

Ctrl + C, Ctrl + V: Proceso de trabajo en medios de comunicación privados de Córdoba

Josefina Furlani Cappelletti, Facundo Rafael Iglesia Frezzini, Paula Luque

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

josefinafurlani@gmail.com / fr.iglesia@gmail.com / paucordoba123@gmail.com

Resumen

Los medios de comunicación tradicionales enfrentan un panorama signado por cambios constantes. Los desarrollos tecnológicos, la superabundancia de información y la lógica empresarial han modificado tanto las condiciones de trabajo como su producto.

En este marco, realizaremos un análisis del trabajo actual del periodista de medios con fines de lucro en la ciudad de Córdoba, tomando en cuenta los factores mencionados.

Este trabajo analiza las modalidades y características que adquiere la labor periodística local para comprender los nuevos perfiles laborales que se configuran para el periodista asalariado y observar, a su vez, en relación al marco legal vigente para la profesión.

Realizamos una sistematización de información, a través de investigación documental y de datos extraídos de entrevistas realizadas a periodistas de diversos medios empresariales de Córdoba durante el 2016 y el 2017.

Por último, reflexionamos acerca de las implicancias que los actuales rasgos del proceso de trabajo periodístico implican a los derechos laborales adquiridos y, en consecuencia, a la calidad de la información mediática que se produce al interior de los medios con fines de lucro.

Palabras clave: trabajo, medios, periodismo asalariado, perfiles laborales

Introducción

Los medios de comunicación a escala mundial han experimentado profundas transformaciones en poco tiempo. Fenómenos como la acelerada revolución tecnológica de los últimos cincuenta años, la profundización del sistema capitalista financiero a escala global, así como la concentración mediática y la formación de monopolios de medios en todo el mundo generan un contexto incierto en el campo de las comunicaciones.

Atravesados por estas dinámicas, los medios de comunicación con fines de lucro de la ciudad de Córdoba, como los de todo el mundo capitalista, debieron modificarse y reinventarse, a la vez que la audiencia -que otrora era parte de una relación prácticamente unidireccional con la prensa-, encuentra ahora una forma más inmediata de comunicarse y puede, incluso, constituirse como una fuente de información más para los periodistas.

Ante un panorama que incluye, por un lado, la reducción de la cantidad de medios y, al mismo tiempo, el constante aumento de la información circulante, cabe preguntarse qué formas adquiere el trabajo periodístico en la actualidad. El objetivo de esta investigación, comenzada en noviembre de 2016 y finalizada en noviembre de 2017, es recuperar la experiencia de los propios trabajadores para reflexionar acerca del proceso de trabajo que involucra el ser periodista en Córdoba.

El trabajo se estructura del siguiente modo: en el primer apartado se detallan las herramientas metodológicas utilizadas y los fundamentos de la investigación. A continuación, se presenta un breve marco teórico sobre el proceso de trabajo actual de los medios de comunicación. Luego se detallan algunos datos del contexto mediático en Córdoba y algunos trazos gruesos sobre su situación mundial. Posteriormente, se abordan los resultados de la investigación en tres sub-apartados que describen distintas dimensiones del proceso laboral periodístico. Por último, se presentan algunas consideraciones finales.

Herramientas metodológicas

Esta investigación es exploratoria y descriptiva, ya que a través de ella no solamente buscamos generar datos numéricos sobre el tema, sino contribuir a la comprensión, reflexión y teorización acerca de nuestro objeto de estudio. Para ello, utilizamos como herramienta fundamental las entrevistas semi-estructuradas a periodistas de medios de comunicación empresariales de Córdoba, para registrar en primera persona las impresiones, sensaciones y realidades del proceso de trabajo periodístico actual. Asimismo, para delimitar apropiadamente el campo de estudio, nos fue necesario generar una reconstrucción propia de una serie de factores históricos que nos ayudaron a complejizar, contextualizar y completar los datos obtenidos a través de las entrevistas.

En la primera instancia de entrevistas seleccionamos seis informantes clave, trabajadores de diferentes medios y con variedad de tareas, y aplicamos el mismo guión para todos los casos. Ellos fueron seleccionados por formar parte de medios privados con fines de lucro, que se desempeñen en tareas periodísticas diversas y que posean, como mínimo, dos años de

antigüedad en el medio. Además, incorporamos a un informante especial que nos sirvió para discutir aspectos específicamente relacionados al sindicato y su margen de acción frente a las empresas mediáticas. Al mismo tiempo, decidimos eximir de la investigación a trabajadores organizados en cooperativas o pertenecientes a medios del tercer sector, ya que estos presentan a menudo características particulares que no sirven a la hora de analizar el proceso de trabajo de un periodista asalariado. Los trabajadores seleccionados para esta etapa fueron los siguientes:

