

Prácticas periodísticas en las conferencias de prensa presidenciales en Argentina

Adriana Amado¹ y Nicolás Rotelli²

Recibido: 19 de junio de 2022 / Aceptado: 12 de noviembre de 2022

Resumen. Las conferencias de prensa son una instancia pública que conecta fuentes oficiales de manera transparente con la prensa. En Argentina, el poder ejecutivo dejó de brindarlas regularmente desde el inicio de siglo y las dejó libradas a la discreción de cada administración. Esa circunstancia ofrece un caso para explorar el impacto de la ausencia de conferencias de prensa presidenciales en las prácticas periodísticas, con especial interés en el estilo en las preguntas realizadas por los periodistas. El análisis de las conferencias de prensa de dos administraciones con distinta posición con relación a las ruedas de prensa (años 2007-2019) muestran que los periodistas mantienen un estilo similar de preguntas, con independencia de la persona a la que se las formulan. En sus intervenciones los periodistas muestran bajos niveles de antagonismo y crítica hacia los mandatarios y una clara expresividad, evidenciada en afirmaciones más que en preguntas. Los datos preliminares permiten encuadrar el fenómeno y plantear líneas de investigación sobre el impacto que la ausencia de comparecencias puede traer al periodismo y a la cultura política en Latinoamérica.

Palabras clave: Conferencia de prensa; comunicación gubernamental; prácticas periodísticas; fuentes; antagonismo.

[en] Journalistic practices in the presidential press conferences in Argentina

Abstract. Press conferences are a public instance where governmental sources discernably contact journalists for them to access public information. In Argentina, since the beginning of the century most of the presidents have restricted press conferences and have arbitrary decided when to offer or not. This circumstance configures a peculiar case to explore the impact of the absence of press conferences on journalistic practices. Comparing the style of journalists' questions during press conferences of two administrations (years 2007-2019) show more similarities than differences. The analysis shows low levels antagonism and criticism from journalists to both presidents, in a context where expressiveness predominates, as journalists alternately make statements before questions and pose more than one. Preliminary conclusions confirm the value of this approach to study the impact of the restrictions on press conferences on journalistic culture.

Keywords: press conference; governmental communication; journalistic practices; sources; antagonism.

Sumario: 1. Las conferencias de prensa presidenciales en Argentina 2. Abordajes de las conferencias de prensa 3. Análisis de las preguntas en las conferencias de prensa 4. Discusión y conclusiones 5. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Amado, A., & Rotelli, N. (2022). Prácticas periodísticas en las conferencias de prensa presidenciales en Argentina. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 28 (4), 739-749. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.82611>

1. Las conferencias de prensa presidenciales en Argentina

La conferencia de prensa, como se llama en Latinoamérica a las ruedas de prensa, es un encuentro público en donde periodistas de diversos medios preguntan a personalidades sobre asuntos de actualidad. Es una práctica regular en la tradición en las democracias liberales, donde la casa de gobierno celebra un encuentro informativo con los periodistas acreditados en las dependencias gubernamentales (Sigal, 1973). Se trata de una instancia ritualizada, habitualmente organizada por las oficinas de prensa, como parte de la estrategia de comunicación de la fuente. Para el

periodismo, es una forma de acceso a fuentes oficiales de una manera más igualitaria y transparente, porque con diversos medios a la vez, a diferencia de las entrevistas o exclusivas que privilegian unos medios por sobre otros (Amado, 2016).

En Latinoamérica, la personalización de la política determina que la comunicación de gobierno se centre en la figura presidencial. En esta centralización, varios presidentes latinoamericanos de este siglo mantuvieron una relación antagónica con la prensa (Cañizalez, 2016; Lodola & Kitzberger, 2017; Waisbord, 2013), especialmente cuando brindaba una versión crítica de la oficial. En ese antagonismo, muchos presidentes limitaron el acceso de los perio-

¹ Universidad Argentina de la Empresa (UADE). Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Proyectuales (INSOD). (Argentina)
E-mail: adrianacatedraa@gmail.com

² Universidad Argentina de la Empresa (UADE). Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Proyectuales (INSOD). (Argentina)
E-mail: nicolasrotelli@gmail.com

distas a la información pública, decisión en la que se inscribe la suspensión de las conferencias de prensa. A esa decisión contribuyó el desarrollo de canales propios de la casa de gobierno, tales como medios institucionales y redes sociales, que se consideraron un canal directo con la ciudadanía y a la vez fuente para el periodismo sin la interlocución directa, por lo que la prensa empezó a comentar y replicar esas publicaciones oficiales y a normalizar la falta de acceso directo a la presidencia.

La suspensión de las conferencias de prensa o la restricción de preguntas ha llamado la atención global en la administración de Donald Trump (Boczkowski & Papacharissi, 2018; Gessen, 2018; Tompkins, 2018), pero ha sido una táctica muy corriente en la comunicación gubernamental del siglo XXI en Latinoamérica. Las conferencias de prensa suelen ser consideradas una herramienta de comunicación estratégica del gobernante más que un canal de acceso a la información pública de los periodistas. Sin embargo, facilitar el acceso a la fuente oficial es en sí mismo un mensaje de transparencia hacia la sociedad, que es testigo de los términos en que transcurre la relación del gobierno y la prensa. Y es una herramienta para el periodismo de investigación que se ocupa del control de poder. Sin embargo, es un aspecto poco estudiado en Latinoamérica.

El caso de Argentina es ilustrativo de los avatares de la conferencia de prensa presidencial en los años recientes. A partir de 2001 la comunicación presidencial prescindió de las conferencias de prensa para priorizar los canales institucionales y redes sociales, sin interlocución periodística. Más allá de algún reclamo de periodistas y sus organizaciones sobre el tema, primó la aceptación de esa decisión presidencial sin considerarla relacionada con el acceso a la información pública y la cultura periodística (AA.VV., 2010). El tema de las conferencias de prensa en Argentina no cuenta con investigaciones que sistematicen el fenómeno y profundicen en los factores involucrados.

El periodo democrático iniciado en 1983 es el más prolongado en Argentina, luego de un ciclo de gobiernos militares a lo largo del siglo XX donde la denegación de acceso a la información y a las autoridades fue un condicionamiento para el ejercicio del periodismo (Hallin & Papathanassopoulos, 2002; Schmidt et al., 2003; Tejkalová et al., 2017). Sin embargo, la suspensión de la conferencia de prensa no ocurre en el país sino hasta comienzos del siglo XXI.

