



**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

El periodismo gráfico desde la perspectiva de los periodistas formados en universidades de comunicación

**The written press from the perspective of journalists
with degrees at universities of communication**

Cecilia SOZZI

Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)
ceciliasozzi@yahoo.com.ar

Resumen

El cruce entre las representaciones sobre lo que se espera de un profesional de la comunicación, las tradiciones de las disciplinas y de las prácticas profesionales, y los intereses en juego en una organización educativa y en los organismos macro de los que depende, incide, entre otros aspectos, en la formulación de los planes de estudio en carreras de comunicación.

Por esta razón, en la instancia de diseño de un plan de formación de futuros comunicadores es necesario considerar el estado del campo profesional así como proyectar los actuales emergentes de las prácticas profesionales.

Focalizando en el campo periodístico gráfico, en esta presentación se caracterizan algunas percepciones –en el sentido bourdesiano del término– de los periodistas con formación de grado y pregrado, egresados de escuelas y facultades de comunicación y periodismo en sus distintas vertientes, que trabajan en tres diarios de la ciudad de Córdoba. Se busca conocer qué entienden por periodismo y qué tipo de ejercicio profesional valoran. Se tienen en cuenta además aspectos estructurales como la posición en el campo, especialmente el polo en que se sitúan.

Los resultados expuestos, incluidos en una investigación de mayor envergadura, dan cuenta de la mirada de los periodistas sobre la incidencia de la empresa en la tarea en las redacciones, de la posición del periodista en su lugar de trabajo y en el campo general, y del atravesamiento de cuestiones como el periodismo digital, entre otras.

A los fines prácticos, se espera contribuir a la discusión en el marco del diseño del nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC.

Abstract

The intersection between the representations about what is expected of a professional in communication, the traditions of the disciplines and professional practices, and the interests involved in an educational organization and macro organisms which it depends, affects, among other aspects, the formulation of curricula in communication studies.

For this reason, within designing an educational plan for future communicators it is necessary to consider the status of the professional field as well as projecting the current emerging professional practices.

Focusing on the written press field, in this presentation some perceptions -in the bourdesiano sense of the term- of the journalists with training degree and undergraduate, graduates of schools and faculties of communication and journalism, working in three newspapers in the city of Córdoba, are described. The study is to provide knowledge about what the graduate mean by journalism and what kind of professional practice they value. In addition structural aspects such as the position in the field, especially the polo in which are located are taken into account.

The results presented, included in a larger research, realize the journalists view toward the company's influence on the tasks in the press rooms, the position of the journalist at his workplace and in the general field, and issues involved, such as digital journalism, among others.

For practical purposes, is expected to contribute to the discussion in the context of the new curriculum development for bachelor degree in communication at Escuela de Ciencias de la Información, UNC.

Palabras Clave: periodismo gráfico, ejercicio profesional, percepciones, formación universitaria.

Key Words: written press, professional practice, perceptions, university education.

1. Introducción

La prensa gráfica diaria en la ciudad de Córdoba posee algunas características distintivas, como la notoria predominancia de un único medio –La Voz del Interior– que además integra el principal grupo económico-mediático nacional; y la existencia de uno de los pocos diarios cooperativos del país –Comercio y Justicia–.

En este trabajo se exponen percepciones –en el sentido bourdesiano del término– de egresados de facultades de comunicación y periodismo que integran las redacciones de alguno de esos periódicos y del Hoy Día Córdoba.¹ Estos medios pueden caracterizarse dentro del campo del periodismo gráfico cordobés como los diarios dominante, especializado y estructurado en torno a la opinión, respectivamente.

Se trata de conocer qué entienden por periodismo y qué tipo de ejercicio profesional valoran los egresados-periodistas gráficos. En este sentido, y siguiendo la línea de Bourdieu que desarrollamos en un trabajo previo, consideramos a las percepciones expresadas en sus testimonios como manifestación de sus esquemas mentales. “El sistema de preferencias y puntos de vista de un agente –semejante al de otros agentes situados en condiciones similares- corresponde a condiciones de existencia, por lo tanto, a condicionamientos económicos y sociales que imponen tales esquemas.” (Bourdieu, 2004:112) Estas disposiciones son productoras de prácticas.

Justamente, las prácticas periodísticas son generadas por los modos de funcionamiento y las lógicas del campo periodístico, por su historia y desarrollo, pero asimismo por las disposiciones de los propios profesionales forjadas a su vez por las condiciones de existencia del periodista en la sociedad en general y en el campo periodístico en particular. De esta manera, las disposiciones varían según la posición de los agentes y sus intereses y capital asociados a esa posición, así como la trayectoria que ha llevado a esa ubicación. El *habitus* o sentido práctico hace que un sistema de disposiciones esté ajustado a un campo determinado; un periodista posee una propensión a actuar de ciertos modos (en virtud de creencias, ideas, técnicas, tipos de conducta), que cumplen con los requerimientos del ejercicio profesional y que los ubica en posiciones específicas dentro del campo periodístico. En la combinación entre el funcionamiento del propio campo y su incidencia en los periodistas, y ciertas posibilidades subjetivas de tomar decisiones o concebir estrategias en situaciones dadas, a partir de los propios esquemas de entendimiento y acción, se construye la

¹ Utilizaremos las siglas LVI, CYJ y HDC.

producción informativa. Cabe aclarar que la formación y la titulación de grado o pregrado en universidades o institutos terciarios de comunicación y periodismo integran las experiencias, el recorrido vital y el capital cultural de los periodistas objeto de esta presentación.

2. Aclaraciones metodológicas

Los datos de carácter estructural así como los subjetivos se obtuvieron especialmente a través de entrevistas semi-estructuradas a los periodistas; y de modo complementario, mediante la observación directa simple realizada durante la situación de entrevista.

En CYJ y HDC se entrevistó a todos los egresados de carreras de comunicación y periodismo que integran las redacciones. En cuanto al diario dominante -que cuenta con 60 periodistas aproximadamente-, se tuvo la precaución de que la muestra estuviera integrada por profesionales de distintas posiciones y trayectorias, lo que se fue configurando mediante información sobre el puesto ocupado en la estructura de categorías periodísticas, la sección a la que pertenece, la relación contractual con la empresa, etc. Se utilizó el muestreo por redes.²

De las entrevistas, la información se obtuvo de modo directo cuando fue expresada explícitamente por los entrevistados o bien se pudo inferir de sus expresiones y el sentido de sus palabras, tomadas en la integralidad de las conversaciones. Algunas de las apreciaciones y datos objetivos no fueron originados en un interrogante específico, sino indirectamente derivados de otras preguntas, como un tema emergente. Por ejemplo, no se consultó “qué es el periodismo para usted”. La definición surgió a partir de otras preguntas, de modo inductivo por lo que dijeron los datos.

