



UNIVERSIDAD DE BELGRANO

Las tesinas de Belgrano

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Carrera Licenciatura en Ciencias de la
Comunicación

Cambios producidos en la profesión de
periodista gráfico a partir de transformaciones
en las relaciones laborales propias de la
Modernidad Líquida

N° 825

María Florencia Pulla

Tutor: Guillermo Ruiz

Departamento de Investigaciones
Fecha defensa de tesina: 29 de junio de 2015

Universidad de Belgrano
Zabala 1837 (C1426DQ6)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel.: 011-4788-5400 int. 2533
e-mail: invest@ub.edu.ar
url: <http://www.ub.edu.ar/investigaciones>

Índice

Introducción:	7
Trabajar en tiempos de Modernidad Líquida	7
Problemas e interrogantes	8
Hipótesis	9
Objetivos	9
Objetivo principal:.....	9
Objetivos secundarios:.....	9
Metodología	9
1. Globalización, posmodernidad y empleo	10
Una aldea global	10
Un mundo posmoderno	10
Dos conceptos que influyen en el trabajo	11
La tecnología, la herramienta	13
2. El periodismo de ayer y de hoy.....	15
El avance de la tecnología.....	16
Periodista <i>online</i> versus periodista del papel.....	17
El periodista ciudadano.....	20
El modelo de negocios: la supervivencia.....	22
3. Colaboradores. Un ejército de precarizados.....	25
Algunas definiciones sobre precarización.....	25
Cómo se vive la precarización en los medios	27
En el vecindario del periodismo	31
Escuelas de periodismo.....	32
El problema de la lucha sindical	34
Conclusiones.....	37
Bibliografía	39

“El periodismo es libre o es una farsa”
Rodolfo Walsh

Introducción:

A fines de octubre del año pasado murió en su casa de Washington DC el veterano periodista Ben Bradlee. Tenía 93 años. Había sido soldado en la Segunda Guerra Mundial y editor de la revista *Newsweek* antes de subir escalones como periodista en el *Washington Post*. Había alcanzado el deseado puesto de *Editor-in-Chief*-lo más cercano a un Secretario de Redacción que se conocen por estas latitudes- cuando entraron a su redacción Bob Woodward y Carl Bernstein. Juntos lograron desenmarañar una trama de conspiraciones y negociados para espiar a la oposición política y derivar fondos del Estado a campañas políticas que llegaban al mismo Richard Nixon, quien más tarde, renunció. Sigue siendo el único presidente norteamericano en hacerlo.

En 2012, dos años antes de partir, le preguntaron a Bradlee cuál pensaba que sería su huella en el mundo. "Dejar un legado de honestidad; haber vivido una vida lo más cercana a la verdad".¹

Con Bradlee -y muchos de su generación- muere también una antigua forma de hacer periodismo. La de las grandes redacciones con escritorios fijos, de publicaciones que invertían mucho dinero en sus productos porque los retornos en ventas seguían viendo robustos, de periodistas que hacían carrera dentro de una única publicación y se retiraban con generosas pensiones. Eran tiempos de estructuras físicas que reunían todas las secciones de un periódico -desde la comercial hasta la periodística, con oficinas para la gerencia y los diseñadores- y de contratos de exclusividad que impedían que las grandes firmas migren a otras publicaciones.

Desde su aparición, ligada a la Revolución Francesa, hasta nuestros tiempos, los diarios gozaron de buena salud. Eran tribunas de doctrinas, espacios de debate y el periodismo una carrera noble, que tenía como objetivo la persecución de la verdad. La búsqueda de la primicia y de las grandes historias era el verdadero Norte.

Más cerca de este siglo, la revolución que implicó la tecnología en los canales de distribución generó una crisis de lectores y un duro golpe en el modelo de negocios. La sociedad no dejó de demandar periodismo pero sí dejó de pagarlo. Por primera vez en su historia, el periodismo debía reformularse y eso afectaba, principalmente, a quienes producían noticias: los periodistas. Si el diario de mayor tirada del país, Clarín, vendía 700.000 ejemplares los domingos durante la década de 1990, hacia 2014 vio caer su circulación a 270.000². Se despidieron correctores y fotógrafos, se retiraron viejos editores y bajo el lema de "redacciones integradas para la convergencia tecnológica" se achicaron redacciones³. El crecimiento de redes sociales y del llamado "periodismo ciudadano"⁴ solo acrecentó esta tendencia⁵. Sumado a esto, las diferentes crisis de credibilidad de los medios rompieron el paradigma de "watchdogs" que reinó durante buena parte del siglo. No son buenas noticias para quienes inician carreras en este oficio.

Trabajar en tiempos de Modernidad Líquida

Hay cuestiones exógenas que afectan el ejercicio del periodismo y que son comunes a todos los trabajadores. La posmodernidad transformó las relaciones de trabajo y, en términos mejor utilizados por Zygmunt Bauman en *Modernidad Líquida*, los vínculos entre el empleado y el empleador se han "licuificado" lo que significa que la relación de dependencia ha cambiado y que se han achicado las obligaciones contractuales que ligan a un empleado con su oficio, su lugar de trabajo, sus tareas diarias. En el mundo

¹ WOODWARD, Bob y BERNSTEIN, Carl; 2014. "The Ben Bradlee we knew: friend, fierce editor and truth-seeker", The Washington Post. http://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/the-ben-bradlee-we-knew-friend-fierce-editor-and-a-truth-seeker-above-all/2014/10/28/c565eb86-5df1-11e4-9f3a-7e28799e0549_story.html

² TELAM, Agencia. "Clarín vende un 32% menos que en 2003 y reduce su presencia en el mercado de diarios". <http://www.telam.com.ar/notas/201308/30704-clarin-vende-un-32-menos-que-en-2003-y-reduce-su-presencia-en-el-mercado-de-diarios.html>

³ INTERMEDIA BLOGS. "Medios internacionales que han integrado sus redacciones". <http://intermediablogs.wordpress.com/analisis/>

⁴ PÉREZ, Fernando. "El periodismo ciudadano: una oportunidad más que una amena-za", Protect Media, <http://www.protectmedia.com/esp/modelo-detalle-de-blog/noticias/19554/el-periodismo-ciudadano-una-oportunidad-mas-que-#VFf3-RZDKm4>

⁵ ROTTMAN, Diego. "The Guardian inició el camino al periodismo abierto con lectores en su redacción". Clases de periodismo <http://www.clasesdeperiodismo.com/2012/03/25/the-guardian-inicio-el-camino-al-periodismo-abierto-con-sus-lectores-en-la-redaccion/>

sólido del que habla Bauman (es decir, el mundo de la primera y segunda Revolución Industrial, de las nacientes democracias liberales) el trabajo es la goma que pega a los diferentes actores sociales a un nuevo orden: las fábricas necesitaban obreros y los nuevos obreros, antiguos campesinos exiliados en las ciudades, necesitaban un trabajo.

“La modernidad sólida era también, de hecho, la época del capitalismo pesado, del vínculo entre capital y mano de obra fortalecido por su compromiso mutuo. La supervivencia de los trabajadores dependía de que fueran contratados; la reproducción y el crecimiento del capital dependían de esa contratación. El punto de encuentro era fijo. La fábrica era el domicilio común. (...) Así cualquier aprendiz que comenzara su carrera en Ford podía estar seguro de que terminaría su vida laboral en el mismo lugar. Los horizontes del capitalismo sólido eran lejanos”⁶.

Pero esa no es, asume Bauman, la situación actual. Con el advenimiento de la tercera Revolución Industrial y de la posmodernidad la relación entre empleado y empleador cambió: los vínculos que los ataban se desvanecieron. Somos testigos, entonces, de una nueva clase de relación laboral, en donde impera la inmediatez y la flexibilidad.

“El ingrediente crucial de este cambio multifacético es la nueva mentalidad de corto plazo que viene a reemplazar a la mentalidad de largo plazo. Un empleado cambia de trabajo al menos once veces en el transcurso de su vida laboral. La flexibilidad es el eslogan de la época, que cuando es aplicado al mercado de trabajo, presagia el fin del empleo tal y como lo conocemos, y anuncia en cambio un advenimiento del trabajo regido por contratos breves, o directamente sin contratos, cargos que no ofrecen ninguna seguridad por sí mismos sino que se rigen por la cláusula de “hasta nuevo aviso”. La vida laboral está plagada de incertidumbres”⁷.

Evidentemente el cambio forma parte de una nueva fase dentro del capitalismo, la globalización. Para el teórico de la globalización Ulrich Beck, “el viejo enemigo trabajo se está viendo relegado a la vía muerta de la historia”. Y sigue. “el capitalismo destruye al trabajo. El paro ya no es un destino marginal, nos afecta parcialmente a todos. Pero el capitalismo global, al declararse exento de responsabilidad respecto al empleo y la democracia, está socavando su propia legitimidad. (...). Lo que se ha presentado como un remedio -la flexibilización del mercado laboral- no ha hecho más que ocultar la terrible enfermedad del paro: no la ha curado. Cada vez es mayor el paro, así como los casos de trabajos a tiempo parcial, las precarias relaciones contractuales y la por el momento aún tranquila reserva laboral”⁸.

De alguna manera coincide con la tesis de Bauman cuando dice que “hay que dejar bien claro antes que nada que los núcleos de ocupación tradicionalmente seguros se están esfumando actualmente en el altar de la imparable y omnipresente automatización. Aun cuando surjan nuevos puestos de trabajo en la edad de la información pueden verse fácilmente desplazados a lugares más inimaginables.”⁹

Lo que ambos autores postulan es que los empleados y los empleadores mantienen un vínculo diferente, menos estrecho, que implica cierta “libertad de acción” que disfraza, en cierta forma, cierta precarización laboral: no hay lugares físicos de trabajo, no hay garantías logradas por el movimiento obrero como el aguinaldo, las vacaciones o la seguridad social. Los empleados tienden a ser contratados para tareas específicas y nada más.

Problemas e interrogantes

Como se dijo, resulta evidente que el periodismo no escapa a los comunes de este nuevo régimen pero le agrega, por sus características propias, nuevos elementos de análisis. Es decir, el camino que tomó el oficio de relatar noticias es propio y tiene tanto que ver con cuestiones exógenas a la profesión como con cuestiones que le son propias.

⁶ BAUMAN, Zygmunt; 2002. *Modernidad líquida*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México. Página 155.

⁷ BAUMAN, Zygmunt; 2002. *Modernidad líquida*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México. Página 155.

⁸ BECK, Ulrich; 1992. *Qué es la globalización. Dimensiones, controversias y definiciones*. Editorial Paidós. Buenos Aires. Páginas 92 y 93.

⁹ BECK, Ulrich. Op. cit. Página 95.

¿Cómo se dio el proceso de reestructuración de las relaciones laborales posmodernas hacia fines del siglo XX? ¿Cómo afectó esto a las redacciones tradicionales? ¿Se vio influenciada, también, por otras variables como la crisis de lectores y las modificaciones en la tecnología de producción y distribución del producto periodístico? ¿Las leyes que dieron marco legal a la persona del “freelance”, como la ley de monotributo, facilitaron el camino para que directores y dueños de medios flexibilicen la relación con los periodistas para crear sus productos?

Hipótesis

Los cambios producidos en la profesión del periodista gráfico a partir de las transformaciones en las relaciones laborales, transcurridas durante el siglo 20, y la revolución tecnológica que afectó a la profesión, llevaron a que el periodismo en Argentina se haya precarizado.

Se parte del supuesto, de que esta posible precarización pueda tener origen en cuestiones generales, como el contexto económico-político que caracterizó a la segunda mitad del siglo XX (las nuevas relaciones laborales de las que habla Bauman pero también las crisis cíclicas del capitalismo-liberal que obligaron al mercado a actuar más agresivamente y que doblegaron al empleado a aceptar nuevas condiciones, desfavorables) pero también en elementos propios como la crisis de lectores de los medios tradicionales y los nuevos formatos digitales que propiciaron la aparición de nuevas clases de periodismo (los llamados periodistas ciudadanos o bloggers) borrando definiciones históricas del oficio.

Objetivos

Objetivo principal:

Dar cuenta de los cambios producidos en la profesión del periodista a partir de las transformaciones en las relaciones laborales y tecnológicas transcurridas durante el siglo XX para identificar si existió o no una precarización en sus condiciones de trabajo.

Objetivos secundarios:

- Investigar la dinámica de las relaciones laborales propias de la sociedad occidental moderna.
- Evaluar de qué manera esta dinámica se vio reflejada en la relación laboral de los periodistas de la época y qué rol cumplieron los sindicatos en este contexto.
- Contrastar la dinámica de las relaciones laborales de la modernidad, particularmente en el periodismo, con la dinámica actual o posmoderna.
- Dar cuenta de las transformaciones tecnológicas que modificaron la identidad periodística.
- Identificar las actuales condiciones laborales de los periodistas en relación de dependencia y freelance, y contrastar.

Metodología

Este trabajo de investigación es de orden cualitativo. La entrevista en profundidad a periodistas de staff y freelance y a directores de medios es la técnica utilizada para recabar información sobre las condiciones laborales en las redacciones hoy. Además, para desarrollar el tema y dar soporte a la hipótesis, la tesina se vale de fuentes documentales primarias y secundarias -notas, ensayos, papers, libros- en medios masivos y especializados.

1. Globalización, posmodernidad y empleo

Antes de centrarnos en cuestiones propias del periodismo se establecerá el marco teórico que enmarca los conceptos como globalización, posmodernidad y empleo pues están directamente relacionados con la hipótesis de trabajo.

Una aldea global

Definitivamente se ha producido una transformación en el capitalismo. A mediados del siglo XX se comienza a discutir el término de globalización, quizás tan complejo que cuesta encontrar definiciones acabadas sobre el fenómeno. Así lo expresa, por ejemplo, el Banco Mundial en un informe sobre el tema: “Asombrosamente, tratándose de un término de uso tan extendido como la globalización, al parecer no existe una definición exacta y ampliamente aceptada. De hecho, la variedad de significados que se le atribuye parece ir en aumento, en lugar de disminuir con el paso del tiempo, adquiriendo connotaciones culturales, políticas y de otros tipos además de la económica”. Aclara, sin embargo, que su uso más común está relacionado con la globalización económica, es decir, aquella que entiende el crecimiento económico de manera transfronteriza. “En los últimos años una parte de la actividad económica del mundo que aumenta en forma vertiginosa y parece estar teniendo lugar entre personas que viven en países diferentes (en lugar de en el mismo país)”.¹⁰

Hay críticos, sin embargo, de esta definición economicista. El sociólogo Ulrich Beck prefiere dividir el concepto según se hable de la esfera económica o de la política, social y cultural. Así habla de globalismo cuando “se reduce la pluridimensionalidad de la globalización a una sola dimensión, la económica, dimensión que considero de manera lineal y que pone sobre el tapete (cuando, y si es que lo hace) todas las demás dimensiones”¹¹. De alguna manera, para Beck la reducción de la definición a la lógica del mercado limita su influencia a otras esferas de la vida: la unificación de las economías individuales en una economía globales uno de los conceptos más importantes pero no el único. La globalización como fenómeno implica una mayor interdependencia entre las diferentes regiones del mundo en su aspecto comercial pero también cómo esta integración afecta las condiciones sociales y culturales de los países.

Hay algunos, como el español Manuel Castells que ponen en duda la idea misma de que exista un mercado global del trabajo. Dice: “La mayor parte del mundo no trabaja en empresas globales ni siquiera en empresas que están relacionadas con procesos globales. Se calcula que entre el 80% y el 90% de la mano de obra mundial trabaja en mercados de trabajo locales. Desde ese punto de vista hablo de un mito, el de la globalización. Lo que ocurre es que las actividades cercadas, nucleadas de todas las economías, sí están globalizadas. Por globalizadas entiendo que trabajan como una unidad en tiempo real a nivel planetario, esta es la definición de globalidad. O sea que las actividades económicas centrales, nucleares, de nuestras economías trabajan como una unidad, en tiempo real, a nivel planetario a través de una red de conexiones”.¹²

No son pocos quienes coinciden en que la globalización es, más que un concepto, un proceso que está en movimiento y que es de carácter global, especialmente cuando se habla de mercados financieros; que debilitó el poder de los Estados nacionales en pos de otros, transnacionales, centrados en las empresas. Como plantea el historiador Eric Hobsbawm, “Los nuevos amos y señores del mundo dejan de ser los Estados nacionales y las instituciones tradicionales, como la iglesia, la escuela, la familia, y pasan a serlo los medios masivos de comunicación y las empresas multinacionales”.¹³

Un mundo posmoderno

Globalización y posmodernidad son conceptos que se implican mutuamente. En principio, porque se podría decir que ocurren en paralelo. El primero en utilizar este concepto fue, de hecho, Jean François

¹⁰ BANCO MUNDIAL. “*Qué es la globalización*”, <http://www.bancomundial.org/temas/globalizacion/cuestiones1.htm>

¹¹ BECK, Ulrich; 1992. *Qué es la globalización. Dimensiones, controversias y definiciones*. Editorial Paidós. Buenos Aires. Página 27.

¹² CASTELLS, Manuel; 1999. *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. Alianza Editorial. Madrid.

¹³ HOBBSAWM, Eric; 2006. *Historia del siglo XX*. Grupo Editorial Planeta. Buenos Aires.

Lyotard en 1979, quien lo definió como un nuevo estadio de la cultura; el resultado de varias transformaciones que se daban en el arte, la ciencia, la técnica, la política y la economía. En la posmodernidad pierden poder los grandes relatos y entonces las grandes instituciones como el Estado –o la Iglesia, o los diarios– pierden legitimidad frente a un ciudadano cada vez más individual.

