



**FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

TRABAJO INTEGRADOR FINAL (TIF)

“Del diario papel a la página digital”

**Experiencias de la práctica profesional del periodismo. La
autogestión de un medio de comunicación para la inserción laboral**

Área temática: Trabajo Integrador Final en Reflexión de Prácticas en Comunicación

Estudiante: Gabriela Noguera

Legajo: 1763/8

E-mail: gabynoguera64@gmail.com

Teléfono: 0291-155 754986/ 011-42151778

Directora: Mg. María Elisa Ghea

Noviembre 2019

INDICE

Presentación del tema

La era digital y el periodismo

Inicio del recorrido

Objetivos

Del porqué del TIF

Herramientas teórico conceptuales

Metodología: enfoques y técnicas

PRIMEA PARTE

La era digital en la vida cotidiana

El invento que revolucionó al mundo

¿Qué implicó la convergencia tecnológica para los medios de comunicación?

Las precursoras formas de organización del trabajo en las redacciones

La transformación necesaria: de la redacción para el diario, al periodista multiplataforma.

La problemática de la relación laboral. El Estatuto del periodista ya no alcanza

SEGUNDA PARTE

Planificar y gestionar como salida laboral

Diagnóstico de la situación laboral periodística

La creación de un medio propio

Diseño y puesta en marcha

Financiamiento para la sustentabilidad

CONCLUSIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Presentación del tema

En la actualidad los medios de comunicación cada vez más van adaptando sus contenidos a las pautas impuestas por la aparición de nuevas maneras de producir y circular información sea de la índole que sea. Sus dueños en tanto empresarios que venden un producto, comprendieron que para poder subsistir, no sólo debían incorporar la tecnología para bajar costos, sino que si pretendían mantenerse como actores influyentes en el escenario político, económico social y cultural en general, debían reinterpretar las nuevas formas de búsqueda de información de las sociedades actuales.

A la vez, en sociedades del conocimiento, la información y las TIC`s para poder abarcar a un universo mucho más amplio al cual llegar como medio de comunicación, no se lo puede hacer desde un solo formato, teniendo en cuenta las posibilidades que brinda la tecnologías. Cuando surge lo que se conoce como la era digital en la cual en el campo de la comunicación no tiene aún límites para su desarrollo, se les plantea a los diversos medios tradicionales un desafío para la producción informativa que si bien por un lado simplificó el proceso a la vez se complejizó teniendo en cuenta entre otras cuestiones, nuevas redacciones, nuevas prácticas profesionales y relaciones laborales.

En este sentido, Luis Albornoz (2006) en la primera década del siglo XXI, ya señalaba que “el periodismo digital revela un escenario informativo cada vez más complejo y competitivo, donde los canales y modalidades de información no se sustituyen sino que se multiplican”

En este sentido, las empresas periodísticas fueron adaptando sus rutinas a las nuevas dinámicas que la aparición de nuevos medios de comunicación le obligaba. Si bien el surgimiento constante de formas diversas de comunicar las noticias, la

información en general, significó la creencia de la desaparición de otros medios, muy por el contrario, cada vez que hubo uno nuevo, re-significó al existente, obligándolo a repensarse en sus diseños, en sus formas de relación con el usuario, entre otras cuestiones. Principalmente los hizo repensar en qué ofrecer para no perder en la dinámica de la competitividad.

En este sentido, no sólo los medios de comunicación pre existentes no desaparecieron sino que se reconvirtieron y ampliaron sus estrategias de inserción en la industria infocultural. Así como sucedió en el pasado, cuando los pintores creyeron que perderían el trabajo cuando apareció la fotografía, el cine cuando apareció la radio, el correo o el telégrafo cuando apareció el teléfono; la radio cuando apareció la televisión o, el cine y la televisión cuando estuvo en los hogares la video casettera, los diarios impresos lo pensaron cuando se masificó la Internet.

El invento del alemán Johannes Gutenberg en 1450, la imprenta, fue una revolución para el mundo, en cuanto a difusión de conocimientos y acceso a éstos. La máquina permitía de manera inmediata multiplicar libros, escritos y, sobre todo, en menos tiempo que lo que tardaban los escribas en copiar una obra, un documento, una idea o un mandato de alguien. El germano nunca imaginó que sería uno de las grandes revelaciones para la humanidad hasta la aparición de internet.

Para sociedades del conocimiento, la información y las tecnologías, la red de redes, internet impactó en la cotidianidad de las personas, transformando las relaciones entre éstas en diversos sentidos. Una revolución que cambió no sólo lo que implica el acceso, búsqueda, producción y circulación de la información, sino a su vez ofrece una cosmovisión del mundo muy distinto al que se tenía hace 40 años. No existen las fronteras, poca censura, y la posibilidad de ser todos y todas productores de conocimiento que se comparte con potenciales millones de personas que pueden estar interesados en lo que se cuenta, es una las transformaciones que la humanidad vive.

La revolución tecnológica para los medios de comunicación tradicionales no sólo ha simplificado el trabajo de productores, periodistas, directivos, distribución e impresión, entre otras cuestiones, sino que también ha implicado un cambio en las relaciones laborales. En este particular, entre otros tantos requisitos a la hora de permanecer en un trabajo periodístico o intentar ingresar en ese mundo, en las pautas y requerimientos se exige una mayor capacitación y actualización de formación en lo que refiere no sólo a las técnicas de escritura para lo digital, sino al mismo tiempo, saber muy bien cómo contar una historia en las redes sociales digitales y en las diversas plataformas en las que el medio de comunicación multiplica sus contenidos.

La otra cuestión a lo que ha llevado estas nuevas exigencias y formas de organización de las redacciones, sobre todo en lo que eran las tradicionales de los diarios en formato papel es en lo que se refiere a las vinculaciones laborales entre trabajador/ra y quien emplea. Traducido hoy en que la aparición de nuevas tecnologías y recursos para obtener información, producirla y distribuirla, ha llevado a lo que se conoce como trabajador o trabajadora de prensa multiplataforma que lleva si o si a las no poco conocidas y sufridas prácticas de la flexibilización e inestabilidad laboral, al mismo tiempo que amplió el mercado del *freelance*, o emprendedurismo.

La revolución tecnológica de finales del siglo XX y principios del siglo XXI, tiene un impacto en las sociedades como lo fue para revolución industrial del siglo XVIII la aparición de la máquina a vapor y lo que implicó para los sistemas de transporte, producción de mercancías y comercialización de éstas. Estas nuevas lógicas en la producción encarnaron entre otras cuestiones, grandes transformaciones sociales entre las que se puede mencionar un nuevo diseño de urbanización para la potencialidad de distintas transacciones y puesta en marcha de una economía distinta. En las grandes ciudades fue desapareciendo, por ejemplo, la producción familiar para pasar a una producción en gran escala que dio lugar a la aparición de las fábricas.

En la segunda revolución industrial, considerada también la primera globalización, y que se da entre 1870 y 1914, los cambios técnicos y descubrimientos, otra vez no sólo transforman las relaciones en la sociedad, sino que las relaciones de poder y económicas en el mundo, lo que modifica por otro lado el cómo las personas comienzan a interpretar el mundo y a vivirlo.

Los recursos energéticos como la utilización del gas y el petróleo, a la vez que el uso de la energía eléctrica, contexto en el aparecen hecho realidad muchos de los inventos con los que soñaba Leonardo Da Vinci, como ser los automóviles y principalmente el avión como sistema de transporte, significa un avance significativo para los sistemas de producción en todos los sentidos. La transformación a la que llevó esta revolución industrial, tuvo diferentes impactos no sólo en el consumo de bienes y servicios, sino que afectaron al sistema educativo y científico permitiendo el acceso a diversos conocimientos a la vez que a nuevas investigaciones, como ser en la rama de la medicina.

En otro sentido, la segunda revolución industrial, cambió otra vez los tamaños de las empresas y su organización del trabajo y, por ende, las relaciones entre trabajadores y dueños del sistema productivo, en ese entonces representados ya por gremios y sindicatos.

La rapidez en la que se dio la incorporación de las TIC's en los sistemas de producción tanto del conocimiento, la educación y en las nuevas conformaciones de relaciones laborales, aun no tiene un parangón con otros momentos históricos del siglo XX. Por supuesto que los medios de comunicación social en tanto empresas y actores económicos, en estas nuevas formas y dinámicas no se quedaron al margen de lo que se conoce como la revolución científica y tecnológica.

En este trabajo, abordaré la cuestión sobre cómo estas transformaciones impactaron en la vida profesional y por ende llevan a la necesidad de diseñar, planificar, gestionar y ejecutar, posibilidades en este campo que den la posibilidad de sobrevivencia laboral en un mundo en el cual, hoy es muy difícil no sólo conseguir un trabajo bien remunerado, sino que el sector sufre un período en el que se producen despidos de manera cotidiana no sólo por cuestiones políticas e ideológicas, sino también por la inexistencia en algunos casos de una contención jurídica de protección laboral.

La era digital y el periodismo

En lo que refiere al periodismo en la actualidad, en el mundo casi no existe un medio gráfico, como lo es un diario que no cuente con su versión digital. Con sólo ingresar a la red de redes y poner el nombre de lo que hasta hace unos años sólo se podía comprar en el quiosco tradicional, hoy con un solo clic en el celular se puede navegar por una inabordable oferta de noticias e información en general de esos propios diarios a los cuales, incluso, se puede suscribir por un abono muy bajo en términos de costos de precio de tapa.

Tampoco ya es necesario ir a los registros de los propios diarios o asistir a las hemerotecas para saber qué publicaron en alguna fecha determinada. La mayoría de los archivos de estos medios pueden encontrarse ingresando a ediciones anteriores digitales o poner palabras clave en Google y aparecerá el link que mediante el hipervínculo lleva a la versión que se busca ya que las mayorías de las empresas han realizado el trabajo de digitalizar sus versiones desde el momento de su creación.

Si bien se cree que con la aparición de Internet surge el concepto de red social, esto no es así. La idea y su conceptualización surgen hacia finales del siglo XIX para definir relaciones entre personas y organizaciones y la interacción existente entre ellas.

De todas maneras cabe aclarar que internet ha permitido la posibilidad de emplear desde 1995, diversas plataformas que en menos de 10 años revolucionaron las relaciones interpersonales conformándose lo que hoy se define como redes sociales digitales. En las cuales, existe una inabordable cantidad de información que se produce y distribuye a diario.

Las redes sociales como fuente y circulación de información e interacción entre las personas han influido en el diseño de las publicaciones y estrategias para llegar a un mayor universo de usuarios, por parte de los medios de comunicación. La prensa gráfica ha tratado de resistir y le ha costado un poco más cambiar las estructuras de escritura para pasar a un formato exigido por las dinámicas de las redes sociales digitales, pero poco a poco lo está logrando.

En 1985 era impensable formarse en el área del periodismo gráfico sin aprender las técnicas y las formas de escritura que en ese entonces eran la base para aprender a hacer periodismo. Si bien hoy se sigue empleado, por ejemplo, el concepto de pirámide invertida y de las cinco W, lo cierto que ya no es factible pensar en que se puede comunicar una noticia de la misma manera.

Todo es más corto en caracteres e información. Ya desde la volanta, el título y la bajada, el lector debe sentir que se informó. No importa los pormenores, la descripción, la explicación de los hechos que por siempre son complejos. En 280 caracteres quien lee debe creer que ya sabe lo qué pasó, cómo pasó y por qué pasó. Esto por supuesto no va en detrimento de cómo poder contar una historia sea en la plataforma que sea, pero ha exigido a los profesionales del periodismo de más de 50 años hoy a comprender, perfeccionarse y a actualizarse sobre las actuales formas de hacerlo.

Lo cierto es que todo lo que lo que creíamos muy lejos de realizar en la década del 80 cuando comenzábamos nuestra formación para el ejercicio de la profesión de

periodistas, pasó. Internet salió de subsuelos secretos de investigación de las agencias de las potencias, y se instaló en la vida con total naturalidad, permitiendo usos inimaginables. Desde la aparición de Internet, por supuesto que su impacto ha sido en diferentes dimensiones. Sociales, educativos, científicos, laborales. En el particular caso de las sociedades de la información, es inconmensurable su posibilidad de abordajes de análisis.

Para saber qué se prevé de esta revolución, sólo basta ver, entre otras, la serie *Black Mirror*, en la que en su última temporada aborda la era tecnológica en la que vivimos, y plantea un debate y cuestionamiento sobre la vigilancia constante de todo, es decir nada es privado y la relación entre usuarios y personas en la vida cotidiana. O se puede ver *Years and Years*, la serie inglesa que aborda la conformación de una sociedad atravesada por las tecnologías en un mundo complejo en lo económico, social y político. El planteo de estas dos series son tan posibles de vivirlo en un plazo no muy lejano, como lo era en 1985, la posibilidad de que llevaron de la imaginación a la realidad la posibilidad de hacer todo con un teléfono celular.

El tema sobre tecnologías, plataformas digitales y medios de comunicación, siempre llevan no sólo hacia nuevas posibilidades del hacer profesional, sino por otra parte, hacia nuevas reflexiones sobre el hacer y el uso de la red de redes en cuanto espacio infinito para el campo laboral del periodista, en el caso específico de abordaje de este trabajo. Los cambios se dan de manera vertiginosa, por lo que implica repensar constantemente las formas y sobre todo, el cómo hacemos para incorporarlas en nuestra hacer.

Inicio del recorrido

En sociedades del conocimiento, la información y las tecnologías, los medios de comunicación gráficos, en particular, entre otros, fueron adaptándose a los nuevas

formas no sólo estéticas, sino de producción y circulación de la información. Estas adaptaciones también han significado una readaptación a nuevas estructuras en sus redacciones que influyen en el trabajo específico que realizan los profesionales que las integran. Hoy se podría decir que son múltiple función. El problema es que las versiones digitales de los reconocidos medios de comunicación, no fueron concebidas desde su nacimiento como un diario digital. En casi la mayoría de los casos la misma redacción y lo que se publicaba en papel, se trasladaba a una plantilla digital.

En 1989 luego de obtener el título de periodista en la entonces Escuela Superior de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, ahora facultad, mi primera experiencia profesional la realicé en el Diario Popular, cuya empresa también estaba conformada por “La Gaceta” de La Plata. Al mismo tiempo que ejercía como redactora en planta de esos medios gráficos, lo hice como columnista para el Heraldo de Buenos Aires, para el cual produje diversos trabajos periodísticos.

Hacia finales de la década del 80, las redacciones periodísticas tenían una estructura de personal casi inalterable conformada por una planta mínima compuesta por un Director, Subdirector, Editor, Corrector, Secretario de Redacción, Jefe de Redacción, Jefe de Noticias y redactores en un número variable acorde a las necesidades de edición y respaldo económico del medio. En algunos casos esta estructura aún se mantiene en las versiones digitales de su correlato en impreso.

Comienza para los diarios en soporte papel promediando la década del 90 un desafío que fue el de adaptar los contenidos de lo que se publicaba en papel en la red de redes. A comienzos del siglo XXI, y en particular en los últimos años 10 años uno de los debates que están llevando adelante los propietarios de publicaciones en formato papel, es si podrán sobrevivir ante la baja de sus ventas, ya que la oferta en formato digital no sólo es menor en cuanto a sus costos de publicación, sino además es la manera de acceder a la información más escogida por los usuarios y consumidores de

información, no sólo por los llamados centennial y millennials, sino por algunos estratos sociales de las generaciones que han pasado los 40 años.

