

Universidad Nacional de Córdoba

Repositorio Digital Universitario

Control + C, Control + V: proceso de trabajo de los periodistas de medios
empresariales de Córdoba

Josefina Furlani

Facundo Iglesia

Paula Luque

Cómo citar el trabajo:

Furlani, J.; Iglesia, F. y Luque, P. (2018). *Control + C, Control + V: proceso de trabajo de los periodistas de medios empresariales de Córdoba*. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita). Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/6276>

Licencia:

Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional



Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación Social

Trabajo Final de Grado
“Ctrl + C, Ctrl + V: Proceso de trabajo de los periodistas
en medios empresariales de Córdoba”

Autores

Iglesia Frezzini, Facundo Rafael

Furlani Cappelletti, Josefina

Luque, Paula Daniela

Directora

María Ana Mandakovic

Co-Directora

Ximena Irene Cabral

Córdoba, Noviembre, 2017

A nuestras familias, por el apoyo y amor incondicional.

A nuestros amigos, por acompañarnos y alentarnos a seguir

*A nuestra directora y co-directora, por guiarnos en este proceso y brindarnos todo
su apoyo cada vez que sentimos perdernos.*

A todos aquellos que directa o indirectamente nos ayudaron en este camino.

*Agradecemos y reivindicamos a la Universidad Pública y gratuita por brindarnos el
espacio para formarnos tanto profesional como humanamente.*

Abstract:

Esta investigación se propone analizar las modalidades y características que adquiere el trabajo periodístico en Córdoba, en un contexto signado por la convergencia tecnológica, la crisis de los medios tradicionales y los fenómenos de flexibilización laboral.

En este trabajo se refleja tanto el testimonio de periodistas cordobeses entrevistados, como así también el material documental sistematizado a nivel nacional e internacional acerca de los vertiginosos procesos que atraviesa el mundo de la prensa, para poder dar cuenta de los nuevos perfiles laborales que se configuran, como así también la relación con el marco legal que los ampara.

Es una propuesta a reflexionar acerca de las implicancias que los actuales rasgos del proceso de trabajo periodístico imprimen a los derechos laborales adquiridos y, en consecuencia, a la calidad de la información mediática que se produce al interior de los medios con fines de lucro.

INDICE

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 6 |
| 1.1 Descripción y justificación del tema..... | 8 |
| 1.2 Preguntas de investigación..... | 10 |
| 1.3 Objetivos..... | 10 |
| 1.4 Antecedentes de investigación..... | 11 |
| 1.5 Hipótesis..... | 12 |
| | |
| 2.MARCO METODOLÓGICO..... | 14 |
| 2.1 Recopilación de datos: organización y reconstrucción histórico- contextual..... | 15 |
| 2.2Entrevistas: semi estructuradas y focalizadas..... | 17 |
| 2.3 Análisis e interpretación..... | 19 |
| | |
| 3. MARCO TEÓRICO..... | 20 |
| 3.1 El proceso de trabajo según Marx | 20 |
| 3.1.2 La propiedad de los elementos del proceso de trabajo..... | 21 |
| 3.2 El proceso de trabajo en el periodismo: trabajo genérico o autoprogramable | 23 |
| 3.2.2 El objeto del trabajo periodístico: la información..... | 25 |
| 3.2.3 Los medios de trabajo: convergencia tecnológica..... | 25 |
| 3.3 La producción periodística como mercancía..... | 28 |
| | |
| 4. DESARROLLO..... | 30 |
| 4.1Reconstrucción histórica y contextual..... | 30 |
| 4.1.1 El periodismo gráfico en el nuevo siglo y los (no tan) nuevos soportes..... | 30 |

| | |
|--|----|
| 4.1.2 El espacio publicitario en los medios de comunicación..... | 33 |
| 4.1.2.1 La caída en los ingresos publicitarios..... | 35 |
| 4.1.2.2 La repercusión en las redacciones..... | 38 |
| 4.1.3 Capitalismo mediático y corporaciones..... | 40 |
| 4.1.4 Los marcos regulatorios de la profesión..... | 42 |
| 4.1.5 Los medios de comunicación en Córdoba..... | 43 |
| 4.1.6 El CISPREN: la disputa vigente..... | 45 |
| 4.1.7 Contexto laboral de los entrevistados..... | 47 |
| 4.2 Análisis del proceso de trabajo periodístico en Córdoba..... | 52 |
| 4.2.1 Polivalencia funcional..... | 53 |
| 4.2.2 Nuevos roles: apocalípticos o integrados..... | 59 |
| 4.2.3 Relación con la línea editorial: alienación, autocensura y resquebrajamientos..... | 66 |
| 4.2.4 Aceleración del tiempo..... | 75 |
| 4.2.5 Modalidades de contratación..... | 79 |
| 4.2.6 Un sindicato desdibujado..... | 82 |
| 5. CONSIDERACIONES FINALES | 87 |
| 6. BIBLIOGRAFÍA..... | 92 |
| 7. ANEXO..... | 95 |

1. INTRODUCCIÓN

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

Observando algunas estadísticas, vemos que en América Latina, las cuatro mayores empresas de medios son la Rede Globo (Brasil), Televisa (México), el grupo Cisneros (Venezuela) y el Grupo Clarín (Argentina) y sólo entre ellas “retienen el 60% de rentabilidad total de los mercados y de las audiencias (...)” (Alaniz, 2015, p. 32).