3. Análisis y resultados

Tomando como base la historia del campo periodístico elaborada en una investigación anterior y los datos y percepciones de las entrevistas, en el análisis se agrupó a los profesionales por características semejantes referidas a su posición en el diario y en el campo, su recorrido profesional, y sus puntos de vista. Las categorías se designaron utilizando expresiones de la jerga de los periodistas, o provenientes de la

² Se entrevistaron a 4 egresados-periodistas en HDC, 11 en CYJ, y 11 en LVI.

interpretación teórica. Por ejemplo, los “Mandos medios con chapa”, los “Recién llegados”, los “Freezados”, el “Dominante entre los dominantes”, los “Editores partícipes de la cooperativización”, los “Redactores de la planta vieja”, el “Productor de primicias”.

Es conveniente señalar que cada integrante de un campo posee un interés específico y ciertas disposiciones, y participa de relaciones de fuerza; todo ello de acuerdo a su posición. Por lo tanto, deseará conservar o transformar el campo, cambiar o no su posición. (Bourdieu, 1991, 2003, 2004) En los grupos constituidos, algunos editores y jefes tienden a conservar su posición en el campo; los recién llegados y los freezados por el contrario tienden a modificarla. De allí que ante intereses contrapuestos se produce la “lucha” por conservar o modificar la posición.

Por sus posiciones en el campo de cada diario y en términos de Bourdieu, distinguimos entre Dominantes y Dominados, que a su vez poseen sus dominantes y dominados.³ Existe un solo Dominante entre los dominantes (D/D) (en LVI); todos los mandos medios son dominantes entre los dominados (D/d) –a excepción de los editores de HDC; y el resto son dominados entre los dominados (d/d).

A los fines de esta presentación, se han seleccionado dimensiones referidas al ejercicio profesional, al campo periodístico gráfico y a aspectos organizacionales del medio en que trabajan los periodistas entrevistados, en tanto inciden en la tarea periodística.

2.1 Organización periodística donde trabaja

CYJ

³ Se expresan con las abreviaturas D/D (Dominante entre los dominantes); D/d (Dominante entre los dominados); y d/d.

Gráfico 1. CYJ –Organización periodística donde trabaja



Entre las tres definiciones que proponen los periodistas-egresados sobre el diario existe un equilibrio, sobresaliendo por escaso margen la caracterización como “cooperativa de trabajo”.

Entre los dominados entre los dominados (d/d), unas respuestas características son las siguientes:

“Al ser un diario chico uno colabora de todo, uno desarrolla los temas que le interesan. (...) No tantas reuniones de redacción. Acá hay poco tiempo y todo se hace más rápido y sobre la hora porque hay menos recursos humanos que en otras redacciones, pero siempre hay un tiempo para debatir y para compartir, para decir ‘mirá, este tema yo creo que hay que seguirlo así y así...’(...) Toda la gente comparte su conocimiento y tratan de ayudar a los que recién nos iniciamos o a los más jóvenes.”(CYJ-F)

“Yo creo que laburar en este formato de medio bajo la figura de cooperativa de trabajo [con relaciones más horizontales y directas] permiten un lugar más que interesante entre compañeros y editores. Que yo a veces lo rescato mucho por haber pasado por otras situaciones de mayor competencia, a lo mejor. (...)

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Esto es nuestro, tampoco tenés el temor de que vayas a perder el puesto de trabajo, tu laburo, porque somos socios. Hay como otro “descanso”, ¿entendés?” (...)Con sus cosas, no? (sonrisas), que tiene una cooperativa de trabajo, que también implica remar mucho.”(CYJ-G)

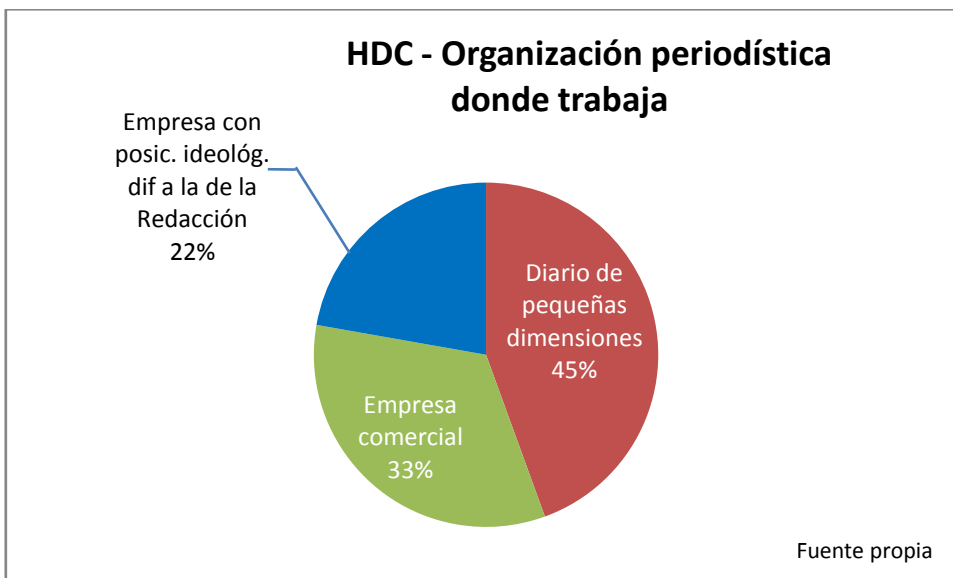
Quienes participaron del proceso de cooperativización, entre ellos, todos los editores, destacan que se trata de una “cooperativa de trabajo” y un “diario especializado”. Dos D/d consideran:

CyJ tiene su lugar tradicional (...). Tiene más de 70 años como diario de información especializada. Así nació y así sigue.”(CYJ-C)

“Si me dijeran: ‘Mirá, trabajás esto en LVI, escribís esto en LVI, tenés tal prestigio en LVI, tu nombre arroba LVI’, y estás en CyJ, que es cooperativo, tiene este proyecto..., yo cierro los ojos y me quedo. Es la elección que hago permanentemente.”(CYJ-H)

HDC

Gráfico 2. HDC –Organización periodística donde trabaja



**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Todos los egresados definen al diario por su tamaño, como “un medio chico” o de pequeñas dimensiones. Es posible asociar esta perspectiva con otras características percibidas: las limitadas condiciones materiales en las que ejercen su tarea, y la escasez de personal, lo que para la mayoría de ellos no permite avanzar más hacia la calidad en la que están interesados. También se asocia con una notoria comparación con el diario dominante del campo, LVI, el que para ellos tiene más recursos, acceso a fuentes y alcance en la sociedad –aunque no mejor contenido.

La mayoría destaca que HDC es una empresa comercial, cuyo propietario mayoritario posee un interés exclusivamente económico, lo que provoca las limitaciones mencionadas y casos directos de censura. Por último, dos de los egresados periodistas creen que el posicionamiento ideológico de los propietarios principales es diferente al de la redacción.

En ninguno de los restantes medios se hace referencia a una tensión ideológica entre dueños y periodistas.