Periodista	Medio de comunicación	Cargo dentro del medio
Guido Dreizik	Ex secretario general del CISPREN	
Ezequiel Luque	Cba24n	Redactor
Máximo Tello	Cadena 3	Community manager
Héctor Brondo	La Voz del Interior	Redactor
Emilio Molina Salas	Canal 8	Movilero
Nicolás Siadis	Canal 8 y Canal 10	Productor

Posteriormente a las entrevistas en primera instancia y al análisis del material recopilado, nos fue necesario realizar entrevistas focalizadas para dilucidar determinados aspectos que aún faltaba profundizar. En la última etapa de la investigación, consultamos a dos nuevos informantes basándonos en un guion temático más cerrado que el utilizado en las entrevistas previas. Los informantes seleccionados fueron los siguientes:

Periodista	Medio de comunicación	Cargo dentro del medio
Gonzalo Toledo	Día a Día	Redactor
Mónica Reviglio	Canal 10	Redactor-lector

A través de la reconstrucción de experiencias y de su análisis en relación con la perspectiva teórica, buscamos generar una interpretación crítica del trabajo del periodista actual.

Asimismo, es fundamental para nuestra investigación situarnos correctamente -y concretamente- dentro del campo que estudiaremos. Dentro del universo posible de contenidos a tratar, el campo de investigación es “la porción de lo real que se desea conocer, el mundo natural y social en el cual se desenvuelven los grupos humanos que lo construyen”, y donde el campo no es un espacio geográfico con límites específicos, sino que se define por la propia decisión del investigador, “es continente de la materia prima, la información que el investigador transforma en material utilizable para la investigación” (Guber, 2005, p. 47).

El campo en sí mismo no proporciona datos para la investigación científica, sino información que puede convertirse en datos al ser relevada y recolectada. Esto significa que “los datos son ya una elaboración del investigador sobre lo real. Los datos son la transformación de esa información en material significativo para la investigación” (Guber, 2005, p. 47).

En este sentido, para delimitar apropiadamente el campo de estudio nos fue necesario generar una reconstrucción propia de una serie de factores históricos que nos ayudaron a complejizar, contextualizar y completar los datos obtenidos a través de las entrevistas. La recolección de datos fue el resultado de un proceso de elaboración y selección orientado por nuestros objetivos de investigación, para el cual utilizamos diferentes herramientas como la búsqueda en profundidad de información en Internet, repaso de material bibliográfico sobre economía política de las comunicaciones, búsqueda en diarios digitales de noticias y estudios que hablen acerca de medios de comunicación, selección de estadísticas y valores numéricos de ciertos factores relevantes, además de información recolectada y producida por medios alternativos y organizaciones sociales.

Por otra parte, acudimos a la selección de publicaciones, documentos e informes de organizaciones sindicales, ya que comprender el escenario actual implica relacionar la información extraída en las entrevistas con aquellos marcos legales, políticos e institucionales que contemplan actualmente a nuestro objeto de estudio -el trabajo periodístico en Córdoba-.

Convenios colectivos, estatutos profesionales y documentos complementarios han sido utilizados para la tercera y última etapa de la presente investigación. Además, apelamos a información relevante extraída mediante tomas de nota en la participación en asambleas de trabajadores del Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN) y en medidas de protesta impulsadas por el gremio. Fue central el tiempo de fichaje de revistas especializadas y publicaciones del sindicato de periodistas -revista Umbrales y revista



Proyección¹-, así como la revisión de copias de las actas formuladas en congresos de trabajadores de prensa y comunicación.

El proceso de trabajo de los trabajadores de prensa

A lo largo de esta investigación utilizaremos como disparador y como columna vertebral el concepto de “proceso de trabajo”, elaborado por Karl Marx en *El Capital* (2005), que nos servirá de estructura para la construcción de nuestra investigación y, en conjunto con otros autores, nos permitirá teorizar acerca del trabajo actual del periodista y sus condiciones en el marco de la Era de la Información (Castells, 1996).

El proceso de trabajo es “una actividad orientada a un fin, el de la producción de valores de uso” (Marx, 2005, p. 223). Esta actividad, mediante la cual un sujeto transforma un objeto mediante un instrumento, está compuesta por esos tres elementos: la fuerza de trabajo, el objeto de trabajo y el medio de trabajo (Marx, 2005, pp. 215- 217). Hay que tener en cuenta que los tres elementos del proceso de trabajo le pertenecen al capitalista y, por lo tanto, todo el proceso se realiza para él y bajo su vigilancia (Marx, 2005, 224).