A nivel nacional, la mayor circulación de información proviene de grupos de capitales privados. Este panorama se profundizó a partir de 2015, mediante el Decreto Nacional 267/15¹, que modificó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Ley Nacional de Telecomunicaciones (Shmidt, 2017, p. 6). A modo de ejemplo, con el artículo 4 se facilitó la integración de cadenas privadas de televisión y radio, a la vez que se habilitó la eliminación del tope de ciudades donde las operadoras de cable pueden estar desplegadas.

Las estadísticas en el mapa de medios cordobés son igual de preocupantes: las cifras indican que en el año 2013 el 80% de los medios de la provincia estaban en manos de empresas privadas, contra el 12% en control de asociaciones civiles y el 7% de medios públicos (Astudillo, 2013).

En este contexto, hechos concretos como la caída en la tirada de los periódicos más reconocidos, el cierre de algunos medios de comunicación tradicionales, el desarrollo constante de nuevas plataformas web y la desregulación creciente en materia de derechos laborales hace que el panorama actual de los periodistas sea de gran incertidumbre.

Los roles que eran propios del trabajo periodístico ahora se enfrentan con el mismo panorama de indefinición, al modificarse las tareas específicas que cotidianamente debe realizar el trabajador de prensa. En este marco, por lo tanto, los

¹ Fuente digital: https://fisyp.org.ar/media/uploads/regular_files/el-mapa-de-medios-en-tiempos-de-macri-pag-fisyp.pdf

trabajadores no pueden menos que encontrarse interpelados por este escenario de crisis y transformación de los medios de comunicación en particular y del periodismo en general.

Estamos dentro de una era caracterizada por el rol central de la información en el sistema productivo. Los avances tecnológicos, en especial los ligados a las telecomunicaciones, crecen a ritmo acelerado, por lo que muchas herramientas rápidamente parecen quedar obsoletas mientras se incorporan otras.

Actualmente, aparecen interrogantes permanentemente acerca de las posibilidades que brinda Internet para las comunicaciones, qué rol cumplen los periodistas en este nuevo mundo y cómo harán los medios tradicionales para competir con una oferta gratuita y prácticamente ilimitada de información y entretenimiento. Las respuestas aún se hacen esperar.

Atravesados por estas dinámicas, los medios de comunicación deben modificarse y reinventarse, a la vez que la audiencia -que otrora era parte de una relación prácticamente unidireccional con la prensa-, encuentra ahora una forma más inmediata de comunicarse y puede, incluso, constituirse como una fuente de información más para los periodistas. Cabe señalar que el gran caudal de información disponible genera, a su vez, un aumento del trabajo a la hora de recortar y seleccionar los datos confiables - susceptibles de ser tratados periódicamente- de aquellos que no lo son.

Ante un panorama que incluye, por un lado, la reducción de la cantidad de medios y, al mismo tiempo, el constante aumento de la información circulante, cabe preguntarse qué formas adquiere el trabajo periodístico en la actualidad.

El objetivo de esta investigación es recuperar la experiencia de los propios trabajadores para reflexionar acerca del actual proceso de trabajo que implica ser periodista en Córdoba. Esto incluye las actividades, competencias y problemáticas laborales actuales.

Con ese fin, analizaremos entrevistas realizadas a trabajadores de prensa de medios comunicación empresariales o con fines de lucro² de Córdoba que presenten

² Al referirnos a medios con fines de lucro, nos basamos en la caracterización realizada en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que plantea tres grandes sectores posibles de ser prestadores de servicios de comunicación, separados según la forma de gestión y los fines que persiguen. En su Artículo 2, la ley expresa que *“la explotación de los servicios de comunicación audiovisual podrá ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin*

variedad en relación a las tareas desempeñadas y al tiempo de antigüedad que poseen.

En el marco de esta división entre prestadores privados, públicos y privados sin fines de lucro, fue el propio objetivo de investigación el que nos llevó a eximir del análisis a trabajadores de medios del tercer sector por considerar que no son pertinentes para pensar el proceso de trabajo bajo la lógica capitalista.