Para Bauman el ser moderno confiaba plenamente en los grandes actores sociales –el jefe, el intendente, el cura- y eso le quitaba cierta angustia. El futuro era bueno y equivalía a cierta noción de progreso. Como lo explica Bauman: “[para los ciudadanos modernos] el trabajo todo lo vence. Hacia adelante era el destino, el trabajo era el vehículo. El futuro era visto como un producto más de la sociedad de productores: algo que debía ser pensando, diseñado y producido. El futuro era una creación del trabajo y el trabajo era la fuente de toda creación”.¹⁴

Giles Lipovetsky trató de diseñar el perfil del individuo posmoderno que, como se mencionó, se focaliza más en su interior que en el bien de la comunidad. “La sociedad hipermoderna -escribe- se caracteriza por la indiferencia ante el bien público, por esa prioridad que se concede a menudo al presente sobre el futuro, por el auge de los particularismos y de los intereses profesionales, por la disgregación del sentido del deber o de la deuda”.¹⁵ Otras cuestiones que agudizan esta tendencia individualista del hombre hipermoderno son el hiperconsumo -si no existe más que el presente, si el futuro es incierto, el ahorro pierde su atractivo- y las ansias de cuidar más de la salud y la estética.

Lipovetsky pone el acento en la crisis de legitimidad de las instituciones tradicionales y que esa falta de respaldo genera angustia e inquietud. Como explica Bauman, el pase de la Modernidad Sólida a la Modernidad Líquida no es tranquilo sino un choque entre distintas cosmovisiones: de una sociedad con progreso definido, instituciones estables, arraigadas al territorio se pasa a otra, sin certezas, sin representantes y sin territorios definidos.

Dos conceptos que influyen en el trabajo

Es claro que ambos conceptos están estrechamente vinculados a las nuevas percepciones e ideas del trabajo. La becaria del Conicet Patricia Collado dice, incluso, que “son conceptos implicados mutuamente pues ambos señalan el fin de un proceso de modernidad anclado en el desarrollo económico, enlazados por la idea de crecimiento y progreso con una fuerte connotación de transformación del mundo. Presenciamos la mutación de la posmodernidad a la de capitalismo global y flexible cuyas expresiones culturales sirven como caja de herramientas para apuntalar, no ya la cultura del trabajo, sino la cultura del empleo flexible”.¹⁶

Collado marca esta época posmoderna, además, como la era del posfordismo, pues la manera de organizar la producción y el trabajo que imperó durante buena parte del del siglo XX se ha perdido en pos de modelos más flexibles. Bauman parece estar de acuerdo: “El fordismo fue en sus días de gloria un modelo de industrialización, de acumulación, de regulación. El modelo fordista era un sitio de construcción epistemológica sobre el cual se regía toda la visión del mundo y que se alzaba majestuosamente dominando la totalidad de la experiencia vital. La fábrica fordista -con su meticulosa distinción entre planificación y ejecución, iniciativa y cumplimiento de ordenes, libertad y obediencia, invención y decisión- era, sin dudas, el mayor logro de una construcción social tendiente al orden”. Para el polaco, el fordismo es la autoconciencia de una sociedad moderna pesada, inmóvil... sólida. El capital, la dirección, y el trabajo estaban condenados a permanecer juntos.

Conviene, en este punto, hacer un breve recorrido histórico. La modernidad está atada a buena parte de la segunda mitad del siglo XIX y primera mitad del siglo XX: era la época de expansión de las economías y, hacia 1970, también de los Estados de Bienestar que colocaron al sindicalismo como actor principal para “mediar” las tensiones entre capital y trabajo. Esa regulación fue la marca de la segunda posguerra que, de alguna manera, prometía un progreso económico atado de un progreso social. Por eso el empleado de

¹⁴ BAUMAN, Zygmunt; 2002. *Modernidad Líquida*. Fondo de Cultura Económica. México. Página 141

¹⁵ LIPOVETSKY, Gilles; 2006. *Los tiempos hipermodernos*. Editorial Anagrama. Barcelona.

¹⁶ COLLADO, Patricia A; 2001. *El trabajo y la posmodernidad. Utopía y praxis latinoamericana*. Año 6, número 15.

una fábrica pensaba que haría carrera allí dentro y no afuera. Como explica Richard Sennet¹⁷ el trabajo “puede denigrar pero también puede proteger”: ser empleado implicaba cierta seguridad social y económica que, como marca de aquellos tiempos, libraba de toda angustia y de responsabilidad al individuo. El jefe era lo más parecido a una figura paterna que cuidaba y protegía, incluso con sus reglas estrictas.

Para dar un ejemplo que toca cerca de casa, en el país quien alzó estas banderas fue Juan Domingo Perón que hizo del trabajo y de los sindicatos piezas centrales en su rompecabezas político. Antes de llegar a la presidencia, incluso, fue desde la Secretaría de Seguridad y Previsión Social que lanzó medidas populares relacionadas con beneficios al empleado de a pie: el aguinaldo y las vacaciones pagas. “Fue en ese marco de relativa estabilidad que el trabajo apareció como un articulador de la propia vida, en múltiples sentidos, aunque ya hacia fines de los setenta comienzan a percibirse ciertas fisuras que luego se mostrarían irreversibles”.¹⁸ Todo termina.

La crisis mundial del capitalismo en los 70 rompe con ese modelo de Estado de Bienestar, que se profundiza en los 90. De ahí en adelante el poder de los sindicatos también se achica y la identidad del empleado ya no pasa por su lugar del trabajo.

De hecho, una de las características más sobresalientes de la época moderna del trabajo es que se puede establecer cierta fijación del empleo a un lugar. Según Daniel Cohen “la cadena invisible que unía a los trabajadores con su lugar de trabajo era el corazón del fordismo”. En épocas de globalización, de posmodernidad -o en términos de Bauman, de Modernidad Líquida- esa fijación se pierde. El panóptico que hizo famoso Michelle Foucault diseñado para controlar, vigilar y castigar, da paso a otra modalidad de trabajo no asentada en las fábricas, en el suelo, sino en las nuevas comunicaciones. “La nueva concepción flexible del tiempo en la producción, en el mercado de trabajo, se centra en la velocidad, la cual nos da una percepción de simultaneidad y de continuo proceso. Es decir, no podemos identificar el comienzo y fin, como en la era del cronómetro, ya que el ciclo es perpetuo. La estabilidad laboral del empleo asalariado proveía antes un horizonte cierto de desarrollo laboral y profesional; una referencia proyectual de vida basada en la certeza de la inclusión laboral y aseguramiento en el período de inactividad. Ahora las trayectorias de empleo son eclécticas, no capitalizan la experiencia laboral anterior, no aseguran conseguir otro trabajo. La búsqueda se vuelve un fenómeno permanente y estructural reforzado al anterior de los ámbitos laborales de precariedad de las relaciones laborales”.¹⁹

El conjunto de transformaciones (el paso de la modernidad a la posmodernidad) establece una rearticulación completa de la relación entre capital y trabajo, implicando un paso del capitalismo pesado al liviano, de la Modernidad Sólida a la Modernidad Líquida donde el capital se libera de sus ataduras y puede largar lastre sin mayores problemas. Lo global y lo local en esta dimensión representan la situación de un capital que se ha vuelto cada vez más globalizado y más fluido²⁰. De alguna manera el círculo virtuoso fordista que caracterizó buena parte del siglo XX -en el marco de una expansión económica mundial y de Estados de Bienestar en su apogeo- llegó a su fin. El cambio es claro: antes el tiempo de trabajo era el que marcaba la empresa; hoy el tiempo y el control se viven desde adentro, implicado en toda la cultura organizacional y también en los individuos. La posmodernidad, la globalización y el avance de la tecnología hacen que ya no sea necesario marcar horarios y que se pueda trabajar remotamente. Se habla de un pasaje de una economía centrada en la producción a otra economía centrada en los servicios y el conocimiento.

Estas “buenas noticias” vienen, sin embargo, atadas a una serie de condiciones que flexibilizan el trabajo, la compensación y la relación entre empleado y empleador. “La reestructuración productiva y funcional remite a una segmentación creciente del mercado laboral: un núcleo estable y calificado frente a un universo de temporarios, subcontratados, precarizados e informales (...). Bajo la nueva fase Líquida, el rasgo predominante lo constituye la inclusión de los diferentes sistemas de trabajo (domiciliario, a destajo, esclavista, taylorista, fordista) en la cadena de valorización del capital, no ya como aprendices, sino como piezas centrales. Así la subcontratación organizada, la proliferación del trabajo a destajo en las

¹⁷ SENNET, Richard; 1998. *The Corrosion of Character, the Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. W. W Norton. Página 44.

¹⁸ HERMO, Javier y WYDLER, Agustín. *Las transformaciones del trabajo, el trabajo in-material*.

<http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-32/transformaciones-del-trabajo-en-la-era-de-la-modernidad-liquida-y-el-trabajo>

¹⁹ COLLADO, Patricia A. “El trabajo y la posmodernidad”. Utopía y praxis latinoamericana. Año 6, número 15. 2001. Página 75.

²⁰ HERMO, Javier y WYDLER, Agustín. *Op cit*.

ciudades globales y el crecimiento de la economía informal no ha hecho más que expandirse; se alcanzan hoy niveles de precarización inusitados”.²¹

Como plantea Ricardo Antunes²² esta nueva etapa del capitalismo está caracterizada por la existencia de una combinación de procesos productivos articulando el fordismo con procesos flexibles, artesanales, tradicionales. En condiciones de acumulación flexible parece que los sistemas de trabajo alternativos pueden co-existir con otros, en el mismo espacio, de manera que le permitan a los empresarios escoger con comodidad entre ellos. Como se verá más adelante, es el régimen que impera hoy en las redacciones: aunque reducidas a su mínima expresión -muchas veces con sólo uno o dos redactores en el caso de las revistas- los productos logran salir a la calle gracias a un ejército de precarizados y subcontratados que redactan y diseñan el contenido. Este trabajo se hace a distancia o remotamente. El horizonte de la modernidad -el progreso indefinido, la estabilidad del empleo fordista- del que hablaba Bauman ya no existe porque la mentalidad de los empleados en esta modalidad consiste en vivir al día. El capital cumple un sueño: se libra de la pesada carga de contratación de la mano de obra y empieza una nueva etapa también para los trabajadores, de concebir el trabajo fuera del sistema salarial tradicional de relación de dependencia.

La tecnología, la herramienta

Como marcaron varios autores, los cambios del trabajo -de la concepción moderna y fordista a otra, posmoderna- tuvieron como vehículo los cambios producidos en la tecnología, que no es otra cosa que el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permite diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y a satisfacer las necesidades humanas²³. Para decirlo de otro modo: una computadora es tecnología como lo fue, a principios de la primera Revolución Industrial, el telar mecánico o la máquina de vapor.

El capital en épocas de Modernidad Líquida, entonces, se vale de la tecnología -informática, en este caso- para poder extender su lógica de trabajo.

Javier Hermo y Agustín Wydler en su trabajo sobre empleo y modernidad explican que “durante el proceso de modernización toda la producción tendió a industrializarse, así también durante el proceso de post-modernización toda la producción tiende hacia la producción de servicios, a volverse informatizada y también del mismo modo que los procesos de industrialización transformaron la agricultura y la volvieron más productiva, así también la revolución de la informatización transformará la industria redefiniendo y rejuveneciendo los procesos de fabricación (...). Todo ello supone un cambio central en la naturaliza y calidad del trabajo.”²⁴

Alain Minc también refuerza esta postura. “En el corazón mismo de esta nueva etapa del capitalismo líquido, está el conocimiento, con un rol cada vez más central en la economía, que se ha vuelto post-industrial y postmoderna, que cada vez está más informatizada (...). Esto traerá nuevas exigencias. En primer lugar, igualdad de acceso y de dominio de las nuevas técnicas de información. Toda revolución tecnológica aumenta las desigualdades entre aquellos que se benefician con ella y los demás”.²⁵

Los elementos claves hoy en día, entonces, son la capacidad tecnológica que cada uno posee para generar, procesar y producir. “El trabajo hoy funciona en red. La red tiene la ventaja de la flexibilidad, de la adaptación rápida a la demanda: cuando hay una demanda fuerte se organiza la red, cuando no, se disuelve”, postula Manuel Castells.²⁶

Es el mismo Castells quien postula dos clases de trabajo en esta época posmoderna: el trabajo auto-programable y el trabajo générico.

²¹ HERMO, Javier y WYDLER, Agustín. *Las transformaciones del trabajo, el trabajo inmaterial*. <http://www.herramienta.com.ar/revista>

²² ANTUNES, Ricardo; 1999. *¿Adiós al trabajo? Ensayo sobre la metamorfosis y el rol central del mundo del trabajo*. Editorial Antídoto. Buenos Aires.

²³ Wikipedia.org <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

²⁴ HERMO, Javier y WYDLER, Agustín. *Las transformaciones del trabajo, el trabajo inmaterial*. <http://www.herramienta.com.ar/revista>

²⁵ MINC, Alain; 2001. www.capitalismo.net. Editorial Paidós, Espacio del Saber. Buenos Aires.

²⁶ CASTELLS, Manuel; 1999. *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. Alianza Editorial. Madrid.

El trabajo autoprogramable es para Castells el que desarrolla aquel trabajador que tiene una capacidad instalada de redefinir sus capacidades según va cambiando la tecnología. Se entiende que la alta volatilidad de la vida laboral va a llevar al individuo a cambiar de empleo varias veces en su vida o a reaprender totalmente su trabajo dentro de la misma organización por lo que aquellos que puedan adaptarse serán, según Castells, los más codiciados. “Lo que importa es cierta capacidad general educativa de cultura general, de capacidad de asociación, de saber cuáles son las cualificaciones, dónde buscarlas, cómo aprenderlas y aplicarlas”²⁷.

Por otro lado, el trabajo générico es de aquellos que simplemente tienen sus capacidades humanas con un nivel de educación más o menos básico, que simplemente reciben instrucciones y ejecutan órdenes. Este tipo de trabajo es el que efectivamente puede ser eliminado fácilmente.

Al ser el periodismo una mezcla entre oficio y profesión académica -pues muchos de sus trabajadores pasaron por universidades o escuelas especializadas y tienen un nivel de conocimiento especializado- no termina de encajar en una u otra categoría. En ambos casos, sin embargo, la precarización es esperable. “Hay impactos muy importantes sobre ambos tipos de trabajo, sobre el tipo de relaciones derivadas del nuevo modelo. Es flexible, estructuralmente determinada de la fuerza de trabajo y de la relación entre trabajador y empresa. La empresa tiene la necesidad y la capacidad de emplear trabajadores de diferentes formas, en distintos tiempos, con distintas situaciones laborales. Esta flexibilidad extrema impone condiciones cambiantes”²⁸.

Una de esas condiciones cambiantes, en el caso de los llamados periodistas freelance, es el de perder parte de su capacidad de negociación. La individualización de la fuerza de trabajo -periodistas trabajando en sus casa, en un bar, pero no en una redacción- hace que los empleadores impongan condiciones penosas (cobrar a 90 días, adelantar trabajo, trabajar muchas horas por día) porque si no pueden reemplazar al trabajador por otro que en el mercado de trabajo esté dispuesto a aceptarlas.

²⁷ CASTELLS, Manuel; 1999. *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. Alianza Editorial. Madrid.

²⁸ CASTELLS, Manuel; 1999. *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. Alianza Editorial. Madrid.

2. El periodismo de ayer y de hoy

El periodismo es la actividad de recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información de actualidad. Persigue, como cualquier actividad académica -y el periodismo debe encuadrarse en las Ciencias Sociales, como parte de las Ciencias de la Comunicación- ser objetivo y presentar información valiosa a través de la búsqueda de fuentes verificables por el lector. De esto se desprende que el periodismo como actividad ha desarrollado una serie de normas y deberes éticos que guían sus quehaceres diarios; una especie de Norte al que apuntar ante la ausencia de verdaderos colegios que promuevan el cumplimiento, bajo pérdida de matrícula, de ciertos parámetros. En general, estas normas -como el código de ética que en nuestro país tiene el Foro de Periodistas Argentinos, FOPEA- postulan como valores la independencia intelectual ante cualquier presión, gubernamental o del mercado, la objetividad y la libertad de expresión.

Estos valores son herencia de los primeros años del periodismo que, aunque encuentra sus raíces en la Roma y Grecia antiguas, recién comenzó a desarrollarse bajo los parámetros actuales a mediados del siglo XIX y se vio especialmente influenciado por la Revolución Industrial, que amplió las posibilidades técnicas de impresión y distribución, y de la Revolución Francesa que hizo de la libertad de expresión una de sus banderas. La Declaración del Hombre y del Ciudadano que sirvió como Carta Magna durante esos años fue de las primeras en reconocerlo como derecho. Se puede decir que los líderes políticos recién en ese momento tomaron conciencia del poder de las gacetas para influir en la opinión pública y proliferaron los pasquines políticos.

A finales del siglo XIX y principios del XX se vio, por primera vez, el potencial económico de los medios de comunicación que dejaron atrás, rápidamente, aquello de ser “tribuna de doctrina” para dedicarse a la primicia y el sensacionalismo. En Estados Unidos se destacan Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst como los primeros empresarios de medios en crear diarios de tirada masiva y en incorporar novedades al periodismo como el suplemento dominical de color o las tiras cómicas diarias. Algunos de los criterios de “noticiabilidad” actuales comenzaron en esta época.²⁹

De hecho, mucho de lo que se conoce actualmente como periodismo tradicional, enfocado en el papel, nació en aquellos años. Vale la pena destacar algunos conceptos.

En primer lugar, está el concepto de “noticiabilidad” o lo que muchos autores llaman “*Newsworthiness*”. Básicamente, pone al periodista en un lugar de privilegio porque es quien se encarga de “atrapar” la noticia, establecer la agenda y decir qué temas son relevantes. La selección y producción de noticias se convirtió en un tema conflictivo puesto que el periodista debía decidir qué información entraba en la arena simbólica.³⁰ Lo cierto es que, como apuntan varios académicos citados en el trabajo de Robinson, “*The Mission of the J-Blog, recapturing journalistic authority online*”, este concepto es una espada de doble filo, pues es sumamente importante para la práctica diaria del periodismo. Simplemente, “en términos prácticos, los valores y modos periodísticos son esenciales a la hora de completar el trabajo” pero también a la hora de vender diarios porque “las empresas periodísticas quieren ser lo más atractivas posible para atraer a una mayor cantidad de personas posibles”³¹. Vale la pena recordar esa máxima de la publicidad editorial: “el dinero sigue a la audiencia”.