Al inicio del ciclo democrático en 1983, la conferencia de prensa se instituyó como un canal de contacto con el periodismo, junto con la figura activa del vocero presidencial, y en ese espacio muchas veces se expresó la tensión de la relación del gobierno con la prensa (López, 2008). La renuncia anticipada del presidente Fernando De La Rúa (1999-2001) en medio de una crisis política y económica abrió un periodo de gobierno enmarcado en una emergencia institucional que justificó restricciones de acceso de los periodistas a las autoridades del Poder Ejecutivo Nacional (Ruiz, 2014). Este evento marca un cambio en la política de conferencias de prensa, que dejaron

de celebrarse regularmente. Fueron muy escasas entre los ministros e inexistentes en niveles inferiores, y no se regularizaron cuando se superó la emergencia (Amado, 2015). Del inicio del siglo hasta 2015 las conferencias de prensa de presidencia quedaron reservadas a situaciones extraordinarias, como crisis o instancias electorales, o cuando la visita de mandataros internacionales imponía su celebración.

El presidente de la transición hacia las elecciones Eduardo Duhalde (2002-2003) brindó escasas conferencias de prensa, igual que Néstor Kirchner (2003-2007). Su sucesora Cristina Fernández de Kirchner (Frente para la Victoria, 2007-2011 y 2011-2015), restringió aún más que su antecesor los contactos con la prensa. Su comunicación se caracterizó por cadenas nacionales periódicas, que transmitían simultáneamente sus discursos por todo el sistema de radiodifusión. En los dos periodos de mandato Cristina Fernández (CF) realizó más de 163 transmisiones en cadena, durante las que se suspendía la transmisión habitual de radio y TV entre una a tres horas.³ En ese periodo, brindó 38 conferencias de prensa: 32 en su primer mandato (2 en 2008, 13 en 2009 y 17 en 2010) y 6 en el segundo, de las cuales 4 fueron conferencias conjuntas con visitantes internacionales o en el exterior.

El cambio de signo político en el gobierno introdujo inicialmente cambios en la política de las relaciones con la prensa. Mauricio Macri (MM, Alianza Cambiemos, 2015/2019) el participó en el doble de conferencias de prensa en la mitad de años en el gobierno (Jefatura de Gabinete de Ministros, 2018, 2020). No obstante, la cantidad de conferencias de MM fue decreciendo a lo largo de su mandato. Brindó 3 conferencias de prensa en los 20 días que gobernó en 2015, 29 en 2016; 22 en 2017; 16 en 2018 y 7 en 2019. Del total, 12 fueron conjuntas o en el exterior.

Estas circunstancias de la relación de los periodistas con el poder se reflejaron de manera dispar en las clasificaciones que miden la libertad de expresión. No impactaron en el escalafón de Reporteros Sin Fronteras, en el que Argentina se ubicaba en 2007 en el puesto 82, para subir al puesto 47 en 2010 gracias a la eliminación del delito de calumnias, y mantenerse entre los puestos 50 y 57 hasta 2019. La clasificación de Freedom House que evalúa la libertad de prensa desde la perspectiva de las libertades ciudadanas, incluye la celebración de conferencias de prensa y el vínculo con los periodistas como uno de los factores a evaluar. Para esa organización, Argentina fue considerado país libre en 2019, después de años de ser clasificado como parcialmente libre por esos y otros factores institucionales (Freedom House, 2020).

En una charla a estudiantes que brindó la presidente Cristina Fernández el 27 de setiembre de 2012 en la Universidad de Georgetown, un joven le preguntó por qué los periodistas argentinos no tenían esa posibilidad de preguntarle que tenían ellos en esa oportunidad. La presidente justificó la ausencia de

³ Portal de Presidencia de la Nación, www.caserosada.gob.ar (consultado en septiembre de 2021).

conferencias de prensa en la extrema agresividad de los periodistas, según sus palabras.⁴

“Me gustaría que asistieras a alguna conferencia de prensa en la República Argentina, donde cuando a algún periodista no le gusta algo empieza a gritar y hacer escándalo y cosas que realmente... [sic] no todos, pero le ha tocado a algún ministro por ejemplo ser respondido [sic] en la sala de conferencias de la Casa Rosada. Y lo veo a Obama cuando da conferencias, el periodista pregunta, el presidente responde y allí termina, allá, si no les gusta la respuesta que vos das, gritan, se enojan, patean una puerta... Una vez nos patearon una puerta en la Casa de Gobierno en la sala porque no les gustaba la respuesta que habían dado.”

La supuesta animosidad de los medios hacia los gobernantes ha sido un argumento con que líderes y periodistas dan cuenta de una relación antagónica, que desde el poder se expresa desde críticas a ciertos medios o periodistas, acusaciones de desinformación, que pueden llegar a represalias a raíz de una cobertura que se considera poco favorable, como restricciones de acceso de la prensa a actos oficiales, premios o castigos financieros o controles sobre los medios (Ponce & Rincón, 2013; Rettberg & Rincón, 2011; Waisbord, 2013). Esa condición ha sido poco explorada en cuando a su alcance e impacto, por lo que puede ser de interés indagar cuáles son los estilos de pregunta de los periodistas argentinos en las conferencias de prensa presidenciales.

El objetivo de este artículo es analizar las conferencias de prensa de dos administraciones presidenciales desde las prácticas que manifiesta el periodismo, para identificar el estilo de las preguntas realizadas e indagas sobre ese espacio de relacionamiento entre los periodistas y la autoridad presidencial.

Estas ideas conllevan dos hipótesis de trabajo:

H1: La conferencia de prensa presidencial es un espacio donde se pone de manifiesto la tensión de los periodistas que se dirigen a los funcionarios.

H2: Los estilos de las preguntas periodísticas varían en función de la administración.

El objetivo general de este análisis de las prácticas de los periodistas argentinos en las conferencias presidenciales se apoya en dos preguntas de investigación:

P1 ¿Cuál es el estilo de pregunta de los periodistas en las conferencias de prensa presidenciales?

P2 ¿Hay cambios de estilo de pregunta en los distintos periodos presidenciales?

Dado que se trata de un tema con pocos antecedentes locales, esta investigación tiene el carácter de ex-

ploratoria con el objetivo de acercarse al objeto de estudio desde el análisis de contenido a una muestra de conferencias de prensa entre 2007 y 2019. Se eligieron conferencias de dos administraciones diferentes, para ver el contraste de las preguntas periodísticas.

2. Abordajes de las conferencias de prensa

El vínculo entre fuentes y periodistas es parte de las relaciones de poder que atraviesan la comunicación pública (Castells, 2009). Las conferencias de prensa son una instancia de encuentro entre periodistas y fuentes, que combina en su estudio la perspectiva clásica de los estudios del periodismo (Tuchman, 1978) y el abordaje de las relaciones públicas que analiza la comunicación política (Esser & Strömbäck, 2014; Lloyd & Toogood, 2014). El peso creciente de los medios en la comunicación de los gobiernos es entendido como un proceso de mutua influencia entre medios y política, y entre periodistas y relacionistas públicos (Blumler & Coleman, 2015; Mazzoleni & Schulz, 1999).