Para utilizar estos elementos de forma pertinente en un análisis orientado al trabajo periodístico actual, es necesario actualizar cada uno de ellos. Siguiendo a Castells, la fuerza de trabajo de esta era se caracteriza por una separación entre dos tipos de trabajo: el trabajo genérico, realizado por obreros que “simplemente [reciben] instrucciones y [ejecutan] órdenes” (Castells, 1998, p. 9) y el trabajo “autoprogramable”, desarrollado por aquel trabajador con la facultad “de redefinir sus capacidades conforme va cambiando la tecnología y conforme cambia a un nuevo puesto de trabajo” (Castells, 1998, p. 8). Lo crucial en este último tipo es “una capacidad general educativa de cultura general, de capacidad de asociación, de saber cuáles son las capacidades necesarias para cada tarea, dónde buscarlas, cómo aprenderlas y cómo aplicarlas” (Castells, 1998, p. 9).

En la actualidad, el tipo de información (objeto de trabajo) que manipula el periodista está desterritorializado, ya que el advenimiento de nuevas tecnologías disponibles para su transporte “puso en evidencia que ya no hacía falta ningún desplazamiento físico para estar instantánea y eficazmente en cualquier parte” (Acuña et. al: 2006, p. 8). Por eso, se “reorganizó el espacio de manera técnica, artificial” y se “impuso otro tipo de concepción de poder” (Acuña,

1 La revista Umbrales fue una revista cultural publicada por el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba. (<https://www.cispren.org.ar/tag/revista-umbrales/>), en tanto la revista Proyección fue el órgano de comunicación sindical. Ninguna de las dos se encuentra actualmente en circulación.

2006, p. 8) que, siguiendo a Ramonet, consiste en “la acumulación de información que amputa la información”. Entonces, “la forma moderna de la censura consiste en súper añadir y acumular información” (Ramonet, 1998, p. 14).

Por último, los medios de trabajo en el periodismo actual son de los más variados, siendo el *smartphone* (teléfono inteligente) uno de los más utilizados, junto a computadoras personales, grabadores digitales, cámaras fotográficas y de video, islas de edición, etc. Asimismo, el gran salto se dio con la revolución informática que supuso el desarrollo de Internet a finales de los '60 y su utilización a escala masiva en las siguientes décadas.

Siguiendo a Haiquel (1998), las producciones periodísticas realizadas bajo esta dinámica “constituyen un tipo especial de mercancía”, pues “el precio de venta del producto no está determinado por los costos de los insumos gastados, es decir que el trabajo objetivado en el proceso de producción no se realiza en el precio” (Haiquel, 1998, p. 7). Esto es así porque, en el ciclo mercantil de los medios masivos de información, en general los empresarios “regalan su producto o lo venden debajo del costo” pues el negocio consiste no en la venta de la mercancía producida, sino en la de espacio publicitario (Haiquel, 1998, p. 9).

Marco contextual

Mariano Suárez (2012) enumera algunos factores que han contribuido a la mutación del trabajo de prensa desde los años '70: “La crisis del paradigma fordista, las doctrinas del trabajo flexible y la poderosa corriente de la tecnología de la información, en explosiva confluencia, subvirtieron modelos y rutinas tradicionales de la profesión periodística” (Suárez, 2016, p. 140).

En los últimos años y a raíz de las grandes transformaciones sociales, políticas, económicas y tecnológicas a escala mundial, los medios masivos se tornaron agentes de formación de opinión, conformando un “capitalismo mediático” con el fin de controlar los flujos de la información y, de esa forma, consolidar su poder (Acuña et al, 2006, p. 7). Como mecanismo de control sobre la información, las corporaciones dueñas de gran porcentaje de los medios de comunicación se tornan actores con “capacidad económica y política para afectar (si no definir) en grado importante el escenario de discusión y acción cotidiana” (Acuña et al, 2006, p. 7).

El fenómeno de la concentración mediática ha sido definido por Miguel de Bustos como “el resultado de un proceso que en un determinado conjunto tiende a aumentar las dimensiones relativas o absolutas de las unidades presentes en él” (Bustos, en Becerra y Mastrini, 2006, p. 53).

Estos mecanismos de concentración oligopólica y monopólica causan una reducción en la diversidad mediática -un discurso cada vez más uniforme, en cada vez más soportes- y una diversificación de los intereses que representan -pues los grupos empresariales se dedican a negocios diferentes, que luego defienden en los medios que son de su propiedad-.

En palabras de Jesús Martín Barbero, el fenómeno llamado “empresarialización” consistió en un proceso dado en el marco de gobiernos neoliberales durante la década del noventa, basado en la formación de “multimedios” que se configuran como entidades financieras para realizar negocios a nivel global (Martín Barbero, en Alaniz, 2015, p. 29).

