundamental para acceder al campo local. Si bien puede ser una cualificación requerida para acceder en los periódicos nacionales, a menudo se pasa por alto a nivel local (İnce Başaran, 2019, p. 59). Esto se debe a que los periodistas sin educación formal en periodismo adquieren prácticas profesionales de sus colegas más experimentados o supervisores dentro de la industria. Esto sugiere que el periodismo se percibe como una profesión que puede aprenderse a través de la experiencia práctica dentro del campo.

Las conclusiones del estudio indican que los periodistas admiten la existencia de violaciones de la ética en este ámbito y reconocen que la ética periodística no ha experimentado un desarrollo significativo. Además, los periodistas locales señalaron que los propios periodistas a menudo ignoran los principios éticos profesionales durante el proceso de producción de las noticias. Destacaron, en particular, la falta de citación de las fuentes y la tergiversación de los hechos como problemas frecuentes en este ámbito. Esto sugiere que los bajos niveles de capital cultural de los periodistas y su enfoque en la producción de noticias dentro de un marco comercial contribuyen a estas infracciones éticas. Otra de las razones subyacentes puede ser la escasa importancia concedida a la posesión de capital cultural como criterio de acceso a la profesión. Otra conclusión del estudio es que el nivel de ingresos de los periodistas influye en las infracciones deontológicas, ya que se ha observado que el nivel de capital económico influye en la probabilidad de que se produzcan dichas infracciones. Se puede afirmar que tanto el tipo como el nivel de capital que poseen los periodistas son determinantes para la aparición de infracciones deontológicas. La prevalencia de estas violaciones también indica la ausencia de un mecanismo regulador entre los propios periodistas que garantice la imparcialidad en el ejercicio de la profesión. Esta ausencia puede atribuirse a la polarización del entorno periodístico en Turquía, así como a las presiones políticas y económicas que se ejercen sobre el sector. Al mismo tiempo, las diferentes posiciones de clase de los periodistas dentro del sector, junto con las variaciones en los tipos y volúmenes de capital que poseen, pueden considerarse razones para la incapacidad de establecer redes de solidaridad entre ellos. Además, los mecanismos de autorregulación del sector carecen de la fuerza necesaria para fomentar estas redes de solidaridad.

Para que las actividades periodísticas se lleven a cabo con eficacia en Turquía, es necesario democratizar las relaciones entre el periodismo y su subcampo, el periodismo local, y las esferas política y económica. Dentro del campo del periodismo local, deben abordarse las cuestiones estructurales dentro de un marco legal y deben aplicarse las decisiones encaminadas a resolver la desigual distribución del capital entre los periodistas reforzando los mecanismos de autorregulación. Los mecanismos internos de control profesional deben funcionar de forma democrática y transparente para los periodistas, hay que vigilar las violaciones de la ética profesional y ofrecer formación continua para abordar los retos y necesidades actuales de los periodistas. Al mismo tiempo, deben desarrollarse las relaciones con el ámbito académico para que el capital cultural del periodismo sea un factor importante a la hora de acceder a este campo. Hay que tomar medidas para mejorar el nivel de vida de los periodistas. Hay

que vigilar las desigualdades basadas en el género y las organizaciones profesionales deberían imponer sanciones a las instituciones para corregir esas disparidades. Las organizaciones periodísticas locales deben desarrollar sus propios modelos de negocio e implementar estrategias que aumenten su independencia económica del apoyo estatal. Por lo tanto, la producción de contenidos debe ajustarse a los principios del periodismo de calidad, con el objetivo de aumentar los ingresos y fomentar la participación del público. Las organizaciones periodísticas locales deben desarrollar sus propios modelos de negocio y adoptar estrategias que aumenten su independencia económica del apoyo estatal. Por lo tanto, la producción de contenidos debe ajustarse a los principios del periodismo de calidad, con el objetivo tanto de aumentar los ingresos como de fomentar la participación del público. El periodismo local necesita usuarios y lectores fieles que apoyen a los periodistas comprometidos con la producción de noticias de alta calidad y debe encontrar formas de construir y fortalecer las relaciones con su audiencia.