Esta relación entre periodistas y políticos es compleja y problemática porque está atravesada por tensiones e intereses cruzados, y oscila entre un paradigma adversarial o uno de intercambio (Blumler & Gurevitch, 1995). El modelo dominante suele ser de colaboración entre los funcionarios y los periodistas, que garantiza una presencia de fuentes oficiales en las noticias (Amado, 2016; Casero-Ripollés & López Rabadán, 2013; Rotelli, 2018; Sixto García, 2008). Sin embargo, este vínculo es generalmente opaco a la ciudadanía, que históricamente se entera de los escándalos políticos, pero no de los términos del intercambio de información y filtraciones que los alimentan (Thompson, 2001). Cada parte de la relación ofrece recursos valiosos de la otra parte: para los medios, acceso a las audiencias; para los políticos, acceso a información clave. Las tensiones y la fragilidad de este vínculo propician su ritualización: “*To facilitate its continuity, the relationship must, to some extent, be regularized and institutionalized*” (Blumler & Gurevitch, 1995).

Las conferencias de prensa son un ritual institucionalizado que hace públicos aspectos del intercambio entre periodistas y políticos. Mientras en una entrevista la posición del funcionario puede condicionar la autonomía del periodista, la presencia de varios reporteros en una conferencia compensa la asimetría habitual en una relación de poder y los periodistas tienen la posibilidad de preguntar con más profundidad y con una agresividad que no suele verse en las entrevistas individuales (Clayman & Heritage, 2002a, 2002b). Por eso, son consideradas una herramienta del periodismo de investigación que permite mostrar un rol activo en el control de los funcionarios (Blumler & Gurevitch, 1995; Clayman, Heritage, Elliott, & McDonald, 2007). La agresividad de los periodistas en las conferencias de prensa es considerada un indicador del periodismo vigilante o *watchdog*, en la medida en que muestra autonomía para

⁴ Transcripción de la intervención de Cristina Fernández en la “Inauguración de la Cátedra Argentina en la Universidad de Georgetown”, 27/09/2012, originalmente publicado en <http://www.presidencia.gov.ar/discursos/26107> (https://web.archive.org/web/*/http://www.presidencia.gov.ar/discursos/26107/* c. 28/2/2020).

preguntar al poder. Este rol *watchdog* en Latinoamérica es más intervencionista que neutral (Márquez-Ramírez et al., 2019), por lo que podría esperarse la expresividad como estilo dominante de las preguntas en las conferencias.

La modalidad de preguntas que los periodistas realizaron al presidente de los Estados Unidos y a sus voceros entre 1953 y 2000 fueron estudiadas por Steven Clayman y John Heritage (2002a; 2007; 2013). Su enfoque evaluó la distancia del periodista con el funcionario a partir de indicadores que ponderan el nivel de agresividad de las preguntas, identificando la actitud del periodista frente al entrevistado (expresividad, legitimidad) y el tenor de sus afirmaciones (declaración, antagonismo e interpelación). El cruce con variables como el período de la administración, la popularidad del presidente y el estado de la economía los lleva a concluir que la agresividad de las preguntas no guarda relación con los niveles de popularidad presidencial, aunque suelen ser más directas en los segundos mandatos presidenciales o cuando caen ciertos indicadores económicos como el desempleo.

Las conferencias de prensa gubernamentales en Suecia, habituales desde la década de 1970, se analizaron como instancia de autonomía periodística que permite ejercer el rol *watchdog* (Eriksson & Östman, 2013; Eriksson, 2011; Moberg & Eriksson, 2013). Este rol valorado por el periodismo sueco para reportar las novedades oficiales se observa más en las noticias publicadas que en las preguntas de la conferencia de prensa, donde el periodismo se muestra más colaborativo que agresivo. Las conferencias de prensa anuales del primer ministro del Consejo de Estado de la República Popular China convocan a periodistas de todo el mundo (Sun, 2010; Wu, Cheng, & Chao, 2017). Entre 1993, cuando comenzaron a realizarse, y 2015 se observó una reducción importante en los indicadores de antagonismo hacia la autoridad que brinda la conferencia de prensa.

La agresividad de los periodistas suele ser un argumento por el cual los presidentes las reemplazan por anuncios sin interacción con periodistas, o justifican la decisión de no contestar preguntas o solicitar la exclusión de algún periodista de la sala. Estas prácticas tienen antecedentes en mandatarios latinoamericanos de diversas extracciones ideológicas, que tienen en común su estilo antagónico con los periodistas, como Néstor Kirchner (2003-2007), Rafael Correa (2007-2017), Hugo Chávez (1999-2013) y su sucesor Nicolás Maduro (2013 al presente), o Álvaro Uribe (2002-2010). Varios análisis de sus estrategias de comunicación gubernamental mencionan eventualmente la suspensión de las conferencias de prensa, (Galindo Hernández, 2013; Grebe, 2007; Paredes & Moncayo, 2018; Rettberg & Rincón, 2011; Rincón & Uribe, 2015), aunque son escasas las investigaciones que analizan las diversas cuestiones involucradas en la estrategia de prensa (Amado, 2015).

Con excepción del modelo alemán conocido como *Bundespressekonzferenz* que pone la iniciativa en los periodistas (Krüger, 2009), las conferencias son or-

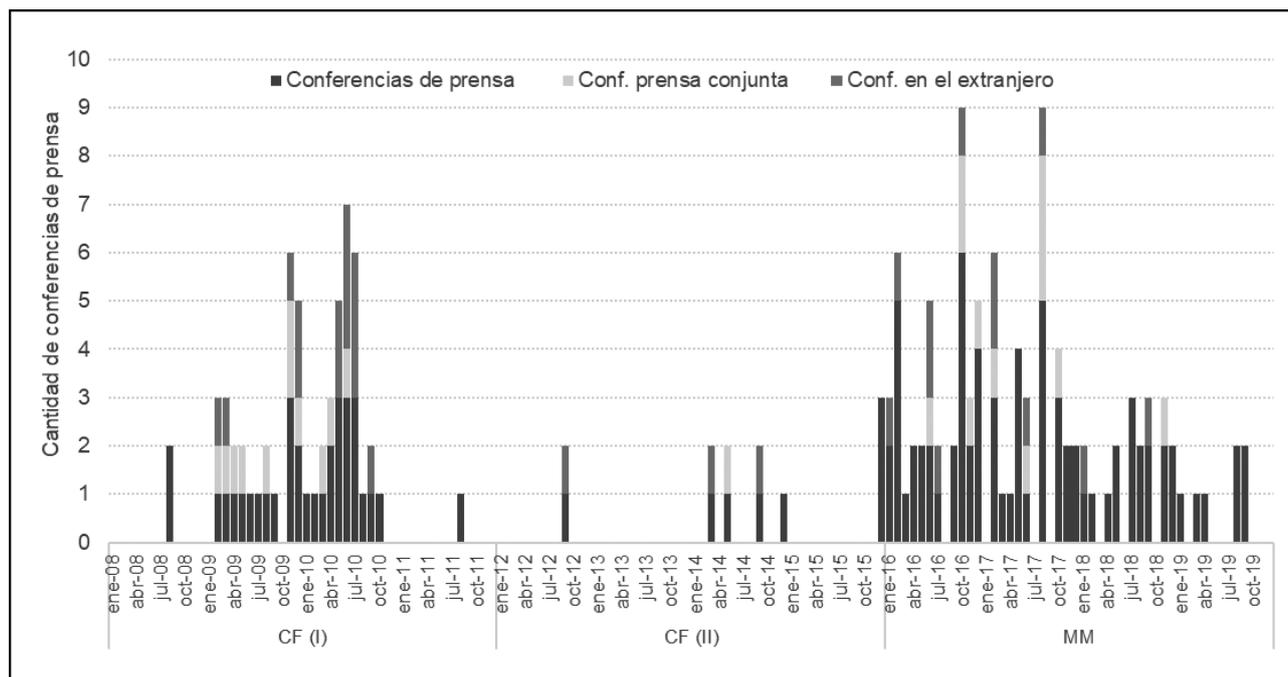
ganizadas por las fuentes (Esser & Strömbäck, 2014). Cada vez es más habitual que se las excluyan de la estrategia de la comunicación presidencial que busca mayor control de los mensajes. Una versión periodística que no se ajuste a la perspectiva oficial suele ser la principal razón de antagonismo de los líderes populistas con los medios (Boczkowski & Papacharissi, 2018; Stewart, Mazzoleni, & Horsfield, 2003; Waisbord, 2013). El desarrollo de canales de difusión digitales facilitó la decisión de eludir la intermediación periodística. Sin embargo, no necesariamente las estrategias de comunicación directas como los discursos presidenciales (Valenzuela & Arriagada, 2011) o el uso de plataformas para difundir la palabra presidencial (Waisbord & Amado, 2017) implican las prácticas de la opinión pública. En este contexto, un análisis de la participación periodística en las conferencias de prensa puede ampliar el análisis de la comunicación gubernamental en Latinoamérica.