Ante la revolución tecnológica y la aparición de nuevas formas de acceder a saber qué es lo que pasa, los medios de comunicación en soporte papel, se adaptaron a los tiempos actuales y a los usos que de la red de redes hacen las personas. Hay nuevas dinámicas de producción de contenidos a la vez que incorporan de manera permanente nuevos formatos en sus diseños y circulación de la información.

Sobre las nuevas dinámicas de trabajo en las redacciones, María Elisa Ghea y Patricia Viale en el artículo *Más allá de lo que publican los medios de comunicación*, señalan que

La frecuente aparición de nuevos medios de comunicación, la incorporación de diversas tecnologías a su quehacer y el desarrollo de innovadoras redes sociales de intercambio de información, dan como resultado no sólo nuevos usuarios, considerados hoy Prosumidores o Webactores sino además, dinámicas comunicacionales muy distintas a las de hace, por ejemplo, una década. En este particular la tecnológica, los costos económicos para su adquisición y el surgimiento de otros diversos actores en la construcción y circulación de información obligaron, de alguna manera, a que el trabajador de la comunicación también transforme y adapte sus prácticas laborales (2015. P. 11).

Las plantillas de redacción comenzaron a ser digitales y respondían a un diseño preestablecido de caracteres en todos los formatos. La aparición de los desarrollos tecnológicos aplicados a la comunicación en general, fue inmediatamente adaptada a diarios, periódicos, revistas y lo que se conocía como newspapers.

En el caso de la prensa escrita y publicada en formato papel no sólo debió adaptarse a las nuevas formas que exige las sociedades actuales de las redes sociales digitales, la tecnología a disposición para la producción de contenidos y distribución de estos, sino, además, los medios gráficos se enfrentan a una realidad que es el desafío de la credibilidad.

Se sabe que el fenómeno de la producción y publicación de noticias falsas (las Fake News) y en tiempos de pos verdad en no es ni más ni menos que dirigirse a lo emocional de las personas que escogen el autoengaño, implica para un medio que se precie creíble trabajar mucho en lo que se refiere a la búsqueda de fuentes propias de información que sostengan fundamentalmente, no las operaciones periodísticas, sino la información como un valor ético que debería estar siempre presente en el contrato de lectura.

Si bien la información existente en la red de redes es infinita e imposible de abarcar, los medios tradicionales ante la aparición permanente de nuevos espacios de difusión, trabajan todos los días para mantener su lugar de poder, el de influir en los imaginarios sociales y subjetividades de las personas. En este sentido, la credibilidad es uno de los valores más importantes que puede tener un medio de comunicación sea gráfico o digital, o de cualquier tipo. De hecho una enorme mayoría de sujetos humanos que se consideran informados, apelan por sus propios ritmos de vida coyunturales a verdades informativas absolutas emanadas por Google, Microsoft, Apple, Amazon, Facebook, Twitter, Whatsapp e Instagram. Y esa tendencia cada vez es mayor y es proporcional a la disminución de chequear en fuentes fehacientes construidas por profesionales idóneos en comunicación y periodismo.

En este particular las dinámicas de construcción, selección, jerarquización y tratamiento de la información, también los ubica en un lugar de disputa con otros

nuevos medios de comunicación que van apareciendo como lo son las redes sociales digitales Facebook, Twitter, Instagram y Whatsapp.

Hoy para los profesionales del periodismo, la forma de buscar información y de acceder a ésta, como también la consulta de diversas fuentes tiene una técnica completamente distinta a la de las del comienzo en mi carrera hacia finales de los 80. Lo que ha implicado un esfuerzo para la readaptación en la formación en técnicas y conocimientos muy diversos para ejercer en el campo de la comunicación y el periodismo en particular, no sólo porque los usuarios son completamente distintos y diversos, sino por las lógicas y estrategias que llevan adelante las empresas periodísticas en lo que refiere a la producción, tratamiento y circulación de la información. Por lo tanto, también, ha modificado el campo laboral para el periodista de manera notable a hace tres décadas.

Es por estas razones, que entiendo que el mundo laboral presenta de manera constante nuevos desafíos, este trabajo de reflexiones de la práctica profesional aborda la cuestión sobre la transformación de técnicas y prácticas profesionales en la comunicación y el periodismo escrito en formato papel, tomando como puntapié la propia trayectoria como periodista desde hace más de 30 años.

Para demostrarlo, se dará cuenta de ese proceso de adquisición de nuevos saberes y prácticas en el cual el trabajador y la trabajadora de prensa tuvieron que hacer desde la década del 80 a la actualidad para poder sobrevivir en un espacio cada vez más competitivo y diverso. En lo que continúa, se contará sobre cómo ante la flexibilización laboral existente en los medios de comunicación tradicionales de la prensa escrita en formato papel, se puede diseñar, planificar y autogestionar un medio de comunicación digital, como es la web www.sintinta.com.ar, que ha sido mi fuente laboral de los últimos ocho años y de la cual soy una de las fundadoras.

Objetivos propuestos

Si bien el tema de la transformación de las redacciones de los medios de comunicación en general, tiene diversas aristas de abordaje y análisis, en este sentido me propuse sólo poder transmitir un saber hacer que fui construyendo, por momentos intuitivamente, pero que puede ser un aporte significativo. Pensar en la posibilidad de un medio de comunicación propio hace treinta años, era casi imposible teniendo en cuenta los costos de producción y gastos fijos que se deben hacer frente a la hora no sólo de hacer un número cero sino en lo que se refieren a su continuidad en el tiempo. Teniendo en cuenta lo señalado es que me propuse, como objetivo general “transmitir una experiencia de la práctica profesional del periodismo que aborda la cuestión sobre cómo se planifica, se ejecuta y autogestiona un producto digital periodístico y como

Objetivos específicos

- Analizar la constitución de una página web a partir de las dos últimas experiencias periodísticas adquiridas, www.pagina95.com.ar y www.sintinta.com.ar, como espacios de producción de contenidos digitales periodísticos.
- Redactar las historias y contextos de ambos sitios como experiencia compartida para aquellos que están incursionando en la temática.
- Demostrar que es posible crear espacios de producción contra-hegemónicos competitivos y eficientes en la cobertura periodística de la actualidad.

- Fomentar la pluralización de la información creando una agenda propia de interés colectivo, como contracara de los intereses hegemónicos.
- Desarrollar una identidad informativa propia que gane la fidelización del actor lector partícipe del contexto.
- Diseñar en ese sentido categorías informativas que respondan al/los objetivos propuestos, sustentables en el tiempo, pasibles de replicar en redes sociales o ámbitos laborales, educativos e institucionales en general.

Justificación

Teniendo en cuenta mi recorrido profesional como periodista, este trabajo de TIF pretende propiciar y compartir saberes adquiridos con el fin de alentar a estudiantes de la carrera de comunicación a seguir adquiriendo conocimientos académicos y de la práctica que pueden serles de utilidad al momento de tener la necesidad de autogestionar un propio medio de comunicación. Es decir, transmitir la experiencia para contagiar la implicancia de la independencia creativa que otorga la autogestión de un medio, en momentos de dificultad para el acceso a un trabajo estable en un área como la periodística.

Para ello, a lo largo del trabajo no sólo se aborda la cuestión de lo que implica en la actualidad la situación de desocupación en el ámbito específico del periodismo, sino se contará cómo fueron las etapas y el proceso que me llevó a la creación de una WWW como medio de subsistencia. En este sentido brindar información y compartir una experiencia profesional como la que llevo adelante con www.sintinta.com.ar, es una manera colaborativa en la exploración del campo de la comunicación y el periodismo y descubrir detallar las posibilidades que ofrece.

Herramientas teórico conceptuales

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, promulgada en octubre de 2009 considera a la comunicación como un derecho humano y tiene como objeto “el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación” (LSCA 26522, Art. 1, 2009).

Por su parte la Convención Americana sobre Derechos Humanos, conocida como pacto de Pacto de San José de Costa Rica, señala en su artículo 13 que toda persona tiene la “libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección”.

Cabe en consecuencia la afirmación de Manuel Castells por la que sostiene que se puede hacer Comunicación sin nutrirnos de los grandes medios y en “El fin de los medios”, Luciano Sanguinetti hace un repaso por las transformaciones culturales que implicó para la sociedad argentina la incorporación y el desarrollo de la tecnología en los medios de comunicación. De hecho, las pantallas de celulares hoy posibilitan registrar todos nuestros movimientos –los propios y ajenos- y compartirlos para demostrar que “yo estuve ahí”.

Por su parte Ghea y Abramsonas explican que “Los usuarios son cada vez más activos en sus comentarios, coproductores de nuevas interpretaciones e interactúan con otros cibernautas y en la mayoría de los casos también, aunque no lo saben, son editores al mismo tiempo...” (2015. P. 90). En este sentido son significativos los aportes que realizan Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, a la vez que los que realiza Miguel

Rodrigo Alsina, Sigmund Bauman, entre otros, sobre cómo también se construyen contenidos.

A la vez, en este sentido de analizar las posibilidades que ofrece lo digital cabe hacerlo desde un lugar que posibilite la inclusión y no la exclusión de los sujetos, desde las prácticas y saberes, en este caso del campo del periodismo y la comunicación.

En *Gestión de la comunicación digital. Miradas, procesos y desafíos*, Martín González Frígoli sostiene que “la gestión de la comunicación organizacional y en su dimensión digital debe ser siempre concebida a partir de un criterio comunicacional que la atraviese y le dé a cada estrategia que guíe el proceso que se pretenda desatar en cada organización particular” (2016). P. 13)

Frígoli (2016) señala al abordar esta cuestión de la comunicación como centralidad, que este eje permite “pensar concretamente en el aspecto profesional de los comunicadores” en lo vinculado a la gestión y su campo laboral y reflexionar son que “la posibilidad que las tecnologías de comunicación aportan a la gestión de la comunicación lleva, claramente, a la superación de la cuestión instrumental en tanto que deja de lado la mirada tecnologicista y propone un abordaje crítico e integral” (P.14).

En otro sentido, las revoluciones tecnológicas cada vez más veloces generan sensaciones de incertidumbre ante lo efímero que es nuestro contexto y los medios de comunicación, atravesados por internet, deben adaptarse o morir en el intento. No obstante, el anunciado y apocalíptico fin de los medios tal como los conocíamos no se produjo, pero no se puede dejar de observar la forma en que el consumo se ha modificado a partir de la popularización de internet.

César Arrueta (2010) explica que

La explosión de formas interactivas en los medios de comunicación se ha manifestado como uno de los fenómenos más inquietantes de la última década, con responsabilidades reales y concretas en los procesos de construcción de la realidad y alteración de valores subjetivos y de relación social (P. 37)

La web se presenta de esta forma como una herramienta de organización de diversos grupos, que a pesar de las distancias geográficas se encuentran en un mismo espacio virtual desde el cual pueden intercambiar ideas, debatir, cuestionar el poder de las autoridades que los representan y también su discurso hegemónico. Pero también abordar la cuestión de estos procesos implica hacerlo, teniendo en cuenta que sea un medio de comunicación impreso, audiovisual o digital, usando diversas tecnologías y plataformas, también se debe tener en cuenta que contribuyen a la construcción de discursos que influyen u construyen sentidos social, a la vez que también lo hacen sobre las subjetividades. Implica entonces, un compromiso profesional con una mirada crítica.

METODOLOGÍA: ENFOQUES Y TÉCNICAS

Para el abordaje de este TIF de transmisión de una experiencia en comunicación y específicamente en el campo del periodismo, indagué sobre las nuevas formas existentes de comunicación. Es en este sentido que utilicé el paradigma de investigación cualitativa, teniendo en cuenta lo que señalan Marradi, Archenti y Piovani sobre que “Hay cuestiones que se pueden definir de antemano, pero hay muchas otras que no pueden ser definidas con anticipación y que deberán ser decididas a lo largo del proceso de investigación y en función del acercamiento a los objetos o sujetos de interés” (2007:77).

Este método, dado la flexibilidad que permite, posibilita ir construyendo nuevas categorías analíticas y tomar decisiones a medida que se vayan construyendo sentidos sobre el objeto de estudios. En palabras de Guillermo Orozco Gómez, “los estudios cualitativos tienden a buscar las causas de los fenómenos en la profundidad de las interpretaciones y representaciones que los sujetos tienen sobre aquellos” (2012: p.30).

Toda investigación cualitativa, permite utilizar diversas técnicas. Sobre este particular, para poder realizar el análisis se realizará un proceso de recolección y lectura de bibliografía y artículos, a la vez que se realizarán entrevistas pertinentes. Es por esto que también, además de seleccionar bibliografía pertinente se realizarán entrevistas a profesionales, especialistas y académicos, con la técnica de la entrevista en profundidad, ya que sus testimonios ampliarán la mirada crítica y podrán ellos también compartir sus experiencias profesionales como aportes significativos.

PRIMERA PARTE

La era digital en la vida cotidiana

El invento que revolucionó al mundo

La revolución tecnológica del siglo XX no caben dudas de que ha significado aspectos no tan sólo negativos para el ambiente, las relaciones interpersonales, la economía y la política, también tiene la moneda el lado positivo. En el caso de la comunicación, su impacto ha sido extraordinariamente rápido en las últimas tres décadas, dando comienzo a un nuevo siglo con la puesta en marcha de lo que se pensaba era una fantasía que sólo podría ser realidad en las películas.

Entre la lista de las tecnologías que cambiaron al mundo por su impacto global puede mencionarse por su puesto el avión y el automóvil, la bomba atómica, que crearon los científicos del gobierno de Estados Unidos en 1945; en 1946 la creación de John Presper Eckert, Jr & John W. Mauchly, que fue la Computadora digital electrónica; El horno microondas en 1947; en 1950 la televisión de Peter Carl Goldmark que ya no era blanco y negro, sino a color. Para la medicina lo fue también en 1954, la vacuna de Jonas Salk contra la poliomielitis y en 1960 la píldora anticonceptiva a la que le siguió el corazón artificial. Seguro que lo que más se recordará es el hito de 1969, cuando se transmitió para el mundo la primera pisada de un hombre en la luna.

Significativos fue en la década del 70, la aparición del microprocesador diseñado por Ted Hoff; en 1975 la Fibra óptica en 1977, los videojuegos, y en 1983 el teléfono móvil que logró Martin Cooper, y en 1989, la World Wide Web, de Tim Berners -Lee & Robert Cailliau que sería en pocos años el invento más revolucionario para cualquier tipo de relación global.

En el caso de cómo impactaría la Word Wide Web en los medios de comunicación en la década del 80 ya existían proyecciones y análisis empresariales sobre ésta implicaría un cambio de lógicas de trabajo, al mismo tiempo que la incorporación de las tecnologías en la cotidianidad de las personas podían llevar a nuevas lógicas de

producción y circulación de la información que acarrearían, inevitablemente y sin saber cuándo, a la desaparición del diario en papel. Sin embargo nadie llegó a proyectar e imaginar que los procesos podían acelerarse a la velocidad en la que se dieron.

¿Qué implicó la convergencia tecnológica para los medios de comunicación?