La investigadora Melisa Wall amplía esta idea. Cita a Walter Lippmann cuando escribe que “las noticias son elegidas basándose en una serie de criterios dentro de la redacción que tienen que ver con qué se enfatiza y cómo. Las noticias no son otra cosa que la interpretación que tienen los periodistas de los eventos. Qué es noticia dependerá del contexto social en el que se lleva a cabo”³².

Una segunda cuestión a analizar es el concepto de objetividad y de obligación con la verdad que se juega en el periodismo. Según Kovach y Rosenstiel la verdad es amorfa, fluida y subjetiva, por lo tanto, el esfuerzo del periodismo por acceder a una realidad única se dificulta. Como supo escribir Nietzsche sobre

²⁹ ROBINSON, Susan., 2006, *The mission of the J-blog. Recapturing journalistic authority online*, Temple University, Sage Publications. Página 2.

³⁰ SCHILLER, Dan; 1981, *Objectivity and the News*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.

³¹ ROBINSON, Susan., 2006, *The mission of the J-blog. Recapturing journalistic authority online*, Temple University, Sage Publications. Página 3.

³² WALL, Melisa, 2005, *Blogs of war. Weblogs as news*, California State University-Northridge, Sage Publications. Página 3.

la verdad: “no existen los hechos, solo existen las interpretaciones”. Como se quiere masificar la noticia como producto cultural fue importante, desde el principio, presentarla como un reflejo de la realidad y a los periodistas como investigadores distanciados del hecho, neutrales, sin punto de vista para ofender a la menor cantidad de gente posible³³. Sin embargo, las investigaciones no tardaron en señalar que las noticias no eran espejo de nada sino un producto elaborado socialmente que reproduce las relaciones de poder inherentes a la sociedad de la que forman parte.³⁴

La objetividad es, para la prensa, todo un problema. Se ve, cada vez con más frecuencia, que los códigos de ética no declaran al periodista como guardián de la verdad ni de la objetividad. Sin embargo, siguen haciendo hincapié en la necesidad de diferenciar a quien relata una noticia de quien defiende un interés en los medios³⁵.

La concentración de los medios de comunicación trae como consecuencia una exacerbación de estas malas prácticas y hoy el periodismo tiende a ser sensacionalista, banal, generalista, con poca opinión. “Los medios se focalizan menos en proveer información, importante en una democracia, que en entretener a las audiencias. El resultado de esta tendencia es el *infoteinmeint*, cuando incluso el comentario político debe entretener”.³⁶ Con la aparición del periodismo online se exacerbaron, incluso, estas malas prácticas: la rapidez de publicar varias veces por día hace que se pierdan ciertos valores tradicionales del periodismo como el *fact-checking* o el cruzamiento de información. Por lo tanto, el producto tiende a ser de menor calidad, con mayor utilización de cables de agencias.

En este contexto no son pocos quienes dan por muerto al periodismo tradicional, anunciando -con el *hashtag* twittero- el #findelperiodismo³⁷. Nicolás Mavrakis, periodista e investigador, lo describe así: “¿De qué hablamos cuando hablamos de #findelperiodismo? De la crisis de sus soportes, del abaratamiento de sus plataformas, de la disminución dramática de sus consumidores frente a los nuevos canales de circulación de datos, ese flujo que aceita el devenir mismo de las redes sociales. Desnudando los valores románticos del siglo XIX y XX, la persecución de la verdad, de la justicia, la intervención en la república, el periodismo se vuelve una materia inerte y desmitificada”.³⁸

Es una perspectiva posmoderna sobre el periodismo que piensa, en líneas generales, que la realidad está determinada por las interacciones entre las personas que se valen del lenguaje y no tiene valor objetivo por sí misma. Por lo tanto, desde esta perspectiva no valen tanto ni los valores de objetividad ni de distanciamiento de la noticia que se valoran tanto en el periodismo tradicional.

“El periodista no puede separarse de la noticia y, por lo tanto, no es independiente en el sentido tradicional del término. El periodismo está evolucionando para captar el interés de una audiencia que está sedienta de historias personales”, sintetiza Robinson.³⁹

El avance de la tecnología

El periodismo como actividad siempre estuvo altamente ligado a los avances tecnológicos y sufrió modificaciones, en cada época, que significaron avances para la profesión. Las plataformas digitales son el más reciente pero el telégrafo, en su momento, también significó una revolución en la obtención de noticias. Las agencias de prensa, empresas dedicadas a la recolección de información en todo el mundo, nacieron y se desarrollaron gracias a este contexto tecnológico.

La aparición de Internet ha cambiado el panorama de manera drástica y como el periodismo siempre está ligado a sus medios de producción tiene que reevaluar cómo se lleva a cabo todos los días. Esto

³³ WALL, Melisa. *Op cit.*

³⁴ FISHERMAN, Mark; 1997, *News and Non-events*, Londres, Sage Publications.

³⁵ SINGER, Jane., 2005, *The political j-blogger. Normalizing a new media form to fit old norms and practices*, University of Iowa, Sage Publications. Página 178.

³⁶ WILLIAMS, Bruce, y DELLI CARPINI, Michael, 2000, *Unchained Reaction: The collapse of Media Gatekeeping and the Clinton-Lewinsky Scandal, Journalism: Theory, Practice and Criticism*, University of Pennsylvania Scholarly Commons.

³⁷ MAVRAKIS, Nicolás; 2011, *#Finelperiodismo y otras utopías en la morgue digital*, Buenos Aires, Centro de Estudios Contemporáneos. Buenos Aires.

³⁸ WALL, Melisa, 2005, *Blogs of war. Weblogs as news*, California State University-Northridge, Sage Publications. Página 158.

³⁹ ROBINSON, Susan., 2006, *The mission of the J-blog. Recapturing journalistic authority online*, Temple University, Sage Publications. Pagina 73.

modificará, necesariamente, su conducta y sus procedimientos. El periodismo no muere, como vaticina Mavrakis, sino que se transforma. Vivimos tiempos de transición.

Wall coincide con esta apreciación. Para ella la innovación tecnológica ha jugado un rol importante en la naturaleza de las noticias. Cita a Stovall⁴⁰ quien dice que el periodismo online desafía las prácticas tradicionales del periodismo y que su naturaleza, por encontrarse en otro medio como es el digital, cambiará con él.

Dice, sobre las noticias en Internet, que son como un “buffet de 24 horas”, siempre abierto. Por lo tanto, se dedican a contar la noticia en tiempo real, mientras ocurre, y no está editada o filtrada, como sucede en los medios tradicionales o de papel. De alguna manera, esta actitud pone en jaque cómo se hace periodismo en las redacciones. Desestima normas y prácticas sedimentadas en la profesión y presenta, al menos, dos desafíos: decirle adiós a la percepción de neutralidad y a la de “gatekeeper”, la facultad que tenía hasta ese momento el periodista de decidir qué era noticia, un buen guardia -como lo dice la palabra misma- que alejara a las trivialidades de las primeras planas. El rol de “gatekeeping” no es menor: se trata de separar la paja del trigo periodístico; lo comercial de lo que vale la pena reportar.

Para el nuevo periodismo no existen esas puertas (gates) y por lo tanto, no es necesario nadie que las vigile (o las guarde, del inglés, “keep”). En los nuevos tiempos se privilegia el “flujo” de la información, la capacidad para seguir con el ritmo frenético de la noticia en Internet y de abrir su plataforma para la conversación con otros. Esto trae un problema adicional para el periodismo tradicional, que tiene que ver con la transparencia de las prácticas, usualmente ocultas al público. El nuevo periodismo es más transparente, dicen quiénes son sus fuentes, de dónde vienen y analizan su contexto para dar la información. En cambio el periodismo tradicional sigue siendo celoso de sus fuentes y de sus normas.

Este cambio en la forma, en el rol del periodismo, puede explicarse como el pasaje de un periodismo moderno, heredero del siglo XIX, a otro posmoderno, en donde la presencia del autor sea más clara. En este sentido, los nuevos medios habilitan una nueva forma de redactar la noticia. Murray lo llama los “poderes caleidoscopios de la computación”: “la posibilidad de ver muchos patrones desde los mismos elementos ayuda a crear una narración diferente que captura la sensación de comunidad global”⁴¹. Claramente los hipervínculos facilitan esta operación porque permiten conectar diferentes lados de una misma historia y contarla, ya no más de manera lineal, sino siguiendo la pista de otros autores.

Es difícil para los periodistas tradicionales adoptar esta forma de nuevo periodismo porque están limitados por los medios en los que trabajan. Es decir, si el medio utiliza o no hipervínculos a otros medios o si hay reglas de estilo que eviten estas nuevas formas. Esta decisión está muy relacionada con el nuevo modelo de negocios de los medios, que se analizarán más adelante.

La premisa de estos autores es que el periodismo que nació con Internet y que se puede ver *online* está cambiando la manera de hacer periodismo. La posibilidad de que cualquiera puede abrir una plataforma de manera gratuita a través de la *Web* pone al ciudadano común en la posición, única en la historia, de ser creadores de contenido. Supone un peligro, porque no se trata de periodismo profesional y no están las tradicionales garantías de procedimientos, pero permite -teniendo la capacidad de controlar la avalancha de información y utilizando un criterio de selección- verdaderos agujeros en donde se pueden contar historias relegadas de los medios tradicionales. En términos de Mavrakis: si el viejo periodismo ha muerto que viva el nuevo periodismo, en la *Web*.

Periodista *online* versus periodista del papel

En Argentina y el mundo ya son varios los intentos de convergencia de redacciones. Es decir, que un periodista de la *Web* y un periodista del papel trabajen para el mismo medio y publiquen en sus diferentes plataformas de manera transversal. Este modelo ha fracasado. En todos los casos, como mencionan algunos periodistas de *Clarín* en entrevistas realizadas para este trabajo y que lo vivieron en carne propia,

⁴⁰ STOVALL, James, 2004, “*Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium*”, Pearson. Boston, Página 68.

⁴¹ MURRAY, Janet, 1997, “*Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyber-space*”. The Free Press. Nueva York. Página 128.

lo han hecho por la poca colaboración de los periodistas de papel que todavía privilegian escribir para ese medio que para la segunda categoría que sigue siendo la *Web*.

La convergencia no es un tema menor. Según Kenneth Killebrew en su publicación “Culture, Creativity and Convergence: Managing Journalists in a Changing Information Workplace”, “uno de los mayores retos de la gerencia es el personal afrontando estos proceso de fusión”. A esta dificultad se le suma el hecho de que los periodistas son, en general, bastante escépticos y ante cualquier cambio aparecen inseguridades. Lo cierto es que existen claras diferencias culturales entre los viejos y nuevos periodistas y por eso la convergencia se dificulta.

El periodista de *iEco*, Damián Kantor, lo explica mejor. “El periodista digital es un periodista de segunda clase. Pregunte quién pregunte. Los mejores valores, las mejores plumas, siguen estando en el papel. Los principales diarios saben bien que ese es el mejor negocio, el que subvenciona en términos comerciales a la *Web*. Los mejores anunciantes quieren salir ahí. Incluso las fuentes preguntan si la nota va en el *puntocom* o en el papel. Para las fuentes, para las empresas, es obvio que el papel tiene otro nivel de repercusión, otro tipo de jerarquía y las empresas periodísticas no saben cómo salir de este brete”. Nos extenderemos más en este punto al analizar el modelo de negocios de los medios hoy pero es claro que existe un proceso de transformación dentro las redacciones que no se está llevando a cabo en calma.

Lo cierto es que, aunque desde los medios se han hecho intentos de eliminar estas divisiones, quizás la resistencia sea generacional: los viejos periodistas todavía intuyen que el prestigio está en las páginas de papel y no en los bits de la *Web*. ¿Son tan diferentes los periodistas digitales de los periodistas de papel? Conviene, en este punto, diferenciarlos.

A diferencia del periodismo tradicional que, como explicamos, encuentra raíces en la Revolución Francesa y en las nuevas capacidades tecnológicas de la Revolución Industrial, el periodismo digital es relativamente nuevo y está relacionado con los nuevos medios de producción, propios de la red de redes. Nace a principios de los 90 cuando las conexiones eran mediante *dial up* y las computadoras personales empezaban a extenderse. Las primeras redacciones *online* nacieron en Estados Unidos entre 1993 y 1995 y no lo hicieron porque veían allí el futuro: tenían, como explican varios autores, miedo a que la competencia levantara su carpa allí en donde ellos no estaban.

Lentamente entendieron que la *Web* permitía un periodismo distinto, más multimedia, que ofrecía al lector más que solamente un texto noticioso. La multiplicidad de contenido -video, sonido, texto- es enriquecedora para el periodismo desde el punto de vista de las fuentes: se pueden escuchar testimonios en crudo sin la desgrabación del periodista, por ejemplo.

Pero esta multiplicidad implicó para los periodistas tradicionales -pero también para los jóvenes que se integraban a las nuevas redacciones- incorporar una serie de conocimientos que iban más allá de la tarea de investigar, redactar y editar. Las tareas del periodista cambiaban: mientras que antes había que saber escribir solamente ahora también se espera del periodista otras aptitudes que deben ser dominadas en corto tiempo porque la inmediatez de los sitios online -y las actualizaciones constantes- así lo demandan. Hay que decirlo. El periodista digital y online sigue siendo, en esencia, un periodista más solo que ahora debe tener otras aptitudes. Eso genera, en los periodistas tradicionales, una confusión y una resistencia al cambio que se refleja, muchas veces, en conflictos dentro de las redacciones entre la vieja escuela y los recién llegados.

No es el salario lo que los diferencia sino más bien una manera de entender la profesión. Existía una idea romántica del periodismo -como indispensable para las democracias modernas, de ahí que se lo tilde de quinto poder- y el periodismo *online* pone en jaque esas nociones: ya no hay tiempo para la investigación profunda y el cruzamiento de datos y entonces las funciones inherentes del periodismo durante 200 años ya no resultan prioritarias para los nuevos medios digitales que, muchas veces, son solo un refrito del contenido de sus hermanas de papel. Valen los ejemplos de *Página 12* (ver imagen) y de los contenidos del grupo de revistas de *La Nación*.

Lorena Guarino, periodista de la revista Forbes pero que también colabora con medios como U-like it, hace referencia a las limitaciones que tienen hoy los portales web en la Argentina en contraposición con sus hermanas de papel. “Creo que el periodismo digital abrió un nuevo mundo en cuanto a cómo comunicar y

a quién dirigirse. Pero en Argentina sigue siendo un tema de debate. Pese a la aparición de los primeros medios informativos digitales, hace más de 10 años, los medios tradicionales gráficos continúan usando las plataformas digitales como un espacio para volcar el contenido en sus páginas. Además, las actualizaciones de este tipo de sitios, muchas veces, se remiten a reproducir cables emitidos por las agencias de noticias. Por ello aún son muy limitados los sitios de noticias que funcionan como agente generador de información. El temor a perder lectores y pauta publicitaria genera que diarios y revistas no se fíen del todo en las herramientas tecnológicas para diversificar su comunicación. Los medios tradicionales saben que tienen que estar en los canales *online* pero su inclusión se produce de manera muy lenta para los tiempos que corren. De esta manera se cae en la famosa convergencia, donde un periodista se encuentra escribiendo para distintas plataformas sin distinción alguna”.

Mariano Parada López, que trabaja para el sitio *web El Destape*, coincide. “La velocidad de circulación de la información aumentó muchísimo pero eso no significa que el público esté más informado. Se incorporó al periodista escrito criterios de formatos más instantáneos, como la televisión, en donde los temas se siguen porque miden. Quien trabaje en redacciones *online* prácticamente tendrá conocimiento de toda la información que saldrá publicada en los diarios al día siguiente porque se apoya mucho en la cablera; no tiene tiempo de dedicarse a producir notas más elaboradas”.

Ximena Pascutti, editora de la revista de turismo Rumbos del grupo Clarín, entiende que como el modelo de negocios en la *Web* todavía no se ha encontrado es difícil que los medios inviertan en mejores ediciones digitales. “Se hace muy buen periodismo en la Argentina pero todavía no se encontró la manera de que Internet dé ganancias y por lo tanto los medios tradicionales están llegando a traicionar sus estilos en sus versiones web, olvidando los aspectos éticos y estéticos de lo que hacemos. Los medios pauperizan sus mensajes en sus versiones digitales”.

Juan Castiglione, periodista de *Red Users* -una revista especializada en tecnología- apunta a otros cambios que aparecieron con la explosión del periodismo digital. “Lo digital ha cambiado el lenguaje periodístico y la noción de lo que es noticioso porque tiende al lenguaje llano y directo. El lector de Internet es, según la teoría de los analistas de nuevos medios, un lector *multitasking* que está leyendo mil artículos al mismo tiempo. Hay que darle la noticia ya masticada, concisa, y repleta de palabras clave para que Google la ranquee bien arriba en sus búsquedas; el SEO ha hecho estragos con la creatividad y la información que se entrega a los sitios. Respecto a lo noticioso muchos medios ponderan el sensacionalismo porque es más efectivo en la era digital gracias a la fácil y efectiva viralización a través de las redes sociales. Aun así siguen habiendo producciones muy interesantes en plataformas virtuales de grandes medios. El formato *“longform”* refuta la teoría del contenido breve en Internet y demuestra que hay una importante base de usuarios que busca consumir periodismo de elaboración y análisis a través de la *Web*”.