1.1 Justificación del tema

Manuel Castells ha definido a la Era de la Información como un nuevo paradigma de sociedad, dado en un marco de globalización, de traspaso de fronteras por parte de la fuerza de trabajo, pérdida de soberanía de las naciones, avances en las tecnologías y conflictos sociales (Castells, 1996).

La inmediatez de los sucesos y la sensación de cercanía producto del desarrollo de la informática, del Internet y las telecomunicaciones crearon una nueva forma de percibir el mundo y de consumir información, modificando así las reglas de juego para los medios masivos de comunicación.

El autor señala que “en el nuevo modo de desarrollo informacional, la fuente de la productividad estriba en la tecnología de la generación del conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos”. (Castells, 1996, p. 42).

En este sentido, el nuevo paradigma de sociedad tiene a la tecnología de la información como factor organizador de la vida laboral y social, por lo que “(...) existe una conexión especialmente estrecha entre cultura y fuerzas productivas, entre espíritu y materia” (Castells, 1996, p. 43).

A su vez, el predominio de la información como factor generador de poder pone en funcionamiento estrategias mundiales para monopolizarla y concentrarla en pocas manos. Actualmente, los medios masivos de comunicación se han convertido en grandes “agentes corporativos de información” (Marino, 2009) o “medios masivos de formación de opinión”, que conforman un “capitalismo mediático”, definido como “la construcción de poder basada en controlar, restringir y clasificar

finés de lucro (...)”. Fuente digital: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

los flujos de la información” (Acuña, Rosemberg, Ciancaglini, Lillo, & Vales, 2006, p. 7).

Si bien el fenómeno de concentración capitalista y monopólica de los canales de información no es reciente, se torna fundamental comprender las estrategias actuales que se desarrollan desde los sectores de poder para perpetuarse en su dominio.

El autor Jesús Martín Barbero ha denominado “empresarialización” a estos procesos surgidos al calor de los gobiernos neoliberales de la década del noventa y que consisten en el agrupamiento y realineamiento de medios bajo la forma de “multimedios”, que se posicionaron como “entidades administrativas financieras con una visión de negocios global” (Alaniz, 2015, p. 29).

Según Mastrini y Carboni (2012), estos procesos pueden adoptar diversas estrategias, desde la expansión horizontal (una firma produce variedad de productos dentro de la misma rama), expansión vertical (la misma firma copta las distintas fases de una cadena productiva) o diagonal (la firma amplía las ramas de influencia y diversifica sus productos).

Si partimos desde la Era de la Información, entendida como instancia de profundas e irreversibles transformaciones en el mundo del trabajo y de la comunicación, debemos indefectiblemente esperar “el surgimiento histórico de nuevas formas de interacción, control y cambio sociales”. (Castells, 1996, p. 12).

En este contexto, nuestra tesis aparece como ejercicio para sistematizar e historizar el actual panorama de trabajo en los medios de Córdoba, sin dejar de atender los numerosos factores que determinan y configuran nuestro campo de estudio. Nos paramos desde una perspectiva materialista y crítica, utilizando conceptos y principios de la economía política de las comunicaciones que nos permitan dilucidar las condiciones laborales actuales de los periodistas (Marx, 1867), (Haiquel, 1999), (Mandakovic & Valan, 2012).

Reflexionar sobre tales condiciones se vuelve crucial no sólo para comprender la manera en que la información es administrada y seleccionada para producir noticias, sino también para repensar a su vez la calidad de tal información, que se produce y se transmite a millones de personas que, la mayoría de las veces, tienen acceso a ciertas porciones de la realidad sólo a través de los medios masivos de comunicación.

Creemos firmemente que el acceso a información **plural y de calidad**

robustece la capacidad de los ciudadanos de tomar decisiones fundamentales en un sistema democrático. Por lo tanto, estimamos que la ecuación sería que mejores condiciones laborales hacen a una mejor calidad de información y, en consecuencia, a una mejor y real democracia.

1.2 Preguntas de investigación

¿Qué características adopta el proceso de trabajo actual del periodista de medios de comunicación con fines de lucro en Córdoba?

¿Cuáles son las dinámicas que se generan entre los elementos del proceso de trabajo actual del periodista en estos medios?

¿Están contempladas y de qué manera las expresiones del proceso de trabajo actual del periodista dentro del marco regulatorio del trabajo?