Si bien la Word Wide Web (WWW) nació en el contexto de la Guerra Fría durante los 60 y los 70, para ser utilizada como una red secreta de transmisión de datos de las potencias, hacia principios de la década del 90, y luego de la caída del Muro de Berlín, ya no sólo podrían acceder a sus bondades los servicios de inteligencia, sino que la red de redes, lo que se conoce hoy como la Internet, se convertiría en una herramienta casi indispensable para el desarrollo humano en diversos sentidos.

El sonido de las grandes redacciones en los 80 era inconfundible y aún para los amantes del teclado, el ruido de más de 20 máquinas de escribir tipeando al unísono, con las cableras o teletipos de fondo que emanaban permanentemente noticias de agencias nacionales e internacionales, alineadas una juntas a otras, cual formación militar flanqueando los escritorios, llevaban a los redactores a naturalizar esa especie de bullicio como una fuente de inspiración.

No obstante y siempre de la mano de los desarrollos tecnológicos, este escenario comenzaría a cambiar. Vale la pena entonces la puntualización de los avances tecnológicos que dieron paso a esta era digital.

Así lo consignan C. Acuña, D. Rosemberg, S. Ciancaglini, Q. Lillo y L. Vales (2006), El paso previo que permitió el uso masivo de la red fue la creación de la computadora personal y lo había dado Steve Wozniak, miembro del Homebrew Computer Club, un grupo que empezó a reunirse con regularidad a mediados de la década del 70.

En 1976, utilizando la información compartida libremente en el club, Wozniak construyó la primera computadora que podía ser usada por quien no fuera un técnico especializado. Ninguna compañía creyó que el invento tuviera futuro. “Pienso que a lo sumo habrá mercado para cinco computadoras de este tipo” dijo entonces Ken Olsen, cofundador y presidente de IBM.

Por último, la más importante contribución individual que dio el impulso definitivo a la web fue la de Marc Andreessen, un estudiante de 22 años, que sentó en 1993 la base del primer programa de navegación (muy fácil de usar y con acceso libre y gratuito) y el primer programa buscador que permitió ordenar definitivamente el caos en la red. (p.15)

En el caso de los medios de comunicación ya en la década del 90, se hablaba de nuevas pautas para pensar la información. Incluso los medios gráficos comenzaron a rediseñar sus versiones en papel teniendo en cuenta la propuesta de búsqueda de información por ventanas que proponía las incipientes páginas Web.

Pero ese salto a la web, en el periodismo gráfico tuvo un periodo “*introspectivo*” que tenía que ver en principio, con un reajuste en la funcionalidad de sus redacciones, modos, usos y prácticas periodísticas.

De hecho, la segunda llamada “redacción limpia” de la que participé en 1994, fue el Diario Hoy de la ciudad de La Plata (émulo contemporáneo del Diario UNO de Mendoza), como encargada de internacionales en virtud de mi precedente en la redacción del Herald de Buenos Aires. Esa denominación de “limpia” alude a una redacción con un número variable de periodistas trabajando en red, a través de PC de escritorio, cuyo material era enviado en línea a un Hardware.

Las agencias de noticias ya habían adquirido ese formato y la distribución de sus servicios a los diarios, también se hacía *on line*. No más papel, no más cables de noticias, no más archivos de textos ni fotográficos. Tampoco sector de diseño y diagramación.

Ya existían soportes técnicos como Apple (1 de abril de 1976, Cupertino, California, Estados Unidos) y por supuesto internet que a fines de los 80, da un paso cualitativo con el desarrollo del protocolo de transferencias de hipertextos que daría lugar a la primera web utilizando tres nuevos recursos: HTML, HTTP y un programa llamado Web Browser.

Al respecto Acuña, Rosemberg, Ciancaglini, Lillo y Vales (2006) detallan

El primero en concebir un proyecto para compartir la red fue un inglés formado en Oxford, Tim Berners-Lee, que proyectó el diseño que permite la libre publicación de documentos en 1980, cuando trabajaba en el Centro de Investigación de Partículas Elementales (cern), de Suiza. “La diseñé para que tuviera un efecto social –ayudar a la gente a trabajar junta– y no como un juguete técnico. La meta última de la red de redes es apoyar y mejorar la interrelación de nuestra existencia en el mundo” escribió cuando lanzó su proyecto. De forma gradual, otros técnicos se sumaron a su esfuerzo y recién en 1992 se realizaron las primeras presentaciones públicas. Como el programa era puesto libremente a disposición de quien quisiera usarlo, su difusión fue rápida: el número de servidores de la red pasó de 26 en 1992 a doscientos en octubre de 1995. Tal como describe Berners-Lee en su libro *Weaving the Web*, el extraordinario crecimiento de la red fue posible porque “La gente de Internet construyó la red a su medida: libre y comunitariamente. (P.15)

La World Wide Web creció rápidamente, En 1993 solo había 100 World Wide Web Sites y en 1997 ya más de 200.000. Apareció el 5 de julio de 1994, Amazon cuya sede era Bellevue, Washington, Estados Unidos, la cual se suma a la carrera. Finalmente el 4 de septiembre de 1998, nace la conexión social de referencia, Google, en Menlo Park, California, Estados Unidos. Su éxito fue que masifica la carga y descarga de datos para cualquier tipo de usuario.

Los principales diarios en soporte papel descubren un encuadre a medida. Si hay algo que cambia la dinámica de las redacciones fue el programa de Microsoft Word Press, que es un sistema de gestión de contenidos lanzado el 27 de mayo de 2003 que está enfocado a la creación de cualquier tipo de página web. Tan solo un año después, en febrero de 2004 en Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos, nace una de las redes sociales digitales por excelencia Facebook.

Las plantillas de redacción comenzaron a ser digitales y respondían a un diseño preestablecido de caracteres en todos los formatos. La aparición de los desarrollos tecnológicos aplicados a la comunicación en general, fueron inmediatamente adaptados a diarios, periódicos, revistas y newspapers y a las diversas plataformas digitales.

Las precursoras formas de organización del trabajo en las redacciones

Para este abordaje es necesaria una mirada previa en la organización funcional de las plantas de redacción de los diarios que hasta mediados de los 90 tenían una estructura fija casi inalterable, que aún persiste en el modo digital en algunos medios.

En las tres redacciones en las que me desempeñé en relación de dependencia laboral, Diario Popular, La Gaceta y el Heraldo de Buenos Aires, contaban con: Director, Subdirector, Secretario de Redacción, Jefe de Redacción, Jefe de noticias y redactores en un número variable acorde a las necesidades de edición y respaldo económico del

medio. Dentro de esa vieja estructura existía el Área de Diagramación y el Archivo, que en virtud de los avances tecnológicos de las últimas dos décadas quedaron sin uso.

Es claro que, la digitalización de artículos periodísticos, fotos y material de consulta en general a través de Google, arrasó con años de archivos en papel que ocupaban enormes espacios en los edificios que funcionaban las redacciones, al igual que el entonces sector de Diseño y Diagramación en el que se desplegaban un mínimo de 2 tableros con espacio real de las distintos formatos, en este caso tabloide, de cada una de las páginas del diario.

Otro tanto sucedió con las formas de impresión de la publicación, es decir, con la confección de caracteres metálicos para el desarrollo de las noticias en su conjunto. Un espacio aparte, corresponde al uso de los Talleres o Rotativas de impresión y su vinculación con el armado final de los diarios. En este sentido, a la función de las redacciones, en principio desaparecieron las denominadas “cableras” o “teletipos” por las que se recibía ininterrumpidamente información de las distintas agencias de noticias nacionales e internacionales.

El redactor por aquel entonces debía remitirse al jefe de noticias de turno quien seleccionaba el material que era recibido redactado en imprenta mayúscula, y marcar, manualmente, con una birome las mayúsculas que dieran lugar al comienzo de cada punto aparte o señalar con barras el punto y aparte. Un verdadero trabajo artesanal.

Como señala Gómez (2007) en su artículo de Revista *Questión*;

Eran tiempos en que los periodistas “viejos” enseñaban a los “aspirantes” los artilugios de un oficio que, aunque no exento de romanticismo, radicaba, en última instancia, en el uso de estrategias formales de redacción. Los “viejos” periodistas eran, entonces,

Maestros de los que se iniciaban. Y esa escuela fue durante un largo período la más efectiva pedagogía para preparar a los cronistas y noteros que, más tarde, se convertirían en redactores y, a lo mejor, con el paso del tiempo, en la cabeza de la empresa editorial a la que habían llegado sin más armas que la incipiente vocación, cierta avidez literaria y acaso una personal necesidad opinativa. (P.33)

Gómez, también aclara con respecto al saber que daba la práctica que

De cualquier manera, la incursión en el Periodismo se igualaba a una carrera: los que más rápidamente se destacaban en la recolección de informaciones y en la redacción de noticias y crónicas eran también los primeros en alcanzar mayores responsabilidades y, en consecuencia, contratos laborales menos laxos y mejor remunerados. De manera que, los “aspirantes” a periodistas debían atravesar unos cuantos escalones antes de apretar la primera tecla... En lo formal, sólo después de 20 notas publicadas o de dos años de permanencia en la actividad, se obtenía, en el Ministerio de Trabajo, el carné profesional. (P.34)

La descripción que realiza Gómez atravesó las redacciones de los diarios argentinos desde su fundación. Así lo demuestra la historia misma de los más antiguos y aún contemporáneos diarios en nuestro país, que no es objetivo del presente trabajo. No obstante, no escapa a los periodistas que transitamos la formación académica de nuestra profesión, que los propietarios de esos medios eran/son, influyentes empresarios de diversos sectores de la economía o profesionales de distintas ramas.

A lo largo de su historia, las redacciones se nutrieron de hábiles escritores avenidos a periodistas, que formaron en lo que se consideró “un oficio”, a nuevas

generaciones novatas que poco a poco comenzaron a profesionalizarse en el ámbito académico terciario o universitario con títulos oficiales. De hecho, en este entramado de mi experiencia de la práctica profesional del periodismo, confirmo que mi ingreso a la Planta de Redacción de Diario Popular fue, luego de cumplir más de 20 colaboraciones regulares con la empresa, para suplir una vacante temporal. El jefe de Redacción de vínculo directo con los periodistas redactores, fue Carlos Alberto Siniscalchi, maestro de grado, que ejerció por más de 25 años su cargo al frente del diario.

El psicólogo ruso Lev Vygotsky sostiene que “El andamiaje”, “El otro más experto” y “La Zona de Desarrollo Próximo o proximal (ZDP)”, fueron conceptos muy utilizados en educación bajo una visión constructivista. Conceptos que sirven para comprender lo que sucedía en las redacciones. El andamiaje permitió a muchos novatos realizar una tarea o alcanzar una meta que no lograrían sin recibir ayuda.

Esa colaboración en el aprendizaje estaba dada por el otro más experto cuyo rol es bastante simple y fácil de entender. El individuo con un nivel de conocimiento superior, que podía ser un par, entiéndase un colega con más años de experiencia, o el propio jefe de Sección o Redacción, debía guiar la práctica del periodismo, al novato por obligación, solidaridad o empatía. Es un otro más informado que puede proporcionar una guía crítica y la instrucción necesaria durante el período de aprendizaje sensible.

La situación detallada, puede enmarcarse en el concepto de la Zona de Desarrollo Próximo o proximal (ZDP) definida por Lev Vygotsky (1980) citado por Vallejo, García y Pérez (1999), como “La distancia entre el nivel de desarrollo real determinado por la resolución independiente de problemas y el nivel de desarrollo potencial determinado mediante la resolución de problemas bajo la guía de adultos o en colaboración con otros más capaces”.

En otras palabras, es la gama de habilidades que una persona es capaz de realizar con asistencia, pero aún no puede realizar de manera independiente. Definitivamente esa interacción con los pares o compañeros jugó un rol eficaz en el desarrollo de habilidades y estrategias aplicadas en este caso al periodismo escrito.

En cuanto al desarrollo de las noticias propias, cada redactor que cubría en exteriores una noticia, era responsable del fotógrafo que lo acompañaba. El trabajo consistía en grabar por entonces en un “reporter” la nota en cuestión, para desgrabarla en un todo o en partes en la redacción. Las notas telefónicas se realizaban con un “chupete” pegado al auricular fijo del aparato telefónico que permitía su registro y posterior desgrabación.

En las redacciones descriptas, desplegadas en un amplio espacio físico, los redactores utilizaban máquinas de escribir como las ya históricas marcas Olivetti y Remington, y una incalculable cantidad de papel en el que desarrollaban sus artículos bajo un formato estipulado por los diagramadores de 30 a 40 líneas a 60 espacios para las denominadas “crónicas” o “noticias”. Un formato de apenas 15 líneas conformaba una “gacetilla”, “corto” o “breves”.

Esta descripción y contextualización sobre el asunto eje del TIF sobre el desempeño, omite intencionalmente un tema fundamental en este contexto: los contenidos que quedaban sublimados y acotados a este funcionamiento.

La transformación necesaria: de la redacción para el diario, al periodista multiplataforma

La red de redes es mucho más que un espacio en el cual se encuentra y difunde información. Es una lógica distinta de relaciones interpersonales, es una plataforma que ha cambiado la manera de la comunicación en el planeta, a la vez que se sube a ella de

una manera colaborativa por sus usuarios. Por supuesto que también significó un cambio en las cotidianidades de las personas las cuales están cada vez más interconectadas en búsqueda de conocimiento e información.

Acuña, Rosemberg, Ciancaglini, Lillo y Vales (2006) plantearon lo que por aquel entonces era sólo una hipótesis que fue confirmándose en el tiempo

Estamos ante un momento extraordinario. El capitalismo mediático está en crisis. La velocidad de las transformaciones tecnológicas, sociales y políticas obligaron a los medios comerciales de comunicación a mutar a un ritmo que los desquició y nada les garantiza que esta decadencia no los arrastre a un proceso de extinción, como artefactos de una era que comenzó con Gutenberg y terminó hoy. (P.5)

El futuro ya había llegado puntualmente en Argentina, aún a ciudades del interior del país que seguían gobernadas por poderes hegemónicos sustentados por medios que durante décadas fueron monopólicos hasta, por supuesto la aparición de internet. Es el caso de Bahía Blanca, ciudad en la que formé parte de una productora de servicios periodísticos audiovisuales y gráficos, que a partir de 1995, solventaba sus contenidos en distintas emisoras radiales y televisivas con recursos propios.

Esto es, los integrantes de por aquel entonces una Sociedad de Hecho, conforme establecía el marco regulatorio para su funcionamiento, abordábamos en forma individual o conjunta a distintos sectores empresariales y aún del Estado, con los que se convenía pautas publicitarias con valores prefijados por los medios audiovisuales, en los que sólo nos desempeñábamos hasta ese momento, por el valor del minuto de aire para su exposición pública dentro de los espacios que “contratábamos” en radios o canales de televisión.

La precedente descripción, aún sin saberlo, sería la génesis de la elaboración de un diario digital autogestionado: sintinta.com.ar Pero una vez más, corresponde aclarar que este medio en cuestión fue atravesado por experiencias previas, propias y ajenas, resultado de esta nueva era digital.

Ya entrado el nuevo siglo, Bahía Blanca contaba aún con un solo diario en papel el tradicional y conservador medio La Nueva Provincia, que ya comenzaba a desarrollar su versión digital, y dos periódicos más, con salidas quincenales o mensuales distribuían su producto en papel: Periódico Ático, y Ecodías.