Como se ha establecido previamente, los periodistas que se enfrentan a la convergencia ven afectada su identidad profesional y, ante la integración de redacciones y de distintas generaciones, ven acrecentados conflictos puertas adentro. El periodista tradicional era un hombre que forjaba su oficio en la calle y en las redacciones, que tenía un vínculo de confianza con sus fuentes. Hoy el periodista pasa más tiempo sentado en su escritorio navegando y buscando datos por Internet que en la calle buscando una nota. En una investigación realizada por Deuze y Paulussen acerca de los periodistas *online* de Holanda concluyeron que el periodismo digital tiende a ser un trabajo de escritorio. Menos de la mitad de los participantes del estudio dejaban la redacción para la cobertura de noticias.⁴²

“La inmediatez a veces hace creer que vale todo y cada vez más periodistas con poco oficio que trabajan desde el escritorio, que no conocen el territorio, que no van a bibliotecas, que no leen, y que no investigan, están en posiciones de poder. Eso precariza mucho el trabajo porque por la misma plata que un periodista serio un *copypastero* hace siete trabajos”. Quien habla Daniela Pasik, hoy redactora *freelance* de *Brando* y *Rumbos* pero que supo trabajar *full-time* en *Perfil* y *El Guardián*, y quien fue entrevistada para este trabajo.

Lo cierto es que las diferencias existen y son muchas. Steen Steensen en *“The Shaping of an Online Feature Journalist”* marca algunas diferencias de este nuevo periodismo. Entre ellas destaca la borrosa

⁴² DEUZE, Mark y PAULUSSEN, Steve; 2003. Doing it together: Citizen Participation In the Professional News Making Process. Observatorio OBS.

división que se da entre los periodistas tradicionales y los digitales; un debilitamiento del rol de los sindicatos en estos nuevos medios; límites borrosos entre los espacios públicos y privados, medios masivos y medios privados; normas y estándares éticos cambiantes que deben ejercerse bajo presión; nuevas obligaciones derivadas de las nuevas tecnologías y la emergencia, finalmente, de nuevos estilos y géneros.

El periodista ciudadano

Todos estos cambios, como dimos cuenta, hablan a las claras de una crisis en la profesión. O como explica Ramonet en *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque los medios tradicionales*, se da una crisis de identidad en los medios de comunicación tradicionales.⁴³

La era en la que los medios y los periodistas eran los guardianes de la información en una democracia, de alguna manera, ha culminado. Más allá del nuevo estilo de periodismo que inauguró la *Web* a principios de los noventa, la aparición del periodismo ciudadano, que Ramonet marca en 2003, ha sacado de la cima a los periodistas que miraban a los *web*-actores con condescendencia. “En la nueva sociedad de redes cada ciudadano es un periodista en potencia. Desde su pantalla el internauta que domina los recursos de la *Web* 2.0 no es considerado inferior al periodista profesional. Es más, le disputa su estatus de supremacía”.

Esto ha generado cambios en los medios generalistas que, a su vez, les piden a los ciudadanos que se conviertan en periodistas, instándolos a subir fotos, vídeos o comentarios. Esto lleva a muchos a replantearse su identidad. “Si ahora cualquiera puede ser periodista, ¿qué es entonces un periodista? ¿En qué consiste su especificidad? En una sociedad de redes como la nuestra no es posible dar respuestas sencillas a estas preguntas. La justificación habitual argumenta que el periodista profesional se toma el tiempo necesario para contar una historia, contrastar la información, corregirla y confirmarla. Pero esto ya no es así. En primer lugar, porque en un sistema de información sometido a la dictadura de la urgencia, pocos periodistas disponen del tiempo para hacer su trabajo en forma concienzuda. En segundo lugar, porque la proliferación de mentiras y semi-verdades en los medios dominantes refleja que muy a menudo no se respetan estos imperativos del periodismo de calidad. Por otro lado, nadie puede demostrar, a priori, que la comunidad de internautas no puedan contrastar, retocar y confirmar una noticia con el mismo rigor y seriedad, o más, que un periodista profesional”. (Ramonet 2011: 19).

Sin embargo existe una diferencia fundamental que va más allá de las formas y el fondo y que tiene que ver con el salario. El periodista recibe el título de profesional, no *amateur*, porque recibe una compensación hacia el final del mes que lo ata, necesariamente, a prácticas y opiniones del medio en el que trabaja. Por eso muchas veces se autocensura, porque teme perder su sustento laboral. Aunque la democracia ha sido coherente en respetar el derecho a la libertad de expresión eliminando la censura gubernamental, poco se dice sobre la censura que ejerce el mercado sobre los profesionales de prensa.

Wilson Lowrey⁴⁴ en su publicación “*Mapping the Journalist-blogger relationship*” intenta establecer si, de hecho, el periodismo no profesional o ciudadano puede ser considerado periodismo. “La mayoría de los blogs están publicados de manera personal y pocos reciben compensación monetaria. ¿Puede una actividad así ser llamada una ocupación? No teniendo en cuenta la mayoría de las definiciones. El *blogger* pone a prueba las definiciones tradicionales que atan a las ocupaciones con una compensación”.

Entrevistado para este trabajo, Daniel Helft, que supo desempeñarse como periodista en *Reuters* y *Bloomberg*, entiende que “la actividad fuera de las redacciones es tan amplia que es difícil clasificar. En la medida que alguien tenga oficio, ética personal, códigos periodísticos profesionales y establezca una práctica creíble de estándares aceptados en el periodismo profesional no hay ningún problema ni diferencia. El problema es la aparición de supuestos periodistas que creen que porque tienen un *blog* o publican en sitios sin ninguna reputación se creen periodistas y aspiran a tener reconocimiento. Hay que tener un buen nivel de educación y comprensión de la realidad para discernir entre el trabajo periodístico realizado profesionalmente y el que está realizado sin estándares de calidad alguno. Hoy en día se mezcla mucho”.

⁴³ RAMONET, Ignacio, 2011, *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque los medios tradicionales*, Capital Intelectual. Buenos Aires Página 17.

⁴⁴ LOWREY, Wilson, 2006, “*Mapping the journalism-blogging relationship*”, University of Alabama, Sage Publications. Página 456.

Las definiciones son esquivas pero es claro que para Lowrey, al menos, sí se trata de una profesión al considerar que “las ocupaciones no están determinadas por la compensación sino porque los individuos perciban que ejercen un conjunto de actividades similares y que tienen normas parecidas sobre su actividad. Con certeza el periodismo ciudadano pertenece a este grupo, porque se considera parte de una comunidad que comparte valores, rituales y un lenguaje”⁴⁵. La aparición de cursos sobre *blogging* en las universidades, las conferencias al respecto, lo convierten, ciertamente, en una ocupación dentro del periodismo que podría cambiarlo marginalmente.

Facundo Falduto, periodista de *Perfil.com* y *Elmeme.com* entrevistado para este trabajo, lo pone en duda. “La categoría de periodismo ciudadano es dudosa, en tanto siempre un periodista es ciudadano. Planear al ciudadano como opuesto al periodista profesional es una falsa dicotomía: el periodismo es un oficio, no una profesión, y cualquiera puede ejercerla con conocimientos básicos. Lo que sí existe es un acceso mayor a tecnología y herramientas que permite que cualquier persona genere contenido periodístico, que suele ser reutilizado por los medios sin costo ni ganancia para el que lo genera”.

Es interesante lo que plantea Falduto en cuanto apunta no a diferencias entre unos y otros, sino, finalmente, al modelo de negocios. En las grandes organizaciones impera el capital y por lo tanto el salario actúa como incentivo para aceptar las partes menos glamorosas del trabajo, como ir a reuniones políticas locales o cubrir una guardia. Lo cierto es que la falta de una compensación hace que el periodista amateur no pueda dedicarse a escribir todo el día y lo obliga a tener que ir a los grandes medios en busca de noticias. De alguna manera, también es el producto de una maquinaria mayor y responde a su misma agenda.

El sistema de “beneficios y castigos” que utilizan los grandes medios funciona, a su vez, a favor del lector. Cuando un periodista se equivoca, hay una gran maquinaria dispuesta a reparar ese error; cuando lo hace un colaborador, no.⁴⁶

“Las redes sociales cambiaron todo. Los cambios principales son haber cuestionado el rol del medio y del periodista como fuentes neutras de información y sobre todo cambiado la dinámica de distribución de información. Antes las noticias se originaban en canales de TV, radios, o en cableras a las que el público no tiene acceso. Ahora mucha información aparece primero en redes sociales, incluso las de las cableras, y el proceso de llegada a la publicación de la noticia es más abierto, se puede ver. Los medios también pasaron de ser plataformas de contenido y de interacción a ser generadores de contenidos para las redes sociales, que son a su vez la plataforma de distribución”, apunta Falduto.

Pero es el mismo modelo de negocios el que aprieta la cabeza de los jóvenes periodistas. Por más que existan nuevas ideas y ganas de adoptar muchas de las tendencias del *blogging*, el techo de cristal de las grandes organizaciones se los impide. Como impera el modelo de negocios de producir productos generales que atraigan a la mayor cantidad de personas, impera el estilo impersonal y las noticias más banales. “Estar en una estructura grande implica, también, que los periodistas deban competir entre ellos para acceder a los mejores puestos. Esto los obliga a rescindir valores personales y a adoptar una orientación al entretenimiento para vender más diarios, a expensas del servicio que deben brindar a la comunidad”.⁴⁷

Algunos autores no dudan en calificar de triunfo la aparición del amateur, del periodista ciudadano, en los medios más grandes. Estiman que se pasa de una comunidad de consumidores pasivos a prosumidores, es decir, productores de contenido también. Del mismo modo que la democracia política otorga el poder a ciudadanos en gran medida ignorantes de la cosa pública, la nueva democratización se apoya en individuos que, gracias a su nivel de formación y a las nuevas herramientas informáticas, pueden adquirir competencias fundamentales. “La principal diferencia entre Google y los medios convencionales es que Google trabaja a partir de la perspectiva del usuario y las empresas de medios trabajan desde la perspectiva de los productos. La obsesión de los dueños de la prensa es sobre todo la de no canibalizar el papel. Esta limitación paraliza su capacidad de entender lo que pasa y les impide reaccionar”, dijo el

⁴⁵ LOWREY, Wilson, 2006, “*Mapping the journalism-blogging relationship*”, University of Alabama, Sage Publications. Página 456.

⁴⁶ LOWREY, Wilson. Op cit. Página 484.

⁴⁷ BEAM, Randal, 1990, “*Journalism Professionalism as an Organizational-Level Concept*”, Journalism Monographs, Sage Publications. Página 121.

denominado por la prensa “gurú de las redes” Rosental Alvez⁴⁸. La transición de los medios de masas a la era de la masa de medios -o, como estima Ramonet, “de un sistema media-céntrico a un sistema yo-céntrico”- no estaría siendo procesada con éxito por los empresarios de medios cuyas condiciones de producción imponen sobre los periodistas la autocensura. En un contexto de tanta velocidad y competencia el periodismo tradicional sufre una desintegración interna.

Que las estadísticas marquen un marcado descenso en la venta de periódicos no es casual. A pesar de los intentos de los medios masivos por no canibalizar el papel en la *Web*, las personas comienzan a preferir la inmediatez y la comodidad por sobre la profundidad.

Como consecuencia, en Estados Unidos desaparecieron 120 diarios, entre 2008 y 2009 la difusión de la prensa escrita cayó 11%, todos los diarios “de referencia” en Europa (como *Le Monde*, *The Guardian*, *El País*, *El Corriere de la Sera*) bajaron sus ventas y vieron caer sus ingresos publicitarios. El Foro Mundial de Editores de Prensa previó, en 2010, que en cinco años las ventas caerían a la mitad y 55% de los lectores accederían a su contenido *online*⁴⁹. Todo esto redundaría en una reducción de costos que lleva, en muchos casos, a un corte en la plantilla de periodistas o a la marginalización del producto, que puede contar con menos páginas o con menos calidad (fotográfica, de contenido a través de la eliminación de corresponsales, menos secciones consideradas costosas, etc.). “Hoy el periodista no tiene la seguridad de permanecer en su puesto, mañana su medio puede quebrar. Entonces se piensa que el periodismo está en crisis cuando en realidad son las empresas periodísticas las que quiebran. Por eso, sobreviven los periodistas y medios más creativos, los que ofrecen algo más”, expresó el periodista Elmer Menjivar en una entrevista a *ABC* de Paraguay.⁵⁰

La conclusión lógica, entonces, es que los medios impresos de periodismo tradicional deben adaptarse o morir en un contexto de crisis internacional, que ha agudizado los problemas a falta de pautas publicitarias abultadas, y de baja credibilidad de los medios de comunicación. “Ante esta avalancha de problemas los medios tratan de sobrevivir y para conseguirlo están recurriendo a todo tipo de prácticas, muchas de las cuales rozan, cuando no sobrepasan, los más elementales principios periodísticos, mezclando periodismo y publicidad”, expresó el publicista Carlos Díaz Guell.⁵¹

El modelo de negocios: la supervivencia

En el fondo de la cuestión está el modelo de negocios de los medios de comunicación que, evidentemente, se fue modificando en la segunda mitad del siglo XX y que luego, a principios de los 90, se intensificó por la aparición de los medios online.

Miguel Ángel Diez es director y accionista mayoritario de la revista de economía y negocios, Mercado. Cuando se hizo de la revista a principios de los noventa el *staff* superaba 50 personas, divididas en tres oficinas en Buenos Aires, Córdoba y Mendoza. Por la crisis de 2001 que, cree, tapó una crisis más importante en el modelo de negocios de los medios, tuvo que deshacerse de la mayor parte de su redacción. Hoy tiene el modelo que ostentan tantas otras revistas: una Secretaria de Redacción, una redactora y un puñado de colaboradores que hacen la revista todos los meses. “Creo que lo que sucedió fue una profunda crisis en el modelo de negocios de toda la actividad de medios. Hace 150 años los diarios, que fueron los primeros, se mantenían gracias a dos fuentes de ingreso: la publicidad y la venta al público. Con eso no solamente satisfacían sus costos de impresión sino que además había cierta rentabilidad para el inversor capitalista. Eso permitía, además, una reinversión en el negocio que, básicamente, implica contratar gente, talento. Ese modelo funcionó por muchos años e, incluso, salió de la prensa gráfica para desarrollarse en radio y televisión. Pero en todo el mundo comenzaba una crisis de este modelo a prin-

⁴⁸ ALVES, C.R., 2009, “Los medios deben aparcarse su arrogancia”, *El País*.
http://elpais.com/diario/2010/09/05/domingo/1283658757_850215.html

⁴⁹ RAMONET, Ignacio, 2011, *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque los medios tradicionales*, Capital Intelectual. Buenos Aires Página 17.

⁵⁰ MANZIBAR, E., 2013, “El periodismo no está en crisis, solo las empresas”, *Diario ABC*, 20 de junio.
<http://www.abc.com.py/espectaculos/cultura/el-periodismo-no-esta-en-tesis-solo-las-empresas-586642.html>

⁵¹ DIAZ GUELL, C., 2013, “La crisis acentúa la siempre difícil convivencia entre periodismo económico y publicidad”, *Tendencias del dinero*.
<http://www.tendenciasdeldinero.com/index.php/2013/06/la-tesis-acentua-la-siempre-dificil-convivencia-entre-periodismo-economico-y-publicidad/#sthash.VWlYgr6F.dpuf>

cipios de los noventa que a nosotros nos llegó en 2001 y que, creo, estuvo tapada por toda la explosión de ese año a nivel general en el país, entonces pensábamos que era una crisis provisoria. Ese fue un error conceptual muy grave. La gente estaba dejando de leer los diarios convencionales y se volcaba más a la *Web*. Ahí se hace otra forma de periodismo. Los medios tradicionales no encontraron la manera de reemplazar este viejo modelo de negocios con uno nuevo y entonces, por el traspaso a la *Web*, cayeron los lectores y cayeron las pautas. Esto todavía no tiene una solución. Todavía no sabemos cómo reaccionar ante Internet. Si en ese momento nos hubiésemos puesto de acuerdo en cobrar el contenido, quizás nos hubiésemos salvado. Pero no se hizo así. Pusieron su contenido gratuitamente y cuando se acordaron de cobrarlo fue demasiado tarde”.

“Originalmente el negocio de los medios consistía en conseguir dinero para poder publicar noticias; así surge el modelo publicitario -explica Ricardo Goldberger, ex periodista de *Perfil* que hace años maneja su propio sitio web- pero las cosas cambiaron a fines de los 80 cuando, en pleno auge de economías neoliberales, los medios de comunicación empiezan a formar parte de conglomerados de negocios diversificados en los que los medios de comunicación son solo una parte. Así el negocio se invierte y ahora se publican noticias para conseguir dinero, es decir, la noticia se produce no con el objetivo de informar a la opinión pública sino como medio para conseguir un objetivo comercial, político, económico o de poder. Los medios de comunicación, entonces, caen bajo la órbita de la ideología dominante en los negocios: maximizar las ganancias al menor costo posible. Así se provee al periodista lo mínimo indispensable de recursos para que produzca un producto capaz de ser vendido fácilmente”.

Lo cierto es que, como marcan Diez y Goldberger, las personas ya no están dispuestas a pagar por el contenido que pueden tener gratis y las empresas deben buscar nuevos modelos para seguir funcionando sin perder rentabilidad. Les cuesta aunque hay excepciones. *The New York Times* intentó varias veces pasar a un modelo pago para poder seguir solventando los costos de las grandes investigaciones periodísticas que le han dado tanto prestigio. Las primeras dos veces se encontró con un fracaso generalizado. La tercera es la vencida: en este formato hay 15 artículos gratis por mes y el resto hay que pagarlo. *Financial Times* y *The Wall Street Journal* hacen lo propio. Hay algunos artículos abiertos en su página *web* pero para acceder a la mayoría hay que pagar una suscripción mensual a la *web*, de pocas libras. A *El País* de España no le fue tan bien. Cuando intentó copiar a sus pares anglosajones cayeron sus visitas estrepitosamente.

Aunque la publicidad siguió a los medios online en el último tiempo, hay que decir que los *banners* no llegan a saldar las cuentas deficitarias de los medios *online*. Contratar a una planilla de periodistas, técnicos e invertir en diseño y plataformas implica una inversión muy grande que sólo los medios que tienen un lubricado negocio en el papel pueden subsidiar.