1.3 Objetivos

Generales

- Contribuir a la historización de las dinámicas del trabajo periodístico en los medios de comunicación de Córdoba
- Dilucidar las relaciones de trabajo en la prensa ante el avance de la flexibilización laboral y la convergencia

Específicos

- Caracterizar el proceso de trabajo del periodista asalariado en relación a los nuevos soportes disponibles
- Reconocer nuevas tareas y funciones del periodista en los medios de comunicación con fines de lucro

- Indagar las tensiones y limitaciones que presentan los marcos legales laborales ante estas nuevas tareas

1.4 Antecedentes de investigación

Dentro de las principales publicaciones que analizan los medios de comunicación desde la economía política de las comunicaciones, diversos artículos, ponencias y libros nos han servido de base y ejemplo para afinar el tema de interés y las estrategias a aplicar en función de nuestros objetivos.

Entre las más relevantes, el libro “Pensar el Periodismo” (Lacunza, 2016) constituye un antecedente de investigación muy importante, ya que realiza una descripción actualizada del panorama nacional e internacional dentro de la prensa gráfica, utilizando para este estudio diversas herramientas de trabajo, entre ellas las entrevistas en profundidad con periodistas³.

Otro antecedente pertinente fue “El dilema del trabajo periodístico: ¿trabajadores o vedette?”, una ponencia de María Ana Mandakovic y Alberto Valan anclada en una perspectiva marxista, a partir de la cual se caracteriza la labor periodística dentro de los medios masivos de comunicación⁴ (Mandakovic & Valan, 2012).

Para caracterizar el estado de los medios de comunicación masivos en la Era de la Información, fueron útiles los primeros capítulos del libro “El fin del periodismo y otras buenas noticias” (Acuña et al., 2006), que plantean la crisis del capitalismo mediático en un contexto de transformaciones sociales y tecnológicas.

Por otro lado, en el libro “Periodismo Multimedia: un nuevo paradigma laboral flexible” el autor Mariano Suárez realiza un estudio del marco legal que regula la actividad periodística ante la nueva realidad mediática, tomando en cuenta aspectos como la convergencia tecnológica y el aumento en la cantidad de tareas propias de los periodistas. Como señala el autor, las funciones de los periodistas se

³ En su libro, el autor Sebastián Lacunza plantea que si bien la cantidad de medios impresos se redujo, no cree que desaparezca. Si antes los medios eran importantes para las empresas, ahora los grandes inversores son los gobiernos nacionales de cada país. En este marco, realiza un estudio de caso a nivel nacional entrevistando a periodistas de los medios más grandes del país (Lacunza, 2016)

⁴ A través de los conceptos de proceso de producción, proceso de trabajo y poder, los autores dividen dos tipos de periodistas: los “Trabajadores” y los “Vedette”. Los primeros son periodistas entendidos como obreros asalariados y los segundos son quienes a pesar de ser trabajadores se identifican con los intereses de la empresa (Mandakovic & Valan, 2012)

han vuelto progresivamente más abarcativas y variadas pero la remuneración continúa siendo la misma o, en el mejor de los casos, no es representativa de las verdaderas funciones que actualmente ejercen los trabajadores. Esto, claramente, no es inocente sino que se forma parte de las estrategias que las grandes empresas aplican para abaratar cada vez más costos. Suárez estudia el marco legal que regula la actividad periodística describiendo la nueva realidad, utilizando conceptos como convergencia, polivalencia funcional y concentración mediática (Suárez, 2012).

En el artículo “Los equívocos de la convergencia”, perteneciente al libro “Diez ironías sobre la libertad de expresión”, Mariano Suárez denuncia los efectos de la convergencia dentro de la prensa nacional tomando como ejemplo tres grandes medios: el multimedio Clarín, Crónica y la agencia de noticias Télam y lo relaciona con el marco legal vigente⁵. De este texto, algunos conceptos fueron adoptados para el presente trabajo como la convergencia digital y la polivalencia funcional.

La investigación “Los nuevos medios de comunicación en la ciudad de Córdoba: profesionalización y transformaciones en el perfil del periodista digital” (García Lucero, Koci & Roldán, 2016) probó ser particularmente útil a la hora de dilucidar los nuevos roles laborales en el contexto de la convergencia tecnológica. Además, al ser una investigación situada en la misma provincia que investigamos, resultó un texto valioso para comprender el marco legal que contiene al trabajo periodístico que se analizó en este informe.

Por último, dentro de la investigación previa acudimos al libro “Salvar a los medios: Capitalismo, financiación participativa y democracia” de Julia Cagé, quien utiliza los conceptos de concentración mediática y crisis mediática para explicar el panorama actual del periodismo, y lo relaciona con el uso de Internet para el trabajo de prensa⁶.

1.5 Hipótesis

Consideramos que las nuevas tecnologías y el surgimiento de Internet han modificado profundamente las relaciones sociales y las condiciones de trabajo de los

⁵ Mariano Suárez compara la experiencia de las tres empresas a la hora de enfrentar las nuevas herramientas, nuevas tareas informativas y nuevas plataformas comunicacionales como así también la reacción de los periodistas frente a las mismas (Suárez, 2016).