Este estudio ha identificado los factores que crean desigualdades entre los periodistas en el ámbito del periodismo local en Turquía. En el futuro, podrían realizarse estudios longitudinales para examinar cómo evolucionan las transformaciones en el campo del periodismo local con el paso del tiempo en respuesta a los cambios políticos y económicos. Estos estudios podrían revelar si tales transformaciones perpetúan las desigualdades entre los periodistas. Además, podrían realizarse análisis comparativos con otros contextos geográficos para determinar si estas dinámicas son exclusivas de Turquía o si son coherentes en los distintos entornos del periodismo local. No obstante, los principales interesados son los profesionales de los medios de comunicación locales, los estudiantes de periodismo y los académicos que imparten formación relacionada con el periodismo. Sin embargo, este estudio solo incluye a periodistas que trabajan en el periodismo local. Aunque esto limita la investigación, pueden realizarse estudios futuros que abarquen a todos los interesados del sector.

## 6. REFERENCIAS

- Anderson, B. J. (2015). *Alternative Media & Bourdieu's Field: Internal Resistance or External Competition?* In *Transnational Worlds of Power* (pp. 177-189). Simon Fraser University. <https://summit.sfu.ca/item/18476>
- Aran, E. (2013). *Yerel Medyanın Sorunları ve Çalışanlarının Yaklaşımı: Denizli Alan Araştırması* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.
- Arsal Gölcü, A. (2014). *Sosyal Sorumluluk Yaklaşımı Bağlamında Yerel Medya Mensuplarının Haber Üretim Sürecini Algılayış Biçimleri: Konya Yerel Basın Örneği* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arun, Ö. (2014). İnce Zevkler—Olağan Beğeniler: Çağdaş Türkiye’de Kültürel Eşitsizliğin Yansımaları. *Cogito*, 76(Bahar), 167-191.

[https://www.ozgururun.com.tr/wp-content/uploads/2022/12/OzgurArun\\_CogitoSayi76Bourdieu.pdf](https://www.ozgururun.com.tr/wp-content/uploads/2022/12/OzgurArun_CogitoSayi76Bourdieu.pdf)

- Arun, Ö. (2017). Sınıflar, kuşaklar ve kültüre düşkünlük: Antalya Yaşlılık Araştırması (AYA-Faz1) bulguları. *Mediterranean Journal of Humanities*, VII(1), 25-39. <https://doi.org/10.13114/MJH.2017.317ResearchGate+3>
- Asker, A. (1990). *Türk Basınında Kadın Gazeteciler* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atabek, N. (2005). Yerel Basın ve Yerel Demokrasi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 22, 47-54.
- Aydeniz, H. (2007). Tarihsel ve Literal Açından Yerel Gazetecilik. In S. Gezgin (Ed.), *Türkiye'de Yerel Basın* (pp. 1-28). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Balcı, E. V. (2010). *Haber Değer Etmenleri Açısından Geleneksel ve İnternet Gazeteciliğinin Karşılaştırılması* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Barnard, S. R. (2018). *Citizens at the Gates Twitter, Networked Publics, and the Transformation of American Journalism*. Palgrave Macmillan. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-90446-7>
- Başaran İnce, G. (2019). Bourdieu Sosyolojisi Bağlamında Bir Alt-Alan Olarak Yerel Basın: İzmir Örneği. *İletişim Dergisi*, 31, 35-65. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.482169>
- Benson, R. (1999). Review: Field Theory in Comparative Context: A New Paradigm for Media Studies. *Theory and Society*, 28(3), 463-498. <https://doi.org/10.1023/A:1006982529917>
- Benson, R. (2006). News Media as a "Journalistic Field": What Bourdieu Adds to New Institutionalism, and Vice Versa. *Political Communication*, 23(2), 187-202. <https://doi.org/10.1080/10584600600629802>
- Benson, R. y Neveu, E. (Eds.). (2010). *Bourdieu And The Journalistic Field*. Polity.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In John G. Richardson (Ed.), (Trans. Richard Nice), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Newyork, Greenwood Press. <https://web.stanford.edu/~eckert/PDF/Bourdieu1986.pdf>
- Bourdieu, P. (1995). *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*. (Trans. Hülya Tufan). Kesit Yayıncılık.

- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon Üzerine*. (T. Ilgaz, Trad.). Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2006). *Karşı Ateşler*. (H. Yücel, Trad.). Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015a). *Ayırım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. (Trans. Derya Fırat, Günce Berkkurt). Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015b). *Devlet Üzerine College de France Dersleri (1989-1992)*. (Trans. Aslı Sümer). İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2016). *Sosyoloji Meseleleri*. (Trans. Levent. Ünsaldı, Ed.; Filiz Öztürk, Büşra Uçar, Mustafa Gültekin, Aslı Sümer). Heretik Yayınları.  
<https://heretik.com.tr/wp-content/uploads/2017/09/Sosyoloji-Meseleleri.pdf>
- Bozdağ, Ç. y Koçer, S. (2022). Trust in News in the Context of Political Polarization: A Case Study of Turkey. In *Responsible Journalism in Conflicted Societies* (pp. 170-182). Routledge.  
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003178217-15/trust-news-context-political-polarization-%C3%A7i%C4%9Fdem-bozda%C4%9F-suncem-ko%C3%A7er>
- Bulut Kaderoğlu, Ç. (2017). *Gazetecilerde Proleterleşme ve Sınıf Kapasitesi: Çalışma ve Yaşam Koşulları Üzerine Bir Araştırma* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Çağlar, N. (2011). *2007 Genel Seçimlerinde Yerel Medyada Kadın Adayın Temsili: Antalya ve Isparta Örneği* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı.
- Çavuş, S. (2010). *Yerel Medya ve Etik Konya Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Çelikbaş, S. (2021). *Geçmişten Günümüze Dijitalleşme Sürecinde Yerel Medyanın Sorunları: Bolu İl Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Enstitüsü İletişim Bilim Dalı, Bolu.
- Çeliker, D. (2009). *Antalya Yerel Basınında Reklam: 1980'lerden 2000'lere Yerel Basında Reklamların Değişimi* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cengiz, Ö. (2021). *Üniversite Öğrencilerinin Öz-Şefkat Düzeylerinin Algılanan Anne Baba Tutumu, Alkol Kullanımı ve Risk Alma Değişkenleri Açısından İncelenmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı.

- Cumhuriyet. (2021). *Basın özgürlüğü raporu açıklandı: Gazeteler Soylu'nun hedefinde*. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/basin-ozgurlugu-raporu-aciklandi-gazeteler-soylunun-hedefinde-1840945>
- Dağ, H. (2018), *Türkiye'de Yerel Medyanın Sorun Alanlarının Çalışma İlişkilerine Etkisi: Antalya Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Bilim Dalı.
- Dağdelen, Ç. M. (2018). *Denizli'de Yerel Gazetecilik Alanı: Mekanizmalar, İşleyiş ve Stratejiler* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bilim Dalı.
- Dağtaş, E. y Dağtaş, B. (2007). Eskişehir Kent Basını ve Gazeteciliği Üzerine Bir Profil Denemesi: Gazetecilerin Kent Basınına İlişkin Tutumları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 6(14), 9-46. [https://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/pub/issue/7373/96527#article\\_cite](https://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/pub/issue/7373/96527#article_cite)
- Davidson, R. y Meyers, O. (2014). Should I stay or should I go? *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.988996>
- Davidson, R. y Meyers, O. (2016). Should I stay or should i go? Exit, voice and loyalty among journalists. *Journalism Studies*, 17(5), 590-607. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.988996>
- Dickinson, R. (2008). Studying The Sociology Of Journalists: The Journalistic Field And The News World. *Sociology Compass*, 2(5), 1383-1399. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00144.x>
- Djerf-Pierre, M. (2007). The Gender of Journalism The structure and logic of the field in the twentieth century. *Nordicom Review*, Jubilee, 81-104. <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1602107/FULLTEXT01.pdf>
- Dursun, O. (2018). Toplum Pierre Bourdieu ile Düşünmek. *Global Media Journal TR Edition*, 16(8), 68-123. [https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/sayilar/2018\\_bahar/04\\_onur\\_dursun.pdf](https://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/sayilar/2018_bahar/04_onur_dursun.pdf)
- DW. (2021). *Türkiye'de "Sendikatsız" Gazetecilik*. <https://www.dw.com/tr/y%C3%B6neticiler-sendikal%C4%B1-gazeteciden-gazeteciler-i%C5%9Fsizlikten-korkuyor/a-60010684>
- Erdoğan, D. (2018). *Yerel Medyada Nefret Söylemi: Suriyeli Sığınmacıların Kilis Yerel Basınında Temsili* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Ana Bilim Dalı.

- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye’de Gazetecilik ve Bilim İletişimi Yapısal Özellikler Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Kırkıncı Yıl Kitaplığı.
- Fígaro, R., Nonato, C. y Grohmann, R. (2014). The Profile of Journalist and The Discourses on Journalism: Investigating The Changes In The Working World of Professional Journalists in São Paulo, Brazil. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 3(3), 389-403. [https://doi.org/10.1386/ajms.3.3.389\\_1](https://doi.org/10.1386/ajms.3.3.389_1)
- Gazete Duvar. (2021). *Yerel Basın Zor Durumda: Binlerce Çalışan İşsiz Kalabilir*. <https://www.gazeteduvar.com.tr/yerel-basin-zor-durumda-binlerce-calisan-issiz-kalabilir-haber-1546433>
- Girgin, A. (2001). *Türkiye Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik*. İnkılap Kitabevi.
- Gulyas, A. y Baines, D. (2020). *The Routledge Companion To Local Media And Journalism*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Gulyas, A., Jenkins, J. y Bergström, A. (2023). Places and Spaces without News: The Contested Phenomenon of News Deserts. *Media and Communication*, 11(3), 285-289. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.7612>
- Handley, R. L. y ve Rutigliano, L. (2012). Journalistic Field Wars: Defending And Attacking The National Narrative İn A Diversifying Journalistic Field. *Media, Culture & Society*, 34(6), 744-760. <https://doi.org/10.1177/0163443712449500>
- Haykır, H. (2021). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Türkiye'de Yerel Basın* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Ana Bilim Dalı, Elazığ.
- Hellmueller, L., Vos, T. P. y Poepsel, M. A. (2013). Shifting Journalistic Capital? *Journalism Studies*, 14(3), 287-304. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.697686>
- Hess, K. y Waller, L. (2016). *Local Journalism in a Digital World*. Palgrave Macmillan.
- Hovden, J. F. (2008). *Profane and Sacred: A Study of the Norwegian Journalistic Field*. [Doctoral Thesis]. University of Bergen, Norveç.
- Hovden, J. F. (2023). The Same Everywhere? Exploring Structural Homologies of National Social Fields Using the Case of Journalism. *The British Journal of Sociology*, 74(4), 690-710. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.13023>
- International Center for Journalists (ICFJ). (2019). The State of Technology in Global Newsrooms. Final Report. <https://www.icfj.org/sites/default/files/2019-10/2019%20Final%20Report.pdf>

- Jenkins, J. (2020). *Publish Less, but Publish Better: Pivoting to Paid in Local News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Jenkins, J. y Jerónimo, P. (2021). Changing The Beat? Local Online Newsmaking in Finland, France, Germany, Portugal, And The UK. *Journalism Practice*, 15(9), 1222-1239. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1913626>
- Jenkins, J. y Nielsen, R. K. (2018). *The Digital Transition of Local News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:f1f8876e-a100-4c20-9f87-3f380630fe92>
- Jenkins, J. y Nielsen, R. K. (2019). Proximity, Public Service, and Popularity: A Comparative Study of How Local Journalists View Quality News. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>
- Jenkins, J. y Nielsen, R. K. (2020). Proximity, Public Service, and Popularity: A Comparative Study of How Local Journalists View Quality News. *Journalism Studies*, 21(2), 236-253. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>
- Jourdain, A. y Naulin, S. (2016). *Pierre Bourdieu'nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları*. (Trans. Öykü. Elitez). İletişim Yayınları.
- Journo. (2021). *Türkiye'nin Haber Çölleri: 973 İlçeden 1.1 Milyon Haberi Taradık, 3 Haritayla Anlatıyoruz*. <https://journo.com.tr/haber-colleri>
- Journo. (2024). *2024'ün basın özgürlüğü özeti: baskı, tehdit ve hukuksuzluk*. <https://journo.com.tr/2024-basin-ozgurlugu>
- Kaban, E. Ç. (2019). *Gazetecilerin Haber Kaynakları ile İlişkilerinde Yaşanan Etik Sorunlar* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Kanlı, Y. y Şener, K. (2021). *Medya İzleme Raporu M4d Projesi Demokrasi İçin Medya, Medya İçin Demokrasi Projesi Ocak Şubat Mart* [European Union report]. Gazeteciler Cemiyeti Basın Evi Yayını.
- Kebelek, E. (2020). *Yerel Medyada Çalışan Gazetecilerin Haber Yapma Pratiklerinin İnsan Hakları Açısından Araştırılması: Trabzon Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Trabzon.
- Koçer, S. (2015). Ulusal Basın Köşe Yazarlarının Kariyerlerinin Sınırsız Kariyer Yaklaşımı Açısından İncelenmesi. *Global Media Journal TR Edition*, 6(11), 305-338. [https://www.researchgate.net/publication/295223498\\_ULUSAL\\_BASIN\\_KOSE\\_YAZARLARININ\\_KARIYERLERININ\\_SINIRSIZ\\_KARIYER\\_YAKLASIMI](https://www.researchgate.net/publication/295223498_ULUSAL_BASIN_KOSE_YAZARLARININ_KARIYERLERININ_SINIRSIZ_KARIYER_YAKLASIMI)