Los medios *online* no han encontrado una manera de ser rentables todavía y esto incrementa la presión en el departamento comercial que, a su vez, pone el foco en el periodista y el contenido que este genera. Entre la información y la publicidad debe haber una muralla ya que el capital de un periodista, según el periodista Daniel Santoro, del diario *Clarín*, reside en su credibilidad⁵². Su lealtad se debe primero a la verdad, luego a sus lectores y, por último, al medio. La confusión entre lo que es informativo y lo que es comercial afecta la autonomía del periodista en relación con su deber de proveer un servicio público a los ciudadanos. Como se trató de explicar antes al retratar las diferencias entre el periodista tradicional y el digital, a verificación o *fact checking* insuficiente de los datos publicados contribuye con el debilitamiento del periodista como profesional y pone en crisis la profesión.

Damián Kantar, de *iEco*, lo pone en perspectiva. “El periodismo digital es una plataforma más en donde las empresas de medios distribuyen su contenido. Pero evidentemente el público de la web canibaliza el papel. En 2001, más allá de la crisis económica y financiera, hubo una crisis de legitimidad. La gente dejó de creer en los medios. “¿Para qué compro el diario si no me avisaron que esto iba a pasar? Entonces emigraron y de forma simultánea empezaron a ganar terreno las *puntocom*. Sin embargo, hoy los diarios, los grandes medios -salvo alguna excepción en el mundo- no encontraron la manera de hacer migrar la publicidad. Hay una plataforma exitosa que definitivamente va a reemplazar al papel pero no logra captar el interés de auspiciantes. Hoy el periodismo tradicional, de papel, subsidia al digital y se sabe que cuando

⁵² SANTORO, D., 2004. *Técnicas de Investigación. Métodos Desarrollados en Diarios y Revistas de América Latina*. Fundación para un Nuevo Periodismo Latinoamericano. Cartagena.

no hay manera de financiarlo, no se habla de periodismo profesional. Por más que en la *Web* pasen más o menos tiempo que en el papel, no se ve el resultado financiero... la *Web* no soporta el negocio todavía”.

Rubén Chorny, que supo ser director del *Diario de Río Negro* -también del grupo Clarín en donde trabajó más de diez años- explica cómo funcionaban las redacciones antes y después de Internet. “Evidentemente las redacciones en general -y creo que este es el meollo de la cuestión- se han ido horizontalizando con Internet. Lo que hizo la tecnología fue convertir esas páginas que se entregaban en caracteres. Y eso se puede hacer desde cualquier lado, está descentralizado. Antes un periodista necesitaba archivos y más información o fuentes que podían manejar periodistas colegas. Hoy ya no funciona así. Se puede googlear desde cualquier lado. En *Clarín* pasaba algo muy curioso que es que había demasiado personal. Había secciones con 35 periodistas y entregaban una nota cada dos semanas, eran verdaderos ñoquis. En Fotografía habían 150 fotógrafos entonces desde el punto de vista de distribución de trabajo, salvo dos o tres, el resto no hacía nada”.

De esas redacciones hiper-pobladas en donde, cuenta Kantor, entregaba una nota cada quince días, se pasó a un modelo de reducción de redacciones. “En muchos casos se contrataban periodistas o colaboraciones por pereza, porque no hacían faltan, solo porque el presupuesto lo permitía. Cuando se empieza a ajustar, las empresas son brutas y lo hacen sin contemplaciones”.

Para Leandro Africano, profesor universitario y periodista colaborador *Brando* y otras revistas de nicho, los más afectados por esta crisis de lectores son los diarios. “Las revistas al hacerse de nicho bajaron mucho sus costos de impresión. La realidad es que ya no importa tanto la cantidad de lectores. A los anunciantes les importa estar cerca de las temáticas y cerca de los periodistas que tocan esas temáticas. Si se midiese solamente así todos los presupuestos irían a la televisión, donde el rating es todo, y no es así. Los anunciantes están explorando otras cosas. El aviso propiamente dicho, el de media página, está destinado a morir. La diferencia es que una revista te queda una semana, el diario muere a las 12 horas. Hoy importa mucho más el readership que la cantidad de ejemplares vendidos”.

“No se puede competir con la inmediatez de Internet. Entonces lo que ocurre es que los diarios transforman su contenido. Cada vez los diarios se parecen más a revistas que salen cada 24 horas; las revistas semanales se vuelven mensuales y las mensuales se vuelven *quarterlys* porque van buscando más profundidad”, explica Díez.

Diego Gualda, periodista de *Noticias* consultado por este trabajo, lo explica mejor. “Los medios digitales y redes sociales obligaron a todos los medios -tanto gráficos como audiovisuales- a redefinirse, a repensar su rol. Esto es algo que ya había sucedido con la radio y la televisión porque cada nuevo medio obliga a sus ancestros a reencontrar sus códigos y su audiencia. La inmediatez ya no está ni siquiera en el *flash* informativo de la radio sino en Twitter, por lo que los medios tradicionales, despojados de la primicia, solo pueden aferrarse a la posibilidad de generar valor agregado”. Agrega, sobre el modelo de negocios, que todavía los medios gráficos tradicionales “están en un periodo de transición hacia nuevos formatos. El problema es que la mayoría de los medios no tienen idea de lo que están haciendo y al aferrarse a viejos esquemas pierden rentabilidad que tiende a compensarse con la reducción salarial y la precarización del *staff*”.

Para Esteban Rafele, periodista de *El Cronista Comercial*, la clave es que la inmediatez no haga perder el foco de ciertos valores periodísticos tradicionales. “Las redes exigen más rapidez de respuesta. El desafío es no ceder al chequeo. Para el periodista el contexto, el valor agregado, pasa a ser más importante que la primicia. Ahí está su supervivencia. La capacidad del periodista para discriminar la información buena de la mala ahora tiene que jugar más que nunca, ante la sobrecarga de datos”.

“La multiplicidad de emisores y la velocidad de la información han llevado a que pierda un poco de peso el mero dato, y que se haga más importante el ángulo informativo, el análisis y el valor que se le asigna a cada hecho. Como se ha dicho mil veces, los diarios han tenido que transformarse en semanarios o quincenarios de antes. Los portales de Internet y las redes sociales son quienes cumplen la función primordial de contar “qué pasa”. En la credibilidad y la confiabilidad los medios tradicionales encuentran un resguardo que aún los diferencia de Twitter. Por eso es que lo deben cuidar. Creo que las versiones online de los medios tradicionales no deben aspirar a la inmediatez, sino que a riesgo de llegar tarde,

deben privilegiar la confiabilidad de la información. El periodista debe resignificar su propia profesión y tratar de buscar agregar valor agregado en cada publicación. Debe brindar algo que el periodismo ciudadano no está en condiciones de lograr. Cada uno debe descubrir qué es, aunque seguramente eso también cambie a cada paso”, opina Francisco Llorens, joven colaborador de varias revistas *in house* como DirectTV Access.

La consecuencia lógica de este nuevo modelo de negocios, en donde se achicaron los márgenes de ganancias, obliga a las empresas periodísticas a ponerse creativas. Como consecuencia, toman a menos periodistas en su staff que tienen más responsabilidades por igual cantidad de trabajo, llenan sus redacciones de pasantes y subcontratados, obligan al periodista a ser “todoterreno” y a aceptar condiciones de colaboración que afectan sus condiciones materiales.

3. Colaboradores. Un ejército de precarizados

Algunas definiciones sobre precarización

Hasta ahora se ha dicho mucho sobre los cambios en la profesión motivados por una transformación en el modelo de negocios para poder seguir maximizando ganancias, aún a costa de pérdida de lectores y de pautas publicitarias. Pero poco sobre qué significa esa precarización, en general, y luego, en particular, para el ejercicio periodístico.

La precarización laboral, como la globalización, está muy relacionada con otros conceptos como el desempleo, el subempleo o el trabajo informal o en negro. Pero, concretamente, se refiere a la inseguridad y la falta de garantías socioeconómicas mínimas y suficientes para una supervivencia digna “que afecta a los trabajadores y repercute en su entorno familiar”.⁵³ Como dijimos, la precariedad laboral se refiere a la aparición de otras formas de trabajo que suponen mayores niveles de estabilidad e incertidumbre en la medida que el empleo tradicional -el de jornadas laborales de 8 horas, apoyadas por la ley, con mecanismos de negociación establecidos generaciones antes- es reemplazado por el subempleo. Implica la incorporación al trabajo de nuevas prácticas laborales, como el empleo temporal⁵⁴, el empleo a tiempo parcial, el trabajo por cuenta propia que en Argentina aparece bajo la figura del monotributo y salarios por debajo de las calificaciones del empleado o, incluso, por debajo de convenios salariales vigentes. En algunos casos, además, estas prácticas existen no solo para pagar salarios menores u ofrecer menos beneficios sino también como forma de defraudar a las arcas del Estado.

En la Argentina el término se popularizó en los años 90 cuando se entró en un proceso de flexibilización laboral -otro eufemismo para precarización- que desreguló el mercado de trabajo bajando salarios, abaratando las condiciones de despido e indemnizaciones y ampliando la falta de coberturas sociales y la forma de contratación temporal.

En realidad, la década del 90 (presidencia de Carlos Menem) solo aceleró tendencias que venían manifestándose mucho antes. Luego de años de aplicación de políticas keynesianas -el famoso *Wellfair State* o Estado de Bienestar se basa en ellas- que aseguraban regular y revertir desigualdades propias del sistema, se fueron instalando otras ideas, de mayor libertad económica y de autonomía e independencia del mercado con consecuencias en diversas áreas de la vida cotidiana que incluyen el trabajo. La liberalización de la economía, la desindustrialización, la apertura de las importaciones sin regulaciones aparentes y la privatización de empresas públicas (cuestiones, todas, que sucedieron en la Argentina de aquellos años) trajeron aparejadas bajas sustanciales en los puestos de trabajo. Al mismo tiempo se

⁵³ Según Wikipedia <http://es.wikipedia.org/wiki/Precarización>

⁵⁴ Sobre el empleo temporal, vale un apartado. Existen en el mercado consultoras de capital humano como Adecco o Manpower -por nombrar dos- cuyo trabajo principal es proveer trabajadores temporales. Esta temporalidad de veras contribuye a la precariedad si se tiene en cuenta que es utilizado en forma masiva por las empresas. La famosa “rotación” puede resultar de poca consecuencia para el negocio en el caso de los call centers -en donde esta práctica es habitual- pero en las redacciones periodísticas implica una pérdida vital en el producto final. No es igual el texto de un joven inexperto que el de un veterano periodista: no solo en la redacción, que es una cualidad relativa, sino en la obtención de fuentes calificadas y en la profundidad del relato.

veía un debilitamiento de las instituciones históricamente vinculadas al empleo; verdaderos logros de los trabajadores como el salario mínimo, la seguridad social o la negociación colectiva se perdían.⁵⁵

Según Alberto Barbeito en su publicación “Desempleo y precarización laboral en la Argentina: una visión macroeconómica”, estas cuestiones se dieron en simultáneo con la convertibilidad en el país. El autor es crítico de las políticas neoliberales llevadas a cabo en los 90, especialmente en lo que a trabajo se refiere. Para él el crecimiento y la estabilidad de los precios en bienes de consumo son una cara de la moneda; el nuevo modelo no logró incorporar a los trabajadores en su ecuación de rentabilidad.

“En los años posteriores a la puesta en marcha del programa de convertibilidad los indicadores macroeconómicos muestran cambios importantes. Por un lado, la inflación cayó a niveles inéditos para la experiencia argentina de medio siglo, alcanzando tasas incluso menores a muchos países desarrollados. Por otro lado, el crecimiento del PBI que de 1991 a 1997 aumentó 30%, registro que contrasta con el virtual estancamiento del período 1983-1990. Sin embargo, la desocupación aumentó drásticamente, alcanzando también niveles inéditos para el país. La tasa de desempleo abierto pasó de 6% de la población económicamente activa en 1991 a 17,5% en 1995. Por su parte la subocupación horaria creció de 8,3% a 11,9% y a 13,2% en los últimos años de la década”. Por eso, argumenta Barbeito, “la visión oficial que se presenta como exitosa afirmando sus méritos de crecimiento del producto y, en especial, la estabilidad de precios, procura ignorar el lado oscuro del balance: el aumento del desempleo. En todo caso, lo atribuye a causas ajenas al esquema de política económica puesto en práctica, señalando que el origen del problema serían las rigideces normativas que regulan el funcionamiento del mercado de trabajo, un marco legal construido en el contexto de políticas proteccionistas del modelo de sustitución de importaciones. Estas normas, se afirma, no son funcionales en el contexto actual de la globalización puesto que afectan la competitividad y reducen los estímulos a los empresarios para incorporar personal. En consecuencia, el aumento de la desocupación respondería a las instituciones que regulan la relación laboral y que es preciso remover para permitir que el crecimiento económico refleje mayores puestos de trabajo”.⁵⁶

Barbeito alude, también, al gran impacto en la competitividad de empresas nacionales que no pudieron poner en orden su esquema de costos relativos y, por la avalancha de productos importados, tuvieron que ajustar su planta de trabajadores. De esta manera el cuadro de ganancias de algunos escondía un mapa más plural de empresas de producción nacional que tuvieron que “cerrar la persiana” o reducir sus costos humanos de manera significativa.

Más cerca de estos días, la década kirchnerista (que comprendió la presidencia de Néstor Kirchner -2003-2007- y las dos de Cristina Fernández de Kirchner -2007-2011 y 2011-2015-) no pudo o no supo erradicar estas condiciones. A pesar de que se registraron altas tasas de crecimiento acompañadas de una baja en el desempleo, tanto críticos como oficialistas relacionados al mundo del trabajo -como el ministro Tomada- coinciden que todavía el subempleo es un tema pendiente. En el documento “Trabajo no registrado. Avances y desafíos para una Argentina inclusiva” se muestran algunas cifras que lo comprueban. En la última década se pasó del 50% de personas subocupadas al 32% en 2014. “Su crecimiento en el período anterior (1980-2000) estuvo estrechamente vinculado con el inicio de un régimen neoliberal en lo económico y represivo en términos de libertades individuales y colectivas que promovió y generó un profundo debilitamiento de de las instituciones laborales. La incidencia de la informalidad laboral de los asalariados prácticamente se duplicó en esos años. La existencia de la problemática se instaló de manera estructural, ya que no se modificó con el devenir de la actividad económica: incluso en distintos períodos de crecimiento económico y con diferentes políticas la informalidad laboral mantuvo su tendencia ascendente”.

Como corte histórico el discurso de la década kirchnerista tiene una carga simbólica importante. Incluso desde el sitio del ministerio puede leerse la consigna “Bienestar. Crecimiento. Futuro. Solo con trabajo registrado”. Desde el punto de vista comunicacional, las iniciativas de la cartera de Tomada incluyeron programas orientados al “blanqueo” de sectores desprotegidos de la sociedad, como las empleadas domésticas o los peones rurales que cuentan con altas tasas de empleo en negro. Pero el Estado sigue siendo -a través de sus diferentes jerarquías nacionales, provinciales y municipales- un gran empleador

^{55 56} BARBEITO, Alberto; 1999. *Desempleo y precarización laboral en la Argentina: una visión macroeconómica*, Centro Interdisciplinario para el Estudio de Políticas Públicas. N. 24. Buenos Aires.

que perpetúa estas condiciones.⁵⁷ De hecho, según estadísticas del Instituto para el Desarrollo Social Argentino (Idesa) en la Argentina hoy todavía uno de cada tres empleados no está en blanco; 33,8% de los cuales 1.925.747 trabajadores del sector privado y 136.489 del ámbito estatal están en negro. Que el Estado ostente estos niveles de precarización es alarmante, más si, según las estadísticas, ese número no cambia desde 2008.⁵⁸

Evidentemente, la discusión sobre la precarización no solo comprende a dos actores -trabajadores y empresas; trabajo y capital- sino también abre el espacio para discutir sobre el desempleo estructural que se da en economías en donde ciertas empresas tienen posiciones ventajosas sobre la competencia; en donde el Estado es cómplice de esta situación. En muchos casos aparece un cuarto actor, el de los organismos sindicales -la famosa burocracia sindical- que poco hicieron para revertir esta situación en aquellos años.⁵⁹ Veremos más adelante el aporte que ha hecho el mayor sindicato de prensa -la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, UTPBA- en este sentido.

En el mundo esta situación argentina tuvo su antecedente político en los Gobiernos conservadores anglosajones de la década del 80. Se entiende que los procesos de flexibilización laboral se corresponden a ciertas políticas neoliberales o posfordistas de aquellos años que implicaron tres cosas: la lógica caída de salarios y la desprotección social progresiva que había acompañado a los Estados de Bienestar desde la década del 30; una pérdida de poder negociador de los sindicatos que ya no tenían la fuerza de un ejército de trabajadores en relación de dependencia para mejor negociar con las patronales; la flexibilidad de los contratos laborales que muchas veces proponían opciones de “tres meses a prueba” o contratos que se renovaban cada seis meses.

Lo cierto es que, en términos marxistas, los subocupados o precarizados son un verdadero ejército de reserva que, como denunciaba el autor de *El Capital*, sirve a la estrategia de la burguesía industrial para desincentivar el poder de negociación de los ocupados plenos. Para decirlo en términos más concretos: si un trabajador no está de acuerdo con las políticas de empleo de la casa, algún otro “soldado” de ese ejército de precarizados seguramente sí. Como veremos después, esto es exactamente lo que sucede actualmente en las empresas periodísticas: al haber más oferta que demanda, hay un grupo populoso de jóvenes periodistas sin experiencia dispuestos a incorporarse al mercado laboral a cambio de poco dinero y, por consiguiente, quienes están empleados deben aceptar peores condiciones a riesgo de ser reemplazados.