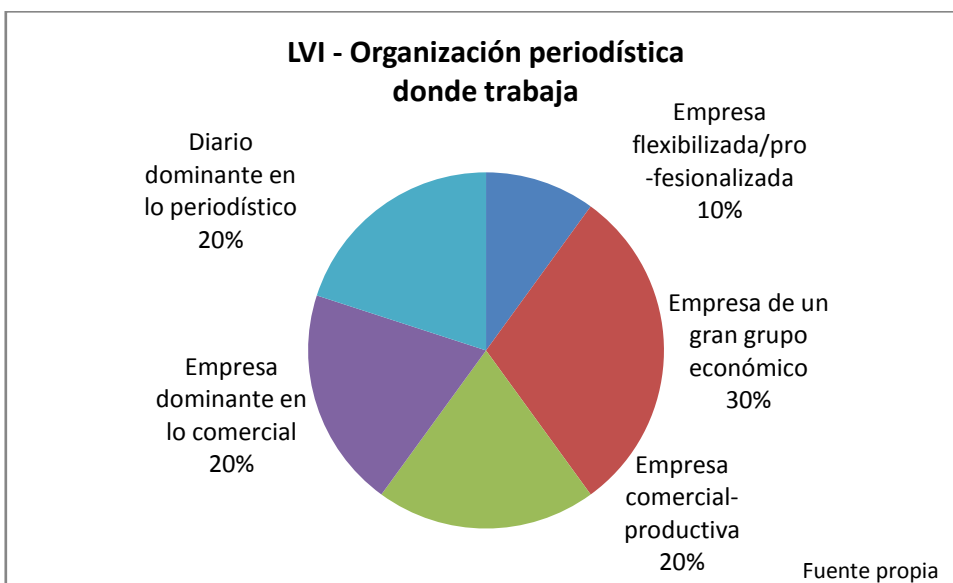
d/d:

“HD es un diario pequeño que no puede tener grandes aspiraciones, pero dentro de lo limitado que es, ha venido trayendo algunas cosas interesantes, ha venido creciendo, pero se ha estancado hace tiempo.”(HDC-A)

“La presión vino por la publicidad oficial: ‘Levántenme esa columna o no reciben más publicidad de Lotería de Córdoba’, era. Tuve que ir cediendo, cediendo, cediendo, hasta que dije en un momento dado: ‘Yo no quiero seguir escribiendo sobre esto’, que era irme al otro extremo de elogiar a la gestión del gobernador.”(HDC-B)

LVI

Gráfico 3. LVI –Organización periodística donde trabaja



Si bien hay varias definiciones sobre la organización en la que trabajan estos egresados, la mayoría se asocian a aspectos económicos y comerciales: “Empresa comercial-productiva”, “Empresa de un gran grupo económico”, “Empresa dominante en lo comercial” (total del 70% de las respuestas). Otro aspecto que se vincula con decisiones económicas principalmente es la caracterización como “Empresa flexibilizada-profesionalizada”, lo que implica una racionalización del trabajo en vistas a los resultados. Finalmente, el 20% restante se refiere a “Diario dominante en lo periodístico”. A la vez, la idea de *predominancia* ya sea en lo económico como en lo periodístico está presente en el 70% de las respuestas.

2.2 Oportunidades de trabajo en el campo periodístico gráfico

De los periodistas-egresados que se refirió espontáneamente a este tema, ninguno considera que la demanda laboral en los diarios cordobeses sea mucha o suficiente, sino “poca” o “alguna”, especialmente “poca” para más de la mitad en LVI (57%).

Unificamos las percepciones de los periodistas de los tres diarios en estas respuestas características:

d/d sobre las “Pocas oportunidades”:

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

“En Córdoba somos muchos periodistas y hay pocos medios gráficos. O sea que más allá de trabajar en un medio u otro, uno se tiene que sentir privilegiado y agradecido de estar en un medio gráfico.”(CYJ-K)

d/d recién llegado a LVI:

“Ojalá existieran más medios de esas dimensiones parecidas a La Voz, que pudieran generar trabajo a la cantidad enorme y gente muy, muy valorable, eh, desperdiciada y que laboralmente no ha tenido la oportunidad. Córdoba sigue teniendo mucho de pequeño círculo de periodistas, de relaciones. Yo siempre lo comparo con una calesita, los que están arriba en el caballito, en el autito, y un enorme número de chicos y chicas mirándolo desde lejos.”(LVI-A)

d/d freezado en LVI:

LVI no tiene competencia. Lamentablemente. Para nosotros como laburantes. Porque vos podrías pretender más cosas, podrías exigir más cosas. Ahora acá mal y pronto si vos planteás algo te pueden decir: ‘Bueno, andá a laburar a La Mañana’....”(LVI-J)

El D/D de LVI es el único con respuesta diferente:

“...si sos bueno en lo que hacés vas a tener ofertas, si sos mediano, no. La convicción [...] no está puesta en el medio, sino en el tipo que va a ocupar un lugar.”(LVI-G)