Cabe entonces otra reflexión oportuna de Acuña, Rosemberg, Ciancaglioni, Lillo y Vales (2006) quienes apuntan que

Si concentrar información ha sido la clave de esta acumulación imperial de poder, hacerla circular es una manera de debilitarlo. Cuestionar este modelo de poder pasa, en gran medida, por la diversidad y calidad de la información que seamos capaces de compartir para que cada quien pueda construir su propio relato del presente. No significa que aritméticamente se simplifiquen los problemas, sino todo lo contrario. “Viendo” su complejidad, tornándola visible, es al menos posible reconocer tanto las miserias del mundo actual como a sus miserables responsables. (P.14)

En este escenario, año 2011, irrumpe en la ciudad, *Crónica Bahía Blanca* en formato papel, tabloide, como un suplemento de ocho páginas, sólo para la distribución local, que se incorporarían diariamente a su edición nacional, con las características estéticas y de contenido que le dieron su histórica identidad en el país.

Cabe aquí, con la siguiente descripción, varios objetivos del presente Trabajo de Integración Final. *Crónica Bahía Blanca*, sin constituirse en un medio totalmente digital, demostró, a pesar de su fracaso editorial –atravesado por intereses políticos y

económicos- , que es posible espacios de producción contra-hegemónicos competitivos y eficientes en la cobertura periodística de hechos de actualidad.

Por otra parte, sin proponérselo, fomentó en los profesionales que participamos de la experiencia, el ejercicio de la pluralización de la información en la ciudad, valiéndose ya de distintos avances y soportes tecnológicos, para crear una agenda propia, en este caso de intereses activos de los propietarios del medio, y algunos colectivos, como contracara del poder hegemónico.

El periodista Alejandro Filippone echa un vistazo sobre el entramado de la disputa en torno a la concentración de la información y su vinculación con el poder político, y el intento de quebrar lo instituido, a través de una estructura contra-hegemónica, que, en principio, no era más que una réplica de la implementada por el grupo empresario en la ciudad de Rosario, Santa Fe.

En el año 2010 era Jefe de Noticias de Radio Universal (FM 95.3) y conductor, en la misma emisora, de un programa periodístico-político diario (Un Toque). Es en ese contexto que el ex diputado nacional y referente por aquel entonces del Frente para la Victoria (FpV), Dámaso Larraburu, me comenta la intención del grupo Crónica, de llegar a Bahía Blanca. Lo mío fue hacer el vínculo entre el multimedio nacional y el dueño de la emisora para la que trabajaba, Emilio Turcuman.

Con respecto a su definición de coordinar, Alejandro Filippone, aclara que lo dice porque “Conectaba al editor del diario que viajaba desde Buenos Aires, con el poder político de la ciudad, con el sector comercial, o con las instituciones intermedias, para apuntalar su objetivo que era, junto al director local, Turcumán, conseguir publicidad”.

Filippone participa de varias de las reuniones entre las partes involucradas en el proyecto, que dieron forma y construcción final al suplemento bahiense. Al respecto cuenta que

El diario tenía una clara vinculación con la política local –afirma el periodista-. Respalda la intendencia de Cristian Breintestein (FpV), que luego de ser reelecto en el 2011, optó por pedir licencia y asumir como Ministro de Producción de la Provincia de Buenos Aires, en el gobierno de Daniel Scioli. En tanto, a nivel nacional –aclara-, el diario bancaba al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.

En cuanto a su desempeño dentro del mismo diario, Filippone avenido a una claro “periodista multiplataforma” relata que “era el encargado de la sección Política, donde se reproducían la mayoría de las notas que hacía en el programa de radio” al mismo tiempo señala que “Otras eran asignadas a periodistas que las grababan en exteriores, acompañados por un fotógrafo. Después pasaban el editor responsable, que prácticamente no las modificaba en su contenido, y finalmente eran diagramadas”.

En la entrevista realizada para este TIF al periodista Mariano Álvarez, se destaca si trayectoria en este sentido

Yo trabajaba en Radio Universal y el dueño de la emisora, Emilio Turcumán, nos comentó a los empleados que tenía la chance de traer Crónica a Bahía Blanca. Nos invitó a participar periodísticamente del suplemento y acepté.

En principio era un redactor; estaba haciendo coberturas estrictamente deportivas, pero después pasé a hacer notas de interés general y cuando el diario estaba prácticamente yéndose de Bahía Blanca, cumplí algunos meses la función de Jefe de Redacción.

La particularidad de Crónica Bahía Blanca, fue que su desarrollo y funcionamiento constituyó una conjugación del tránsito de las antiguas estructuras de redacciones a la modalidad digital, sin aún llegar a su correlato en la red de redes.

La redacción del diario, contaba con un espacio físico en la ciudad, donde desarrollaba su contenido en formato totalmente digital, y sus ediciones eran enviadas online a Buenos Aires, donde eran impresas y devueltas a Bahía Blanca por camión o avión. Como corolario de esa redistribución del trabajo periodístico, que los diseñadores tuvieron también suaggiornamiento y especialidad en webmaster.

Al respecto Natalia Turienzo, diseñadora, quien a la postre sería la jefa de Diagramación del suplemento, relata en la entrevista que le realicé para este trabajo, sobre su primera aproximación al medio.

En julio de 2010, recibo un llamado de Emilio Turcumán, quien me convoca a una reunión, de la que también participó el Director Periodístico del diario, aún en proyecto, Fernando Arauz, designado en Buenos Aires para tal fin por lo que se radicaría en la ciudad; Alejandro Filippone, periodista y Jefe de Noticias de Radio Universal, y Gustavo Lobos encargado del área de fotografía. Los que estábamos allí, habíamos sido seleccionados para conformar Diario Crónica de Bahía Blanca.

Turienzo describe la dinámica y características de su función: “el diario contaba con seis pliegos con diferentes secciones: política, ciudad y policiales, de mayor importancia, y secundaban deportes, espectáculos, y salud.

Cada mañana me reunía con mi Jefe de Redacción, para pautar espacios asignados a cada sección y distribuirlos entre los periodistas y fotógrafos según el estilo gráfico pautado por Crónica, para el cuál tuvimos 1 mes de "entrenamiento". No recibí un manual de estilo, sino que tuve que descubrir y crearlo para poder informar a cada diseñador que me acompañaría en la diagramación.

Con respecto a la dinámica de trabajo diario, Natalia Tirienzo agrega que

Una vez editadas las notas, se las plasmaba en la maqueta, y procedía al retoque fotográfico, armando de la composición final y generación de los máster enviados online, para su impresión en Buenos Aires. La vorágine en la redacción nunca era Zen, sino una lucha por el equilibrio de lo que se pautaba, con lo que debía ir en materia de contenidos, que se readaptaban diariamente según la agenda de coyuntura.

Es en el tránsito de estas experiencias ajenas en que se conjuga mi propia trayectoria. Desde 1995 hasta ese momento me desempeñé como productora de contenidos periodísticos independiente, en emisoras radiales y particularmente en canales de cable local que habían tenido sucesivas fusiones y separaciones económicas. Hacía ya diez años que no trabajaba en gráfica.

Fue en el 2011, a propuesta de Alejandro Filippone y convenio con Emilio Turcumán que asumo como editor responsable de Crónica Bahía Blanca, en carácter de prestadora de servicios profesionales y contra factura por mis honorarios A criterio de la empresa, mi predecesor desconocía la ciudad, sus principales actores políticos y sociales, y no había logrado homogeneizar el capital productivo del diario: sus propios trabajadores.

El objetivo asignado entonces, por mi jefe inmediato, director local del medio, era “normalizar el desempeño de la planta y ser el vínculo directo para la entrega del cierre a Buenos Aires, convertir en eficiente la producción de contenidos y profesionalizar la redacción de los periodistas”.

Con excepción de los diagramadores, en particular de Natalia Turienzo que fue la encargada de darme las pautas de caracteres y disponibilidad de espacios conforme a un wordpress determinado, solo Alejandro Filippone tenía trayectoria en revistas impresas.

El resto de los redactores que fueron variando de seis a diez personas, provenían de la misma radio del propietario del suplemento o no habían ejercido nunca el periodismo gráfico. En ese rol, y bajo la condición de alcanzar la funcionalidad deseada, relevé de sus funciones a dos periodistas y tome innumerable pruebas a nuevos postulantes hasta dar con los perfiles buscados.

La redacción quedó conformada por 15 personas. Un periodista y fotógrafo de guardia por la mañana, y el resto de la redacción ingresaba a las 15.00 y cerraba su labor a las 23.00 aproximadamente. Los francos fueron establecidos por 48 horas en forma rotativa semanal. Las únicas excepciones a este funcionamiento eran las del editor y el jefe de diagramación, que aceitado el engranaje, tuvimos un día a la semana de descanso.

Desde mi llegada, dispuse una planta de estructura tradicional donde lo novedoso era el sector de Diagramación, la impronta establecida por el diario madre, entiéndase solo en su formato, y mi propio cargo que oficiaba de secretario de redacción, jefe de redacción y cuando no, director visible del medio, condensado en un solo cargo.

Todos tuvieron un entrenamiento diario de redacción en distintas secciones hasta hallar las que sin dudas alcanzaban su mejor rendimiento y, a su vez, tuvieron pautas fijas que transferí como conocimiento adquirido desde las mismas prácticas de la Escuela que egrese, hasta de las redacciones por las que transite aprendiendo de colegas formados por oficio.

El diario Crónica Bahía Blanca tenía los esquemas de rigor, volantas de cierta cantidad de caracteres, título principal de una extensión adecuada a la posición de la nota, y el tradicional copete o bajada. El desafío en estas circunstancias fue trabajar en línea con 15 personas, incluidos los fotógrafos que descargaban su material en la misma

redacción, decidir y disponer de los contenidos de tapa e interiores, y entregar la composición final y generación de los mastervía online al Jefe de Redacción de turno en Buenos Aires.

Los cierres tenían los mismos apremios que las redacciones tradicionales. Estaban previstos para las 00.30 pero el plazo siempre se extendía por algunos minutos clave de extrema presión. Las plantillas tenían que estar en los talleres a las 01.00, imprimirse, copiarse y enviarse de retorno a Bahía Blanca.

Desde Buenos Aires, a partir de las 19.00, ya controlaban los pliegos completos que eran factibles de ser impresos. Todos los redactores tenían un mail personalizado (Gmail) asociado en línea solo con el editor responsable, aislado en una oficina separada de la redacción, y las notas debían pasar por su supervisión. La comunicación con ellos era a través del Hangouts desde el que hacía correcciones menores o sugería modificaciones.

De la misma forma mantenía contacto con la redacción de Buenos Aires. El método fue eficaz pero perfectible. Y logramos llevarlo a una práctica más libre de la profesión en nuevos emprendimientos. Las razones del cierre del suplemento serán abordadas más adelante en detalle, ya que originaron demandas judiciales que terminaron en fallos favorables hacia los trabajadores.

Nuevo rumbo

Casi al mismo tiempo que el barco de Crónica en Bahía Blanca se hundía, los periodistas afectados por el evidente desempleo propusimos al empresario Emilio Turcumán una nueva “pata” que articularía su multimedio periodístico, que fue a la postre Pagina95.com, hoy desaparecida de la red de redes.

El soporte tecnológico y de contenidos para convertirse casi en lo que podríamos llamar una nueva agencia de noticias de la ciudad y la región, estaba dado. Los medios involucrados se retroalimentaban y las agencias de noticias nacionales e internacionales aportaban el resto.

Las dos emisoras radiales del empresario ya se transmitían por la red. A su vez, la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 sancionada en 2009 permitió a Turcumán ser copropietario del Canal 2 de cable, que producía un informativo local de 21.00 a 22.00, que habilitaba a una grilla central a partir de ese horario con distintos programas producidos en forma independiente por comunicadores del distrito.

A decir de Osvaldo Saidón (1995), la red es en muchos casos “un modo espontáneo de organización pero también se nos presenta como forma de evitar lo instituido”. Si tomamos en cuenta lo conceptual la red tiene multiplicidad de sentidos.

Es precisamente sobre la base de ese sentido que pensar en red no puede estar guiado por una actitud voluntarista sino que requiere de un pensamiento acerca de la complejidad que tenga en cuenta la producción de subjetividad social en los más diversos acontecimientos (P.199).

Pertenecer a la red significa trabajar con otros ya que se pasa a formar parte de un proceso de intercambio de información a través de la cual además se pueden generar nuevos conocimientos muchos de ellos destinados no solo a destacar experiencias sino a construir otros proyectos (P.203).

El sistema de redes hoy se muestra hasta como una forma de presión política, económica y social. Eso ha dado lugar a la construcción de nuevos espacios de pertenencias mediante el cual no solo se conforman lugares de pertenencias sino que para muchos sectores hasta representan un estilo de militancia social (P.205).

Turcumán lo entendió y la productora que encabezaba “Periodistas Producciones” sabía cómo hacerlo, pero aún no nos decidíamos a dar el paso cualitativo hacia la autogestión económica. Lo que logramos ver es que la digitalización de contenidos comunicacionales era una condición necesaria en ese contexto hipermediatizado.

Corresponde una visión retrospectiva de esa iniciativa, que en su momento constituyó un reflejo de supervivencia laboral y una incursión intuitiva de prácticas laborales entendidas como acciones colectivas, en las que poníamos en juego saberes, intereses y poderes, adquiridos para “intervenir” en un escenario político, social y cultural “instituido”. El marco tecnológico digital en materia de comunicación social, favorecía esa intervención para generar nuevas formas de interacción que provocaron y motivaron cambios en ese marco descripto.

Washington Uranga (2007) explica que

Intervención (del vocablo latino *interventio*), es el vocablo que se utiliza para designar la acción de un determinado protagonista en un escenario ajeno al propio con la intencionalidad de orientar, en cualquier sentido, el desarrollo de los acontecimientos. La intervención supone participación en un ámbito de actuación, que bien puede ser comprendido como un sistema (una organización) o un espacio de relaciones sociales (la sociedad, el barrio, etc.), con la finalidad de producir alguna consecuencia. Podemos asociar también intervención a desencadenar, promover, impulsar un movimiento. Usamos intervención para referirnos también a nuestra participación, como comunicadores (en tanto y en cuanto científicos sociales) en espacios de la realidad social (P.11)

Es así que no hay una sola manera de “hacer un diario digital” sino que se desprende de la precedente trayectoria expuesta, que existe una secuencia lógica que organiza lo aprendido en diversas trayectorias, y una metodología e iniciativas prácticas que responden al contexto.

En este caso, la forma de enfrentarse al nuevo desafío, demandó la necesidad de articular los medios audiovisuales disponibles a un incierto número de lectores, exponiéndonos a decidan hacer uso de los numerosos contenidos que ya sabíamos exitosos en su modalidad (radio y televisión), pero presentados en formato de lectura que requiere, además de otro tipo de elaboración productiva, con una permanencia más duradera y tiempos de reflexión más personalizados.

Un diario a medida, con categorías a elección, extensiones ilimitadas de espacios y caracteres, fotografías instantáneas, infografías y antecedentes de diversos temas estaban al alcance de todos.

Los webmaster ofrecían plantillas de wordpress como una plataforma adaptable a cualquier tipo de información. El estilo, la dinámica y frecuencia de “subir noticias” rompió el esquema tradicional del diario papel, sus rigurosos horarios de cierre, funcionamiento de talleres y la provisión de fuentes de noticias.