Trasladando este concepto para observar el mapa de medios cordobés, las cifras demuestran que en el año 2013 el 80% de los medios de la provincia estaban en manos de empresas privadas, contra el 12% en control de asociaciones civiles y el 7% de medios públicos (Astudillo, 2013).

Mariano Suárez (2015) y Guido Dreizik², ex secretario general del CISPREN (Círculo Sindical de Prensa y Comunicación), coinciden en que la situación actual de los trabajadores de prensa tuvo su origen en las políticas aplicadas durante los dos mandatos presidenciales de Carlos Menem (1989-1999). Las políticas laborales abrazaron el concepto de “flexibilidad”, y se produjeron rupturas en el campo sindical (Suárez, 2012, p. 142), pues la primera ley laboral del menemismo fue la Ley Nacional de Empleo (24.013), que introdujo la “flexibilización de entrada (contrataciones temporales) y la “flexibilización de salida” (se creó la figura del ‘despido por causas tecnológicas’)” (Suárez, 2012, pp. 143-144).

Los asistentes al 14º congreso provincial del Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN) celebrado en 1997, ya reconocían a la concentración económica como una “amenaza a las instituciones democráticas del país” y, en la declaración que coronó la reunión, ya se hablaba de la necesidad de “poner un freno a este devastador proceso de enajenación de los medios de comunicación a manos del capital trasnacional” (Reyna, 2003, p. 41).

Resultados de la investigación: el proceso de trabajo de los periodistas en Córdoba

El listado de características que presentamos a continuación busca contribuir a una sistematización de las dinámicas laborales que se generan en el contexto de la convergencia tecnológica, que dan cuenta de la puesta en juego de los elementos del proceso de trabajo, tal como fueran descritos siguiendo a Marx (1844, 2005), Castells (1998) y Ramonet (1986).

2 Entrevista a Guido Dreizik, agosto, 2016

Polivalencia funcional

Indistintamente del soporte en que se desempeñen, cada uno de los periodistas entrevistados dio cuenta de una tendencia a la adjudicación de cada vez más tareas a una misma persona, sin que aumente proporcionalmente su salario. Estas diversas actividades, que se van multiplicando per cápita con la misma velocidad con la que disminuye la planta de trabajadores, antes recaían sobre varios periodistas y no sólo en uno, como sucede en la actualidad.

Héctor Brondo, jefe de la sección Ciudadanos de La Voz del Interior, delegado paritario y miembro de la comisión directiva del CISPREN, resume este fenómeno como Convergencia: “trabajás para el papel, para la web, para todos los soportes que tiene el diario... por el mismo precio”³.

La polivalencia implica no sólo que un oficio deba ser ejercido por una sola persona para diversos soportes del medio, sino que significa a veces la adjudicación de varias tareas, convirtiendo a un solo individuo en una virtual “línea de montaje” que antes incluía más de un par de manos. Guido Dreizik lo graficó de la siguiente manera: “En el caso del fotógrafo, él tiene que [sacar la fotografía], enviarla, y editarla. El editor fotográfico es el mismo fotógrafo”⁴.

En otro sentido, el periodista Gonzalo Toledo, redactor del diario Día a Día, señala que la polivalencia funcional perjudica al resultado del trabajo no sólo en la calidad sino también en la raíz misma de los vínculos laborales:

“Yo no soy fotógrafo y si yo voy con este teléfono y hago la foto por el mismo precio, además de ser explotado yo y abusado, le estoy serruchando el piso al pobre diablo que el día de mañana la empresa va a decir ‘para qué quiero contratar fotógrafo, si ya logré que mis trabajadores redactores acepten sin decir ni mú hacer esas tareas’”⁵.

Asimismo, muchas veces la polivalencia implica que un mismo trabajador esté obligado a adaptarse a más de dos tareas que antaño no estaban relacionadas entre sí, pero que la tecnología actual liga, pues casi todas son susceptibles de ser realizadas con un mismo dispositivo: la computadora o el teléfono celular inteligente.

Acerca de esto, Gonzalo Toledo afirma que “el discurso empresarial pretende naturalizar todo eso, por eso apunta a la formación de los periodistas de las escuelas privadas, para que

3 Entrevista realizada a Héctor Brondo, diciembre, 2016

4 Entrevista a Guido Dreizik, agosto, 2016

5 Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

ya salgan de esas escuelas naturalizado en su cabeza primero que van a laburar y van a hacer foto, y van a hacer video y van a editar”⁶.