En los países desarrollados, que tienen seguros laborales y estructuras de desempleo más robustas, también se dan estas mismas condiciones. Quizás la globalización y el *outsourcing* hayan movido ese miedo lejos de las periferias de las ciudades industriales a otras costas; en China e India en donde los costos laborales son realmente bajos. En ambos casos, se da una pauperización de las relaciones sociales y un deterioro de la calidad de vida. Cuando el Estado legitima estas prácticas legítimas, por consiguiente, la lógica del mercado de aumentar ganancias a costa del sufrimiento de la clase trabajadora.⁶⁰

Cómo se vive la precarización en los medios

Evidentemente al periodismo no se le escapan los comunes del sistema. Como se señaló en capítulos anteriores existen factores externos que impactan en la forma de entender el trabajo en nuestros tiempos pero también particulares de la profesión, consecuencia del nuevo modelo de negocios que impera luego de la explosión de nuevos medios, que le han dado una forma muy específica a la precarización dentro de las redacciones. Como lo expresa el periodista de Yahoo! y profesor universitario Enrique Garabetyan, “La flexibilización es un fenómeno que ha llegado a todas las maneras y formas de producción, sea física o intelectual. El periodismo no podía estar exento de los fenómenos globales que impican los cambios tecnológicos y que alteran las formas establecidas, incluyendo la producción en una redacción tradicional”.

⁵⁷ PERFIL, Diario; 2008. “Cristina Kirchner quiere blanquear pero el Estado contrata tra-bajadores en Negro”.

“<http://www.perfil.com/politica/Cristina-Kirchner-quiere-blanquear-pero-el-Estado-contrata-trabajadores-en-negro-20081130-0002.html>”

⁵⁸ APERTURA, Revista; 2014. “Más de 2 millones de personas trabajan en negro en la Argentina”.

<http://www.apertura.com/economia/Mas-de-2-millones-de-personas-trabajan-en-negro-en-la-Argentina-20140415-0001.html>

⁵⁹ PÁGINA 12; 2013. “Los padres de la precarización laboral”. <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-229596-2013-09-22.html>

⁶⁰ SOTELLO VALENCIA, Adrián; 2004. *Desindustrialización y crisis del neoliberalismo: maquiladoras y telecomunicaciones*. Plaza y Valdés. Página 121

De hecho, los periodistas consultados para este trabajo -unos treinta de los principales medios del país, concentrados en el Área Metropolitana de Buenos Aires- coinciden en una marcada tendencia de la profesión hacia la contratación de colaboradores casi exclusivamente para confeccionar sus productos, en los casos de revistas especializadas, y de redacciones reducidas con editores multifunciones, en el caso de los diarios generalistas. No se sienten cómodos con esta tendencia: todos, sin excepción, dijeron preferir el trabajo en relación de dependencia. Allí esgrimieron varios argumentos. Entre ellos, la estabilidad que da un sueldo fijo, que no cambie de acuerdo a las capacidades físicas e intelectuales del redactor ese mes, más una serie de beneficios relacionados con cargas sociales, horarios marcados, protección a la hora de publicar y legitimidad a la hora de entrevistar fuentes. Ni siquiera los más jóvenes -que relativizan el tema de la precarización por no haber conocido otra forma de trabajo previa y, además, por pertenecer a la famosa generación que busca beneficios extrafinancieros a la hora de elegir un trabajo- prefieren la libertad del freelance sobre la seguridad de la relación de dependencia.

Francisco Llorens, que además de periodista es politólogo, trata de encontrar las causas de los males que enfrentan hoy las redacciones precarizadas. “El germen de todos estos fenómenos nació en Argentina a principios de este siglo; una mezcla de la crisis que atravesábamos con nuevas formas de periodismo incipientes. Esto generó una gran incertidumbre e inestabilidad para los medios tradicionales. Con el objetivo de reducir costos fijos los medios -sobre todo los gráficos- optaron por virar hacia las colaboraciones. De esta forma están cubiertos frente a mermas en la cantidad de trabajo y reducen los riesgos ante posibles crisis. Cuentan también con la posibilidad de probar con mayor facilidad posibles redactores. Hay una cuestión de costos que es crucial. Todas estas cuestiones no son gratuitas y pueden llevar a que el medio pierda cierta identidad, porque los colaboradores no incorporan de la misma forma que los redactores los valores y estilos del medio”.

Falduto coincide con este último punto y hace hincapié en cómo este achique, esta falta de cultura organizacional interna, incide directamente en el contenido de las publicaciones. “La falta de recursos, sobre todo humanos, tiende a disminuir la calidad y también la cantidad de contenidos. Se trabaja con redactores que pican cables sin leer, editores que publican sin corregir y lectores que como mucho leen título y bajada porque la nota es ilegible, larga y aburrida”.

“En la Argentina -dice Helft- se ve una baja en la calidad del contenido. La falta de inversión en Recursos Humanos va perdiendo calidad a través de la precarización laboral. Es determinante porque, al fin del día, el periodismo es como cualquier otra actividad. El buen profesional quiere ser y debe ser bien remunerado y respetado. Si esto no se cumple, no puede existir un buen producto. Sino cualquier empresario mediocre podría competir con *The New York Times* y no sucede”.

Sebastián Catalano, secretario de Redacción de *Forbes*, entiende que la calidad está atada a la creatividad de las redacciones como usinas de ideas. “El trabajo freelance puede ser una gran opción porque permite independencia y amplitud de temas pero en la Argentina, al menos desde que yo trabajo profesionalmente, está tan mal pago que suele ser una alternativa y muy mala, solo cuando la opción de tener un trabajo en relación de dependencia no está. Las redacciones son lugares en donde se crea un clima de trabajo único y en donde se comparten ideas y fuentes; son fundamentales para conseguir medios originales e ideas frescas. El trabajo remoto puede ser útil para el bolsillo de los medios pero el cara a cara, cuando se pierde, resulta letal”.

Por la presión de querer insertarse en un mercado laboral con escasas ofertas de trabajo y mucha demanda de jóvenes periodistas salidos de universidades o de escuelas de periodismo, la incertidumbre respecto a la compensación se vuelve la norma. “Somos descartables -apunta Juan Campos, editor de la revista especializada en cine *La Cosa*- porque si yo hago una nota por \$10, pronto va a aparecer otro, un estudiante o un subempleado, que está dispuesto a hacerlo por \$6 o, incluso, gratis. Salvo los grandes nombres las redacciones hoy viven permanentes cambios ajustados a esto: al contratar colaboradores se ahorran muchísimo dinero en aportes a ART o jubilaciones que salen del bolsillo del redactor para pagar el monotributo”.

Todos coinciden en una misma percepción, sin embargo: más allá de las condiciones materiales propias de cada empresa y cada empleado, la sensación de todos ellos es que sus salarios son bajos o mal pagos; su relación con las patronales que los contratan, tensa; la cantidad de sus producciones alta y la calidad a veces lograda, baja.

Incluso existen casos en redacciones en las que periodistas que son obligados a cumplir un horario y una cantidad de notas fijas por día, cobran mensualmente una suma fija a través del monotributo. De esta manera el periodista tiene todas las obligaciones y ninguno de los derechos: no tiene ni obra social propia como tienen los periodistas de staff en relación de dependencia ni vacaciones ni aguinaldo.

Ximena Pascutti lo vivió en carne propia. “En la revista *Poder*, un magazine político del grupo Vila-Manzano, tenía desempeño *fulltime* y una relación laboral encubierta: facturaba como monotributista cuando en realidad era trabajadora estable, teniendo que pagarme la cobertura de salud y los aportes jubilatorios. Cuando cerró la revista y nos despidieron a todos, hice juicio y lo gané aunque nunca pude cobrarlo porque presentaron una quiebra fraudulenta y no pagaron a sus trabajadores”.

“Ese es el ejemplo más extremo de precarización -señala Africano- porque un colaborador puede tener otros trabajos; si algo le conviene o no, puede dejarlo en la medida que se lo permitan sus posibilidades. Pero una persona que tiene todas estas obligaciones, está subempleada; simulando una relación de dependencia que no tiene. Yo no simulo nada. Voy a las redacciones cuando quiero y si no quiero, no voy”.

Otra manera de precarizar el trabajo dentro de las redacciones, aun teniendo un *staff* dentro que puede ser de más de dos personas, es tomar el camino inverso: achicar colaboraciones para que la carga más pesada caiga sobre quienes cobran un sueldo fijo cada mes y así acotar los gastos variables que pueden darse cuando editores y directores de diarios y revistas incurren en muchas colaboraciones.

Esteban Rafele marca este cambio. “Hoy es palpable la cantidad de contratados crecientes versus empleo estable. Pero más allá de eso, se ve también una presión cada vez más grande hacia los trabajadores de *staff*, de hacer cada vez más tareas: que se escriba un anticipo *online*, se grabe un video y, por último, la nota, todo por la misma plata. Eso también es precarización porque si se gana menos por un mismo trabajo hay que tomar otros, quizás colaboraciones, para compensar un salario digno a fin de mes, y eso hace que se le de menos atención al principal. La presión por ser un periodista multitarea hoy es fuerte porque hay menos gente en la redacción y la inmediatez presiona contra el rigor periodístico”.

“La intención de los dueños de los medios -explica Wall- es que el periodista sea lo más completo posible pero están exprimiendo más allá de lo razonable. Hoy el periodista debe saber sacar fotos, hacer videos, corregirse las propias notas. Se pierde calidad en el producto como consecuencia porque la mirada de un periodista es, quizás, diferente a la de un reportero gráfico que busca otras cosas en la nota. Los medios buscan un periodista orquesta que atenta contra el producto”. Y da un ejemplo. “Hace unos días salió en La Nación una nota con el papa y la corresponsal, Elisabetta Piqué, se encargó de hacer la nota y también las fotos. Y al margen de la calidad de la nota se notaba que las fotos eran malas: tenían mala luz, estaban fuera de enfoque. Y esa también es una falta de respeto hacia el lector”.

Cecilia Novoa, editora de *iProfesional.com*, coincide con las apreciaciones de Wall y Rafele, en tanto los conceptos de “periodistas multitareas” u “hombres orquesta” son los que imperan hoy en las redacciones. “Los medios buscan personas multitasking, que sepan hacer todo. Desde escribir una nota hasta manejar redes sociales o armar una foto en Photoshop. El cambio fue y es muy notorio, especialmente para los diarios y medios digitales. Hoy prácticamente en ningún medio existe la figura del corrector porque el foco está puesto en otro lado. En medios digitales como el mío la clave es el clic y para eso se abusa de muchas técnicas, especialmente la manipulación de títulos que se inflan o se tergiversan como en las tapas de revistas de espectáculos”.

“En los medios digitales -apunta Rocío Bravo, periodista de *TyN*, otro medio *online*- es muy común que al periodista se le pida convertirse en una especie de *Community Manager* del medio, justamente por no querer pagar a otra persona especializada para encargarse del tema. Nos hemos vuelto *multitasking* y esto va más allá de sacar o no una foto; subir o no una foto a Twitter... de alguna manera se pretende que vendamos el producto, en todo momento, por el mismo precio”.

Esta explotación de los empleados en el staff tiene varias consecuencias sobre el producto. Como lo prueba recientemente Silvina Ortega, editora de *Muy* despedida por el grupo Clarín a fines del año pasado: habiéndose quedado sin redactores y ante la necesidad de cerrar las páginas de un diario popular todos los días republicó una nota de archivo, una entrevista, que además tenía otro agravante: el entrevistado había muerto. La nueva Comisión Interna del diario lo denunció de esta manera: “Ante la falta de

periodistas, refritar notas de otros productos de Agea, como los suplementos zonales, es una práctica habitual, permitida e impulsada por la conducción de este diario. Tanto Silvina como la Comisión Interna admitimos la falta pero el despido es una medida desproporcional; las publicaciones, y especialmente *Muy*, sufren una avanzada precarización laboral. (...) Silvina no había sido sancionada o suspendida por ese error ni por ningún otro durante los 18 años en los que formó parte de la redacción. Comenzó a trabajar en la sección Fierros de *Olé* y estudió mecánica y autos que eran su especialidad. En los meses previos al despido había comenzado un tratamiento terapéutico motivacional porque “mi situación en *Muy* era complicada y esperaba un pase que me habían prometido para poder volver a Autos.” Silvina reconoce su falta pero negó cualquier mala intención. “Estaba cansada y necesitaba cerrar esa página”, admitió. También explicó lo obvio: no sabía que el entrevistado había muerto y en el apuro no lo chequeó.

Tanto la incorporación de colaboradores sin experiencia, entonces, como la presión ejercida sobre los pocos empleados fijos que tienen las editoriales produjeron cambios culturales y del oficio redacciones adentro. Como veremos después, una de las consecuencias más importantes si se considera el largo plazo del oficio es la falta de tiempo de editores senior en preparar y entrenar a jóvenes periodistas en los qué y cómo de la profesión, una práctica común de mentor-aprendiz que es cada vez menos común.

Sin embargo, son muchos los que consideran que no todo es malo en el mundo de los colaboradores. Evidentemente todos aceptan esta realidad como les es dada -no tienen muchas alternativas cuando los trabajos fijos escasean- pero intentan encontrar beneficios en un estilo de vida libre de las presiones de un cierre que, además, les da más tiempo para trabajar en distintas notas. La libertad de horarios y la capacidad de tratar temas por fuera de los que se tratan generalmente en las redacciones, corridos por tiempos más tiranos, son dos de las ventajas.

Africano entiende, además, que el beneficio es mutuo, tanto para empleado como empleador. “No todo es precarización. Otra razón, más allá del achique de costos, de por qué las redacciones están vi-rando a este modelo, es la especialización. A los periodistas que trabajan en relación de dependencia les cuesta o directamente no pueden especializarse en un tema. Brando tiene un *freelancer* que se dedica exclusivamente a maratones, por ejemplo, y otro que solo escribe sobre bebidas espirituosas. Eso es muy valioso. Un diario o una revista no podrían pagarle un sueldo fijo porque sería imposible arrendar su tiempo en términos de costos. Entonces el periodista que elige este camino amortiza el tiempo invertido en su especialización colaborando para seis o siete medios. Y, desde el otro lado, la especialización les sirve a los medios para captar anunciantes que están detrás de ese vertical”.

Wall entiende que, más allá de las especializaciones que marca Africano, hay verdadero valor en las colaboraciones que se hacen con tiempo, explorando distintos temas y diferentes estilos periodísticos. “Cuando hago periodismo freelance soy más libre para tocar temas que quiero. Porque si hay un tema que no va en el diario -no por censura sino por el mismo perfil del medio- hay lugares en donde puedo hacerlo igual. Soy redactor en *Tiempo Argentino* pero también escribo para un sitio que se llama *Informe Escaleno*, que permite un estilo más personal y extenso que en el diario sería imposible hacer. Eso me permite abrirme, crear nuevos horizontes creativos. Ahora, cuando las colaboraciones se hacen para llegar a fin de mes -ya sea siendo exclusivamente colaborador o, como se dan muchos casos, para completar un ingreso que no es suficiente- es diferente. Hay que ser creativo a un nivel diferente porque hay que salir a tocar puertas a riesgo de no poder mantener una familia”.

Sin embargo tanto Wall como el veterano periodista Eduardo Blainstein -que, últimamente, se dedica más a la redacción de libros como *Días de furia* o *El rey Jorge* y no tanto al periodismo por colaboraciones aunque ocasionalmente lo hace con crónicas para el sitio *Infojus*- coinciden en que existen otros lugares en donde el periodismo puede desarrollarse más allá de las limitaciones de tiempo y salarios. “Hoy es constante la degradación del oficio, las chantadas, por parte de los dueños de medios. Hay mucho periodismo muy bueno e interesante por fuera de los medios formales o comerciales pero con mucha fragmentación y en escalas reducidas”. “El espacio editorial es una buena opción -dice Wall- porque en los libros hay tiempos más amplios para investigar y para utilizar otras técnicas y estilos. En los libros soy más yo y la censura no existe. Soy más libre”.

Algunos de estos espacios existen hoy en la *Web*. Casos como el de la Universidad Nacional de General San Martín y su proyecto *Anfibia*, de crónicas periodísticas, o la revista *Paco*, del periodista y escritor Juan Terranova, son buenos ejemplos de espacios nuevos, copados por periodistas jóvenes,

que intentan hacer un periodismo lejano al de los medios tradicionales aunque con poco o nulo éxito comercial: en el primer caso están subsidiados por una universidad que depende del Ejecutivo Nacional y, en el segundo, se trabaja ad honorem.

En el vecindario del periodismo

No siempre la retribución económica sigue el camino de la vocación. Al tener cerradas las puertas de un medio que pague un sueldo fijo y al no encontrarse cómodos con el trabajo *freelance* -o no encontrar suficientes trabajos por mes para asegurarse su subsistencia- son muchos los que prefieren adentrarse en profesiones que están, como dice Diez, “en el vecindario del periodismo”. Es decir, profesiones que tienen en su centro la comunicación pero que no pueden ser consideradas actividades periodísticas, tanto porque no persiguen la búsqueda de la verdad o porque no son consideradas objetivas. Concretamente, voceros de empresas, consultores de prensa, *coaches* en *media training* o profesores universitarios o de cursos de escritura creativa.

“Si hoy un periodista no está en una redacción, se le va a dificultar vivir del periodismo -piensa Africano-. De todas las mujeres que conozco que *freelancean*, aportan solo al grupo familiar pero no son el sostén económico. No podrían serlo. Y los hombres siempre tienen otras cosas, otros trabajos, porque no conozco a nadie que viva, solamente, de ser colaborador”. En su caso, por ejemplo, compensa la remuneración de colaboraciones en tres medios de tiraje nacional con la creación de contenidos para revistas órgano de empresas -como la de la consultora de Recursos Humanos Adecco o la revista bancaria del segmento VIP del Citi, *Magna*- con trabajos de profesor universitario y oportunidades de dictar cursos de *media training*. “Cuando tengo la oportunidad de hacer algún curso de *media training* lo aprovecho; no hay manera de que diga que no. Si lo medís en horas hombre, lleva mucho más tiempo producir y escribir una nota que hacer tres horas de cursos. Para conseguir ese dinero muchos colaboradores están tres meses”.