[\\_ACISINDAN INCELENMESI An Analysis of National Press Opinion Columnists through the Boundaryless Career Approach](#)

- Kutlu, T. Ö. (2014). *Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Yeni Gazeteci Kimliği*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basın ve Yayın Ana Bilim Dalı.
- Magasic, M., Hess, K. y Freeman, J. (2023). Examining The Social, Civic, and Political Impact of Local Newspaper Closure in Outback Australia. *Media and Communication*, 11(3), 404-413. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6697>
- Mahbub, R. y Shoily, K. F. (2016). The Place of Pierre Bourdieu's Theories In (Popular) Cultural Studies. *BRAC University Journal*, 11(1), 1-9. <http://hdl.handle.net/10361/6772>
- Marlière, P. (2000). The Impact of Market Journalism: Pierre Bourdieu on The Media. En: Bridget Fowler (Ed.), *Reading Bourdieu on Society and Culture* (pp. 199-211). Blackwell Publishers. <https://search.worldcat.org/cs/title/reading-bourdieu-on-society-and-culture/oclc/45697836>
- Nalcıoğlu Ulusoy, B. (2005). Tanzimat Dönemi Türk Gazeteciliği ve Türk Basınının İlkleri. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 253-267. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/manassosyal/issue/49973/640680>
- Neuman, W. L. (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Cilt 1*. (Trans. Özlem Akkaya). Siyasal Kitabevi.
- Nygren, G. (2023). Local Journalism with State Support. *Media and Communication*, 11(3), 401-403. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.7503>
- Öcalan, M. (2017). *Yerel Medya Çalışanlarının Haber Üretim Sürecinde Sosyal Medyayı Kullanım Alışkanlıkları: Konya Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.
- Özay, E. N. (2018). *Yerel Medyada Çalışan Yönetici Kadınlar: Aydın İli Örneği*, [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- Özay, S. (2011). *1989 Bulgaristan'dan Zorunlu Göçün Etkilerinin Bursa Yerel Basını Örneğinde İncelenmesi* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı.
- Özcan, A. (2015). *Yerel Basında Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı ve Etkileri* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.

- Öztunç, M. (2017). *Kadına Yönelik Şiddetin Yerel Basında Temsili Sakarya İli Örneği* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.
- Peruško, Z., Čuvalo, A. y Vozab, D. (2020). Mediatization of Journalism: Influence of The Media System And Media Organization On Journalistic Practices In European. *Digital Mediascapes. Journalism*, 21(11), 1630-1654. <https://doi.org/10.1177/1464884917743176>
- Pınarbaşı, T. E. (2017). *Yerel Medya Çalışanlarının Bireylerarası İletişim Motivasyonları ile İletişim Doyumları Arasındaki İlişki* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.
- Reporters Without Borders (RSF). (2024). *World Press Freedom Index – Journalism Under Political Pressure*. <https://rsf.org/en/2024-world-press-freedom-index-journalism-under-political-pressure>
- Schultz, I. (2007). The Journalistic Gut Feeling: Journalistic Doxa, News Habitus And Orthodox News Values. *Journalism Practice*, 1(2), 190-207. <https://doi.org/10.1080/17512780701275507>
- Seçkin, G. (2010). 2000 yılında türkiye’de gazetecilerin ekonomik ve sosyal statüleri. *Global Media Journal*, (Güz), 48-107.
- Şeker, M. (2007). *Yerel Gazeteler*. Tablet Kitabevi.
- Şen, O. (2020). *Yerel Medyaya Yönelik Güvenilirlik Algısı: Samsun Yerel Medyası Örneğinde Bir Araştırma* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı.
- Seyhan, A. S. (2012). *Televizyon Gazeteciliğinde Muhabirlerin Mesleki Yeterlilik Beklentileri Ankara Alan Araştırması* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Sözeri Özdal, C. S. (2022). Turkey: Crackdowns Against Journalists Are Paralyzing Media Accountability. En: S. Fengler, T. Eberwein, and M. Karmasin (Eds.). *The Global Handbook of Media Accountability*, (pp. 227-236). Routledge.
- Sunarto, S. (2020). Naturalization of masculinism: how female journalist leaders in local media resist it. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v9i1.11983>
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu’nün Sosyolojisi*. (E. Gen, Trad.). İletişim Yayınları. <https://iletisim.com.tr/kitap/kultur-ve-iktidar/8488>