En la región, las conferencias de prensa han sido objeto de análisis crítico de discurso, teniendo como foco el estudio de las declaraciones de los funcionarios (Salerno, 2016). El tema cobró algún interés en el estudio de las estrategias de gobiernos frente a la pandemia de COVID-19, en tanto enunciadores de discursos (Sánchez Ramírez, 2021), o las temáticas desarrolladas en las conferencias (Llano Guibarra & Aguila Sánchez, 2020). Las conferencias de prensa no fueron abordadas desde la perspectiva del periodismo, como es el enfoque que se propone de analizarlas desde el estilo de preguntas realizadas por los periodistas.

3. Análisis de las preguntas en las conferencias de prensa

Las conferencias de prensa son una instancia relevante para observar los términos en que se vinculan los periodistas con los presidentes y las políticas de comunicación que estos adoptan. Para ello se propone un estudio de carácter exploratorio sobre una muestra de conferencias de prensa presidenciales que permita comparar las preguntas realizadas por los periodistas en las conferencias de prensa de Cristina Fernández (2007-2015) con las de Mauricio Macri (2015-2019). Las conclusiones preliminares que aquí se presentan son parte de un proyecto de investigación sobre la relación de los periodistas y comunicadores en la comunicación pública.

Como punto de partida, la revisión de la cantidad de conferencias brindadas por cada mandatario (Gráfico 1), muestra la falta de regularidad en las conferencias por parte de Cristina Fernández (CF), especialmente en su segundo mandato (2011-2015), que prácticamente no tuvo interlocución con la prensa. Buena parte de las ruedas de prensa brindadas corresponden a las celebradas con presidentes extranjeros, para quienes son de rigor celebrarlas. En el caso de Mauricio Macri (MM), se aprecia que brindó en un periodo más que su antecesora en dos, aunque fue disminuyendo la frecuencia y el número hacia el fin de su mandato.

Gráfico 1. Tipo de conferencias de prensa brindadas por los presidentes Cristina Fernández (CF I: 2007-2010; CF II: 2010-2014) y Mauricio Macri (2015-2019)

Elaboración propia. Fuente portal casarosada.gob.ar

A partir de la revisión de todas las conferencias de prensa brindadas en los tres periodos presidenciales, se identificaron las que permitieran una comparación de la modalidad de preguntas realizadas por los periodistas asistentes. Los criterios de selección consideraron que respondieran a eventos de alto interés público y que puedan ser comparables en cuanto sus temas y relevancia informativa. Se seleccionaron conferencias de prensa brindadas a raíz de una crisis económica y las ofrecidas luego de conocerse los resultados electorales cuidando similar distribución

para cada mandatario (ver Tabla 1). Tratándose de un estudio exploratorio, se buscaron situaciones similares para ambos mandatarios que facilitarían la comparación: una conferencia en situación de crisis, una conferencia luego de haber ganado una elección y una conferencia luego de haber perdido una contienda electoral. Las conferencias se revisaron a partir de los videos publicados en el canal de YouTube de la Casa Rosada y en espacios, informativos, para los que no estaban publicados allí (algunos de la gestión de Cristina Fernández).

Tabla 1. Conferencias de prensa analizadas

Fecha	Tema de convocatoria	Duración en minutos	Cantidad de vistas (01/12/21)
02/08/2008	Crisis económica derivada de medidas impositivas al sector agropecuario	106	1518 ⁵
29/06/2009	Elecciones legislativas, derrota oficialismo	68	1425 ⁶
15/08/2011	Elecciones primarias, victoria oficialismo	37	11261 ⁷
23/10/2017	Elecciones legislativas, victoria oficialismo	28	149377 ⁸
18/07/2018	Crisis económica (devaluación de la moneda y acuerdo con el Fondo Monetario Internacional).	31	52664 ⁹
12/08/2019	Elecciones primarias, derrota oficialismo	36	41878 ¹⁰

Elaboración propia.

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=JQGQnjKUjh8>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=nbyE4QSFabY>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=CEAJh-zcwMc>

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=EpNFp5shJt4>

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=VWmSfv5TkUY>

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=3f1G7H6mjN8>

En las seis ruedas de prensa se identificaron 65 intervenciones de periodistas de 53 medios. En las conferencias de Cristina Fernández se identificaron 25 medios, de los cuales 2 eran de provincia y 9 internacionales, la mayoría de los cuales participaron en la conferencia de 2008. Esta no solo fue la primera rueda de periodistas de su gestión, sino que venía precedida por una crisis política y social de seis meses de protestas en todo el país y una ruptura con el vicepresidente a raíz de una votación parlamentaria adversa. En las tres conferencias de Mauricio Macri participaron 22 medios (tres extranjeros y uno de provincia).

Las intervenciones se codificaron en función de cinco variables que se tradujeron al español a partir de las categorías del modelo original: expresividad (*initiative*), legitimidad (*directness*), declaración (*assertiveness*), antagonismo (*adversarialness*) e interpelación (*accountability*) (Clayman et al., 2007):

- La expresividad se observa cuando el periodista realiza una afirmación antes de hacer una pregunta, formula dos o más preguntas, o vuel-

ve a preguntar en función de la respuesta obtenida.