Para Diez la realidad del colaborador es tan dura que, generalmente, el romance con la profesión dura poco. “El colaborador acepta esta realidad porque le es impuesta, no porque le guste. Si no ha tenido otra experiencia quizás entienda que esto es normal pero si probara trabajando en relación de dependencia intuyo que le gustaría más. Entre otras cosas porque el colaborador es como una mariposa que va por todas partes y no se asienta en ningún sitio; no termina de entender la lógica de ningún medio. Además, llegada cierta edad, se pregunta cómo hará para comprarse un departamento o mantener a una familia. Entonces busca un salto en su carrera y, generalmente, se convierten en voceros de empresas o del sector público. Abandonan su profesión, su verdadera vocación, por estar en el mismo vecindario. Pero no son periodistas. Ahora, de eso viven. Antes no pasaba eso. Hace 50 años, cuando me inicié, con mi mujer pudimos comprarnos un departamento; nuestro sueldo nos permitía vivir dignamente, ir al cine, a comer afuera. Hoy un periodista a sueldo no puede hacerlo; menos un colaborador. Entonces aprovechan las oportunidades que se les presentan, siendo prenseros, consultores o voceros. El sector privado puede pagar otros sueldos y ahí sí pueden ahorrar”.

Es el caso de Mauro Maciel. Como su hermano, Matías, ambos iniciaron carreras en el periodismo que tuvieron que abandonar al emprender una vida familiar que requería otros compromisos. Mauro sigue colaborando ocasionalmente para revistas de economía y negocios pero su trabajo principal es en consultoras de prensa, en donde se desempeña hace más de 10 años, primero en Muchnik, Alurralde y Jasper y actualmente en Spesa en donde se encarga de la relación con los medios de empresas como Nestlé y Odebrecht. “El periodismo no es una actividad bien remunerada. Y por eso cada vez más los periodistas deben salir a ofrecer colaboraciones adicionales en diferentes medios o, directamente, complementar con otras actividades, para completar y llegar a un ingreso mensual coherente”, dice.

Su hermano, Matías, llegó a Buenos Aires después de algunos años en vivir en Estados Unidos y colaborar con la versión *online* de *The Wall Street Journal*. Ni siquiera esas credenciales lograron persuadir a los dueños de varios medios nacionales que le propusieron trabajo pero que no llegaron a ofrecer una cifra coherente. Cuando se dio cuenta que la situación no cambiaría y ante la llegada de su tercer hijo habló con un especialista de Recursos Humanos y hoy es el gerente de Comunicación de la multinacional Syngenta.

“Gran parte de la actividad de un periodista hoy se ejerce fuera de las redacciones porque hoy tiene que complementar su ingreso con varios trabajos”, admite Ricardo Goldberger.

Soledad Aguado es socia de la empresa de contenidos a medida Bootik. Junto a su socia fueron durante varios años parte de una de las redacciones más importantes del país, en el diario *La Nación*. Sin embargo, la presión de la vida en redacciones -de cierres ajustados y poco tiempo para dedicar a la vida personal- las impulsó a inaugurar su propio negocio de contenidos a medida. Además de redactar la revista que fundó, *Huéspedes*, para el mercado hotelero, también supo crear contenidos a medida para revistas especializadas como *Alzas y Bajas*. Ahí también cumplen con la norma de la época, de ser periodistas orquesta: investigan, redactan, editan, fotografían y diagraman todos los contenidos.

Otra variante también está cerca de las escuelas de periodismo, un trabajo que realizan tanto Leandro Africano como Enrique Garabetyan y Daniel Helft para varias universidades privadas en donde su experiencia es compartida con nuevas generaciones de periodistas. Pero, más común, son los cursos de escritura creativa abiertos al público general, como hacen Daniela Pasik, Esteban Schmidt -periodista de Rolling Stones- y Santiago Llacht -de *Brando* y *Bastión Digital*-. Englobados bajo diferentes temáticas -algunas más ligadas a la literatura, otras al periodismo, otras a las redes sociales- logran un ingreso mensual adicional que puede superar los \$4.000.

Escuelas de periodismo

Aunque para los periodistas acercarse a escuelas de periodismo y universidades con especialización en Comunicación, la “academización” de la profesión es un hecho relativamente reciente. Antes la profesión no se enseñaba en ningún sitio que no fuesen las redacciones: allí convergían periodistas jóvenes y veteranos que bajo la modalidad de mentores y aprendices convivían y aprendían el oficio, como si hacer periodismo no fuese diferente a la carpintería.

“Antes los medios formaban a su gente porque el talento era lo más importante- reconoce Diez, que empezó su carrera profesional en el diario *Hoy* de La Plata a principios de los años 60- y eso se hace perdido de forma notoria. Que una redacción de colaboradores externos soluciona los problemas financieros de los medios es aceptable pero ese producto no va a tener vestigios de calidad importante. La relación de los medios con los colaboradores es volátil y entonces existe rotación y se llega al extremo de tener que reeducar o enseñarles las reglas de la casa a nuevos periodistas cada seis meses. Porque antes cuando alguien entraba en *Clarín*, había que enseñarle cómo se hacía periodismo allí, que no es igual al que se hace en *La Nación* o en otro diario. Y ahí había un entrenamiento. Hoy el drama de quienes recién ingresan en staff es doble: primero porque no hay márgenes para poner un mentor, que está ocupado cerrando páginas y secciones porque su carga de trabajo se ha duplicado- pero además hay cierta resistencia de los periodistas de transmitir y recibir conocimiento. Es una situación conflictiva que se ve bien en algunas áreas”.

Para Kantor, esta crisis en transmisión de conocimiento no es algo nuevo, fruto de la falta de tiempo y los márgenes acotados que marca Diez, sino más bien de cierta mezquindad e individualización que se ve en las redacciones ocasionalmente. “Hay editores que efectivamente tienen un talento muy particular para orientar una nota y también enseñar y permitir que los nuevos periodistas brillen; pero hay otros que no, que solamente dan instrucciones. La verdad que el oficio se aprende practicándolo y no está relacionado con el tiempo que tengan otros para instruirte, necesariamente: en las agencias hay poco tiempo para todo y ahí igual se aprende. Solo que los ritmos son diferentes”.

Para la generación de periodistas que rondan los 45 ó 50 años, la vieja fórmula de mentor-aprendiz es un mito. “Yo no percibí ese modelo en mi paso por redacciones -reconoce Africano- pero me lo contaron. Ni siquiera mi generación lo vivió. Debo pertenecer a la última generación que logró insertarse en los medios sin un título terciario. Hoy las universidades y las escuelas de periodismo son la norma porque actúan como filtro y profesionalización. Para el periodista joven es difícil aprender el oficio de otra manera, más si solo se inserta como colaborador y jamás pisó una redacción”. La presión de esta nueva generación de periodistas dispuestos a cobrar poco o cobrar nada para ganar esa experiencia que les falta presiona sobre los periodistas más experimentados y sobre sus sueldos. “Están tan ansiosos de trabajar en medios que lo hacen a cualquier precio; hay mucha presión de gente recibida pero de poca calidad”.

El modelo anterior, el de los mentores, implicaba también una formación general que se está perdiendo. Aunque el oficio se aprendía en la calle y en las redacciones, muchos periodistas tenían grandes

lazos con Filosofía y Letras, en donde muchas carreras que ahora son de Ciencias Sociales tenían sus claustros. Como las especificidades se aprendían en otro lado -la búsqueda y relación con las fuentes; las cuestiones básicas de redacción y estilo- los periodistas de la vieja escuela tenían la oportunidad de formarse generalmente en otras disciplinas y así tener una visión más completa del mundo. Dicho de otra manera: sociólogos, economistas, historiadores, filósofos y abogados podían aprender a hacer buen periodismo en un modelo que recargaba más sobre la pluma que sobre el contenido.

Algunos todavía apoyan esta idea. Para ellos la educación universitaria periodística debe ser más parecida a la que actualmente tiene la Universidad de Buenos Aires en su facultad de Comunicación: la de una formación extensa en Ciencias Sociales que, en los últimos años, logre tocar algunos puntos de formación en oficio. El investigador colombiano Jesús Martín Barbero hace hincapié en este punto. “Una cosa a la que hemos aspirado siempre es a que las Ciencias Sociales le den al estudiante una conciencia crítica. Es decir, que le hagan ver que trabajar en un periódico no es simplemente escribir bien sino que por allí pasan intereses contradictorios y que tienen que tomar una posición. La pregunta que debemos hacernos es: ¿cómo estamos produciendo un mayor número de sujetos sociales con capacidad de intervenir en aquellos ámbitos en los cuales se juegan decisiones que afectan a la colectividad y no solo a quienes las toman?”⁶¹

A lo que apunta Jesús Martín Barbero es que la construcción, no de un periodista que sabe que las notas deben utilizar la famosa pirámide invertida, sino a sujetos comprometidos con sus comunidades que tengan formaciones lo suficientemente amplias como para poder tener pensamiento crítico. Es el modelo también de una de las facultades de periodismo más antiguas del país, la de la Universidad Nacional de La Plata. La Facultad de Periodismo funciona como tal desde 1994 pero su historia se remonta a la década del 30 cuando abrió sus puertas como Escuela Argentina de Periodismo, primero, y Escuela Superior de Periodismo, después. Fue el primer espacio universitario del rubro en América Latina, poniendo énfasis en análisis del discurso e investigación. Allí, según su vicedecano Carlos Ciappina, apuntan a formar comunicadores sociales capaces de desarrollar un análisis crítico sobre el rol de los medios y sobre su propia actividad, en el contexto de un determinado espacio regional y nacional.⁶²

Pero no todas las escuelas de periodismo son iguales. Especialmente de las facultades privadas salen profesionales que muchas veces eligen caminos distintos, más relacionados a la publicidad o el marketing. En la Universidad Austral –aquella que cuenta con la cuota mensual más alta del mercado– la formación está más inclinada a los negocios con materias como “Introducción al *Management*”, “Marketing y gestión de empresas informativas”. “La carrera de Comunicación es muy amplia y permite que los chicos que recién entran no sepan del todo qué van a hacer hasta segundo tercer año. Es una formación básica y generalista, que permite que los egresados se inserten fácilmente en distintos ámbitos”, comentó la decana, Marita Grillo, en una entrevista sobre el tema a *Ámbito Financiero*. De hecho, según sus cálculos, solo el 10% se dedica finalmente al periodismo. “Para Grillo la impronta periodística fue mermando en función del propio mercado que busca comunicólogos para hacer clipping o trabajar en una consultora. Sin embargo admite que a veces “a los chicos les no les queda otra opción””, escribió Federico Poore en su nota para el Suplemento *Viernes*.

Un ejemplo claro es el de las antiguas becas Clarín, ahora reconvertidas en programas de posgrado en universidades privadas. Los tres diarios más importantes -*Clarín*, *La Nación* y *Perfil*- dejaron de lado las pasantías o las becas que ostentaban en los 90 para reclutar talento en escuelas de periodismo para convertir la demanda de formación en oficios en un negocio. *Clarín* con la Universidad de San Andrés, *La Nación* con la Universidad Torcuato di Tella y recientemente *Perfil* con la Universidad del Salvador apuestan a una maestría paga que permite a los periodistas con títulos de grado o con terciarios completos a intensificar su experiencia en una redacción. “Esa es la diferencia con otras épocas -plantea Africano, ganador de la Beca Clarín en los 90- antes los medios te pagaban para formarte; ahora los periodistas tienen que pagar para entrar en ese mundo”.

Ante esa hiper-especialización hay quienes todavía apoyan el viejo modelo. “La especialización no sirve. Incluso en escuelas o facultades en donde se enseña periodismo tienen que hacer hincapié en una formación amplia más que en la especificidad de la profesión. Cuando escribo sobre deportes no

⁶¹ POORE, Federico; 2013. “El periodismo atrincherado que viene”. *Ámbito financiero*. <http://www.ambito.com/diario/noticia.asp?id=685675>

⁶² POORE, Federico. Op cit.

hablo solamente de la formación de un equipo de fútbol. Hay que formarse en otras ramas, otras cosas, para alimentar lo que escribimos”, acota Wall. Jorge Lanata ya había dado este consejo a nuevos periodistas: “Si tuviese que decirles algo, es que no estudien periodismo; que hagan una carrera general, la que sea, y que después aprendan el oficio de otra manera”. Pareciese que, después de todo, los trazos más fijos del oficio se siguen aprendiendo viendo a otros trabajar. El camino, como cantaba Serrat, sigue haciéndose al andar.

El problema de la lucha sindical

Si es cierto que existe cierta precarización en los medios de comunicación -tanto como consecuencia de un nuevo modelo de flexibilidad laboral general como por el cambio que han producido puertas adentro los medios digitales- lo cierto es que una de las características más sobresalientes de esta nueva época es el debilitamiento del poder de la negociación colectiva que antes ostentaban los sindicatos y que, en el caso de los periodistas consultados, corresponde a la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, o UTPBA. De hecho, la actividad sindical de la prensa en Argentina tiene una historia rica y variada: el primer paro de los trabajadores de prensa fue en 1919 cuando el diario *La Prensa* sufrió fue primera huelga, que acompañaron obreros gráficos.

Lo cierto es que, aunque el sindicato se sienta sobre bases sólidas logradas en aquellos años como el Estatuto del Periodista, que da más beneficios al trabajador de prensa que el asalariado común -más vacaciones, doble indemnización en caso de despidos- muchos de los problemas marcados por periodistas en redacciones, que refieren en su mayoría a condiciones de inseguridad laboral, malos pagos, salarios por fuera de convenio, o *freelanceos* que esconden relaciones de dependencia en los hechos, no han sido prioridad del sindicato de prensa en los últimos años. La UTPBA logró, para 2014, un acuerdo de aumento salarial en cuotas del 21%, muy por debajo de la inflación real, reconocida por organismos privados por encima del 30%.

De hecho, según la escala salarial actualizada de la UTPBA un redactor básico debía cobrar un sueldo menor a \$6.500 para revistas⁶³ y \$8.200 para diarios.⁶⁴ En muchos medios, como los del grupo Veintrés, los periodistas han reportado el cierre de medios y el despido de trabajadores sin intervención del sindicato e, incluso, el pago en cuotas de salarios y haberes. En *Ámbito Financiero* y *The Buenos Aires Herald* se vivió una situación similar durante 2014, también sin intervención del sindicato.

“Los sueldos promedio se encuentra en la media de los que se pagan a un empleado administrativo y cada vez es más difícil negociar acuerdos salariales adecuados. Muchos beneficios laborales establecidos por el Estatuto del Periodista no se cumplen en la mayoría de las empresas, lo cual pauperiza aún más la situación del periodismo local. Esto es producto de un sindicato debilitado y falta de credibilidad; las conquistas más recientes provinieron de las entrañas de los trabajadores y sus delegados pero no de la representación sindical de la UTPBA”, señala Lorena Guarino.

Se puede argumentar que la UTPBA no escapa a las generales de los sindicatos hoy; que quedaron atrás los años de alzamientos sindicales que realmente lograban mejoras en la vida de sus representados. Pero si se lo compara con organizaciones de otros ramos, la actualización que logró la UTPBA en 2014 es de veras única en su tipo. Basta con mirar los porcentajes logrados en paritarias de otros gremios: mientras que la UTPBA logró para sus escalafones más bajos casi un 22% de incremento y 23% para colaboradores⁶⁵, Camioneros logró aumentos de 33% en junio de 2014⁶⁶, la Unión de Obreros Metalúrgicos (UOM) se alzó con un 30%⁶⁷, el Sindicato de Mecánicos y Afines del Transporte Automotor (Smata)

⁶³ Datos obtenidos de la página de la UTPBA. http://utpba.org/sites/default/files/pdf/escala_salarial_revistas.pdf

⁶⁴ Datos obtenidos de la página de la UTPBA <http://utpba.org/sites/default/files/pdf/anexoa.pdf>

⁶⁵ “NOS COMUNICAMOS”, Blog; 2014. “Se firmó el acuerdo de paritarias de prensa es-crita 2014”. <http://www.nos-comunicamos.com.ar/content/se-firmo-acuerdo-paritario-de-prensa-escrita-utpba-20132014>

⁶⁶ CLARIN, Diario; 2014. Camioneros acordó finalmente un aumento de 33%. http://www.clarin.com/politica/Paritarias-camioneros-moyano_0_1163883881.html

⁶⁷ COMERCIAL, Cronista; 2014. “La UOM cerró su paritaria en 29%”. <http://www.cronista.com/economiapolitica/La-UOM-cerro-su-paritaria-en-296-20140328-0109.html>

se llevó un 35% anual⁶⁸, el Sindicato de Peones de Taxi acumuló aumentos que arañaron el 37%⁶⁹, la Unión de Docentes Argentinos 29%⁷⁰, Empleados de Comercio, 27%⁷¹ y, finalmente, los bancarios, 29%⁷².

Parada López intenta explicar estas diferencias. “Las ventajas laborales que tiene el periodismo están dadas por un Estatuto que da más derechos que a un trabajador común, pero tiene 70 años y las empresas se empeñan en no respetarlo y el sindicato en hacer la vista gorda y no buscar mejores condiciones laborales. Hasta el sindicato de Comercio, uno con los peores convenios de la actividad privada, acordó en su momento un pago de fin de año y la UTPBA no dijo nada al respecto. Si bien es responsabilidad principal del empleador cumplir con la ley, que exista tanto trabajo en negro o precarizado en las redacciones solo puede darse si el gremio no sabe o no quiere poner los temas en agenda”. Para Juan Pablo Czipka “hoy el periodismo es una profesión tan mal representada desde lo sindical que ni siquiera puede hablarse de gestión sino de vacío total”. Puede estar cerca de la verdad: de los 30 periodistas entrevistados para este trabajo ni uno supo decir algo positivo sobre la actuación del sindicato del último tiempo y, en el caso de los colaboradores, la distancia entre ellos y quienes representan sus intereses de cara a los dueños de los medios y el Estado es tan grande que poco pueden decir respecto a las últimas actualizaciones en sus habres y salarios.

Para algunos la responsabilidad está, no solo en este vacío sindical del que habla Czipka, sino también en los propios trabajadores de prensa que, en contraposición también a otras ramas de trabajo, cuentan con poca organización interna para sobreponerse a las limitaciones del sindicato actuante. “Los medios gráficos, es cierto, cuentan con salarios relativamente bajos si tomamos en cuenta la formación de sus trabajadores y las condiciones de trabajo brindadas. Pero me parece que es responsabilidad de los periodistas que se reconozca el valor de su trabajo. Y además, en el sistema actual, deben lograr que su trabajo sea considerado valioso”, interpreta Llorens. Wall coincide. “Al trabajador de prensa le cuesta pensarse un trabajador porque su trabajo está más ligado a las ideas y a las ideologías, entonces se percibe a sí mismo como un intelectual”.