- Swartz, D. L. (2019). Spotlight: Pierre Bourdieu and the Journalistic Field. In E. K. James & K. K. Mays (Eds.). *Journalism and Truth in an Age of Social Media* (pp. 36-38). Oxford University Press.  
<https://global.oup.com/academic/product/journalism-and-truth-in-an-age-of-social-media-9780190900267?cc=es&lang=en&>
- Tokgöz, N. (2015). *Yerel Medyada Mülkiyet İlişkilerinin Haber Üretim Sürecine Etkileri: Malatya Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Ana Bilim Dalı.
- Tokgöz, O. (1981). Türkiye’de yerel gazetecilik olgusu: rolü ve önemi. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık, 1979-1980*, 271-294.
- Türkiye Gazeteciler Sendikası. (2021). *Gazeteci Kadınlar Pandemi Sürecinde De Ayrımcılığa Uğruyor*. <https://tgs.org.tr/tgs-kadin-ve-lgbti-komisyonu-raporu-pandemi-surecinde-calisan-gazeteci-kadınlar/>
- Türkiye Gazeteciler Sendikası. (2024). *TGS Basın Özgürlüğü Raporu (2023-2024)*. <https://tgs.org.tr/wp-content/uploads/2024/05/TGS-BASIN-OZGURLUGU-RAPORU-TAM-METIN.pdf> 2023-2024
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2024). *Sürelî Yayın İstatistikleri 2023*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Sureli-Yayin-Istatistikleri-2023-53810>
- Uçar, B. (2020). *Haber Üretim Sürecinde Otosansür: Gaziantep Yerel Basın Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Tezi]. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim ve Toplumsal Dönüşüm Ana Bilim Dalı.
- Ünal, A. Z. (2014). Rahatsız Eden Bir Adamın Bilimi: Sosyoloji. In Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı & Ümit Tatlıcan (Eds.). *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* (pp. 161-185). İletişim Yayınları.  
<https://iletisim.com.tr/Images/UserFiles/Documents/Gallery/ocak-ve-zanaat.pdf>
- Vural, A. M. (2007). İşlev, Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örnekleminde Elde Edilen Bulgular. Suat Gezgin (Ed.), *Türkiye’de Yerel Basın* (pp. 337-356). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Vurgun, F. (2020). *Yerel Medyanın Kamuoyu Oluşturmada Rolü: Aksaray İli Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.
- Wacquant, L. (2014). Loic Wacquant’la Söyleşi, Bourdieu’yle Birlikte. (E. Koytak, Trans.). *Cogito*, 76(Bahar), 445-450.