⁶ Julia Cage plantea que la crisis periodística no se debe a Internet si no que proviene de décadas anteriores. Para la autora, el periodismo debe ser entendido como un bien de carácter público y, en este marco, los Estados son los responsables de proteger la libertad de expresión (Cage, 2015).

periodistas en la actualidad. En este sentido, podemos anticipar que estas transformaciones han afectado a los medios de comunicación y junto con ellos las condiciones del periodista entendido como trabajador en relación de dependencia.

La precarización laboral, producto de la lógica empresarial que busca reducir los costos mientras amplía los beneficios, sumado al avance tecnológico, ha contribuido al surgimiento de nuevas tareas para los trabajadores de prensa. Los periodistas deben desempeñar roles que no están contemplados en su estatuto ni en los convenios colectivos de trabajo, y pasan de ser periodistas calificados a desempeñarse como redactores, fotógrafos, editores y diseñadores a la vez. Sin embargo, creemos que esta sumatoria de actividades no está reflejada en los salarios ni en las condiciones laborales, situación que desemboca en una inevitable precarización laboral de los periodistas de medios de comunicación empresariales o con fines de lucro.

2. METODOLOGÍA DE TRABAJO: Reconstruir nuestro objeto de estudio

Para desarrollar nuestro trabajo de indagación acerca del proceso de trabajo periodístico en Córdoba, hemos escogido el método de investigación cualitativa, tanto para la recolección como el posterior análisis de los datos obtenidos. Consideramos que “las metodologías cualitativas son apropiadas cuando el investigador se propone investigar la construcción social de significados, las perspectivas de los actores sociales, los condicionantes de la vida cotidiana o brindar una descripción detallada de la realidad” (Sautu, 2007, p. 73).

Escogimos la metodología cualitativa como un conjunto de herramientas que resultan pertinentes para el estudio de fenómenos del orden de lo social, que deben ser pensados desde la historicidad y la observación crítica del objeto de estudio:

“Las significaciones que fundan el orden social no son observables como puede serlo la conducta animal o los movimientos físicos, por lo que los medios para aprehenderlas deben ser otros. Y si el orden simbólico varía en cada pueblo modificando los sentidos de las prácticas, el investigador debe proceder a reconocerlos en su propia lógica, a través de técnicas que garanticen la eliminación de nociones etno- y sociocéntricas”

(Guber, 2005, p. 30).

En este sentido, nuestra investigación es exploratoria y descriptiva, ya que a través de ella no buscamos generar datos numéricos, estadísticas o generalizaciones sobre el tema sino contribuir a la comprensión, reflexión y teorización acerca de nuestro objeto de estudio. Si bien tomaremos material empírico y estadístico disponible, nuestro desafío se presenta en indagar sobre cómo se producen las relaciones de trabajo en este escenario atravesado por la empresarialización y concentración diagonal de los medios de comunicación.

Como ya hemos mencionado en la introducción del trabajo, la delimitación del objetivo de nuestra investigación fue, en sí mismo, un proceso de estudio, interpretación y selección dentro del universo de contenidos posibles.

En función de la propia recopilación de experiencias y de contenidos

teóricos, nuestro objetivo fue modificándose y acercándose más a lo que consideramos prioritario y urgente de ser analizado y puesto en cuestión.

Para la elaboración del marco teórico de nuestro trabajo hemos utilizado bibliografía en dos sentidos: por un lado, información acerca del mundo del trabajo en general (entendido bajo las lógicas impuestas por el sistema capitalista) y, por otro, elementos teóricos orientados específicamente al análisis en materia de comunicación y sociedad de la información.

Citando a Guber, la postura teórica

“orienta la selección de la problemática y de la batería de conceptos, y define un rango general de premisas metodológicas en el cual se establecen el ámbito y la identidad de los sujetos de estudio, los indicadores que permitirán indagar la problemática planteada, la relación de ésta con su entorno mayor, los aspectos que estructuran la descripción y la orientación explicativa del informe final”

(Guber, 2005, p. 50).

Consideramos que las perspectivas teóricas elegidas nos permitieron generar nuevos sentidos e interpretaciones sobre el trabajo periodístico actual y constituyen el “lente” bajo el cual pudimos analizar los datos obtenidos y, al mismo tiempo, proyectar a nuevos supuestos de trabajo.

2.1 Recopilación de datos: organización y reconstrucción histórico-contextual

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

Guber aclara que el campo en sí mismo no proporciona datos para la

investigación científica, sino información que puede convertirse en datos al ser relevada y recolectada. Esto significa que “los datos son ya una elaboración del investigador sobre lo real. Los datos son la transformación de esa información en material significativo para la investigación” (Guber, 2005, p. 47).