La polivalencia funcional, al no ser contemplada con un plus salarial, atenta contra el Estatuto del Periodista Profesional (sancionado en 1946) y el Convenio Colectivo de Trabajo (de 1976). En ninguno de los dos marcos legales está contemplado el derecho a una remuneración adicional en el caso de ejercer tareas que correspondan a más de una de las clasificaciones de roles. Máximo Tello, community manager de la radio Cadena 3, siente que existe una necesidad de que las empresas sinceren lo que esperan de sus trabajadores: “[Es necesario llegar] a un punto en que la empresa te diga ‘che, bueno, yo quiero encontrar un cronista de radio pero va a tener que saber hacer además esto, esto y esto’ ¿Eso implica un pago diferencial? Vamos a discutirlo. ¿Tenemos que actualizar nuestro convenio colectivo de trabajo?”⁷.

Esa es una pregunta que los trabajadores de prensa se hacen frecuentemente y ante la cual han surgido propuestas tanto a nivel local como nacional en relación a la actualización del convenio colectivo. En el marco de las negociaciones paritarias del 2006, el gremio presentó al Ministerio de Trabajo un proyecto con la intención de modificar el texto del CCT 364-75/76 y “ratificó la voluntad que tiene de alcanzar un nuevo convenio colectivo de trabajo que actualice sus cláusulas en función del progreso tecnológico, respete las conquistas históricas del gremio y garantice la dignidad y salubridad en las condiciones de trabajo” (CISPREN, 2006, p. 4).

Nuevos roles: apocalípticos e integrados

Además de multiplicar las tareas que cada periodista debe realizar, achicando así la planta laboral, la lógica empresarial -en combinación con los adelantos tecnológicos- ha generado una plétora de nuevas expresiones del proceso de trabajo. Es que la adaptación a las nuevas tecnologías obliga a los medios de comunicación a crear plataformas digitales, que tienen características propias y cuya administración requiere conocimientos específicos. A través del nuevo formato llegan a captar a una gran cantidad de lectores virtuales -que optan por no comprar ya el diario impreso-, pero aún no consiguen trasladar esta cifra a ingresos económicos proporcionales (Cagé, 2016, pp. 12, 13).

Sobre esto, Héctor Brondo expresa:

6 Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

7 Entrevista a Máximo Tello, febrero, 2017

“Es un momento muy intrigante. Porque (...) la web de La Voz tiene una cantidad de lectores impresionante, pero todavía el negocio no es rentable para migrar el negocio a la web. (...) Cada vez la circulación del papel se achica, pero el papel (...) sigue representando el 80% del negocio de La Voz del Interior”⁸.

Esta migración tanto de ingresos como de lectores, genera cambios hacia el interior de los lugares de trabajo, que sufren modificaciones en función de la nueva situación económica por un lado (menos ingresos por publicidad y caída en la venta de diarios impresos) y tecnológica por otro (nuevos formatos para nuevas audiencias y lectores).

Esta realidad fue incorporada por el CISPREN, que el 30 de agosto de 2002 cambió su nombre de Círculo Sindical de la Prensa de Córdoba a Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba y amplió su estatuto para dotar de carácter gremial a “los trabajadores de la comunicación informatizada, por internet, transmitida por cualquier medio técnico (...)”⁹.

Para los periodistas, la aparición de los nuevos formatos digitales significó tanto despidos como la proliferación de nuevas tareas y puestos, como el de los webmasters -administradores de sitios web- y community managers -administradores de redes sociales-.

Las empresas desvincularon a “periodistas y productores de información del ‘papel’ y han sido reemplazados por informáticos o por periodistas con buen dominio del Java, a los que no se les dará la oportunidad de apartarse de la pantalla para trabajar sobre el terreno” (Cagé, 2016, p. 37, 38). A su vez, “un número creciente de periodistas de la prensa escrita son destinados al soporte web” (Cagé, 2016, p. 32).

Aquellos trabajadores cuyas capacidades son “autoprogramables”¹⁰ tienen más posibilidades de ser empleados por las empresas periodísticas que aquellos que no tienen esas calificaciones. Máximo Tello ejemplifica sobre las calificaciones que le permitieron ser contratado para su puesto de community manager en Cadena 3, pues además de la Licenciatura en Comunicación Social, realizó “varias diplomaturas y posgrados de marketing digital”¹¹. Tello forma parte de una camada de trabajadores nativos digitales, que no ve su futuro laboral en los soportes analógicos: “No consideraba y creo que hoy tampoco consideraría trabajar en un medio ‘tradicional’, por decirlo así (...). Lo que me atraía de hacer

8 Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

9 Según la resolución del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social n° 590 del 20/08/2002.

10 Los trabajadores “autoprogramables” son susceptibles de “redefinir sus capacidades conforme va cambiando la tecnología y conforme cambia a un nuevo puesto de trabajo” (Castells, 1998, p. 8).

11 Entrevista a Máximo Tello, febrero, 2017

en los grandes medios era redes sociales. No me interesaba sentarme y escribir noticias (...)”¹².