Gráfico 4. CYJ –Oportunidades de trabajo

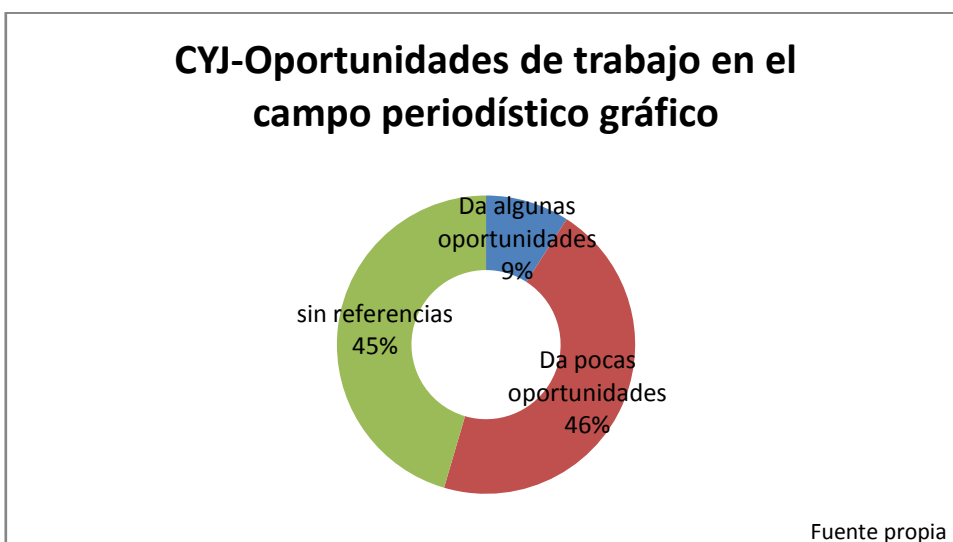


Gráfico 5. HDC –Oportunidades de trabajo

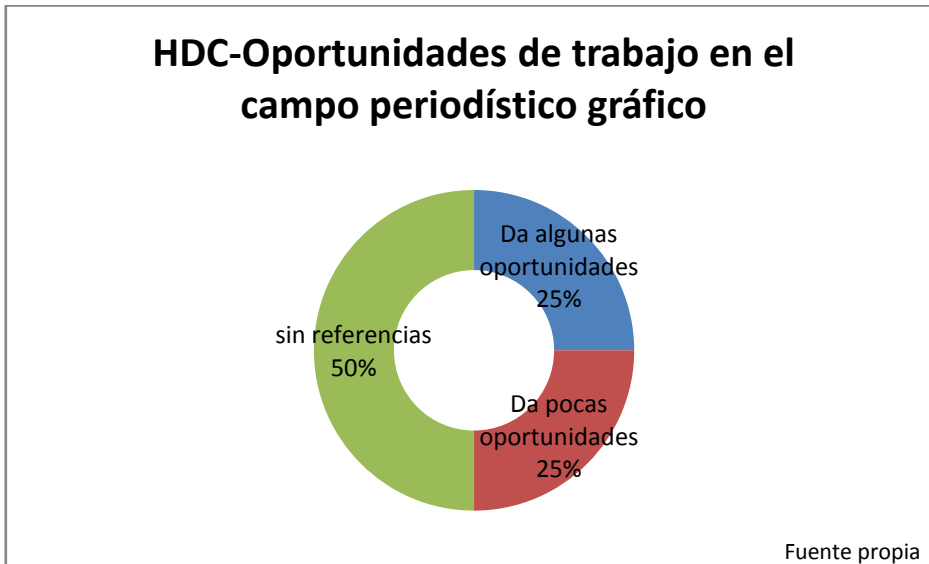
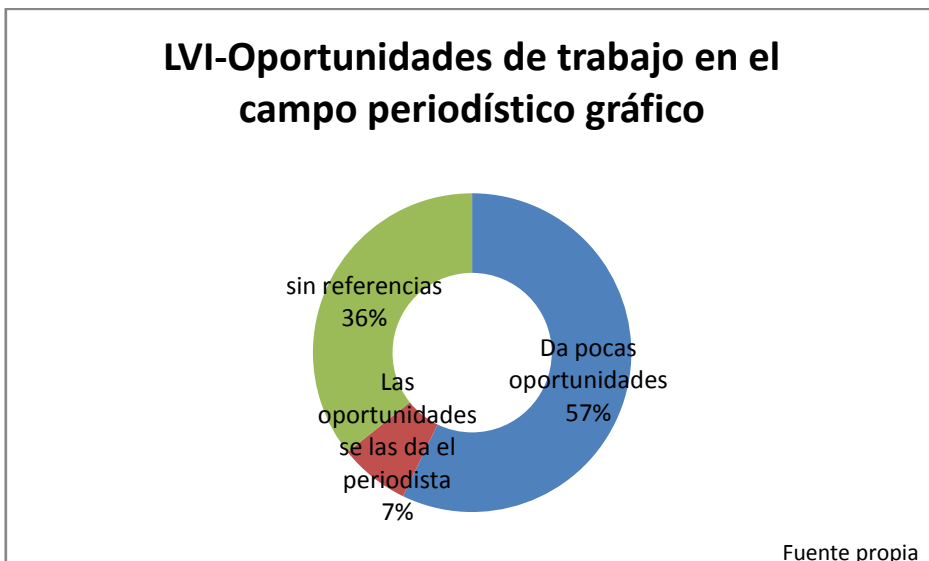


Gráfico 6. LVI –Oportunidades de trabajo



2.3 Prestigio en la profesión (dentro del periodismo gráfico diario)

La consulta sobre el prestigio está asociada con el capital simbólico propio de los campos de producción cultural, que “como capital de reconocimiento y consagración, institucionalizado o no”, puede ser acumulado por periodistas o medios e incide en las posibilidades de ejercicio profesional (adaptado de Bourdieu, 2004).

CYJ

Gráfico 7. CYJ – Prestigio en la profesión



Se manifiesta un cierto equilibrio entre las respuestas que consideraron que da prestigio trabajar en el diario dominante del campo, y las respuestas que indicaron que el propio medio CYJ da prestigio, lo que indica una buena recepción en la sociedad y en las fuentes de información tanto del diario dominante como del propio medio.

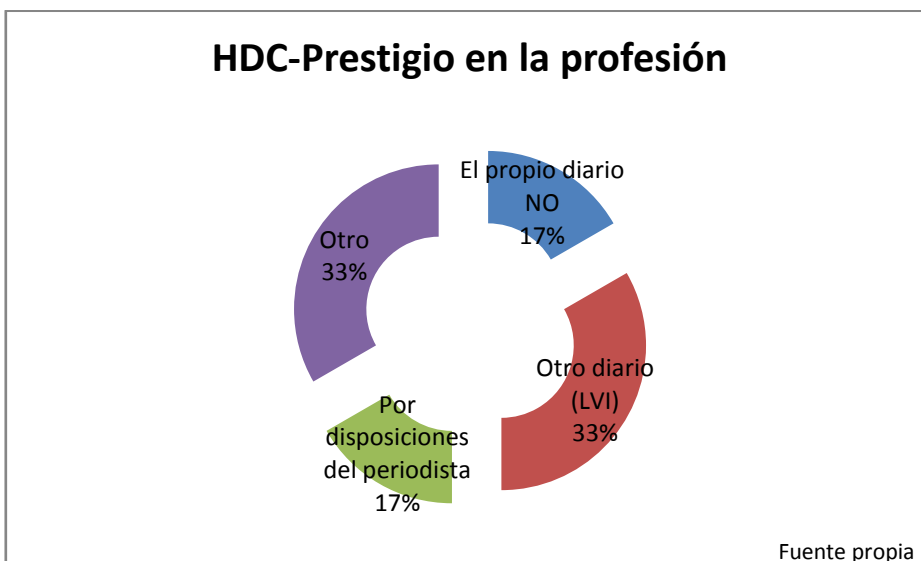
D/d

“Somos todos beneficiarios del prestigio que tiene el diario: cuando uno se presenta en todos lados y dice ‘soy periodista de Comercio y Justicia’ es bien recibido.”(CYJ-C)

“Lo que sí es cierto es que LVI te da una chapa. Hemos tenido gente que se ha ido aún ganando menos allá, por la chapa y por la carrera a futuro. Ahí se ve el individualismo del periodista.”(CYJ-D)

HDC

Gráfico 8. HDC – Prestigio en la profesión



Ninguno considera que trabajar en el propio medio dé prestigio a sus periodistas. Indirectamente, algunos d/d relacionan la falta de reconocimiento o “chapa” del propio diario y en general de los periodistas, con la obtención de información:

“Tenés que pelear el doble para conseguir información. La mayor limitación viene por el lado de la primicia. (...) Yo puedo llegar a acceder a cualquier personaje, funcionario, pero la primicia va a LVI. Definitivamente.”(HDC-B)

LVI

Gráfico 9. LVI – Prestigio en la profesión



9 de los 11 egresados-periodistas (56% de respuestas), creen que el propio diario da prestigio. Ningún periodista considera que otro diario del campo lo otorgue. A diferencia de los otros dos medios, en LVI muchas respuestas aluden a otro origen del prestigio, en especial la trayectoria personal, la actitud o responsabilidad del periodista.