En este sentido, para delimitar apropiadamente el campo de estudio nos fue necesario generar una reconstrucción propia de una serie de factores históricos que nos ayudaron a complejizar, contextualizar y completar los datos obtenidos a través de las entrevistas.

Esta recolección de datos fue el resultado de un proceso de elaboración y selección orientado por nuestros objetivos de investigación, para el cual utilizamos diferentes herramientas como la búsqueda en profundidad de información en Internet, repaso de material bibliográfico sobre economía política de las comunicaciones, búsqueda en diarios digitales de noticias y estudios que hablen acerca de medios de comunicación, selección de estadísticas y valores numéricos de ciertos factores relevantes, además de información recolectada y producida por medios alternativos y organizaciones sociales.

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

Convenios colectivos, estatutos profesionales y documentos complementarios han sido utilizados para la tercera y última etapa de la presente investigación. Además, apelamos a información relevante extraída mediante tomas de nota en la participación en asambleas de trabajadores del Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN) y en medidas de protesta impulsadas por el gremio. Fue central el tiempo de fichaje de revistas especializadas y publicaciones del sindicato de periodistas -revista Umbrales y revista Proyección-⁷, así como la revisión de copias de las actas formuladas en Congresos de trabajadores de prensa y comunicación.

⁷ La revista Umbrales fue una revista cultural publicada por el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba. (<https://www.cispren.org.ar/tag/revista-umbrales/>), en tanto la revista Proyección fue el órgano de comunicación sindical. Ninguna de las dos se encuentra actualmente en circulación.

2.2 Entrevistas: semi estructuradas y focalizadas

En paralelo a la reconstrucción del campo de estudio, utilizamos como herramienta fundamental las entrevistas a periodistas de medios empresariales de Córdoba, para registrar en primera persona las impresiones, sensaciones y realidades del proceso de trabajo periodístico actual.

Para el presente trabajo elaboramos un esquema semi estructurado para debatir con nuestros informantes. El guion temático se realizó con preguntas abiertas, donde el entrevistado pudiera expresar sus opiniones personales sobre el eje propuesto e incluso desviarse de la pregunta inicial en función de los temas que él mismo considera relevantes. En muchos casos, muchas categorías fluyeron de la misma conversación con los informantes, generando nuevos intereses e inquietudes que fueron tenidos en cuenta a la hora de la elaboración del informe final.

En la primera instancia de entrevistas semi-estructuradas seleccionamos seis informantes clave, trabajadores de diferentes medios y con variedad de tareas, y aplicamos el mismo guion para todos los casos. Nuestros informantes fueron seleccionados por formar parte de medios privados con fines de lucro, que se desempeñen en tareas periodísticas diversas y que posean, como mínimo, dos años de antigüedad en el medio. Consideramos que la variedad en las tareas desempeñadas, así como el medio en que trabajan, generó una muestra más amplia y representativa del campo de estudio que escogimos. Algunos de nuestros entrevistados están afiliados al sindicato de trabajadores, pero este no fue un factor excluyente a la hora de elegirlos como informantes ya que resultó interesante conocer diferentes opiniones y reflexiones acerca del gremio. Además, incorporamos a un informante especial que nos sirvió para discutir aspectos específicamente relacionados al sindicato y su margen de acción frente a las empresas mediáticas. Al mismo tiempo, decidimos eximir de la investigación a trabajadores organizados en cooperativas o pertenecientes a medios del tercer sector, ya que estos presentan a menudo características particulares que no sirven a la hora de analizar el proceso de trabajo de un periodista asalariado. Los trabajadores seleccionados para esta etapa fueron los siguientes:

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

Pautamos una serie de preguntas básicas agrupadas en torno a tres ejes fundamentales: información sobre el periodista; información sobre su actividad laboral concreta y el tratamiento de las noticias dentro del medio; sindicalización del periodista y apreciaciones sobre el sindicato. A lo largo de cada entrevista debimos agregar, quitar o modificar preguntas en función de algunos temas fundamentales que aparecieron en cada encuentro.

Consideramos que la elección de este formato de entrevista fue esencial, ya que fue esa flexibilidad la que nos permitió afinar y modificar nuestros objetivos de investigación en función de la propia información que los entrevistados consideraban prioritaria. Si bien nuestras preguntas apuntaban en un sentido, permanentemente en las conversaciones surgieron temas que consideramos de mayor relevancia y urgencia para los periodistas.

Cada una de las entrevistas fue registrada en soporte digital de audio con un posterior trabajo de desgrabación y transcripción completa de la conversación (ver Anexo).