Posiciones como la del community manager han dejado de ser exclusivamente auxiliares y complementarias al contenido principal de cada medio, y hoy adquieren una preponderancia insoslayable y una relevancia propia. Tello afirma que realiza paralelamente contenidos exclusivos “que no tienen salida directa o al aire o a la web, sino que queda solamente producido para las redes (...). Se pueden producir piezas de video o maneras de llevar informes (...) de la web o de la radio a las redes pero que la gente no necesite trasladarse a la web o al aire para completar la historia (...)”¹³.

La expansión de estos roles en los lugares de trabajo, sumado a la polivalencia funcional, ha llevado a la creación de “redacciones convergentes” donde conviven trabajadores de lo digital y lo analógico.

Siguiendo a Brondo, deberíamos decir que distinguir entre una redacción para la edición papel y otra para el sitio web de La Voz del Interior sería erróneo, ya que “hoy prácticamente toda la redacción escribe para las múltiples plataformas (...). Por ejemplo, la web tiene gente que escribe para la web, y muchos de ellos escriben también para el papel. Y mucha gente del papel escribe para la web (...)”¹⁴.

Ya que el Estatuto del Periodista Profesional y el Convenio Colectivo de Trabajo datan de los años 1946 y 1975 respectivamente, la convergencia tecnológica no aparece como un factor contemplado legalmente, por lo que “la regulación jurídica deja un vacío legal cada vez más marcado y que se intensifica a medida que se ponen en práctica los avances tecnológicos aplicados a la actividad periodística” (García Lucero et al, 2016, p. 7).

Tanto el artículo 23 del Estatuto del Periodista Profesional¹⁵ como el Convenio Colectivo de la Provincia de Córdoba en su artículo 48, clasifican el trabajo en un número limitado de roles, que se definen por las tareas desempeñadas y, en algunos casos como el de aspirante o colaborador permanente, por el número de participaciones y tiempo de antigüedad que el trabajador posee en el medio. Si bien algunos de ellos aún se mantienen, muchos de ellos ya dejaron de existir -el caso del dictafonista, el cartógrafo, etc.- y se agregaron nuevos que aún no han sido contemplados en el marco legal¹⁶.

12Ibidem

13Ibidem

14 Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

15 Artículo 23, Estatuto del Periodista Profesional, 1947. Fuente digital:
http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/estatuto_periodista_0.pdf

16 Fuente digital: http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/estatuto_periodista_0.pdf

Al mismo tiempo, la posibilidad de incluir en el Convenio aquellos roles y tareas surgidas por el uso de las nuevas plataformas implicaría, también, una permanente discusión y necesidad de actualización debido a la gran velocidad con que las tecnologías se están desarrollando y renovando. Cabe preguntarse, ¿qué tipo de modificaciones podrán ser aplicadas y mantenidas a mediano plazo?, ¿cómo se logra un marco legal que no quede obsoleto en los próximos cinco años, ante la vorágine de la convergencia?

Si bien este debate parece ser necesario e insoslayable, lo cierto es que genera tensión hacia dentro del colectivo de trabajadores, ya que poner en discusión el convenio colectivo implica, a su vez, entrar en conflicto con el empresariado y representa, también, la amenaza ante la posible pérdida de derechos ya conquistados.

Aceleración de los tiempos

En un contexto de interconectividad global a gran velocidad y de superabundancia de información, la exigencia de instantaneidad para con los trabajadores de prensa -sobre todo a aquellos que utilizan soportes digitales- genera una situación de trabajo basada en la presión y la sobreexigencia de los periodistas, quienes se ven obligados a producir una gran cantidad de noticias durante su jornada laboral, muchas veces en detrimento de la calidad de las mismas. En este sentido, se resiente especialmente el proceso de investigación periodística, una pata fundamental para la información veraz y comprobable, que hace a la ética profesional y al ejercicio responsable de la comunicación.

Examinando los sitios web de los principales medios de información, Julia Cagé destaca la “importancia que adquieren las noticias de agencia en los contenidos en línea” (Cagé, 2006, p. 43). Según la autora, la tradicional “carrera por la primicia” de los medios de comunicación mutó en “una carrera de recorta y pega de noticias de AFP, AP o Reuters, cuando no se trata sencillamente de tuits apenas comentados” (Cagé, 2006, p. 43). Es decir, que la gratuidad de la información ha desalentado la investigación periodística y la producción de nuevo contenido, por lo que los medios se vuelven repeticiones de sí mismos.