Entre los d/d y D/d dos respuestas características son:

“[Decidí quedarme en LVI] porque es el medio más importante del interior del país... el más sólido. Es una chapa que te pone en un nivel realmente diferente a cualquier otro medio de Córdoba.” (freezado con 20 años de contrato)(LVI-I)

“Yo creo que trabajar en La Voz da prestigio, a mí me gusta. (...) Es como si vos jugás en Boca y te dicen: ‘bueno pero Boca gana la mitad de los partidos por los árbitros’. Bueno, yo no tengo la culpa, yo juego ahí (risas). ¿Me entendés?”(LVI-E)

D/d:

“Es muy difícil la generalización; yo creo que hay tipos muy talentosos acá en esta redacción y tipos que son bastante chatos –o que somos. Y en otros diarios de mucha menor escala de redacción también se da lo mismo. (...) Todavía el periodismo es una profesión que conserva la posibilidad de sobresalir –o no– en base a las individualidades.”(LVI-C)

2.4 Condición del periodista

A partir de las respuestas obtenidas, fue posible una distinción entre “trabajador”, “asalariado” y “profesional”.

Trabajador es aquel que percibe que posee derechos en tanto parte de un colectivo, y considera que ese colectivo debe defender esos derechos.

Asalariado indica una prevalencia de la relación de dependencia con la empresa y la sujeción a sus normas laborales en el proceso de trabajo.

Profesional señala la posesión de una formación y saber técnico específicos –es decir, una cualificación que habilita para el ejercicio profesional- y cierta autonomía en la producción de información en virtud de esas competencias.

Unificamos las respuestas características para los tres medios:

D/d en CYJ, como trabajador:

“Entendiendo como condiciones laborales al conjunto de beneficios o de condicionamientos que hacen al trabajo, no solamente el salario, sino respeto, dignidad, comunidad, confort, respeto de la individualidad, de la autonomía de la persona, yo creo que ninguno ofrece lo que nos ofrece a nosotros este diario.”(CYJ-C)

d/d en HDC, como profesional y a la vez asalariado:

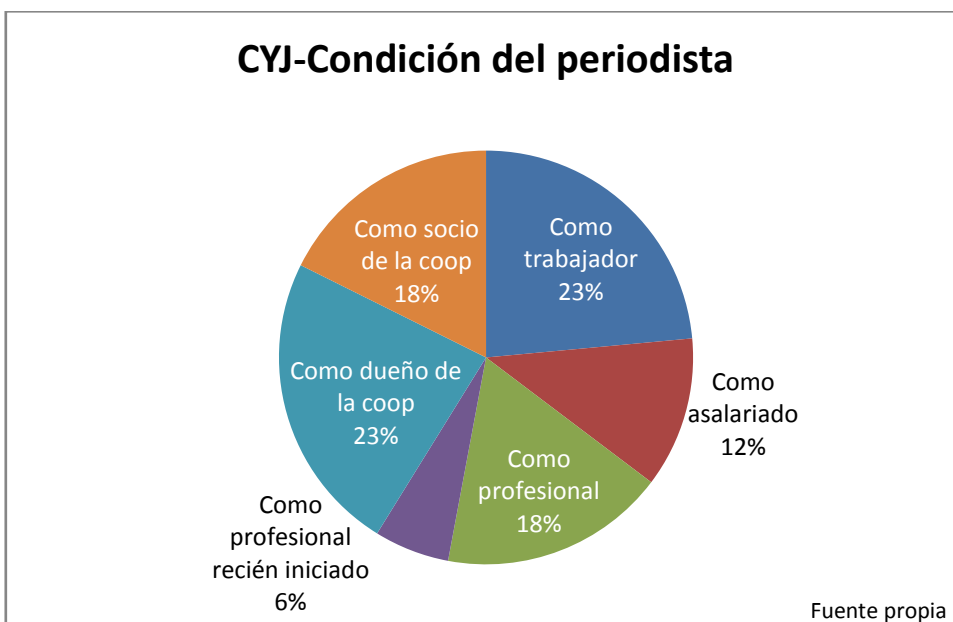
“Digamos, uno tiene que poner una vocación distinta a la que hay en otras profesiones, así que tampoco uno puede aspirar a hacer plata en el periodismo. Simplemente vivir dignamente.”(HDC-A)

d/d en LVI, periodistas como asalariados:

“[Luego de la compra del diario, los propietarios actuales] hicieron un ajuste, eh... lento, sistemático, de a poquito, que nunca corrió sangre, o nunca se vio que corriera. Lo hicieron con guante blanco y se fue acomodando de a poco. Además fijate vos ahí, se fueron por retiro voluntario, jubilación y demás, muchísimos de los jerárquicos importantes, lo que motivó un corrimiento de gente de ‘la tropa’ que ocupó cargos superiores, lo cual hizo que mucha gente se sintiera cómoda, porque si te están promocionando y entonces ganás más plata... Entonces una cosa fue compensando la otra: en ese aspecto no hubo mayores problemas.”(LVI-E)

CYJ

Gráfico 10. CYJ – Condición del periodista



En este medio aparece la consideración de miembro de una cooperativa.

D/d:

“Soy dueño, yo no soy empleado de nadie. Yo me siento dueño de mis actos, de mis decisiones, de mis opiniones también, y dueño de mi trabajo.”(CYJ-C)

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

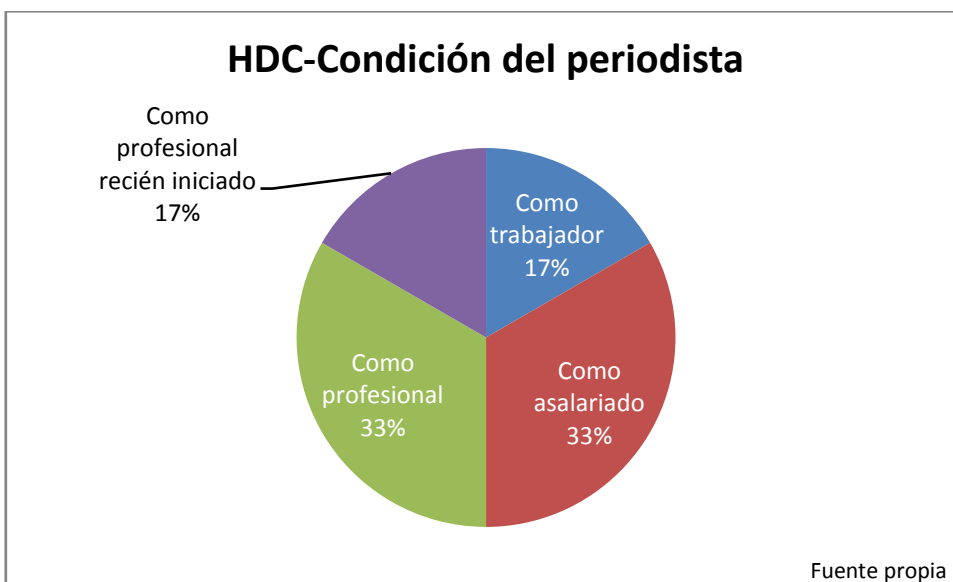
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Una Recién Llegada (d/d) contrapone el rol de empleada –al que dice, está “acostumbrada”- al actual de socia, que considera hay que ir ejerciendo.