- La legitimidad se refiere a la justificación que hace el periodista para su pregunta. Puede ser autorreferencial, cuando brinda motivos propios que justifican una pregunta, o cuando pone la condición de la respuesta en el entrevistado.
- La declaración delata la intención del periodista de obtener una respuesta determinada. Se observa cuando la pregunta o afirmación previa busca una respuesta por sí o por no; o cuando realiza una pregunta capciosa, que busca la ratificación de lo preguntado.
- El antagonismo del periodista hacia el entrevistado puede manifestarse en la afirmación que precede la pregunta o en la pregunta misma, cuando lleva implícita una crítica hacia el entrevistado.
- La interpelación es la expresión más agresiva en la medida en que el periodista abiertamente pide explicaciones o justificaciones al entrevistado.

Tabla 2. Codificación de las preguntas de las conferencias de prensa

Variable	Indicador	Descripción
Expresividad	Afirmación	Pregunta precedida de una afirmación que contextualiza la pregunta.
	Más de una pregunta	Dos o más preguntas en el turno para preguntar.
	Repregunta	Pedido de aclaraciones de la respuesta obtenida.
Legitimidad	Autorreferencial	Justificación de la pregunta desde motivos personales.
	De entrevistado	Decisión o posibilidad del entrevistado de dar una respuesta
Declaración	Declaración preliminar	Afirmación que busca respuesta por sí o por no.
	Pregunta capciosa	Pregunta que busca la ratificación de lo preguntado.
Antagonismo	Disidencia explícita	Declaración previa a la pregunta que expresa oposición al entrevistado.
	Pregunta crítica	Pregunta con crítica implícita.
Interpelación	Pedido de explicaciones	Pide explicaciones o justificaciones al entrevistado.

Elaboración propia a partir de Clayman et al., 2007.

Los indicadores de las variables dependientes (codificados presencia=1; ausencia=0) no son excluyentes, por lo que puede identificarse más de un indicador por intervención, por ejemplo, un periodista puede hacer dos preguntas, una de las cuales es cap-

ciosa (Tabla 3). Se incluirá en el análisis como variable independiente la autoridad que brinda la conferencia de prensa, así como la temática por la que se convoca a los periodistas.

Tabla 3. Intervenciones en las conferencias de prensa (n= 65) con presencia indicadores y media

		CF (n)	Media	MM (n)	Media	Total	Media
Expresividad	en la afirmación	29	0.784	21	0.750	50	0.769
	múltiples preguntas	19	0.514	16	0.571	35	0.538
	en la repregunta	1	0.027	1	0.036	2	0.031
Legitimidad	autorreferencial	2	0.054	2	0.071	4	0.062
	del entrevistado	1	0.027	0	0.000	1	0.015

		CF (n)	Media	MM (n)	Media	Total	Media
Declaración	preliminar	17	0.459	15	0.536	32	0.492
	pregunta capciosa	7	0.189	3	0.107	10	0.154
Antagonismo	disidencia explícita	7	0.189	4	0.143	11	0.169
	pregunta crítica	4	0.108	4	0.143	8	0.123
Interpelación	al entrevistado	2	0.054	2	0.071	4	0.062

Elaboración propia.

Con relación a la P1, las conferencias de prensa de los dos presidentes muestran un estilo similar de preguntas. En las intervenciones predomina la expresividad del periodista, manifestada por afirmaciones que preceden a la pregunta y la formulación de más de una en cada turno. En tercer lugar, aparecen las preguntas precedidas por una declaración. Las variables con menos ocurrencia aparecen en una de cada diez intervenciones, con una leve diferencia para CF en la pregunta capciosa y la disidencia, y para MM en las preguntas críticas.

Es baja la presencia de la variable legitimidad. En las 65 intervenciones solo un periodista expresó la pregunta con cautela hacia el entrevistado (CF) y en un par de ocasiones para cada mandatario lo hicieron planteando la pregunta desde la validación personal. Como se observó para la Casa Blanca estadounidense, los periodistas acreditados, salvo excepciones, no piden permiso para preguntar (Heritage & Clayman, 2013). En Argentina, los indicadores de antagonismo periodístico son bajos, tanto en lo referente a oposi-

ción explícita en las afirmaciones, como en preguntas críticas. Aun cuando la presidente Fernández, como algunos de sus pares en la región, se queja permanentemente el maltrato que recibe de los periodistas, no se detectaron en ninguna de las conferencias analizadas, como tampoco se registró ningún episodio de ese tipo durante los doce años de conferencias que se revisaron. Se entiende que no tiene sentido que los periodistas utilicen la conferencia de prensa para expresar su oposición a un gobierno, cuando es más sencillo hacerlo en la publicación posterior, con menos riesgo (Eriksson & Östman, 2013).

En respuesta a la P2, se observa que el cálculo de las medias confirma tres variables como las más frecuentes en las seis conferencias, sin mayor variación en el estilo de preguntas entre mandatarios: expresividad en la afirmación y en múltiples preguntas, y declaración preliminar. La desagregación por años permite analizarlas en función de los eventos que convocaron las conferencias (Tabla 4).

Tabla 4. Variables expresividad y declaración (n= 65)

	2008	2009	2011	2017	2018	2019	M
Expresividad en la afirmación	0.773	0.900	0.600	0.500	0.900	0.800	0.769
DE	0.419	0.300	0.490	0.500	0.300	0.400	0.421
Expresividad en múltiples preguntas	0.409	0.600	0.800	0.625	0.400	0.700	0.538
DE	0.492	0.490	0.400	0.484	0.490	0.458	0.499
Declaración preliminar	0.591	0.300	0.200	0.375	0.700	0.500	0.492
DE	0.492	0.458	0.400	0.484	0.458	0.500	0.500

Elaboración propia.

En el periodo en que se dieron conferencias regulares se observa una mayor expresividad de los periodistas. Por su parte, en las conferencias convocadas por las elecciones primarias se formulan más preguntas. La mayor cantidad de preguntas con declaración preliminar se realizan en momentos de crisis (2008 y 2018), donde los periodistas parecen preferir plantear una idea que busca como respuesta sí o no, en lugar de preguntas abiertas. A la inversa, en los años en que el partido gobernante obtuvo triunfos (2011 y 2017) usan menos este recurso. Las líneas de tendencia muestran que no hay variación significativa entre periodos (valor R cuadrado <1).