Esto genera, al interior de las redacciones, una suerte de obligatoriedad de determinados temas que deben ser tratados, sin dejar tiempo para el desarrollo de noticias de producción propia. En palabras de Ezequiel Luque, en Cba24n se sigue esa “agenda que un medio generalista debería tener como portal de noticias”, que implica “noticias de último momento”. Según el periodista, eso implica que “en días agitados no hay tiempo para que vos puedas

desarrollar temas de interés propio”, y añade que “generalmente los días son agitados”¹⁷. En este sentido, Mónica Reviglio, de Canal 10, se autodefine como “una máquina de producir” y que, con la exigencia de instantaneidad, “de repente esto es lo más importante y a los dos minutos esta otra es la nota más importante y te dio vuelta todo”¹⁸.

Gonzalo Toledo, del diario Día a Día, reflexiona que esta exigencia de aceleración del trabajo periodístico genera que el contenido publicado no sólo sea tomado de otros medios o de agencias, sino que muchas veces, el trabajador no posee “la posibilidad de saber si es veraz”¹⁹.

Asimismo, Toledo afirma que muchas veces, además, se publican noticias viejas, pues en algunas ocasiones, “ni siquiera se fijan si ese contenido es de hoy o es de ayer. Puede ser que reproduzcan una información que fue falsa en su momento, que fue falsa en 2011”²⁰.

La escasa planta de trabajadores tampoco deja mucho lugar para el descanso: “Somos tres a la mañana y dos a la tarde”, y reflexiona sobre cómo influye este incremento de la velocidad, en la calidad de la mercancía resultante: “Es una característica de estos medios. Por eso salen los errores que salen, porque prima la velocidad, la primicia (...)”²¹.

Para Luque, esta velocidad tiene que ver con un estándar buscado por las empresas periodísticas en sus portales online: “Según los manuales web no podés escribir temas largos. (...)”. El periodista reflexiona que la poca longitud y la frivolidad del contenido de las notas publicadas por los medios “es funcional al poder”, pues se trata de “un bombardeo que no te permite entender nada, relacionarte ni vincularte”²².

Por otro lado, Toledo afirma que existe un “totalitarismo” de los clicks, es decir, que los medios reproducen el contenido que es popular en las redes sociales²³. Según este periodista, esto se debe a que “en el caso de muchos diarios, se siguen lineamientos diseñados por gente que son más marketineros que periodistas”²⁴, un síntoma que se condice con los procesos de expansión diagonal de las empresas y con la conformación de multimedios, aquello que Barbero describe como “empresarialización”.

Guido Dreizik también acuerda en que este hecho opera en detrimento de la calidad del

17 Entrevista a Ezequiel Luque, noviembre, 2016

18 Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

19 Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

20 Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

21 Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

22 Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

23 Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017.

24 *Ibidem*.

producto final, al afirmar que “en diez minutos tenés que editar 10 fotos que cada una te lleva en realidad 40 minutos para hacerlo bien”²⁵. Reviglio, que lleva 37 años trabajando en los SRT, también nota esa disminución en la calidad, en cuanto que ya no se respetan los “estilos periodísticos”. Según ella, el oficio devino en “cortar y pegar. Y eso es lo peor que nos puede pasar (...) ¡Y yo lo hago! (...)”²⁶.

En resumen,

“la era digital propone un cambio de paradigma en materia informativa: la posibilidad de actualización constante, la distribución global e inmediata de los contenidos informativos socava la idea de tiempo en la noticia y el concepto de noticia en sí mismo. De alguna manera, se diluye la instancia de reflexión y el chequeo de la información. Pierden importancia los criterios tradicionales de noticiabilidad como la cercanía geográfica, la novedad, la primicia, el interés social, etc.” (García Lucero et al., 2016, pp. 4-5).

La aceleración de los tiempos implica que la información se procese de forma más acrítica, mientras que los temas a tratar se seleccionan teniendo en cuenta lo que envían las agencias de prensa o lo que publican otros medios, en simultáneo con una planta de trabajadores en constante reducción.

Consideraciones finales

Ante esta compleja situación, es la propia esencia de la tarea del periodista la que se ve interpelada y arrinconada: si hoy en día las empresas de medios se han convertido en verdaderas líneas de montaje de información ya procesada previamente por agencias de comunicación o repetidoras de datos hallados en redes sociales, ¿qué rol cumple el periodista en esa cadena? ¿Qué posibilidades tiene el trabajador periodista de comprometerse con la función social que ejerce? ¿A qué tipo de información accede la sociedad cuando los medios se tornan repetidores de sí mismos?

Analizando el aspecto legal, observamos que tanto el Estatuto del Periodista Profesional como el Convenio Colectivo de Trabajo dejan grandes vacíos al no contemplar la nueva realidad en las que se desarrolla la actividad. Hemos mencionado en páginas anteriores que se espera de los trabajadores que se desempeñen en nuevas tareas mientras que se exige una

25 Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017.