“[...] se ven las cosas desde otro lugar. Como empleado, se crea inevitablemente una distancia con los jefes, con los dueños de las empresas, uno exige. (...) Y en este punto [en la cooperativa] ‘bueno, vos exigís, bueno, proponé. (...)’. Todo está abierto a nuevas propuestas, nuevos proyectos. Y esa es una característica de todos los que trabajamos acá, de querer mejorar, de apostar a esta forma de trabajo. A mí me gusta, hasta ahora, por lo menos.”(CYJ-L)

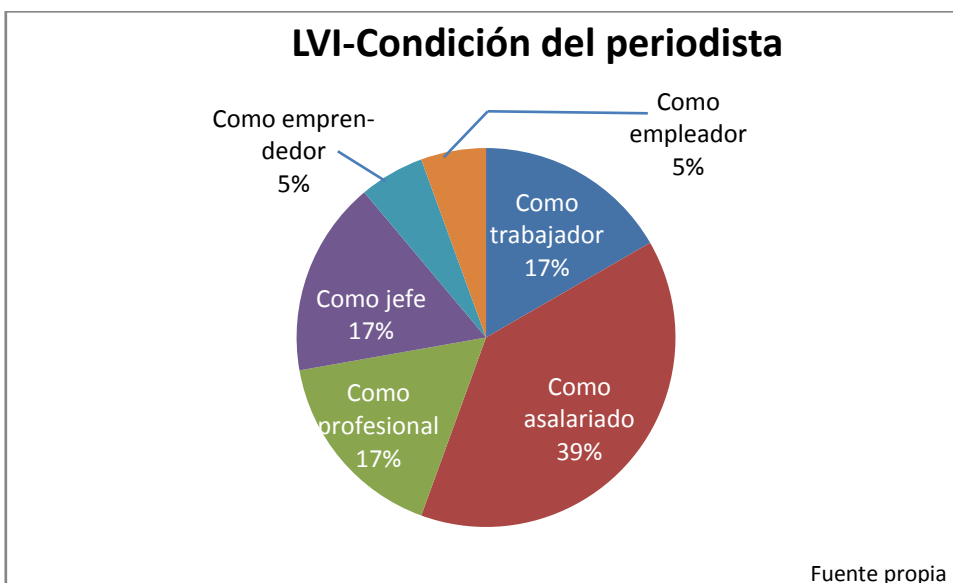
HDC

Gráfico 11. HDC – Condición del periodista



LVI

Gráfico 12. LVI – Condición del periodista



Este es el único de los tres medios en el cual algunos de los periodistas se consideran como jefes, a pesar de que en todos los diarios existen las funciones y cargos de edición. Probablemente se deba a que es donde más cabalmente se ejercen esas funciones tradicionales de la gráfica. Quien ocupa una posición dominante (D/D) se percibe como empleador; y el freezeado con 20 años de contrato (d/d), como emprendedor o autogestor de su trabajo (“empresario de la comunicación”).

2.4 El periodismo

En cuanto a las percepciones sobre la profesión sobresalen definiciones y características que habitualmente valoran quienes están ubicados en el polo cultural del campo periodístico –ocupan las primeras cinco columnas en cada gráfico.

Especialmente en CYJ aparece una preocupación por las condiciones laborales – principalmente salariales– en el periodismo gráfico diario, en consideraciones como “profesión precarizada”, “profesión gratificante pero mal paga” y “profesión relacionada con intangibles”.

En cuanto al periodismo como pasión o vocación, una d/d expresa:

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

*“Creo que si tenés vocación y te quedaste sin trabajo y te dan trabajo en un
diario por más que sea el que no quieras, tenés que estar agradecido.”(CYJ-L)*

La mayoría de los Recién Llegados y Freezados (d/d) relacionan su caracterización del periodismo con el mercado laboral.

*“Nosotros nos ocupamos de cubrir la precariedad laboral de todos [los
trabajadores de distintos sectores] y no cubrimos la nuestra. En ese sentido
(...) creo que la profesión tiene un estado de precarización laboral y de
flexibilización muy importante, muy importante.”(CYJ-G)*

La mayoría de los D/d entiende al periodismo en relación con la calidad profesional, lo que se observa indirectamente en esta respuesta, en la que, unida a otras percepciones del mismo periodista, se valora la calidad a través de la obtención de información y la investigación:

*“La Voz hay días que es pobrísima en información. Digo, teniendo en cuenta
que tiene una redacción monstruosa. Más que duplica, tiene muchos medios,
tiene todo, y vos decís, cómo puede ser que nosotros [en su sección] le
[‘ganemos’, con expresión soez equivalente] con dos o tres o cuatro
informaciones...”(CYJ-E)*