En función de que no se encontró correlación entre la agresividad de los periodistas y la periodicidad

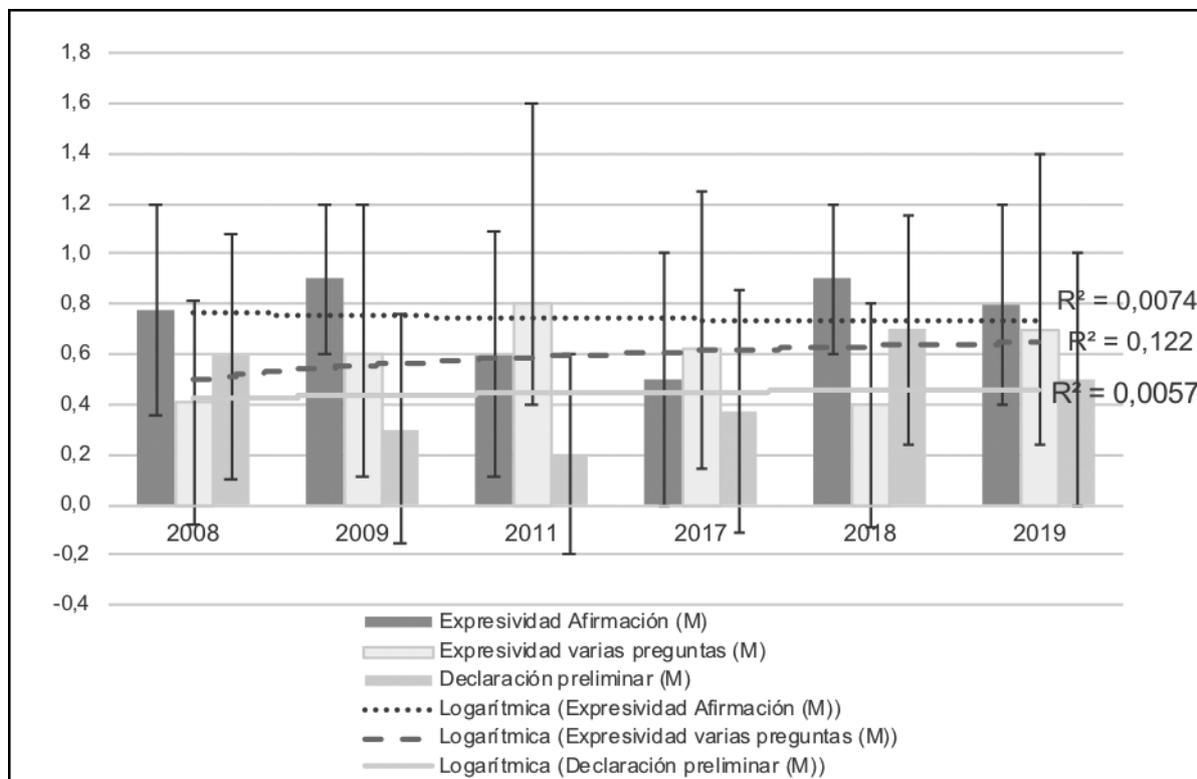
de las conferencias, queda para futuros estudios relacionar la presencia o ausencia de conferencias de prensa con otros indicadores. Así, por ejemplo, podemos comparar los datos obtenidos en relación a la frecuencia de conferencias realizadas con el Índice de Confianza en el gobierno para los meses de las conferencias que elabora la Universidad Di Tella¹¹ mensualmente para evaluar una posible relación con

¹¹ Se trata de un índice (escala de 0 a 5 de máximo) de opinión pública sobre el gobierno nacional, a partir de la estimación de cinco dimensiones (evaluación general del gobierno, percepción sobre si se gobierna pensando en el bien general, eficiencia del gasto público, honestidad del gobierno, capacidad para resolver los problemas del país). En https://www.utdt.edu/ver_contenido.php?id_contenido=1439&id_item_menu=2964 (c. 6/3/2020).

la imagen de gobierno. En ambos mandatos, los primeros dos años son los que más registran conferencias de prensa. En el caso de CF, se observa que brindó conferencias inicialmente, para suspenderlas después de noviembre de 2010, fecha del falleci-

miento de su marido y antecesor en el gobierno, Néstor Kirchner. A partir de entonces las limitó a las visitas de mandatarios extranjeros o en sus viajes al exterior, dos circunstancias que por protocolo aconsejan celebrar conferencias de prensa.

Gráfico 2. Variables expresividad y declaración con desviación estándar (n= 65)



Elaboración propia.

En el caso de MM, hubo una menor frecuencia de conferencias en los dos últimos años, donde se observa un descenso en el índice de confianza. CF, en cambio, las brindó en su momento de más baja confianza y las suspendió en su momento de mayor confianza pública y mantuvo esa decisión en todo su segundo mandato, donde tuvo niveles de confianza bajos. En esos años, de 2011 a 2015, CF brindó 127 cadenas nacionales y dos conferencias de prensa, más cuatro conjuntas o en el exterior. El análisis muestra que la celebración de conferencias depende menos de los cambios en el estilo de preguntas de los periodistas, que de la estrategia de comunicación gubernamental.

4. Discusión y conclusiones

Dentro de las herramientas que posee un gobierno para comunicar, la conferencia de prensa pone a la vista de la ciudadanía un diálogo entre la presidencia y el periodismo. En tanto actor social dedicado profesionalmente a la información, se le reconoce al periodismo una mayor competencia para formular preguntas tanto por conocimiento de la agenda pública, como por experiencia a la hora de lidiar con las

fuentes oficiales. La diversidad de periodistas cuando se organiza como encuentro colectivo aporta una riqueza de perspectivas, a la vez que equilibra la asimetría del poder para imponer condiciones a la difusión de la información. También se aplica a la inversa: la fuente oficial o su vocería pueden hacer patente a la ciudadanía cualquier detrato que le imponga el periodismo. La conferencia de prensa es un ritual institucionalizado que muestra al periodista como contrafigura de la máxima autoridad de la nación. Estas características hacen de la conferencia de prensa una instancia irremplazable en contextos de crisis, en los que brindar información es un acto de responsabilidad gubernamental ante los ciudadanos.

Como estudio exploratorio para indagar el potencial de las conferencias de prensa presidenciales en Argentina, las conclusiones no son definitivas, pero brindan lineamientos para futuras investigaciones en la medida en que la metodología permite indagar el estilo en que se desarrolla la interacción entre fuentes oficiales y periodistas.

El hallazgo más relevante es la ausencia de agresividad en las preguntas de los periodistas y de indicadores de interpelación a la figura presidencial, lo que refuta la H1. Todas las conferencias se desarrollan en un contexto que facilita la expresividad a tra-

vés afirmaciones, preguntas múltiples y declaraciones preliminares de los participantes.

Como correlato, la ausencia de agresividad periodística en las conferencias de prensa confirma que no es la causa real para su suspensión. En este sentido, estos resultados preliminares coinciden con estudios previos que detectaron más indicadores de declaración, y menos de antagonismo e interpelación en las conferencias de Suecia, altamente institucionalizadas (Eriksson & Östman, 2013). El estilo de las preguntas en las conferencias de prensa en la Argentina puede describirse como intervencionista, en la medida en que los periodistas prefieren expresar su posición frente a la figura presidencial que indagar de manera frontal a la fuente, es decir: buscan expresar o confirmar su información u opinión antes que preguntar de manera agresiva.