<https://www.scribd.com/document/396815017/3544-Cogito-76-Pierre-Bourdieu-pdf>

- Wahl-Jorgensen, K. y Boelle, J. (2024). Vernacular Journalism: Local News and Everyday Life. *Journalism*, 25(8), 1603-1619. <https://doi.org/10.1177/1464884923120970>
- Wahl-Jorgensen, K., Williams, A., Sambrook, R., Harris, J., Garcia-Blanco, I., Dencik, L., Cushion, S., Carter, C. y Allan, S. (2016). The Future of Journalism. *Digital Journalism*, 4(7), 809-815. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1199469>
- Willig, I., Waltorp, K. y Hartley, J. M. (2015). Field Theory Approaches To New Media Practices: An Introduction And Some Theoretical Considerations. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 31(58), 1. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v31i58.20671>
- Yakışır, Y. (2016). *Medya-Demokrasi İlişkisi: Yerel Basın ve Basın İlan Kurumu* [Yayımlanmamış Doktora Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı.
- Yalçın, D. (2018). *Yerel Medya Çalışanlarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Kayseri Örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Yel, A. M. (2014). Bourdieu ve Din Alanı: Sermaye, İktidar, Modernlik. Güney Çeğin y Emrah Göker y Alim Arlı y Ümit Tatlıcan (Eds.), *Ocak ve Zanaat Pierre Bourdieu Derlemesi* (pp. 559-580). İletişim Yayınları.
- Yılmaz, T. (2013). *Kadın ve Erkek Eğitim Yöneticilerinin Cam Tavan Sendromuna İlişkin Algıları İstanbul İli Örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Yılmaz, Y. (2011). *Siyasal Sistem ve Medya Kuramları Bağlamında Türkiye’de Gazeteciliğin Mesleki Kimlik Sorunu ve Bir Alan Araştırması* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Yılmaz, Y. (2015), *Medya Kuramları, Siyasal Sistemler ve Tarihi Değişimler Işığında Türkiye’de Gazetecilik Mesleği*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yunusoğlu Eroğlu, A. (2019). *Yerel Medya Çalışanlarının Toplumsal Cinsiyet Algısı: Mersin İli Örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Tezi]. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kadın Araştırmaları Anabilim Dalı.

## CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

### Contribuciones de los/as autores/as:

**Conceptualización:** Demir- Çarkacı, Işıl **Metodología:** Demir- Çarkacı, Işıl **Software:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Validación:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Análisis formal:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Curación de datos:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Redacción-Preparación del borrador original:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Redacción-Revisión y Edición:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Visualización:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Supervisión:** Demir- Çarkacı, Işıl. **Gestión de proyectos:** Demir- Çarkacı, Işıl y Karaduman, Murad. **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Demir- Çarkacı, Işıl y Karaduman, Murad.

**Financiación:** Esta investigación no recibió financiación externa.

**Conflicto de intereses:** Ninguno entre los autores.

### AUTORES/AS:

**Işıl, Demir Çarkacı:** Es doctora en Periodismo emitido por la Universidad de Akdeniz y, en la actualidad, trabaja como investigadora independiente. Sus intereses de investigación incluyen el periodismo, la comunicación, los medios de comunicación y los estudios culturales.

[isil.demirr@gmail.com](mailto:isil.demirr@gmail.com)

**Orcid ID:** <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0002-6215-7412>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.com/citations?user=eMSYWiQAAAAJ&hl=tr>

**Murad Karaduman:** Es profesor asociado del Departamento de Periodismo de la Universidad Akdeniz. Sus áreas de interés en investigación son las ciencias sociales y las humanidades, la comunicación de masas, los medios de comunicación y el periodismo.

[mkaraduman@gmail.com](mailto:mkaraduman@gmail.com)

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-6700-8547>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.com/citations?user=lmYSckUAAAAJ&hl=tr&oi=ao>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Murad-Karaduman>

**Academia.edu:** <https://akdeniz.academia.edu/MuradKaraduman>

### ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Aramburú Moncada, L. G., López Redondo, I. y López Hidalgo, A. (2023). Inteligencia artificial en RTVE al servicio de la España vacía. Proyecto de cobertura informativa con redacción automatizada para las elecciones municipales de 2023. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 1-16. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1550>
- Brandín, J. A. y Barquero, J. D. (2024). La confiabilidad: el lugar donde la confianza de ego y la promesa de alter pueden encontrarse. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e298>
- González, F. J. C., Jerónimo, P. y Gordillo, M. D. M. G. (2024). Periodismo de proximidad y bienestar ciudadano: emprendimiento, calidad periodística y función social. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 66, 9-12. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/26862>
- Manjarrés Ramos, E. (2024). Análisis de narrativas periodísticas sobre protestas de personas mayores en Venezuela. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-893>
- Negreira-Rey, M. C., López-García, X. y Rodríguez-Vázquez, A. I. (2024). El periodismo local reinventa estrategias. Decálogo para los desafíos en tiempos de inteligencia artificial. *Infonomy*, 2(1), 1-7. <https://doi.org/10.3145/infonomy.24.008>

**VivatAcademia**

revista de comunicación

ISSN: 1575-2844