Gráfico 13. CYJ HDC – El periodismo

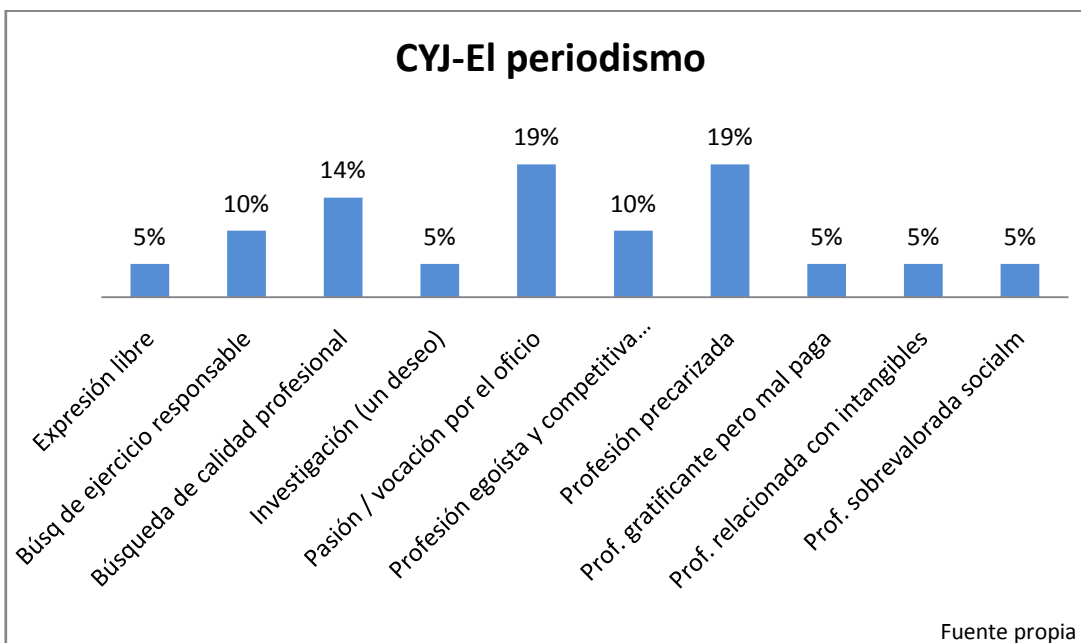
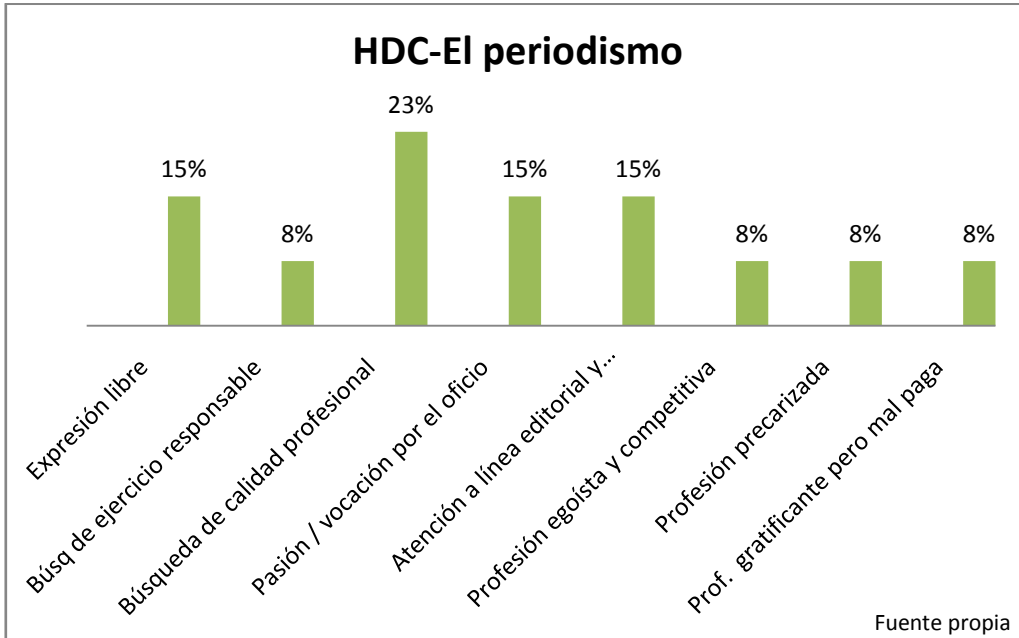
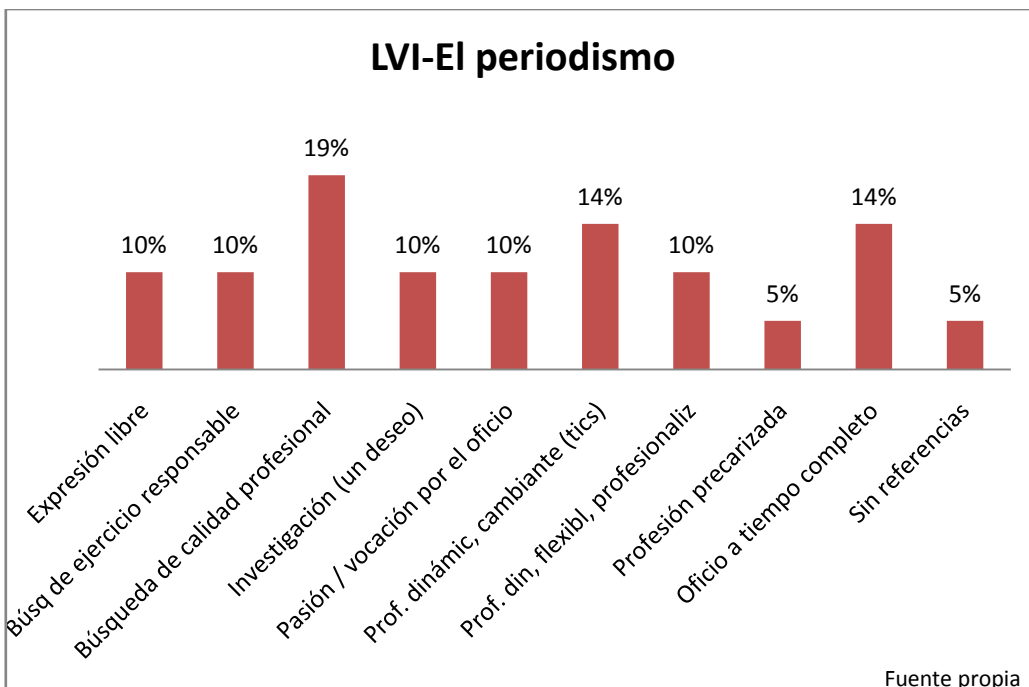


Gráfico 14. HDC – El periodismo



LVI

Gráfico 15. LVI – El periodismo



En este diario se incluyen definiciones del periodismo no contempladas en los otros dos medios: “Profesión dinámica y cambiante”, debido a la influencia de las TICs; “Profesión dinámica, flexibilizada y profesionalizada”, que hace referencia a la racionalización del trabajo, al rendimiento laboral, al incremento de funciones y tareas, entre otros aspectos; y “Oficio a tiempo completo” con la idea del trabajo las 24 horas. Estas tres concepciones del periodismo son sostenidas por Editores o mandos medios con chapa y por el Dominante entre los dominantes, incluyendo a un Recién Llegado en el dinamismo y cambios que supone el mayor uso de TICs.

Valores y aspectos relacionados con el modo en que se definen a sí mismos en el campo profesional

En las definiciones que realizan de sí mismos, los periodistas ponen en juego aspectos estructurales relacionados con su posición y el capital del que disponen. También aparecen las disposiciones y esquemas del habitus asociado a su posición, a su recorrido profesional, y al campo periodístico gráfico. Algunos valores y aspectos generalmente positivos que destacan al definirse a sí mismos son “pasión o gusto por la profesión”, “especialización”, “formación permanente”, “adaptación a las condiciones materiales”, “etapa de aprendizaje o crecimiento”, “antigüedad, cargo o función”.

El periodismo digital

Pocos de los egresados-periodistas consultados se refieren al periodismo digital. En HDC lo hacen para indicar que usan internet como fuente de información. En LVI, que posee una edición digital y cuyas redacciones “papel” y “web” comparten el espacio físico de trabajo, algunos d/d lo mencionan en distintos sentidos: la existencia de un perfil nuevo de periodista, “más rendidor, que produzca mucho, no necesariamente con suficiente calidad”; el enfoque en un nuevo mercado “porque el de papel ya lo tiene asegurado”; la posibilidad de captar lectores jóvenes. El D/D se explaya en el concepto de integración de las dos redacciones y en “dejar de ser un diario para pasar a ser un proveedor de contenidos multiplataforma”.