La H2 también se refuta en la medida en que no se observan diferencias sustanciales en el estilo de preguntas periodísticas entre periodos presidenciales. Se observa un leve aumento de expresividad hacia el final del periodo donde se brindaban con más regularidad, donde se observó más predisposición para hacer más de una pregunta o que el periodista planteara al presidente su posición de manera más abierta. Queda para futuras investigaciones la ampliación de la observación para confirmar si guarda relación con las restricciones de acceso en otros ámbitos, que configuran la oportunidad de la conferencia de prensa como una oportunidad para aprovechar, lo que podría correlacionarse con la práctica habitual de las preguntas. Por lo pronto, ese estilo de preguntas coincide con el rol intervencionista del periodismo *watchdog* que predomina en el periodismo argentino, según estudios preliminares (Mellado et al., 2020).

La metodología de análisis brinda elementos para la estrategia de comunicación presidencial, entendiendo que el *news management* (Esser & Strömbäck, 2014) es prioridad para las administraciones gubernamentales, que cuentan con equipos de prensa que superan en recursos y personal a las redacciones periodísticas. Si como sugieren los datos mencionados, las conferencias se relacionan con la confianza en el gobierno, queda por profundizarse las razones que podrían explicar esta correlación. En cualquier caso, no se observa que la suspensión de las conferencias esté justificada por el antagonismo periodístico. Un aspecto a profundizar es la afinidad de los medios presentes hacia el presidente y entre sí, que podría ser un factor que explique la expresividad de los periodistas. La investigación mostró que cada presidente convoca medios diferentes, aunque los dos coinciden en convocar a medios de Buenos Aires más que del resto del país o extranjeros. Esta hipótesis surge de esta primera aproximación, pero la excede con lo que queda abierta para una muestra mayor.

Otra constatación de esta investigación se relaciona con el aporte a la transparencia y la credibilidad del anuncio presidencial monológico en comparación con uno dado en una conferencia de prensa con preguntas de periodistas de medios, y cuánto impacto en

ello la afinidad o diversidad de la prensa que asiste. Durante la selección de la muestra se constató que en el canal de YouTube de Casa Rosada las conferencias de prensa tienen más vistas que las cadenas nacionales, lo que podría investigarse como indicador del interés de la ciudadanía. A marzo de 2020 la conferencia de prensa con más atención había registrado 600.627 vistas (MM, 23/03/2016), mientras que la cadena nacional más vista tenía 134.056 en sus cinco años de publicada (CF, 15/10/2015). Si la comparamos con la única cadena nacional que dio MM al de cierre de su gestión (5/12/2019) y obtuvo 108.156 vistas en cuatro meses, también bastante menos que su conferencia.

Esta observación abre otra perspectiva para las conferencias de prensa en los contextos digitales, que complementa su valor como herramienta periodística. Su popularidad en las plataformas podría estar mostrando que el diálogo del mandatario con la prensa puede ser un mensaje más atractivo para el público que los monólogos presidenciales. También plantea preguntas acerca del rol del periodismo, si debe ser un difusor de las declaraciones o comentarista de discursos unilaterales; o tiene derecho a preguntar sobre los anuncios que presenta una autoridad. Desde la valoración estratégica de la comunicación presidencial, la conferencia de prensa como espacio de intercambio puede resultar más confiable para la ciudadanía. La preferencia de los gobernantes por el uso de cadenas nacionales y spots publicitarios para comunicarse con la ciudadanía, en desmedro de las conferencias de prensa, podría evaluarse desde el impacto que tiene en la imagen presidencial y en los actores que forman parte del proceso de producción de las noticias.

En las teorías clásicas se otorga un rol ideal en el periodismo en el proceso de *accountability* vertical (O'Donnell, 2004) en la medida en que en tanto actor social informado y parte de la ciudadanía puede pedir una explicación a las autoridades sobre su desempeño. Los estudios de periodismo en Latinoamérica confirman que el rol idealizado del periodismo *watchdog* no tiene mucha presencia en países con bajos índices de libertad de prensa o en donde el sistema de medios no tiene una tradición de autonomía frente al poder político (Márquez-Ramírez et al., 2019). Es en los roles que más tienen que ver con la posición del periodista frente al poder donde hay una mayor brecha entre los ideales de la profesión y la performance (Mellado et al., 2020). Las audiencias perciben cada vez más una distancia entre el rol de control hacia los poderosos que se autoasigna el periodismo y lo que finalmente se observa en las noticias (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, & Nielsen, 2019). En este contexto la conferencia de prensa no solo puede ser un evento que permite analizar los términos de la relación del periodismo con el poder, sino una instancia de legitimación del periodista como actor con capacidad de control y de preguntar de acuerdo el interés de la sociedad. Pero también de legitimación del mensaje presidencial en un ritual de diálogo que proyecta confiabilidad.