Posteriormente a las entrevistas en primera instancia y al análisis del material recopilado, nos fue necesario realizar entrevistas focalizadas para dilucidar determinados aspectos que aún faltaba profundizar. En la última etapa de la

investigación, consultamos a dos nuevos informantes basándonos en un guion temático más cerrado que el utilizado en las entrevistas previas. Los informantes seleccionados fueron los siguientes:

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

2.3 Análisis e interpretación

A través de la reconstrucción de experiencias y el análisis de las mismas en relación con la perspectiva teórica, buscamos generar una interpretación crítica del trabajo del periodista actual. Siguiendo a Oscar Jara, esta interpretación “descubre o explicita la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo (...) en la sistematización, nos relacionaremos de manera distinta con la práctica realizada, convirtiéndola en objeto de conocimiento y de transformación” (Jara, 1998, p. 7).

A través de la reflexión crítica, entonces, podemos teorizar acerca de la práctica concreta para comprenderla y, a su vez, actualizar y apropiarnos de perspectivas teóricas históricamente construidas para mejorar el entendimiento de la (compleja) realidad actual.

3. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Para abordar las preguntas que orientan esta tesis buscamos interrelacionar los estudios sobre mundo del trabajo -Marx (1844, 2005), Castells (1998)-, la economía política de los medios de comunicación -Acuña et. al (2006), Ramonet (1986)- y las relaciones y construcción de nuevas dinámicas en estos espacios que reconfiguran las formas de trabajo -Mandakovic & Valan (2012), Haiquel (1999)-.

3.1 El proceso de trabajo según Marx

Para hablar sobre las características de las tareas que día a día abordan los periodistas y de sus condiciones laborales, debemos conceptualizar el trabajo en abstracto, para luego ubicarlo dentro de la sociedad en la que se desarrolla. Para eso, a lo largo de esta investigación utilizaremos como disparador y como columna vertebral el concepto de “proceso de trabajo”, tal como fuera elaborado por Karl Marx en *El Capital* (2005). Esto nos sirve de estructura para la construcción de nuestra investigación y, en conjunto con otros autores, nos permitirá teorizar acerca del trabajo actual del periodista y sus condiciones en el marco de la Era de la Información.

Karl Marx define el proceso de trabajo como “una actividad orientada a un fin, el de la producción de valores de uso” (Marx, 2005, p. 223). Dentro de esta actividad existen tres elementos que componen al proceso laboral como tal, y se dividen en dos categorías: factores subjetivos y factores objetivos.

La **fuerza de trabajo** es el factor subjetivo del proceso, es decir la actividad concreta; se trata del trabajo en sí. Durante el mismo, “el hombre media, regula y controla su metabolismo con la naturaleza” y “efectiviza su propio objetivo” (Marx, 2005, pp. 215-216). Es esta última característica lo que divide al pseudo-trabajo que realizan los animales del trabajo que llevan a cabo los hombres: el hecho de que estos últimos pueden visualizar su objetivo antes y durante la labor. Por otro lado, es durante la actividad del trabajo que los hombres ponen en juego sus conocimientos y capacidades físicas, intelectuales, etc. -es decir, sus factores subjetivos-, en relación a los factores objetivos (el objeto de trabajo y sus medios) (Marx, 2005, p. 215).

En otro orden, **el objeto de trabajo** es aquello que el obrero modifica durante la actividad. Si hablamos de un carpintero, su objeto de trabajo será la madera. Si nos referimos a un panadero, la harina, la levadura y la sal serán su objeto de trabajo. En el caso del periodista, podemos decir que su objeto es la realidad traducida en información en distinto “estado de procesamiento”, más o menos elaborada. En todos los casos, se la considera como “materia prima” porque “ya ha pasado por el filtro de un trabajo anterior” (Marx, 2005, p. 217). Cabe aclarar que, como sucede constantemente en el caso del periodismo, muchas veces lo que para un trabajador es el resultado de su trabajo, otro puede incorporarlo en la cadena de producción como materia prima.

Por último, **los medios de trabajo** constituyen “una cosa o un conjunto de cosas que el trabajador interpone entre él y el objeto de trabajo y que le sirve como vehículo de su acción sobre dicho objeto” (Marx, 2005, p. 217), es decir, aquello que el trabajador manipula directamente. Es así que el periodista no se apodera de la información sino a través de herramientas de lo más variadas que “añade a sus propios órganos corporales” (Marx, 2005, p. 218). Debemos poner especial atención a los medios de trabajo, pues “lo que diferencia unas épocas de otras no es lo que se hace, sino cómo, con qué medios de trabajo se hace” (Marx, 2005, p. 218). El filósofo alemán considera que los medios de trabajo funcionan a modo de “indicadores de las relaciones sociales bajo las cuales se efectúa el trabajo” (Marx, 2005, p. 218), incluso de forma más directa que los propios objetos de trabajo. Se suman a los medios “las condiciones objetivas” (Marx, p. 220), que proveen un lugar donde estar y un campo de acción, que en el caso del periodismo adquiere formas tan variadas como una redacción, un estudio de radio o televisión, o la propia casa de muchos periodistas que trabajan desde sus hogares.