La estructura que desarrollamos en Pagina95.com fue readecuándose con la práctica profesional. Dos diseñadores, uno de ellos en calidad de webmaster, atendió los requerimientos de estilo, como tipografía, colores, logo de identidad, la definición del/los destacados y la dinámica en portada del relevamiento de noticias, que en una futura experiencia de práctica laboral, (sintinta.com.ar) cambiaríamos.

A vistas de los últimos 12 años como editora de diarios, y atravesada por las casi diarias actualizaciones tecnológicas y de diversos hallazgos en la red de redes, estas experiencias que ocupan la presente TIF, podrían tener un correlato a futuro de periodismo comparado. En todos los casos fue un ensayo de prueba-error, modificable y actualizable.

Si bien los medios gráficos avenidos a digitales o con plataformas paralelas fueron precursores en el uso de la internet, los diseñadores fueron la puerta y portales a una infinita capacidad de recursos aplicados a la comunicación.

La cantidad de categorías fue arbitraria y émula de otros portales sin grandes sorpresas o innovaciones en relación a los diarios en papel. En todos los casos fueron funcionales al contenido, y en particular, la categoría CIUDAD, respondía a las noticias generadas por el multimedio. Las restantes POLÍTICA, INTERNACIONALES, POLICIALES, CULTURA, SALUD, etc., en pocos casos eran de producción propia o de columnistas colaborativos a tal fin.

El diario Pagina95.com tenía un convenio con la agencia de noticias Télam, acordado por el propietario del multimedio, por lo que accedíamos a toda la información generada por colegas empleados por el gobierno nacional. Ese acuerdo publicitario retribuía en términos económicos la solvencia del multimedio.

La elección del personal, el diseño, el organigrama de funcionamiento de la redacción y su emplazamiento físico, fueron mi obligación laboral, en carácter de editor responsable, una vez más contratada como monotributista a contraprestación de servicios profesionales.

Las decisiones finales en todos estos aspectos incluyendo las remuneraciones y forma de contratación de cada uno de los participantes del emprendimiento, recayeron en Emilio Turcumán.

En esta instancia, había descubierto que el orden y obligación de reunirnos diariamente en un espacio físico, optimizaba el desempeño del diario y de los periodistas. La Redacción como tal, se había reducido a un mínimo emplazamiento: 4

PC de escritorio y dos notebook itinerantes eran suficientes para menos de diez colaboradores.

Los redactores seguíamos vinculados con el mismo formato de Crónica Bahía Blanca: todos con Gmail vinculados en línea, donde recibíamos los audios de las entrevistas generadas en especial por Radio Universal, y mi responsabilidad en ese aspecto era la selección e importancia del contenido y la distribución del trabajo de desgrabación entre los periodistas. El producto final era editado por mí, en su redacción, selección de título, bajada y extensión, y coronado por la/s fotos que ilustraban el texto.

Con el tiempo, lo presencial comenzó a reemplazarse casi por entero por el vínculo digital. Cada redactor desde donde eligiera participar debía entregar en tiempo y forma el material asignado para mi supervisión y subida al sitio. En términos de wordpress, fui el “admin” habilitado para la edición, en tanto que cada periodista tenía su propia plantilla con nombre y clave de identificación personal a la que sólo yo podía acceder.

Mi vinculación con el medio finalizó ante la drástica reducción de personal dispuesta por el empleador, la sobrecarga laboral que requería de mi parte asumir otros roles, y el desacuerdo económico por esa función.

La problemática de la relación laboral

En este punto creo oportuno aclarar que la problemática de la relación laboral de periodistas y comunicadores, no es propia del sector, sino que emana del contexto generado por la irrupción de la red de redes en el desempeño de los trabajadores de distintos ámbitos y, en consecuencia también, en la labor periodística en medios digitales.

Las plataformas digitales se instalaron en el mercado global, con un formato diferente a los modelos de negocios que conocíamos hasta hace unos años, promoviendo una nueva forma de trabajo.

Es así que, empresas de todo el mundo eligen para su organización laboral a los denominados FreeLancer quienes desarrollan su profesión o actividad, de forma independiente, trabajando en este sentido para terceros que requieren un servicio particular.

Estas plataformas permiten a los FreeLancer trabajar desde cualquier lugar y con cierta o total autonomía para manejar sus horarios de acuerdo a los proyectos o servicios de los que participan o elijen hacer.

Un primer aspecto que predomina en la modalidad se manifiesta en la discontinuidad laboral que se genera bajo esta forma de trabajo y la falta de un marco legal específico para este desempeño.

Al respecto y en nuestro país en particular, Chiesa (2019) opina en una columna para la agencia de noticias Télam:

El impacto de la tecnología ha modificado la mirada tradicional dentro del mundo laboral, tanto respecto de la concepción de empleador como la que se tiene del trabajador, sujeto, este último, de preferente protección por el derecho del trabajo.

En una mirada crítica a la Ley de Contrato de Trabajo N° 20.744, sancionada en septiembre de 1974 y reglamentada con cambios en mayo de 1976, fecha a partir de la cual su texto fue modificado en reiteradas ocasiones, Chiesa señala

Se diseñó para regular una relación subordinada directa, entre el trabajador y su empleador, esa persona física o jurídica con las facultades de organización, dirección y control, respecto de la triple dependencia económica, jurídica y técnica, que alumbran la relación laboral a cambio de una remuneración. Tal modelo, que durante décadas subsistió a la par de su contracara, el trabajo autónomo por cuenta propia y al propio riesgo, que hoy se encuentra vapuleado y mal utilizado, precisamente por la aparición de las nuevas modalidades laborales, que por el atraso de la legislación laboral terminamos acudiendo a estas figuras autónomas, como el régimen simple del "monotributo" para terminar de destruir esta gran figura, sino también lo que sería, el trabajo del futuro. (2019)

El régimen aludido por el abogado merece su propia aclaración descriptiva en cuanto al vínculo laboral que se establece ya que

Estas empresas, exigen al prestador la registración como trabajador autónomo en el régimen simplificado del "monotributo", porque así se califica el vínculo y se realiza la contratación, con lo cual las prestaciones a la seguridad social (sistema previsional y sistema de salud a través del régimen de obras sociales) son soportadas por el trabajador.

El Estatuto del periodista ya no alcanza

Aún en esta nueva era digital, los trabajadores de prensa se vinculan en relación de dependencia con medios radiales, televisivos o impresos, en el marco de la Ley N° 12.908 del Estatuto del Periodista Profesional que nace en octubre de 1944 y contempla que el ingreso a la actividad profesional es libre, y que el único requisito ineludible para acceder a la misma es contar con veinte años de edad.

A los efectos legales, Viale, Elíades y Ghea recuerdan que se define como periodista profesional a

Toda persona que realice en forma regular, mediante retribución pecuniaria, las tareas que le son propias en publicaciones diarias o periódicas y agencias noticiosas (...). Se incluyen las empresas radiotelefónicas, cinematográficas o de televisión que propalen, exhiban o televisen informativos o noticias de carácter periodístico. (P.3)

Si bien aclaran que la norma data de 1947, cuando adquirió rango de ley, también señalan que

Una interpretación judicial dinámica la ha hecho comprensiva de otras tareas e incumbencias. Así, se observa que el Estatuto del Periodista se aplica en la actualidad a los medios electrónicos, a los entornos de Internet, a las tareas comunicacionales de empresas que no son por naturaleza periodísticas, e incluso a la realización de tareas a distancia. (P.4)

No obstante y a pesar de los cambios en la práctica del desempeño profesional, las autoras reconocen que

La lucha de los trabajadores de prensa por su vigencia fue determinante para que la norma perviviera, y aún ante los abusos y desvíos de los empleadores sigue siendo una norma protectoria de los derechos laborales y profesionales de los periodistas. (P.4)

Innumerables fallos judiciales dan cuenta de la interpretación amplia dada por la justicia laboral en la aplicación del Estatuto del Periodista Profesional. De hecho, los conflictos entre trabajadores y empleados que enumeran y resumen Viale, Elíades y

Ghea y que a continuación se detallan, engloban sin excepción a todos los periodistas que empujados por este contexto laboral conformaron sintinta.com.ar:

- Encubrimiento formal de la existencia de relación de dependencia laboral con la implementación de contratos de locación de obra, de servicios y facturación: se supera judicialmente por la aplicación del principio de primacía de la realidad y presunción de existencia de relación laboral.
- Interpretación dinámica y amplia del artículo 2 de la Ley 12.908 que comprende realizaciones comunicacionales en general.
- Interpretación dinámica y amplia del artículo 2 de la Ley 12.908 que comprende a otras empresas que no sean estrictamente periodísticas, es decir, la naturaleza jurídica de la empleadora no determina la existencia de trabajo periodístico sino la índole del trabajo que se presta.
- Reconocimiento de nuevos entornos periodísticos y comunicacionales: Internet, trabajo a distancia, remisión de material periodístico vía correo electrónico, trabajos en portales de Internet, etc.
- Reconocimiento de múltiples tareas del periodista más allá del medio para el que regularmente preste tareas, salvo pacto de exclusividad, el que debe probarse y ser expreso.
- Reconocimiento paulatino del pago de adicional por título universitario, tanto en el ámbito privado como público (P.12)

Es oportuno aclarar que mi vinculación laboral con el multimedio Crónica, que lanzó su suplemento local en la ciudad de Bahía Blanca en el año 2011 y me contrató como su editor responsable, se inscribió bajo la modalidad de monotributista contraprestación de servicios periodísticos.

Cabe consignar también que para ese entonces, si bien constituía un contribuyente particular para el Estado, lo hacía en carácter de productora de

contenidos para la edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas incluida la edición de la programación de radio y televisión.

Este registro contributivo, me habilitaba por normativa a facturar publicidades a cierto número de empresas, con un monto económico límite establecido por la categoría profesional adherida y volcarla en diversos medios, como pauta publicitaria que solventara los programas emitidos, totalmente producidos en forma independiente, en cuanto a contenidos, formato, y publicidades.

Estas realizaciones se llevaron a cabo en forma societaria y colaborativa con distintos colegas, contratando espacios en medios radiales y televisivos, de una hasta 3 horas de emisión.

Dentro de la citada categoría también podía facturar “servicios profesionales” a diversas entidades, tales como colegios profesionales, y gremiales empresarias entre otros y a multimedios, como editora responsable de diarios digitales.

Una vez más, apelo a las entrevistas que realicé para el presente trabajo, durante el mes de noviembre de 2019, con el fin de reflejar la flexibilización laboral en los medios multiplataformas.

“El mail con las siguientes palabras fue sinónimo de felicidad: hemos obtenido un éxito contundente en el juicio. Más abajo verán el veredicto, la sentencia y las liquidaciones”, narró Natalia Turienzo al recibir por parte de su abogado, el resultado de la demanda laboral que entabló junto a otros trabajadores por su desempeño como Jefe de la sección diagramación, en el diario Crónica Bahía Blanca, desde el 2 de agosto de 2010 hasta su despido.

El detalle que brinda en esta entrevista es ilustrativo de las condiciones laborales,

Emilio Turcumán (dueño de Radio Universal y Clásica, y socio visible del Grupo Crónica) generó una redacción en un departamento en el mismo edificio en el que funcionaban sus emisoras de radio, donde nos convocaba para pagarnos, siempre en negro, incluso tras la visita de personal del Ministerio de Trabajo.

En cuanto al marco del desempeño de su labor y las vinculaciones dentro de ese ámbito, describió

Fueron un parto, no sólo por el destrato, sino porque se trabajaba sin ningún respaldo, expuestos a cambios de jefe de redacción constantes, sin obra social, ni ningún tipo de aporte y con jornadas de 13 horas de trabajo continuo, sin francos, hasta conseguir una persona que me acompañara en mi función, lograr capacitarla y formarla. Eso ocurrió tres meses después de mi ingreso.

Turienzo narró también la situación de cierre del diario

La segunda etapa, en marzo 2011, comenzamos a trabajar como empleados de Editorial Sarmiento. Esta vez luchamos, digo literalmente, para seguir todo el staff ya formado, en mejores condiciones laborales, pero duró poco. El 30 de Mayo, fue el último día que trabajo el equipo de Bahía, quienes sacamos estoicamente el diario, ya que desde Noviembre a esa fecha, nos echaron del edificio donde funcionaba la redacción y cada uno de nosotros prosiguió con sus funciones desde su casa, coordinando por llamados y mail cada tarea como si estuviéramos juntos en una redacción. Así estuvimos 1 mes. La navidad llegó con una nueva redacción donde poder reunirse pero para antes de pascuas Crónica ya había muerto y no había manera de

resurrección. Ahí comenzó nuestra lucha final por reconocer nuestro trabajo, nos visita una empleada de crónica para notificarnos de traslado o despido. Obvio optamos por despido y procedimos a iniciar juicio que duró años.

El mismo escenario se repite en el caso de Mariano Álvarez que por ese entonces, años 2010-11, se desempeñaba como periodista deportivo y ocasional soporte de información general en distintos programas de Radio Universal, quien fue convocado para la planta de redacción de Crónica Bahía.

En principio era un redactor, estaba haciendo coberturas estrictamente deportivas, después pasé a hacer notas de interés general y en el último tiempo, cumplía la función de organizar la redacción.

En relación a su vinculación laboral con su empleador detalló que

Nosotros teníamos nuestro sueldo en blanco como correspondía en la radio, y por la función que cumplíamos en la redacción se nos pagaba en negro. Se nos entregaba un recibo sobre la plata que nos pagaban mensualmente por trabajar en el diario.

Por su parte, el periodista Alejandro Filippone señaló

En cuanto a la retribución salarial, yo trabajaba como Jefe de Noticias de Radio Universal y hacía un programa a la tarde que se llamaba Un Toque. Por mis funciones en la radio estaba como trabajador registrado con los correspondientes aportes sindicales y sociales, y por mi desempeño como coordinador de Crónica, me pagaban en negro.

Los relatos de los tres profesionales entrevistados para el presente trabajo constituyen una modalidad laboral representativa del resto de los empleados que fueron elegidos para el desarrollo periodístico de Crónica Bahía Blanca. Los restantes

trabajadores convinieron en los mismos relatos. Muchos de ellos, pasaron en las mismas condiciones a formar parte de Pagina95.com, algunos que decidieron no exponer su situación, se desempeñan con esas características de empleo en otras multiplataformas bahienses. Uno del grupo primigenio de la experiencia que nos dio el puntapié inicial al formato digital, se retiró de la profesión periodística.

SEGUNDA PARTE

Planificar y gestionar como salida laboral

Hacia una nueva puerta de salida laboral

Convencidos de que en algún punto los lectores nos eligen, dos periodistas y dos diseñadores con similares y convergentes trayectorias durante una década en la práctica profesional de la transformación de la comunicación a través del periodismo escrito, decidimos dar el paso a la autogestión de un diario digital, nuevamente “a medida”.

No se trataba solo de generar una salida laboral propia, y posiblemente para otros también, sino en particular, ratificar la responsabilidad social de la prensa y el compromiso con la honesta subjetividad periodística. Al decir de Zygmunt Bauman, “Para poder atreverse a correr riesgos, para tener el valor que requiere elegir, se necesita esa triple confianza: en uno mismo, en los demás y en la sociedad”.

Al momento del desarrollo de esta TIF, y a unos ocho años después de la decisión que nos insertó en la red de redes con nombre propio, sintinta.com.ar ratifico esa cita.