26 Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017.

capacitación mayor y constante de ellos respecto a las nuevas herramientas, situación que no está reflejada en el marco legal. Además, muchas de las conquistas que los periodistas obtuvieron y que están reflejadas en ambos textos, no se respetan en la práctica.

El marco regulatorio de la actividad periodística es una herramienta indispensable y fundamental para proteger los derechos laborales adquiridos, y justamente por eso es necesaria una relectura de las legislaciones vigentes para contemplar nuevas situaciones que no estaban previstas en sus orígenes. Sin embargo, una nueva legislación que resguarde los derechos de los trabajadores de la comunicación, y por lo tanto, de las audiencias, difícilmente sea posible si se mantiene la actual correlación de fuerzas, asimétrica en favor de los empresarios de medios.

La situación laboral de los periodistas en Córdoba se presenta, como mínimo, alarmante, y acusa una serie de problemáticas que se vinculan a la gran desregulación en materia legal de todo el sistema de medios en la Argentina. El problema se agudiza cuando los organismos creados a fin de defender los derechos adquiridos no son vistos como verdaderas instancias de disputa de poder y de lucha colectiva.

Por otro lado, el contexto para ejercer el periodismo no es el más propicio: además de derogar artículos claves de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual facilitando así la concentración de la palabra en pocas manos, gran cantidad de medios están desapareciendo afectados por cambios en políticas de distribución de pauta oficial. Peor aún, ni siquiera los más encumbrados periodistas opositores al gobierno nacional parecen estar a salvo de persecuciones, despidos y amenazas. Si esta incertidumbre alcanza hasta las caras más visibles de los medios masivos, ¿qué queda entonces para los obreros anónimos de la comunicación?²⁷ ¿Y para los consumidores de la información producida?

27 El 19/8/2017 El periodista Roberto Navarro, opositor al gobierno nacional actual fue despedido del canal de noticias C5N. Navarro denunció que esto había sido realizado bajo la presión del Ejecutivo nacional.

(<http://www.nodal.am/2017/09/reconocido-periodista-roberto-navarro-denuncia-presiones-del-gobierno-macri-acallar-voz/>)

Por otro lado, Horacio Verbistky tras una investigación que involucraba a familiares y amigos del presidente Mauricio Macri en operaciones ilegales de dinero, fue duramente criticado por el gobierno y blanco de amenazas. Tras esto, otros trabajadores de prensa firmaron la solicitada "La información no podrá ser silenciada" en claro apoyo a su colega.

<http://www.diarisobrediaris.com.ar/dsd/notas/1/42904-una-solicitada-por-verbistky.php#.WfpScohryUk>

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Acuña, C., Rosemberg, D., Ciancaglini, S., Lillo, Q., & Vales, L. (2006). *El fin del periodismo y otras buenas noticias*. Buenos Aires: Lavaca editora.
- Alaniz, M. (2015). *Medios informativos y gobiernos en la historia contemporánea de Sudamérica (2005-2015)*. Córdoba: Copy-Rápido.
- Astudillo, D. (2013, Septiembre). Una mirada sobre los medios de Córdoba. *Umbrales: Crónica de La Utopía*, Central.
- Cagé, J. (2016). *Salvar los medios de comunicación: Capitalismo, financiación participativa y democracia*. Polinyá: Editorial Anagrama.
- Castells, M. (1998). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*.
- Castells, M. (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I LA SOCIEDAD RED*. Madrid: Alianza Editorial, 26-52.
- García Lucero, D., Koci, D. A. y Roldán, A. R. (2016). *Los nuevos medios de comunicación en la ciudad de Córdoba*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.
- Guber, R. (2004) *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Haiquel, Miguel (1998) *La comunicación social como relación social de producción*. Primer Congreso de la RedCom: Rosario.
- Mastrini, G., & Becerra, M. (2006). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicar*, 18(36), 51–59. <http://doi.org/10.3916/C36-2011-02-05>
- Marx, K. (2005). *El Capital - Crítica de la Economía Política*. México D.F.: Siglo veintiuno editores.
- Ramonet, I. (1986) *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Editorial Debate.
- Ramonet, I. (2005). *La tiranía de la televisión. Connivencia entre los medios de comunicación y el poder*. Sabadel: LligadelsDretsdelsPobles.
- Reyna, R. (2003). *Notas sobre la historia del CISPREN*. Córdoba: Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba.
- Suárez, M. (2012). *Periodismo multimedia: un nuevo paradigma laboral flexible*. Buenos Aires: Alarco Ediciones.
- Suárez, M. (comp). (2015). *Diez ironías sobre la libertad de expresión*. Buenos Aires: CTP Ediciones.