4. A modo de conclusión

El periodismo es un *campo de producción cultural*. Como tal, sufre la tensión entre el poder económico y el simbólico, incluso con mayor fuerza que otros campos culturales. En general, los productos periodísticos son elaborados dentro de empresas comerciales cuyo objetivo principal es el beneficio económico. En nuestro caso, en dos de los diarios los periodistas destacan las características comerciales de las empresas donde trabajan. Por una parte, en LVI además de la definición como empresa comercial y su pertenencia a un gran grupo mediático, algunos periodistas han aludido a la vinculación entre el departamento de Marketing de la empresa y algunas secciones de la redacción, así como a la habilidad para la gestión empresarial estratégica con la creación del Día a Día entre algunos ejemplos. Por el otro, en el HDC los periodistas de menor rango perciben una fuerte dicotomía entre la postura ideológica del principal propietario del medio y la línea editorial de la redacción, así como la influencia de los anunciantes –principalmente el gobierno provincial– que llevaron a casos evidentes de censura. De todos modos, los mecanismos con los que se busca el logro económico no son lineales ya que para obtenerlo en muchos casos son importantes los valores simbólicos asociados a un medio de comunicación, como la trayectoria o la seriedad.

En este marco, el grado de autonomía de un periodista depende del grado de concentración de la prensa (concentración que incrementa la inseguridad del empleo), de la posición de su periódico en el espacio de los periódicos (más o menos “comercial” o “intelectual”), de su posición en el medio, y de su capacidad de producción autónoma de información. En el caso de los periodistas-egresados, un número importante manifiesta atención a las escasas oportunidades laborales, simbólicas y por lo tanto, de poder que ofrece el campo, así como a la fuerte posición dominante de un único diario por encima del resto, lo que incide incluso en el acceso a las fuentes, como se ha expuesto en el caso del HDC y como notan los propios periodistas de LVI cuando consideran que “la puerta se abre sola” al mencionar al diario, las fuentes “te buscan sin que las vayas a buscar”. Por el lado de CYJ, la mayoría de los periodistas defienden el modelo cooperativo por diferentes razones, entre ellas el buen clima laboral y la horizontalización de las relaciones entre jefes y redactores así como el trabajo sin demasiadas presiones y la definición de la línea editorial por los propios periodistas.

Por otra parte, existe una pérdida de autonomía por limitaciones de distinto tipo: por un lado, las inherentes al objeto del campo: la noticia tiene altos grados de obsolescencia y por ello pesan las limitaciones del tiempo, en tanto que el tamaño y cantidad de páginas marcan los límites espaciales; otras limitaciones al estilo y la línea editorial del medio a seguir; en el caso concreto de HDC especialmente y algo en CYJ se lamentan de la escasez de periodistas en la redacción y de las condiciones de infraestructura y otros recursos para acceder y producir la información; y se

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

manifiesta la autocensura de algunos periodistas frente a los lineamientos editoriales y al contexto de gran precariedad laboral en la profesión que promueve el temor a la exclusión; finalmente, está presente la censura económica de anunciantes de peso, entre los que se incluyen los gobiernos de turno.

Bourdieu sostiene que en “el mundo del periodismo, las tensiones son muy fuertes entre quienes desearían defender los valores de la autonomía, de la libertad respecto de las exigencias de la publicidad, de las presiones, de los jefes, y quienes se someten a esas exigencias y son pagados por ello en justa compensación.” (Bourdieu, 2003:51) Se sitúan, entonces, más cercanos al polo cultural o al polo comercial del campo, más o menos adaptados a las exigencias empresariales, como sucede con el segundo en orden de jerarquía en HDC, los mandos medios de LVI, y especialmente el Dominante entre los dominantes de este último diario, quien se sitúa plenamente en el polo comercial. Así es posible, y a modo de claro ejemplo, que en un cambio de estrategia y relaciones de fuerza, un periodista de LVI que fue delegado sindical e incluso despedido de otro medio décadas atrás por razones gremiales, describa en detalle el modo en que se achicó la redacción casi a su mitad y la acción de “la propia empresa [que] va generando estrategias para ir dividiendo, ir separando, y para ir disminuyendo la presencia del gremio” y que posteriormente mencione que él es uno de los redactores mejores pagos: “Con respecto a los redactores, por diferentes motivos hay quienes tienen extensiones horarias más grandes, que es una forma de distinguirlos, digamos. El caso mío es uno de ellos; yo soy uno de los mejores pagos. Pero no hay demasiada diferencia; tiende a achicarse.”

También la distancia entre el polo cultural y el económico se expresa entre quienes poseen posiciones bajas o menores en el campo, y quienes ocupan cargos jerárquicos más elevados, más cercanos a la visión empresarial (Bourdieu, 2003). Si nos detenemos en qué entienden por periodismo los egresados-periodistas de los tres diarios cordobeses analizados, muchos destacan su interés por la posibilidad de expresarse libremente, por cuestiones relacionadas con la responsabilidad y la calidad en el ejercicio profesional. El Dominante entre los dominantes, quien sigue la lógica empresarial, habla de profesión dinámica y “profesionalizada”, se muestra alineado con la política de expansión de la empresa y se enorgullece de haber participado en el proceso de creación del segundo diario del grupo Clarín en Córdoba (Día a Día). No se refiere a la profesión en sus facetas de mediación entre los acontecimientos y la sociedad, ni de cuestiones éticas.

El sociólogo francés también expresa que existe una tensión entre lo que demanda la profesión, y las aspiraciones que se adquieren en las escuelas o facultades de periodismo (Bourdieu, 2003:52). Esta misma tensión aparece entre algunos recién llegados consultados. Al respecto, una recién llegada destaca la importancia de la formación universitaria: “Yo creo que la formación académica tiene que estar por más que el periodismo sea un oficio. (...) La realidad es demasiado compleja para hacer solamente una lectura lineal de la cosa. Yo creo que hay que trabajarla, informarla,

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

analizarla desde distintos aspectos. Y eso solamente te lo da la universidad, yo estoy absolutamente convencida de eso. Gracias a la Escuela [de Ciencias de la Información de la universidad pública] hoy estoy acá digamos. No creo que sea suerte nada más”. Posiciones, tensiones, intereses, modos de entender la práctica profesional por parte de egresados-periodistas del campo del periodismo gráfico de Córdoba.

5. Bibliografía

- Bourdieu, Pierre (1991). *El sentido práctico*. Taurus: Madrid.
- Bourdieu, Pierre (2003). *Sobre la televisión*. Anagrama: Barcelona.
- Bourdieu, Pierre (2004). *Cosas dichas*. Gedisa: México.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Grijalbo: México.