Esto es, en el desentramado de la posverdad de la práctica del periodismo, en plena era digital, fue oportuno el abordaje de no sólo el “qué” hacer, sino fundamentalmente el “cómo”. Esto último es lo que termina por definir el “para quién”, es decir, los destinatarios de la información.

Entrelazando ambos conceptos, decidimos “correr el riesgo” de “qué” hacer, a través de la construcción colaborativa de un diario digital elegido. “Confiábamos” en el “cómo” hacerlo desde un nuevo plano y experiencia de conformación laboral, y también en esa aún incierta sociedad a la que nos dirigíamos, que solo intuíamos fiel a ciertos contenidos editoriales que redefinieron paulatinamente el “para quienes” destinábamos nuestra información.

En ese sentido que Acuña, Rosemberg, Ciancaglini, Lillo y Vales (2006) reflexionan ante la misma situación en que nos encontrábamos los pioneros de ese medio de sintinta.com

El problema, entonces, no radica esencialmente en la forma de organización de la producción de un nuevo medio de comunicación (“el problema no es el patrón”) sino de crear otro modelo de comunicación y luego organizarlo de la forma más conveniente a sus fines, objetivos y prácticas. Desde ese punto de vista, la oportunidad es fabulosa: es el momento de hacer todo, pero absolutamente todo, de nuevo. La pregunta es: ¿por qué conformarse con crear una alternativa si se puede soñar con crear un espacio propio y original? La pregunta es: ¿por qué dedicar energía a contrarrestar los efectos de la emisión monopólica si se pueden crear muchas otras sintonías? En la palabra alternativa está escondida cierta limitación que suena a repetición. En la palabra contra-información está determinado el campo de batalla al cual dirigimos nuestros esfuerzos. Es el diseño de un molde más chico que lo que quiere contener y menos ambicioso que aquello que se necesita alcanzar. Es como si redujéramos nuestra oportunidad de creación actual a un menú único de opciones. No se trata ya de optar entre seguir o romper con determinadas reglas, ya que no hay un solo grupo de reglas que deban obedecerse o romperse. La cuestión más bien consiste en comprender la complejidad del modelo actual de poder, que contempla diferentes grupos de reglas y diferentes autoridades que las predicen. Y desobedecer a todas y cada una de ellas... (p.36)

Se trataba entonces, de volver a valorizar las fuentes en todo sentido, desde quiénes éramos hasta a quienes nos dirigíamos. Descubrirse y redefinirse en el desempeño profesional, conlleva una enorme responsabilidad que en muchos casos queda soslayada por la derivación propia del trabajo en relación de dependencia, a los cargos jerárquicos dueños de los contenidos.

Dicho llanamente el patrón es el que vela por los intereses del medio en tanto que en la autogestión patear la pelota para arriba o para afuera, no correspondía por definición. Éramos artífices responsables de cada título, bajada, línea narrativa y fuente elegida. Aún en los casos en que copiáramos y pegáramos una noticia proveniente de una agencia o diario colega, o columnistas convocados a contribuir en distintas categorías, la edición era la clave del formato que nos definía. Editar es entre otros aspectos, elegir.

Elegir un correlato ideológico, una primacía en lo nuevo, y hasta la imagen que representara acabadamente el contenido. Todo nos define en una identidad y estilo propio.

La creación de un medio propio

Los diarios digitales del nuevo siglo, no necesitan un espacio fijo para su desarrollo. El ejercicio periodístico, el alcance de los contenidos como meta y la creación de una fuente laboral con recursos económicos propios era, y es, en sí mismo un medio para alcanzar el fin ya que la familiarización con las distintas herramientas tecnológicas representan un objetivo inagotable de exploración para la potencialización y posicionamiento del medio en sí.

Un diario digital autogestionado necesita solo del registro de un dominio, del diseño digital a elección en función de los contenidos pretendidos, un albergue en la

web (Hosting), la conexión a wifi, cualquier dispositivo electrónico (PC de escritorio, note o netbook o un celular).

Los costos de autogestión y ganancias requieren la venta publicitaria del sitio, que se abordará más adelante.

El uso de streaming de audio y video (radio de TV online) fueron algunos de los soportes de contenido, ya probados en experiencias preexistentes en el grupo profesional constituido en otros portales, al igual que su enlace inmediato con las redes sociales. En todos los sentidos estas herramientas corren por delante de los medios masivos de comunicación, y particularmente de sus versiones de lectura que conllevan en sí mismas un tiempo de reflexión, análisis e internalización más lento de los medios audiovisuales

El desafío para quienes decidimos la creación de sintinta.com.ar, era entonces, incorporarse a estas formas de comunicación que abren un bagaje infinito de nuevos códigos lingüísticos, con estilo propio, y también apelar a formatos de redacción que remitan a fuentes originales, ya sea a través de la suscripción de los servicios de agencias de noticias nacionales e internacionales o a las mismas redes sociales para revertir los órdenes del acceso a lo “nuevo” y ganar la primicia con profesionalidad.

Diseño y puesta en marcha

A fin de darle un marco legal, que a su vez le otorgara identidad al medio, decidimos registrar el dominio en la red de redes. Ese atributo de legalidad impide a cualquier otra persona física en todo el mundo, utilizar el nombre de [sintinta](http://sintinta.com.ar), puntualmente con dos extensiones: punto com o punto com.ar que compramos a tal fin.

Nos dimos también la discusión interna de adquirir un punto [net](#) o punto [es](#), pero finalmente no lo consideramos necesario. Este dominio se paga como un servicio anual con la posibilidad ilimitada de renovar su propiedad aun no siendo utilizada, esto es, aún sin tener un producto subido a la nube (entendida por web, o red de redes).

A su vez, este nombre puede mutar en su aplicación. De hecho hoy es un diario digital desde hace más de 8 años, pero puede convertirse en un periódico, revista, boletín informativo, o un sitio de promoción de productos de cualquier índole.

No está reglamentada específicamente la vinculación del dominio con el contenido. Solo establece la pertenencia a una persona física. El nombre surgió de mi parte como un resumen de la trayectoria en común que nos atravesaba a los iniciadores de este diario, los diseñadores Natalia Turienzo y Ezequiel Mombelli, ambos en ese momento trabajadores FreeLancer para distintas editoriales y Alejandro Filippone, Jefe de Noticias de Radio Universal Bahía Blanca (95.3) y conductor en esa misma emisora de un programa periodístico diario.

A los cuatro nos unió una trayectoria gráfica en común, que a la postre, es hoy motivo del presente Trabajo Integrador Final. Todos transitamos la experiencia de la confección de un diario papel en distintas funciones, con más o menos años de experiencia, y nos reencontramos en otro diario digital.

Ahora se trataba de hacer un diario que no utilizara tinta para su impresión y consumo, y que no manchara las manos de los consumidores como las tradicionales ediciones gráficas. Aprovechamos el doble sentido del concepto y creamos [sintinta.com.ar](#), con una bajada que reza “Periodismo que no mancha”. Esta bajada en cuestión pretendía fijar posición de antemano al circunstancial lector y ante la sociedad en la que nos presentábamos, puntualmente Bahía Blanca, que desarrollaríamos un

producto “limpio” o ajeno a intereses económicos y políticos, aunque mantendríamos una honesta subjetividad periodística.

Es así que definimos un estilo visual propio con hasta cuatro destacados en portada, que podían ser expuestos al mismo tiempo, o según decisión editorial, con un mínimo de dos. La particularidad es su movilidad o desplazamiento automático, que en ese momento constituyó una novedad digital fruto de la creatividad de nuestros diseñadores avenidos a webmaster. El diario en pantalla de cualquier dispositivo digital, presenta todos los destacados al mismo tiempo, pero cada 5 segundos abre y pasa al título, bajada y foto del siguiente sin desaparecer el anterior. Para ingresar al cuerpo de la nota es necesario solo un click.

Un total 11 categorías encabezadas por CIUDAD (destinada específicamente a acontecer bahiense), CULTURA, DEPORTES, ECONOMIA, MUNDO, NACIONALES, POLICIALES, POLÍTICA, SALUD Y TECNOLOGÍA en portada, con una restante de uso ocasional REGIONALES, pensada para el quehacer de distritos vecinos que conforman la Sexta Sección Electoral, constituyen el despliegue de la oferta de contenidos al consumidor.

El diseño guarda la impronta de la tapa de un diario impreso. Aparece en pantalla como una foto integral de la portada de una edición en papel. Las notas tienen un orden fijo y numerado de aparición según la relevancia que quisiéramos darle a las categorías, que sí son rotativas de acuerdo al criterio editorial. Esto es, luego de los destacados aparecen alineadas tres notas, para el orden del wordpress, posiciones 1, 2 y 3. Allí pueden descargarse arbitrariamente cualquiera de las categorías enumeradas precedentemente.

Cuatro bandas centrales que atraviesan el ancho de la página están intercaladas en los contenidos por orden de aparición, destinadas a publicidad. Cinco espacios

menores en todos los casos medidos en pixeles, están reservados para la venta de productos o difusión institucional patrocinada por entidades o el mismo Estado en sus tres estamentos, municipal, provincial o nacional.

La caja, formato o plantilla, llamada de todas estas formas por los profesionales al servicio de medios digitales, estaba resuelta pero vacía. La suscripción en aquel momento a la agencia de noticias Télam era libre y gratuita, y podíamos acceder a un inagotable caudal de información de diversa índole, particularmente útil para la cobertura de un hecho puntual (una conferencia de prensa, un accidente, una exposición artística, etc.) en los centros de poder nacionales como Buenos Aires y La Plata, teniendo en cuenta los 700 kilómetros de distancia que nos separaban de esos lugares.

Otro tanto es válido en el desempeño periodístico diario para el alcance de noticias internacionales. En el ámbito local, contábamos con el flujo de gacetillas de diversos sectores con los que ya teníamos vinculación por trayectoria profesional en otros medios, y en aquellos casos que aún no habíamos alcanzado una relación profesional, salimos a crearla, a presentarnos.

Sumamos dos periodistas FreeLancer hasta el momento desocupados, ex empleados de otros medios para la desgrabación y redacción de notas hechas en exteriores, que todos cubríamos por igual. El mayor flujo de noticias de la ciudad, provenía de los programas periodísticos radiales, que realizaba Alejandro Filippone en distintas emisoras. Las notas eran grabadas de aire, y desgrabadas en primera instancia en un espacio físico de una reducida Redacción, y luego desde cualquier lugar elegido por los redactores para desempeñar su función.

La premisa siempre fue subir las noticias en tiempo y forma para no perder vigencia, adelantos, o fijar agenda de nuevos temas o diferentes versiones de los

abordajes de los medios con los que competíamos en posicionamiento o preferencia de lectores.

Un párrafo aparte merecen los innumerables colaboradores periodistas, profesionales de otras ramas, o dirigentes de distintos estamentos, que aún hoy se prestan a escribir en diversas categorías según temas de actualidad convocados a tal fin, o por inquietud personal. Lo mismo ocurre con instituciones, agrupaciones políticas y profesionales, gremiales empresarias o centros de salud especializados.

En estos casos corresponde aclarar que su desempeño no es remunerado en términos económicos. Sus intervenciones forman parte de la adhesión a la línea editorial de sintinta.com.ar, y a su impronta por visibilizar su posicionamiento y reflexión, desde su propia trayectoria, sobre determinados temas de interés general.

CIUDAD

“Parece que esta es una ciudad silenciada”

El Secretario General de la UTA, Ricardo Pera, lanzó duras críticas al peronismo local, que si bien parece encaminarse a una unidad para las próximas elecciones, lejos está de cuestionar los problemas que aquejan a los ciudadanos de Bahía Blanca. En una extenso reportaje con el programa Un Toque, de Radio de la Bahía, el sindicalista habló también de la CGT, la intención y la inserción del gobierno de Macri de eliminar a los gremios, entre otros temas.

9



Fil a su estilo crítico. Pera analizó, en “Un Toque”, la situación que atraviesa la ciudad, gobernada por el intendente de Cambiemos, Héctor Gay, que en consonancia con el gobierno nacional no consigue resolver los problemas que padecen los bahienses, aunque no dejó de señalar la pasividad de la oposición, mayoritariamente vinculada al peronismo. “Uno mira lo que pasa dentro de Bahía Blanca y se habla de todo menos de política”, se quejó, y agregó: “Bahía Blanca también está teniendo sus problemas económicos, está teniendo problemas de inseguridad, está teniendo problemas de salud, está teniendo problemas de pobreza”.

En este sentido recordó que la comuna habilitó la inscripción para los jardines maternales a partir de los 2 años, “facturas no van a ingresar porque no prioriza la sala de dos años”, según informó la subsecretaria de Educación, Morena Rosjello. “Tenemos que cerrar las salitas maternales”, disparó el gremalista, y continuó: “Vemos cosas que no nos dejan de llamar la atención. Con gente de experiencia, pero pareciera que nadie se quiere meter, el agua caliente les molesta, porque están cómodos como están. Por eso no deja de llamarme la atención que el peronismo esté tan quietito y que no esté preocupado como está a lo largo del país”, subrayó.

“Parece que esta es una ciudad silenciada”, dijo en tono crítico. “Hablamos de la futura obras que se van a hacer y si vos te pones a mirar las obras que se hicieron en Bahía, me sobran los dedos de la mano cuando hablan de las grandilocuencias que iban a hacer en el tema de las obras”.

En ese sentido, aludió a la inundación que afectó a la Ruta Nacional 13 que une la ciudad con Monte Hermoso, y manifestó: “La ruta a Monte Hermoso fue la primera que se habió, ahora resulta que este año no podemos usar ni la ruta vieja, está deshecha, se nos llenó de agua y no pudimos pasar en todo el verano para Monte Hermoso”, remarco.

Aunque típicamente volvió sobre el tema local y arremetió contra “el silencio” de los políticos opositores locales y el magro accionar de la CGT nacional. “Y esto es un comentario, porque uno está diciendo de ir a Monte Hermoso y vos me estás hablando de la pobreza que es no tener para comer”, sintió y añadió. “Es muy triste, pero el ves los comedores en los barrios que hay en Bahía también te tiene que llamar la atención. Ahora yo no escucho al político bahiense”.

Lejos de quedarse en el análisis local, también responsabilizó a la CGT nacional “porque no los escucho hablar, porque no los escucho criticar”, descargó.

Pera puso en duda la eficiencia de los paros de la central obrera para cambiar el rumbo del gobierno. “Hacer un paro es descomprimir una situación pero después sigue todo igual, recorrimo”.

“Lo que vos tenés que tener en estos casos así es decir, si no se cambia el modelo hay que armar un plan de lucha (...) y acá vos ves que los tipos hacen un paro para descomprimir la situación social que hay pero después pasan 3, 4, 5 meses y no hacen más nada, entonces, ¿de qué le sirve a la gente eso?”, interpeló.

Finalmente, volvió a cuestionar la prudencia que parecen elegir los políticos opositores locales. “Por eso digo, me sorprende que en esta ciudad, sobran los debates políticos (...) que hoy no tengamos una discusión política ni que sea en los medios. Pero bueno la veo como una ciudad silenciada, pero también está silenciado el país y lo que más me duele es que el partido al cual yo pertenezco está silenciado también y pelando para ver quién ocupa un lugar olvidándonos de la gente que es por lo que realmente hay que preocuparse”, concluyó.