5. Referencias bibliográficas

- AA. VV. (2010). ¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina. In O. Rincón (Ed.), *Documento FES-C3* (Vol. 11). Centro de Competencia en Comunicación C3.
- Amado, A. (2015). Calidad periodística y fuentes presidenciales: el periodismo argentino frente a la comunicación de gobierno. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 21(Especial noviembre), 63–84. <https://bit.ly/3WvWvTA>
- Amado, A. (2016). *La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información*. Biblos.
- Blumler, J. G., & Coleman, S. (2015). Democracy and the media. *Javnost - The Public*, 22(2), 111–128. <https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1041226>
- Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication* (Kindle Edi). Routledge.
- Boczkowski, P. J., & Papacharissi, Z. (Eds.). (2018). *Trump and the media*. The Mit Press.
- Cañizalez, A. (2016). *Hugo Chávez: La presidencia mediática*. Editorial Alfa.
- Casero-Ripollés, A., & López Rabadán, P. (2013). La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad profesional. In J. Gómez-Mompert, J. Gutiérrez Lozano, & D. Palau Sampio (Eds.), *La calidad periodística* (pp. 73–89). Aldea Global.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Clayman, S. E., & Heritage, J. (2002a). Questioning Presidents: Journalistic Deference and Adversarialness in the Press Conferences of US Presidents Eisenhower and Reagan. *Journal of Communication*, (December), 749–775.
- Clayman, S. E., & Heritage, J. (2002b). *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*. *Canadian Journal of Communication*. Cambridge University Press.
- Clayman, S. E., Heritage, J., Elliott, M. N., & McDonald, L. L. (2007). When does the watchdog bark? Conditions of aggressive questioning in presidential news conferences. *American Sociological Review*, 72(1), 23–41. <https://doi.org/10.1177/000312240707200102>
- Eriksson, G. (2011). Follow-up questions in political press conferences. *Journal of Pragmatics*, 43(14), 3331–3344. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.07.004>
- Eriksson, G., & Östman, J. (2013). Cooperative or Adversarial? Journalists' Enactment of the Watchdog Function in Political News Production. *International Journal of Press/Politics*, 18(3), 304–324. <https://doi.org/10.1177/1940161213482493>
- Esser, F., & Strömbäck, J. (Eds.). (2014). *Mediatization of Politics*. New York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137275844>
- Freedom House. (2020). *Freedom of the World 2020*. <https://bit.ly/3SUH1Wf>
- Galindo Hernández, C. (2013). Neopopulismo en Colombia: el caso del gobierno de Álvaro Uribe Vélez. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*, 0(27), 147. <https://doi.org/10.17141/iconos.27.2007.205>
- Gessen, M. (2018, November). After the White House Banned Jim Acosta, Should Other Journalists Boycott Its Press Briefings? *The New Yorker*, 11–14.
- Grebe, R. (2007). Evo Morales y los medios. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (98), 2. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i98.386>
- Hallin, D., & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media : southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 24(2), 175–195.
- Heritage, J., & Clayman, S. E. (2013). The changing tenor of questioning over time tracking a question form across us presidential news conferences, 1953-2000. *Journalism Practice*, 7(4), 481–501. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.802485>
- Jefatura de Gabinete de Ministros. (2018). *Carta de jefatura de gabinete. Libertad de expresión y medios públicos*. <https://bit.ly/3Fwoah5>
- Jefatura de Gabinete de Ministros. (2020). *Memoria detallada del Estado de la Nación 2019*.
- Krüger, G. (2009). *Bundespressekonferenz: los orígenes del modelo alemán de conferencia de prensa federal*. Konrad Adenauer Stiftung.
- Lloyd, J., & Toogood, L. (2014). *Journalism and PR News Media and Public Relations in the Digital Age*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Lodola, G., & Kitzberger, P. (2017). Politización y confianza en los medios de comunicación. *Revista de Ciencia Política*, 37(3), 635–658. <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2017000300635>
- López, J. I. (2008). *El hombre de Clarín. Vida privada y pública de Héctor Magnetto*. Sudamericana.
- Márquez-Ramírez, M., Mellado, C., Humanes, M. L., Amado, A., Beck, D., Davydov, S., ... Wang, H. (2019). Detached or Interventionist? Comparing the Performance of Watchdog Journalism in Transitional, Advanced and Non-democratic Countries. *The International Journal of Press/Politics*, 25(1), 53–75. <https://doi.org/10.1177/1940161219872155>
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). “Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16(3), 247–261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- Mellado, C., Mothes, C., Hallin, D. C., Humanes, M. L., Lauber, M., Mick, J., ... Davydov, S. (2020). Investigating the Gap between Newspaper Journalists' Role Conceptions and Role Performance in Nine European, Asian, and Latin American Countries. *International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/1940161220910106>

- Moberg, U., & Eriksson, G. (2013). Managing ideological differences in joint political press conferences. *Journal of Language and Politics*, 12(3), 315–334. <https://doi.org/10.1075/jlp.12.3.01mob>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Digital News Report 2019*. Oxford. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2619576>
- O'Donnell, G. (2004). Accountability horizontal: la institucionalización legal de la desconfianza política. *Revista Española de Ciencia Política*, (11), 11–31.
- Paredes, M. L., & Moncayo, N. A. A. (2018). Analysis of the perceptual elements in the communications media and the strategies of propagandistic communication of Rafael Correa, president of Ecuador between 2007 and 2017. *Kepes*, 15(17), 151–181. <https://doi.org/10.17151/kepes.2018.15.17.7>
- Ponce, M., & Rincón, O. (Eds.). (2013). *Caudillismo, e-política y teledemocracia: Comunicación de Gobierno en América Latina*. Fin de siglo, Universidad Católica del Uruguay.
- Rettberg, A., & Rincón, O. (Eds.). (2011). *Medios, democracia y poder*. Ediciones Uniandes.
- Rincón, O., & Uribe, C. (2015). *De Uribe, Santos y otras especies políticas*. Universidad de los Andes.
- Rotelli, N. (2018). El rol de las fuentes en las noticias. *Contratexto*, (29), 65–78. <https://doi.org/10.26439/contratexto2018.n029.1818>
- Ruiz, F. (2014). *Guerras mediáticas. Las grandes batallas periodísticas desde la Revolución de Mayo hasta la actualidad*. Sudamericana.
- Salerno, P. (2016). Las conferencias de prensa de Cristina Fernández de Kirchner: estrategias que rigen la dinámica interactiva. *Exlibris*, (5), 463-474.
- Sánchez Ramírez, J. L. (2021). Las “mañaneras de Andrés Manuel López Obrador como escena de enunciación y proceso de politización. *Revista Mexicana de Comunicación*, (148), julio – diciembre 2021. ISSN 2683-2631.
- Schmidt, C., Rovere, M., & Lavalle, D. (2003). *Periodismo y acceso a la información pública*. Fundación Konrad Adenauer.
- Sigal, L. (1973). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. D. C. Heath and Company.
- Sixto García, J. (2008). Gabinetes que informan, medios que ratifican. *Pensar La Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, II(1), 235–246. <https://bit.ly/3DP6qMq>
- Stewart, J., Mazzoleni, G., & Horsfield, B. (2003). *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis*. Praeger.
- Sun, T. (2010). Adversarial questioning and answering strategies in Chinese government press conferences. *Taiwan Journal of Linguistics*, 8(2), 131–162. [https://doi.org/10.6519/TJL.2010.8\(2\).5](https://doi.org/10.6519/TJL.2010.8(2).5)
- Tejkalová, A., de Beer, A., & Berganza, R. (2017). In Media We Trust. *Journalism Studies*, (9699), 1–16.
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político*. Paidós.
- Tompkins, A. (2018). CNN's Jim Acosta's actions to Trump don't represent the best of journalism. <https://bit.ly/3zy8fuZ>
- Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. The Free Press.
- Valenzuela, S., & Arriagada, A. (2011). Politics without Citizens? Public Opinion, Television News, the President, and Real-World Factors in Chile, 2000-2005. *The International Journal of Press/Politics*, 16(3), 357–381. <https://doi.org/10.1177/1940161210379636>
- Waisbord, S. (2013). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*. Gedisa.
- Waisbord, S., & Amado, A. (2017). Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. *Information, Communication & Society*, 4462(May), 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328521>
- Wu, F., Cheng, Y., & Chao, D. (2017). Global questioners: examining journalists' aggressiveness at Chinese premiers' press conferences (1993–2015). *Asian Journal of Communication*, 27(4), 357–377. <https://doi.org/10.1080/01292986.2017.1281322>

Adriana Amado. Doctora en Ciencias Sociales (FLACSO), Licenciada en Letras (UBA). Docente e investigadora en comunicación en nivel de posgrado en la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) y la Universidad de Buenos Aires (UBA). Periodista y analista de medios. Presidente del Centro para la Información Ciudadana. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7275-7991>

Nicolás Rotelli. Magíster en Gestión Política (UCC), Licenciado en Comunicación Social (UNC). Docente e investigador en comunicación en niveles de grado y posgrado en la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) y la Universidad de Buenos Aires (UBA). Coordinador del Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales de UADE. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9598-9370>