Con un agravante; al ser las mismas empresas de medios las encargadas de financiar los aumentos salariales y de apostar a mejores condiciones de trabajo, los reclamos de los trabajadores -cuando existen- encuentran poco asidero en los medios. Cuando en 2008 y 2009 los trabajadores de *Crítica* lanzaron ediciones especiales de su diario, *Crítica de los Trabajadores*, pocos medios denunciaron el vaciamiento que había sufrido la empresa luego de ser vendida al empresario Carlos Mata.⁷³

Sobre este tema Tomás Eliashev, delegado de la revista *Veintitrés* e integrante del Colectivo de Trabajadores de Prensa (CTP), explica que “paradójicamente, pese a la exposición que tienen los medios de comunicación, hay un gran silenciamiento sobre lo que ocurre hacia adentro de los medios en cuanto a la explotación y a la enorme precarización que se da en las redacciones. Esto sucede no solo en los grandes medios nacionales sino también en las provincias”.⁷⁴

CTP hace el trabajo fino del UTPBA: recoge los reclamos que en 2014 se dieron en medios con ideologías dispares como *Página 12* o *Crónica*; *Infobae* y *Ámbito Financiero*, y trata de darle una salida mediante organización de movilizaciones y presentaciones públicas en redacciones. “El CTP es un intento más de organizar la resistencia frente a la prepotencia de patronales que están acostumbradas a manipular la agenda pública en función de sus intereses y que están acostumbrados a no cumplir la ley en cuanto a relaciones laborales”. Para Eliashev, como para Wall, el problema es una falta de conciencia de clases,

⁶⁸ COMERCIO Y JUSTICIA, Portal; 2014. “Smata acordó 11,8% a marzo y suma 35% anual”.

<http://comercioyjusticia.info/blog/economia/smata-acordo-118-a-marzo-y-suma-35-anual/>

⁶⁹ ALFIL, Diario; 2014. “Paritaria récord para taxistas: 36,5% en seis meses”.

<http://diarioalfil.com.ar/2014/05/09/paritaria-record-para-taxistas-365-en-seis-meses/>

⁷⁰ FINANCIERO, Ámbito; 2014. “Paritaria nacional docente: acordaron aumento de 28,7%”.

<http://www.ambito.com/noticia.asp?id=734817>

⁷¹ INFOBAE, Portal; 2014. “Finalmente, Comercio firmó una suba del 27% y dos sumas fijas”.

<http://www.infobae.com/2014/04/15/1557328-finalmente-comercio-firmo-una-suba-del-27-y-dos-sumas-fijas>

⁷² LA NACIÓN, Diario; 2014. Los bancarios acordaron alzas de 29% y no adhieren.

<http://www.lanacion.com.ar/1679358-los-bancarios-acordaron-alzas-de-29-y-no-adhieren>

⁷³ POLÍTICA ONLINE, LA; 2010. “El cierre de *Crítica*, el triste epílogo de la aventura argentina de Antonio Mata”.

<http://www.lapoliticaonline.com/nota/44357/>

⁷⁴ OTRO VIENTO; Portal; 2014. “La precarización laboral detrás de la noticia”.

<http://www.otroviento.com.ar/2014/08/la-precarizacion-laboral-detras-de-la.html>

en términos marxistas⁷⁵, que atenta contra verdaderas mejoras. “Tenemos que lograr una organización de los trabajadores de prensa para resistir las condiciones en las que trabajamos, porque uno de nuestros principales problemas para enfrentarnos a la precarización es la ausencia de conciencia de clase, en el sentido de que los compañeros de los gremios periodísticos tenemos dificultades de asumirnos como parte de la clase trabajadora”.

Organizaciones como el CTP, Las Redacciones, La Naranja de Prensa, La Violeta de Prensa y la Gremial de Prensa son nuevos intentos de las bases sindicales para reorganizar y refundar su propio sindicato. “Está surgiendo una nueva camada de activistas y militantes del gremio de prensa que podemos plantearnos de cara a la sociedad a decir qué es lo que pasa dentro de Grupo Clarín, por ejemplo, qué pasa con los nuevos monopolios que se están generando y que podemos resistir los enormes grados de flexibilización y maltrato laboral”. Más allá de estar ausentes de los conflictos sindicales de los últimos años, la actual cúpula de la UTPBA trabaja desde cierta ilegalidad: desde septiembre de 2013 que deben renovar autoridades y las elecciones se postergaron varias veces por diferentes motivos que van desde problemas burocráticos, hasta otros más graves, como padrones en donde votan muertos y personas que no son periodistas. La CTP los intimó judicialmente y, luego de una revisión, encontraron 2.500 personas inhabilitadas para votar por ser empleados municipales o policías. Al no poder participar de elecciones el Ministerio de Trabajo prorrogó a la antigua Comisión Directiva; ya llevan un año sin poder efectuar elecciones limpias.

Ante esta situación el Plenario de Delegados de Prensa, autoconvocados ante la crisis de conducción que, aducen, tiene la UTPBA, resolvió impulsar una consulta entre los trabajadores del gremio sobre la creación o no de un nuevo sindicato⁷⁶. La votación, a fines de diciembre en la que votaron trabajadores de casi todas las redacciones y que incluyó la participación de colaboradores y de reportes gráficos, se volcó masivamente hacia el sí. Hubo 2.123 votos: 2.043 votaron por sí. Los autoconvocados pretenden imitar el modelo de los metrodelegados del subte porteño en la búsqueda de una persona jurídica y sindical.

“En los últimos años vivimos un proceso de lucha en el gremio que ha sido impresionante. Con respecto a paritarias hicimos un paro nacional para el Día del Periodista en 2013 que tuvo una movilización al obelisco y después a varias redacciones. Es simple: el periodista, como cualquier asalariado, vende su fuerza de trabajo y pretende una buena remuneración. La discusión sindical debería pertenecernos, no solamente por cuestiones de salario, sino también por cuestiones ligadas al ejercicio periodístico: lo que es nuestro oficio, cómo se debe dar contenido, qué hacer ante los casos de censura. Lo que está en disputa es el sindicato que queremos y por eso convocamos a un plebiscito. Porque la UTPBA ya no existe, es una cáscara vacía”, explica Alejandro Wall. La legitimidad de los sindicatos reside, como en cualquier organización democrática, en la legitimidad que le dan las urnas. “Hoy no hay una redacción que los apoye”, agrega Wall.

Algunos periodistas entrevistados se sienten entusiasmados con el cambio, aunque son conscientes de la dificultad de conseguir los instrumentos legales para destronar a un sindicato con muchos años de antigüedad. Además ven con desconfianza la partición de un mismo gremio en dos sindicatos, como suele suceder. “Si bien en general no soy partidario de armar varios gremios -cuenta Parada López- porque suelen debilitar la posición de los trabajadores, las mejoras que se consiguieron en estos años fueron más por la presión que surgió de las redacciones que por las ideas de la cabeza del gremio. Pero el proceso no va a ser fácil porque la cuestión gremial en el periodismo no suele estar en agenda por lo que conseguir el reconocimiento del Ministerio de Trabajo para negociar paritarias no será sencillo”. “Siempre que haya debate, asamblea, intercambio, el panorama va a ser más alentador. Hay mucha gente repensando nuestras condiciones laborales. Tenemos un viejo estatuto que es muy bueno y un convenio colectivo de trabajo que lo complementa que nos da un buen punto de partida. El desafío es grande”, coincide Pascutti.

⁷⁵ Conciencia de clase es un concepto marxista que define la capacidad de los individuos que conforman una clase social de ser consciente de las relaciones sociales antagónicas -ya sea económicas o políticas- que se aduce siendo la condición original de la organización de una sociedad de clases y de actuar de acuerdo a ellas.

⁷⁶ AnRED, Portal; 2014. “Masiva participación en el plebiscito por un nuevo sindicato de prensa”. <http://www.anred.org/spip.php?article9025>

⁷⁷ MARCHA; Portal; 2014. “Sí al nuevo Sindicato de Prensa”. <http://www.marcha.org.ar/index.php/nacionales/laborales/6250-si-al-nuevo-sindicato-de-prensa>

Conclusiones

Al comenzar este trabajo nos preguntábamos sobre la realidad laboral, más flexible y con muchas menos obligaciones para el empleador, que azota al mundo desde mediados del siglo XX. Lo cierto es que, luego de décadas de luchas y reivindicaciones sindicales, el nuevo siglo no parece traer buenas nuevas. A eso apunta Zygmunt Bauman en *Modernidad Líquida* cuando se refiere a la nueva realidad de los trabajadores de estos tiempos: no hay garantías, no hay certezas, no existen más los viejos lazos que unían a empleado y empleador hasta el retiro y no existe un Estado de Bienestar para actuar de red cuando todo falle.

Como se estableció desde el principio, resulta evidente que el periodismo no puede escapar de los comunes de este nuevo régimen laboral global. Pero, por sus características propias, le agrega nuevos elementos de análisis. Es decir, las generales de la flexibilidad laboral elaboradas en la tesis, el cambio en las condiciones laborales que implicaron nuevas relaciones entre capital y trabajo y que hacen a la globalización, la angustia que causa la incertidumbre ante la falta de garantías propias de la posmodernidad y la ausencia de instrumentos de negociación colectiva para mejorar las condiciones de trabajo afectan a la mayoría de las profesiones pero en el periodismo han encontrado nuevas formas.

La revolución en los medios de producción implicó cambios en el modelo de negocios que afectaron las condiciones materiales puertas adentro de las redacciones del periodismo gráfico. De un modelo de negocios basado en el volumen alto de ventas en kioscos y en la pauta publicitaria en las ediciones de papel se pasó a otro en donde la *Web* impone nuevas reglas y obliga a los dueños de los medios a tomar medidas serias de achique de redacciones, por un lado, y de contratación de mano de obra tercerizada, por el otro. Se dice que hoy diarios y revistas se valen de un ejército de colaboradores sin mucha relación con quien los emplea ocasionalmente, que deben hacerse cargo de obligaciones que antaño correspondían a otros: los aportes jubilatorios, las vacaciones pagas, el aguinaldo como decimotercer sueldo son conquistas sindicales que el colaborador hoy no conoce.

Internet, además, obliga a los viejos y nuevos periodistas a adaptarse a las nuevas reglas de juego que implican una inmediatez y una espectacularización de la noticia por encima de viejos estándares de investigación y chequeo de información. La primicia está en la *Web* y en el papel está la profundidad. Lo cierto es que, a pesar de que los medios tradicionales siguen atrayendo las mejores inversiones, su sustentabilidad está puesta en duda por una baja en la tirada en los últimos 10 años que responde, directamente, a la migración del público a las plataformas digitales. La convergencia obliga a los trabajadores de prensa a trabajar para diferentes plataformas del mismo medio y deja poco tiempo para hacer mejor periodismo y para entrenar a una nueva camada de periodistas en el oficio. Vale una aclaración en este punto: la oferta de nuevos periodistas salidos de las universidades y escuelas de periodismo es tal que empuja negativamente sobre la planta ya saturada de trabajadores, empobreciendo aún más las condiciones laborales.

Si el papel hoy atrae el grueso de la pauta el modelo de negocios de los medios, que encuentra problemas financieros serios, se enfrentará a nuevos y más duros desafíos en los próximos años. En principio porque todavía no han podido encontrar la forma de que el público pague por contenidos en Internet. Los varios intentos de diarios internacionales por llegar a un equilibrio en la *Web* han sido fracasos. Vale marcar el ejemplo de *The New York Times* que recién en su tercer intento está logrando relativo éxito en cobrar suscripciones económicas para lectores que quieran profundizar más allá de 15 notas mensuales gratuitas en su sitio. Quizás los medios especializados -especialmente los financieros- estén detrás de la respuesta: tanto *Financial Times* como *The Wall Street Journal* tienen un modelo cerrado de plataforma *web* en donde se paga por el acceso total a sus notas. En un mundo en donde la información financiera puede valer millones, han encontrado un grupo reducido de personas -pero económicamente astutas- que ha hecho los cálculos e invertido inteligentemente.

Lo cierto es que en un contexto de crisis económica y financiera para los medios, las soluciones encontradas han dejado al trabajador de prensa en una situación precaria. Lejos de los avances logrados por el Estatuto del Periodista, hoy los periodistas gráficos ven cómo los sueldos del personal básico encuentran su piso histórico en términos reales y cómo, por la escasa oferta de nuevos puestos, se ven obligados a aceptar penosas condiciones de trabajo para poder subsistir. De eso se trata la precarización, sin medias tintas: de sentirse tan inseguro laboralmente que cualquier opción es mejor que el desempleo.

Se trata de un conjunto de malas prácticas -monotributistas que esconden relaciones de dependencia, sueldos pagados en cuotas, colaboraciones pagadas más allá de los 90 días que dispone la ley, sueldos por debajo de convenio, periodistas que deben costearse los viáticos para hacer notas- que encuentran poco asidero en la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, UTPBA, un sindicato que hace más de un año y medio que ve prorrogada su Comisión Directiva por no poder presentar condiciones para una votación limpia. En este contexto, las bases sindicales se han propuesto refundar el sindicato, con un camino que podría llevar años y con éxito incierto.

En este marca la hipótesis presentada -que los cambios producidos en la profesión del periodista gráfico a partir de las transformaciones en las relaciones laborales del siglo XX y la revolución tecnológica que afectó a la profesión llevaron a que el periodismo en Argentina se haya precarizado- se comprueba.

Es cierto que en el caso de periodistas más jóvenes la precarización es percibida de una manera menos dramática pero esto puede deberse a varias razones, algunas de las cuales hemos desarrollado en el trabajo: en principio, que no han conocido el modelo de las viejas redacciones y que, al solo poder insertarse como colaboradores y al tener poca experiencia en temas sindicales, aceptan y naturalizan el nuevo modelo de negocios de los medios. Los veteranos periodistas entrevistados -que superan los 40 años- coinciden en que el problema financiero de los medios de comunicación gráficos es tal que difícilmente se pueda revertir al viejo modelo, que dio buenas investigaciones y puso al periodismo en el lugar del quinto poder.

¿Hacia dónde irá el periodismo gráfico, siendo estas sus condiciones actuales? ¿Cuál será el modelo de negocios que imperará en las próximas décadas? ¿Qué modelo reemplazará con éxito el de mentor-aprendiz que ha formado el oficio por tantas décadas? ¿Serán efectivas las escuelas de periodismo en formar cuadros completos, críticos y comprometidos con la realidad que los rodea? Son preguntas difíciles de contestar aunque son interrogantes legítimos que surgen de la investigación y redacción de esta tesina y que deberán estudiarse en trabajos siguientes si se quiere entender mejor el futuro de esta profesión, tan central para la formación ciudadana.

Bibliografía

- ANTUNES, R; 1999. *¿Adiós al trabajo? Ensayo sobre la metamorfosis y el rol central del mundo del trabajo*. Editorial Antídoto. Buenos Aires.
- BAUMAN, Z; 2002. *Modernidad Líquida*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- BARBEITO, A; 1999. *Desempleo y precarización laboral en la Argentina: una visión macroeconómica*, Centro Interdisciplinario para el estudio de políticas públicas. N. 24. Buenos Aires.
- BEAM, R.A; 1990. *Journalism Professionalism as an Organizational-Level Concept*, Journalism Monographs.
- BECK, U; 1992. *Qué es la globalización. Dimensiones, controversias y definiciones*. Editorial Paidós. Buenos Aires. .
- CASTELLS, Manuel; 1999. *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. Alianza Editorial. Madrid.
- COLLADO, P; 2001. *El trabajo y la posmodernidad. Utopía y praxis latinoamericana*. Año 6, N. 15. Buenos Aires.
- FISHERMAN, M., 1997. *News and Non-events*, Sage Publications. Londres.
- HOBBSBAWN, E; 2006. *Historia del siglo XX*. Grupo Editorial El Planeta. Buenos Aires. .
- LOWREY, W., 2006, *Mapping the journalism-blogging relationship*, University of Alabama, Sage Publications.
- LIPOVETSKY, G; 2006. *Los tiempos hipermodernos*. Editorial Anagrama. Barcelona.
- MAVRAKIS, N, 2011, *#Findelperiodismo y otras utopías en la morgue digital*, Centro de Estudios Contemporáneos. Buenos Aires.
- MINC, A; 2001. www.capitalismo.net, Editorial Paidós. Espacio del Saber. Buenos Aires.
- RAMONET, I., 2011, *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque los medios tradicionales*, Capital Intelectual. Buenos Aires.
- ROBINSON, S., 2006, *The mission of the J-blog. Recapturing journalistic authority online*, Temple University, Sage Publications. Londres.
- SANTORO, D., 2004. *Técnicas de Investigación. Métodos Desarrollados en Diarios y Revistas de América Latina*. Fundación para un Nuevo Periodismo Latinoamericano. Cartagena.
- SINGER, J.B. 2005, *The political j-blogger. Normalizing a new media form to fit old norms and practices*, University of Iowa. Sage Publications. Londres.
- SCHILLER, D, 1981. *Objectivity and the News, Philadelphia*, University of Pennsylvania Press. Pennsylvania.
- SENNET, R; 1998. *The Corrosion of Character, the Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. W. W Norton. Londres.
- SOTELLO VALENCIA, A; 2004. *Desindustrialización y crisis del neoliberalismo: maquiladoras y telecomunicaciones*. Plaza y Valdés. Barcelona.
- STOVALL, J.G., 2004, *Web Journalism: Practice and Promise of a New Medium*. Pearson. Boston.
- WALL, M., 2005, *Blogs of war. Weblogs as news*, California State University-Northridge, Sage Publications. Londres.

WILLIAMS, B.A, y DELLI CARPINI, M.X, 2000, *Unchained Reaction: The collapse of Media Gatekeeping and the Clinton-Lewinsky Scandal*, Journalism: Theory.