Sin comentarios en “Parece que esta es una ciudad silenciada”

Deja tu comentario

Form fields for Name, Email, and a text area for the comment, with an 'Enviar' button.

CIUDAD

Gay destacó a Bahía Blanca como el epicentro de la energía renovable

Quedó formalmente inaugurado el Parque Eólico Pampa II, ubicado en la ruta provincial 51 a 20 kilómetros de la ciudad. El parque, que aportará 53 MW de energía renovable al sistema nacional, demandó una inversión superior a los 70 millones de dólares por parte de la empresa Pampa Energía.



Con la presencia del príncipe Federico de Dinamarca, quedó formalmente inaugurado el Parque Eólico Pampa II, ubicado en la ruta provincial 51 a 20 kilómetros de la ciudad.

El heredero de la corona estuvo acompañado por el intendente Héctor Gay, el subsecretario de Energías Renovables de la nación, Sebastián Kind y el titular de Pampa Energía, Marcelo Mindin, entre otras autoridades.

El jefe comunal señaló la relevancia de que Bahía Blanca siga estando en el epicentro de este nuevo paradigma en materia energética en Argentina.

Agregó que "desde la compañía informaron que próximamente se inaugurará otro similar en Coronel Rosales", y adelantó que "la empresa Vestas está trabajando para instalarse en la ciudad. En los próximos días en el Parque Industrial habrá un moderno centro de capacitación, para técnicos de Argentina y países limítrofes. Este desarrollo implica más inversión y más trabajo".

En tanto, Mindin destacó la excelente relación con el Municipio, la firma constructora y la empresa Vestas. Cito como prueba de ello que el nuevo parque demandó solo 11 meses de construcción (el primero se inauguró luego de 14 meses de trabajo).

Participaron de la ceremonia funcionarios nacionales, provinciales y municipales, legisladores, concejales, representantes de distintas empresas e instituciones y medios de comunicación.

Detalles del Parque Eólico Pampa II

Se ubica en el predio lindero al Parque Eólico "Mano Ceireiro", que se encuentra en funcionamiento desde el 2018.

Cuenta con un total de 14 aerogeneradores, cada uno compuesto por cuatro tramos de torre, una nacelle y tres palas de un diámetro total de 136 metros. Al igual que el proyecto anterior, para la instalación de estos equipos fue necesaria la construcción de sofisticadas obras en las plataformas y fundaciones.

Sin comentarios en "Gay destacó a Bahía Blanca como el epicentro de la energía renovable"

Deja tu comentario

CIUDAD

Nora Cortiñas y Sergio Maldonado en Bahía Blanca

Nora Cortiñas, integrante de Madres de Plaza de Mayo Línea Fundadora, y Sergio Maldonado, hermano de Santiago, Irindarán una charla en Bahía Blanca. Será el miércoles 27 de marzo, a las 19, en el Salón de Actos del edificio de Alem 1253 de la Universidad del Sur.

3

CHARLA DEBATE con
Sergio Maldonado y Nora Cortiñas
Los DD.HH. y la lucha contra la impunidad

27/3 19 hs
Salón de actos UNS
(Alem 1253)

Organización
Comisión de
CTA
B.Blanca - C

JUICIO Y CASTIGO

La actividad, convocada por la Comisión de Derechos Humanos de la CTA Bahía Blanca - Cnel. Dornedo, se realizará en el marco del 43º aniversario del golpe de Estado olivico militar edesviástico.

"Norta" no solo es un emblema del camino de la Memoria, la Verdad y la Justicia y de la reivindicación de los 30 mil detenidos desaparecidos sino también un ejemplo de solidaridad con las luchas del campo popular.

Sergio, por su parte, asumió el reclamo de Juicio y Castigo a los responsables de la desaparición y muerte de Santiago, militante anarquista solidario con la recuperación territorial del pueblo mapuche, perseguido por la Gendarmería junto a integrantes de la Pu Lof en Resistencia Cushamen durante la represión del 1 de agosto de 2017.

Del encuentro participará, además, la dra. Verónica Heredia, abogada de la familia Maldonado y defensora de los derechos humanos.

Sin tinta
PERIODISMO QUE NO MANCHA

te gusta?

Like Page Contact Us

Be the first of your friends to like this

Un comentario en "Nora Cortiñas y Sergio Maldonado en Bahía Blanca"

Responder

Emanuel 20 marzo, 2019 a las 2:48

Buen día . No saben si hay que retirar entradas o cómo es? Muchas gracias

Deja tu comentario

Nombre

Correo electrónico

Enviar

CIUDAD

“Buscando a Dory”: la falta de memoria a corto plazo se convirtió en viral

En un desproporcionado esfuerzo por retomar la iniciativa, la gobernadora María Eugenia Vidal, visitó Bahía Blanca, refrendando en una de las intendencias con más población presidencial cuando ya se preveía la pobre performance de Mauricio Macri en las PASO, para inaugurar una planta dispensadora de líquidos oxidantes que fue gestada por macristas, hoy de la oposición, y anunciar la implementación, a fines de octubre, del boleto educativo gratuito, que se dio a conocer a su llegada a la ciudad, constituyó el compromiso electoral del candidato a jefe comunal por TODOS.



Por "Gabriela Noguera"

Si hubiera días estuiviera del otro lado del mostrador ideológico, y aún al frente de las manoplas de LUZ, como periodista de radio de mayor audiencia de la ciudad que lo catapultó a la interlengua que hoy condice, no se le hubiera escapado el artículo.

De hecho, uno de los anuncios de la gobernadora pareciera ser resultado más de una circunstancia casual: el día, presidente, claro, que de un momento en adelante y gana gestión, no fuera reactiva archivo que fluece.

El 19 de septiembre, el candidato a intendente por el Frente de Todos, Federico Susbielles, anunciaba en su cuartel de Tietze la implementación del boleto estudiantil gratuito que contemplará a estudiantes de nivel primario, secundario, terciario y universitario, a partir del próximo año lectivo.

A su llegada, el día siguiente, 20 de septiembre, María Eugenia Vidal juró al intendente Héctor Day, reafirmar el mismo anuncio.

Lo que sucedió fuera de la agenda prevista para Vidal, es que Susbielles hizo el anuncio de la gobernadora con una serie de Twitter que aludían a un compromiso convalidado en las redes con Axel Kicillof, en favor de los pibes y no los pibes: las familias de esos pibes que son surfistas con "Mi hijo es Dory".

Las diferencias son obvias: claro está, el su tema en cuenta que ambos ya tuvieron casi 4 años de mandato para seducir al voto joven, que apenas unos días antes recordaban la lucha de **estudiantes secundarios secuestrados, torturados, y asesinados, 43 años antes en la penosa "Noche de los lípicos"**.

A su favor cabe señalar que en 43 años pasaron muchos gobiernos bahienses, de distintos partidos políticos, que tampoco contemplaron esa reafirmación. Esperar cuatro años más no es nada. (Dere, nortés, Dale, que val, ¿que está en el futuro nos vamos encontrar otra Dory?).

Avanzando para los otros compromisos de hoy por supuesto.

Pero volviendo al eje de la impronta de reanudación de campaña, la gobernadora revalidó la administración de Roberto Caride al frente de AUSA, en la reorganización de la planta dispensadora de líquidos oxidantes junto al periodista intendente que se ocupó con convicción del argon (otra que emplea, obra que se terminó).

Pero ambos se cuidaron bien de no hablar del pasado, y mucho menos de "la pasada herencia" recibida, ya que en este caso en particular, su predecesores, Daniel Scioli y Cristian Brillembault fueron quienes por julio de 2011, habían presentado el proyecto para la construcción de esa misma obra.

Cabe destacar entonces que más allá de las leyes promocionales, Cambiemos podrá decir "¡Voté la N2!".

En contrapunto, si bien la gobernadora no supuso la necesidad de la generación de mayor agua potable en una de las pocas ciudades del mundo que son un abastecido de un manantial natural como el Dique Paso de las Piedras, hasta el día del freno que puso a fines del año pasado a la obra del Acueducto del Río Colorado, destinada a atender la creciente demanda de la población bahiense que aumentó demográficamente en forma inintermitente.

La obra costó desde 2014 con el financiamiento de la Cooperación Andina de Fomento por 150 millones de dólares, sin embargo, cuando el año pasado, el gobierno provincial canceló la obra debido a una fuerte revaluación fiscal en el presupuesto provincial.

¿Y quien es Dory para el desproporcionado costo de una nota estrictamente política?

Pues bien, Dory no puede ser ajena a ningún padre con hijos pequeños, o a algún amante de los productos audiovisuales de Walt Disney, que incorpora a esta personaje principal, como una jaqueta decorada permanentemente por su foto de memoria a corto plazo.

Hacia su adopción consuetudinaria, es de esperar que el votante bahiense no termine perdido en el mar electoral, y la presente preferencia ser no más que un tributo de coyuntura.

* Periodista UBA, editor responsable: sin tinta.com.ar

Sin comentarios en "Buscando a Dory": la falta de memoria a corto plazo se convirtió en viral

Deja tu comentario

Síguenos en:

CIUDAD

Según el INDEC, 25 mil bahienses cayeron bajo la franja de pobreza en un año

De acuerdo a lo informado por el órgano estadístico, se alcanzó un 24,1% en el primer semestre del año. Hace una semana diferentes organizaciones sociales, movimientos populares y agrupaciones barriales solicitaron declarar la emergencia laboral y alimentaria en la periferia bahiense

0



El índice de pobreza en Bahía Blanca alcanzó un 24,1%, según lo informado por el INDEC con respecto al primer semestre de este año.

De acuerdo a los difundido por el organismo estadístico, ese porcentaje traducido a números marca que 75.376 bahienses estuvieron en la franja de pobreza. Asimismo, de ese número se desprende en cifras que 12.655 ciudadanos permanecieron bajo la línea de indigencia.

De esta forma, con relación a los últimos seis meses del 2018 se evidenció una baja de un punto porcentual. En tanto que tomando como referencia de un año el incremento es del 7,8% en comparación con idéntico período que reflejaba un 16,3%.

Proponen declarar la emergencia laboral y alimentaria en la periferia bahiense

Diferentes **organizaciones sociales, movimientos populares y agrupaciones barriales** que trabajan cotidianamente en la periferia de nuestra ciudad, presentaron un documento en las últimas horas, donde proponen declarar la emergencia laboral y alimentaria en los barrios más carenciados de Bahía Blanca.

En el mencionado escrito, la agrupación denuncia varias situaciones que se dan en la periferia local:

"Nuestras vecinas y vecinos de la periferia bahiense apenas pueden sobrevivir"

"La falta de alimento es una realidad tan contundente que obliga tomar postura tanto al actual como futuro gobierno municipal. Una vez contenida la situación de emergencia es necesario dar oportunidades de trabajo digno, educación y salud a los sectores populares para que podamos salir genuinamente de la exclusión"

"Las organizaciones que trabajamos en los barrios somos quienes mejor conocemos las problemáticas sociales, pudiendo aportar conocimiento técnico específico en el diagnóstico y en la resolución de aquellas cuestiones"

Por tal motivo, las organizaciones en conjunto proponen diferentes acciones que puedan revertir la situación que están atravesando los vecinos bahienses.

"Proponemos actualizar de los montos de las ayudas municipales, implementar un Consejo Municipal de la Economía Popular, crear un Banco Municipal de Alimentos, proveer de maquinarias e insumos a las cooperativas de trabajo barriales, implementar sistemas de reciclado con inclusión social y apoyar la pequeña agricultura familiar"

51 comentarios en "Según el INDEC, 25 mil bahienses cayeron bajo la franja de pobreza en un año"

Deja tu comentario

Form fields for Name, Email, and a large text area for comments, with an 'Enviar' button.

Seguimos en:

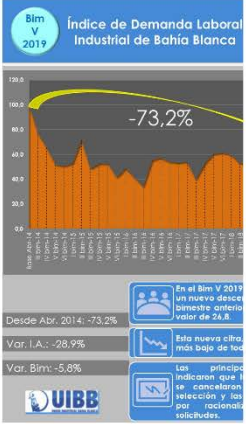
NOTICIAS

La demanda de empleo industrial en Bahía Blanca cayó un 5,8%

Cayó un 5,8% en el último trimestre y acumula un descenso trimestral del 20,7%, según un informe del Centro de Estudios Económicos de la Universidad Nacional.



El Centro de Estudios Económicos de la Universidad Nacional de Bahía Blanca anunció que la demanda de empleo por parte de la industria local cayó un 5,8% en el último trimestre.
El último trimestre acumula una caída del 20,7% en los tres meses. Los principales rubros que se vieron afectados fueron el sector de la construcción y el comercio.
Esta cifra es la más baja desde que se inició el registro de estos datos, que comenzó a publicarse en el año 2004.
Entre sus rubros de la actividad, la baja de la demanda de empleo se dio del 15,2%. Asimismo, desde que comenzó el año, la caída es del 20,7%.



Los rubros más afectados fueron Agricultura y el sector de Alimentos y Bebidas. En cambio, la Industria Petroquímica mostró un leve aumento en el sector.



Se comentaron 13 artículos de empleo en Bahía Blanca hoy en Sin Tinta.

Deja tu comentario

Nombre:

Correo electrónico:

Comentario:

Enviar

Financiamiento para la sustentabilidad

Cada vez son más los sitios digitales que apelan a suscripciones mensuales a muy bajo costo, en una modalidad llamada “colaborativa”, por la que el lector se “asocia” al contenido producido.

De hecho, sintinta.com.ar es un diario administrado por sus trabajadores desde su génesis misma como fuera desarrollado precedentemente. Para ello, armamos una PyMe (Pequeña y Mediana Empresa, según normativa vigente que no puede aglutinar más de 20 trabajadores), y apostamos por un periodismo independiente, sin patronos ni condicionamientos políticos o empresariales.

Esta modalidad colaborativa es interna y externa. Esto es, los participantes del emprendimiento pueden aportar publicidades gestionadas por ellos mismos, y los lectores pueden hacer aportes a modo de suscripción para el envío de un material seleccionado de acuerdo a su interés.

Las agencias de publicidad constituyen el más viejo recurso para cualquier medio de comunicación social para su sustentabilidad económica. Claro está, que no están exentas de sus propios intereses políticos, sociales y empresarios. Hecha la aclaración, suelen apelar a mediciones de consumo de audiencias o lectores, cada vez más difíciles de aunar y verificar en forma solvente.

El “consumidor” de información, cada vez es más volátil a partir de la irrupción de la internet y los diversos avances tecnológicos que permiten por ejemplo que la fidelidad hacia un producto no sea necesariamente consumida en vivo, sino grabada en forma particular o subida a la red, hacen muy difíciles y costosas, las mediciones y estadísticas de sus preferencias.

Por lo tanto las apuestas publicitarias de empresarios, entidades de diversa índole, el Estado en sus tres estamentos, municipal, provincial o nacional, y la cartera de clientes de una Agencia de Publicidad que distribuye en distintos medios a sus clientes, suelen ser arbitrarias.

En el caso de los diarios digitales, muchas veces optan por ofrecer contenidos pagos en diversas categorías según su interés. Las condiciones para que la publicación sea válida: es que no se puede indicar que es un artículo patrocinado; los links deben ser “dofollow” y sin atributo “noreferrer” y su primera aparición debe figurar en portada en el momento de la publicación. Por lo demás, debe emitirse como una noticia más dentro del sitio y debe ir bajando en el timeline, pasando a páginas anteriores, sin ir en secciones ocultas.

La venta cara a cara de un producto periodístico es la opción más evadida por los profesionales que deben estar formados, para el desarrollo de los contenidos y su publicación y no necesariamente para su comercialización.

No obstante, desde la constitución de la Productora como contribuyente particular para el Estado, en carácter de elaboradora de contenidos para la “edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas” incluida la edición de la programación de radio y televisión, la venta de espacios publicitarios formó parte de un menester propio de la independencia económica que sustentara esta actividad. Es así, que los distintos Gobiernos pautan personalmente con los propietarios de medios, la difusión de sus actos de gestión administrativa y política, al igual que los entes descentralizados del Estado.

Otro tanto suelen hacer los gremios, entidades empresarias, colegios profesionales y empresas particulares que cada vez más, asignan recursos a la formación interna de comisiones o asesores de imagen y comunicación, y asignan

partidas publicitarias para insertarse en los medios de comunicación masiva o redes sociales.

Hasta aquí un repaso a modo de resumen de trayectoria para la autogestión económica como soporte de diversos contenidos en general. En particular todas estas opciones o modalidades de ingresos fueron implementadas para la sustentabilidad de sintinta.com.ar.

Un párrafo aparte, que no es el objetivo principal de este trabajo, es el rol y la importancia de la distribución de las pautas publicitarias por parte de los gobiernos.

Si bien no existe un estudio acabado al respecto en Bahía Blanca, ciudad de origen de sintinta.com.ar, en el caso de la gestión del intendente periodista Héctor Gay, quien en las elecciones de octubre de 2019 renovó su mandato por cuatro años más, en su primera gestión inauguró “Gobierno Abierto”: <http://www.bahia.gob.ar/gobiernoabierto/> un portal autodenominado de transparencia, por el cual se visibilizaba la distribución publicitaria en los distintos medios de comunicación bahienses, en muchos casos, a periodistas que en carácter de monotributistas, que facturaban al Estado Municipal la difusión de sus actos de gestión. Este sitio no es actualizado desde el año 2017, sin explicación oficial al respecto.

Sí corresponde aclarar que dentro de las partidas publicitarias decididas por el área de Prensa del municipio local, de los tres gobiernos que abarcaron desde el nacimiento de sintinta.com.ar hasta la fecha, noviembre de 2019, este diario contó con el auspicio publicitario de la comuna hasta comienzos del año en curso, en que unilateralmente decidieron restringir ese aporte al medio, claramente crítico a la gestión encabezada por Héctor Gay. Otro tanto ocurrió con la pauta del Concejo Deliberante de ese distrito con mayoría oficialista.

De igual manera sucedió con un ente de gestión tripartita en el que intervienen el gobierno nacional, provincial y municipal, como lo es el Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca, que hasta las recientes elecciones quedó alineado políticamente en los tres estamentos del Estado, en manos de la alianza Juntos por el Cambio.

Creo oportuno aquí, tan solo como un ejemplo y a su vez una explicación del criterio que empleó el Gobierno Nacional sobre cómo comunicar la gestión pública y por derrame en cada distrito del país, las declaraciones de Paula Fernández, directora de Comunicación Estratégica de Anses, en el marco de la charla realizada el 21 de noviembre de 2019, "Comunicación de gobierno, transición y grieta", organizada por el portal BAE Negocios quien señaló

La pauta dejó de ser discrecional y política para ser técnica. Además, aclaró que el tipo de soporte importa: un 48% de la pauta gubernamental en 2019 fue destinada a plataformas web cuando cuatro años atrás, el dinero para este tipo de medios fue sólo del 17%.

En ese sentido argumentó la directora de Comunicación Estratégica de Anses que:

No es solamente que este Gobierno se fascinó con las redes sociales sino que, en mi opinión, tal vez hubo una sobreestimación sobre las redes reemplazando a los medios tradicionales. Ahí hubo un error que después se recalculó a lo que entendemos hoy. Que las redes y los medios dialogan, conversan y se retroalimentan.

Los recortes de aportes de distintos sectores del gobierno, acusaron rápidamente en la desfinanciación y ahogamiento de sintinta.com.ar, que sobrevive aún con el apoyo de empresas privadas, a través de agencias de publicidad, sindicatos y gremiales empresarias afines a la línea editorial del diario y fieles suscriptores.

En cuanto a los egresos de la autogestión, es imprescindible para su funcionamiento la inscripción en la categoría correspondiente en la AFIP, el aporte proporcional a la facturación del medio a ARBA, la apertura de una Caja de Ahorro o Cuenta Corriente en entidad bancaria a elección, y el sostén del Hosting que da albergue al sitio. Estos constituyen gastos fijos mensuales, que llevan en orden contadores públicos que también perciben sus honorarios por tal función. Por último el pago del dominio es un costo anual.

El resultante de estas erogaciones constituye la ganancia del medio que es distribuida entre los participantes del medio, entiéndase por tales, periodistas redactores. De la mínima planta original del medio en su génesis, hoy es administrado sólo por tres personas que adecuamos la actualización diaria de los contenidos a un formato similar a las impresiones en papel, esto es, toda la información generada en el día se sube en unas cuatro horas durante la noche, excepto circunstanciales noticias de coyuntura que requieran inmediatez.

El recorte de las ganancias implicó para todos, desde hace ya cuatro años, que sintinta.com.ar, constituyera un segundo o tercer empleo. Sólo uno de los fundadores del medio, se dedica exclusivamente a la labor periodística. El concepto de “estar de guardia” o “de turno” en una redacción pasa a ser las 24 horas del día, los siete días de la semana.

La necesidad de generar ingresos personales en otros trabajos, también vinculados a la comunicación, impactó claramente en la producción de contenidos. Nuestra base de fuente de noticias, la Agencia Télam, dirigida por el actual gobierno nacional saliente, comenzó a ser un servicio pago a contemplar como un nuevo egreso.

Por otra parte, también padeció fuertes recortes en su plantel de redacción resistido estoicamente por sus trabajadores, al tiempo que cambió su dirección y por consiguiente su línea editorial convirtiéndose para nosotros, como medio digital, en opositores a ese mensaje hegemónico.

Vale la pena una breve mención al respecto, aunque insuficiente para ilustrar esa situación, que describe el diario Página 12 de esta manera

La crisis de Télam se inició el 26 de junio de 2018 cuando la empresa despidió a 357 trabajadores. A partir de ese momento se inició un plan de lucha que logró sucesivas victorias judiciales mientras las autoridades de Télam y Lombardi reivindicaban el desguace de la agencia bajo el argumento de una superpoblación en una institución que dirigían desde hacía dos años y medio... (2019, 8 de octubre).

La decisión entonces para sintinta.com.ar fue apelar a una cuidada, estudiada y seleccionada edición de noticias de distintos medios digitales, citando las correspondientes fuentes.

De esta forma, entendimos que respondíamos a la fidelidad de nuestros lectores, eligiendo los mejores contenidos elaborados por periodistas de otros medios.

Conservamos no obstante, a colaboradores y columnistas propios y desarrollamos un mínimo de noticias propias.

REFLEXIONES FINALES

Si bien es cierto que la irrupción de la red de redes en la vida cotidiana de la sociedad contemporánea generó un acceso continuo e ilimitado de información y conocimiento para cualquier usuario, esa horizontalidad generó con la misma proporción una diversidad de contenidos y fuentes que obligó a redefinir los roles del comunicador, los nuevos formatos periodísticos, y de la información; su aceleración y su efecto sobre los consumidores.

No menos cierto es que los grandes medios monopólicos fueron desafiados en aumentar sus competencias en el mundo de las multiplataformas y los nuevos medios.

Durante muchos años a los periodistas nos cupo decir que corríamos detrás de las noticias. Hoy correspondería reconocer que corremos detrás de incesantes avances tecnológicos que propalan y diversifican las formas de exposición de la información, llámese redes sociales, blogs, newspapers, libros con todo tipo de contenidos, y hasta con la modalidad de audio textos, que requieren una sobreexigencia por estar actualizado y acceder al “que pasa” con una diversidad de fuentes prácticamente inabarcables.

Podemos afirmar que merced a la web, más que nunca todo comunica. Estamos en medio de “una noticia en desarrollo” que lejos de acabarse cada vez presenta nuevas aristas. Todo parece insuficiente ante los posibles marcos contextuales que podríamos elaborar entorno a una información. Corresponde admitir que todavía estamos asumiendo el impacto y con reacción tardía respondemos consecuentemente.

A decir de Fontcuberta y Borat (2006)

Estamos ante la configuración de un ecosistema comunicativo conformado no solo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras, por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipografía, y por la reintegración de la imagen al campo de la producción del conocimiento. Todo lo cual incide tanto sobre lo que entendemos por comunicar como sobre las figuras del convivir y el sentido del lazo social.” (Martín-Barbero, 2002:2)

Internet no es la causa sino un resultado de la transformación del sujeto humano, la proyección de un nuevo tipo de conocimiento que, a su vez, implica el surgimiento de un nuevo ciudadano (P.2)

Una particularidad en este contexto aplicado a nuestro país, es la necesidad de no perder de vista que los medios concentrados siguen siendo prevalentemente hegemónicos en cuanto al mensaje, en cuanto son quienes tienen la posibilidad de brindar el servicio de internet.

Cuando el Grupo Clarín adquiere Cablevisión, y posteriormente Telecom, esa fusión lo deja posicionado como el mayor proveedor de internet en Argentina. De hecho, en el año 2017 concentraba el 56 por ciento de la oferta del acceso a la red de redes.

En este sentido cabe observar que si bien creció exponencialmente distribución de la información, en contrapartida lo que no cambió demasiado es quien tiene el dominio, como posibilitador del acceso a ella.

Una investigación realizada en forma conjunta por el Monitoreo de la Propiedad de Medios con Periodistas sin Fronteras, demuestra que Clarín es el mayor

conglomerado de comunicaciones en Argentina. No solamente el diario más vendido en formato papel, sino también el más visitado en su versión digital, a lo que debe sumarse las audiencias en sus radios y repetidoras AM, FM, televisión abierta, y la tv por cable, sin olvidarse de la propiedad de sus acciones en Papel Prensa. (Abril de 2019).

No menos que histórica es la lucha contra los poderes hegemónicos que por supuesto es parte de la prensa. Hidalgo escritores aún dan esa afortunada batalla valiéndose en muchos casos, irónicamente en el caso nacional, de la misma red de redes prácticamente monopolizada en su servicio.

El concepto de grieta, tan en boga en términos políticos-sociales y económicos no escapa a lo cultural y tampoco a la difusión de la información contra-hegemónica.

Muy modestamente, sintinta.com.ar puede ser un ejemplo de esa batalla, que sin duda es posible dar en un marco laboral aún en definición y con vacíos legales que vulneran el desempeño de los trabajadores de prensa.

Pero como copropietaria de un medio alternativo, y de una productora de contenidos que funciona como ursina de ideas comunicacionales, las experiencias desarrolladas en el presente trabajo incluyendo el aprendizaje de la decisión de empoderarse de las nuevas tecnologías y aplicarlas al crecimiento periodístico, cierro mis conclusiones transitando un circunstancial luto con el producto descripto, sintinta.com.ar, que nos permitió encontrar una nueva grieta creativa aplicada también a la información y la transversalidad del conocimiento, con el gusto de haber dado a luz un nuevo sitio digital, esta vez sin fines de lucro, como lo es sinlapiz.com.ar ideado íntegramente por el grupo sobreviviente de las experiencias desarrolladas en este trabajo, y la visionaria docente que creyó en esta herramienta que deseamos se multiplique y se ajuste a medida de cada establecimiento educativo del país.

Entendiendo que no forma parte del objetivo la presente, solo pongo a disposición de esta casa de altos estudios la disponibilidad de la propuesta pedagógica proyectada que hoy es un hecho.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBORNOZ, Luis A., Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red, La Crujía Ediciones, 2007.

ARRUETA, César, (2010), *¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*, Buenos Aires. Argentina. La Crujía Ediciones.

BORRAT, Héctor, (1989), *El periódico, actor político*, Gustavo Gilli SA, Barcelona. España.

CHIESA, Juan Pablo, (2019), *Hacia una nueva figura en la transformación del derecho del trabajo*, Agencia de Noticias Télam, Buenos Aires, Argentina.

DE MORAES, Denis; (2011), *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*, Buenos Aires – Barcelona – México. Paidós

DE MORAES, Denis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual, (2013), *Medios, poder y contra-poder*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). Argentina. Biblos

FEINMANN, José Pablo, (2013), *Filosofía política del poder mediático*, Planeta, Buenos Aires.

FONTCUBERTA, Mar y BORRAT, Héctor, (2006), *Periódicos: Sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires. Argentina. La Crujía Ediciones.

Foro de Periodismo Argentino, (2007), *Periodismo de calidad: debates y desafíos*, Buenos Aires. Argentina. La Crujía Ediciones.

GHEA, María Elisa, BLÁZQUEZ, Virginia y VIALEY, Patricia, (2010), *¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información*, Texto de producido para el Taller Análisis de la Información, Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP), abril de 2008, actualizado en mayo de 2009 y abril de 2010. La Plata, Buenos Aires. Argentina.

GONZALEZ FRIGOLI, M. (2016). *Gestión de la comunicación digital: miradas, procesos y desafíos*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

MARRANDI, A. Archenti, N.; Piovani, J.I., (2007) *Metodología de las ciencias sociales*, MC, Pp.77.

MICELI, Walter, (1999), *Noticia=negociación política*. Oficios Terrestres, N°6. FPyCS.

OROZCO GOMEZ, G. y González R., (2012), *Una cuartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Tintable, México.

PALMA, Dante, (2014), *Quinto poder*. El ocaso del periodismo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). Argentina. Planeta.

RAMONET, Ignacio, (2003), *La tiranía de la comunicación*, España. Debate.

RODRIGO ALSINA, Miguel, (1989), *La construcción de la noticia*. Paidós Comunicación. Barcelona.

SCHULIAQUER, Iván, (2014), *El poder de los medios. Seis intelectuales en busca de definiciones*, Lanús, Buenos Aires, Argentina. Capital Intelectual.

PAVLIK, John V., (2005), *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*, Editorial Paidós Barcelona.

RIVAL, Horacio, (2007). *La Planificación de Medios y sus Herramientas*. Editorial La Crujia, CABA, Argentina.

SAIDÓN, Osvaldo, (1995), "*Redes pensar de otro modo*". En "*Redes el lenguaje de los vínculos*", Dabas y Najmanovic compilado. Editorial Paidos. Buenos Aires, Argentina.

TRIANES TORRES, María Victoria (1998). *Psicología de la educación y del desarrollo*. Modelo constructivista-contextual del aprendizaje: Vygotski y Bruner (María Ríos Carrasco y José Abascal Fernández Capítulo 14.

URANGA, Whashington, *Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales (cátedra I) Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP*.

VAN DIJCK, José, (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Editorial Siglo veintiuno.

VIALEY, Patricia, ELIADES, Analía Elíades y GHEA, Elisa (2013), *Protección laboral del sujeto profesional de la información: actualidad, desafíos y perspectivas*, Oficios Terrestres N° 29 ISSN 1668-5431, Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata

ZUAZO, Natalia. *Los dueños de internet*. (2018). *Como nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Editorial Debate.