En resumen, **a través del proceso de trabajo, un sujeto transforma un objeto a mediante un instrumento.**

3.1.2 La propiedad de los elementos del proceso de trabajo

Marx plantea que en una sociedad organizada socioeconómicamente bajo el paradigma capitalista, el trabajo se realiza siempre en subordinación al capital. Esto significa que **los tres elementos del proceso de trabajo mencionados anteriormente (fuerza de trabajo, objeto y medios), le pertenecen al capitalista,**

son de su propiedad y, por lo tanto, todo el proceso se realiza para él y bajo su vigilancia (Marx, 2005, 224).

Decimos que los tres elementos son de su propiedad porque, en primer lugar, el capitalista es dueño del trabajo en sí:

“Los ‘capitalistas’ pronto se dieron cuenta [de] que efectivamente lo que compraban en el mercado era la amplia capacidad de los trabajadores para producir cosas, construir bienes, prestar múltiples servicios. No contrataban un producto sino el tiempo y la fuerza de los trabajadores para utilizarlos –durante una jornada de trabajo- en todos los sentidos posibles. Fuerza física, intelectual y emocional, capacidad motora, mental, de comunicación y relacionamiento al servicio de la producción de mercancías (de su distribución, circulación y consumo también)”

(Collado, 2014, p. 32)

El trabajador, entonces, le cede el valor de uso de su trabajo al poseedor del dinero, por su valor de cambio. Su fuerza de trabajo no le pertenece, pues el capitalista ha pagado por ella (Marx, 2005, p. 235). “Con el perfeccionamiento del management empresarial, las tecnologías para hacer que la capacidad de los trabajadores sea puesta en acto productivo han sido inmensas” (Collado, 2014, p. 32). Una vez terminado el proceso de trabajo, el producto del mismo -denominado mercancía- contendrá en sí mismo el “trabajo pretérito” (Marx, 2005, p. 234), es decir, la fuerza de trabajo aplicada a su producción y que también le pertenece al capitalista.

A él le pertenecen todos los elementos del proceso de trabajo como así también su resultado: la mercancía. Además de producir un artículo destinado a la venta, él quiere producir algo “cuyo valor sea mayor que la suma de los valores de las mercancías requeridas para su producción, de los medios de producción de la fuerza de trabajo por los cuales él adelantó su dinero contante y sonante en el mercado” (Marx, 2005, p. 226). Es decir, el capitalista no sólo quiere producir valor, sino también plusvalor.

Entonces, “el proceso de trabajo es un proceso entre cosas que el capitalista ha comprado, entre cosas que le pertenecen” (Marx, 2005, p. 225). O sea que, si bien en un primer momento el empresario compraba la fuerza de trabajo y los medios como

se encontraban, en la actualidad la subordinación de todos los elementos en función del capital produjo una “transformación del modo de producción”: no es el obrero sino el capitalista quien determina el carácter “normal” de los factores objetivos (Marx, 2005, p. 224, 237).

Para finalizar este apartado, el “trabajo pretérito” de los obreros contenido en la mercancía (Marx, 2005, p. 234) es invisibilizado, generando una de las formas de alienación que sufren los trabajadores. Este proceso de borramiento del obrero produce que “el trabajador se [relacione] con el producto de su trabajo como un objeto extraño” (Marx, 1844).

A su vez, los consumidores de los productos producidos por un cierto trabajador o grupo de trabajadores, también están enajenados con respecto al proceso de trabajo, pues las mercancías se presentan autonomizadas de los individuos, es decir que “lo que es válido respecto de la relación del hombre con su trabajo, con el producto de su trabajo y consigo mismo, vale también para la relación del hombre con el otro y con el trabajo y el producto del trabajo del otro” (Marx, 1844).

Por consiguiente, los trabajadores que están alienados con respecto a la procedencia del fruto de su propio trabajo, también lo están con respecto al fruto del trabajo de otros. Marx se pregunta, entonces, “Si el producto del trabajo me es ajeno, se me enfrenta como un poder extraño, entonces ¿a quién pertenece? ¿A los dioses?” (Marx, 1844).

Quiénes son esos dioses en la era contemporánea es una incógnita que atravesará este trabajo final.

3.2 El proceso de trabajo en el periodismo: trabajo genérico o autoprogramable

Hasta ahora hemos definido teóricamente -desde la perspectiva marxista- al trabajo y los diferentes elementos que lo componen, como forma de acercarnos a la división social que se genera en el marco de la sociedad capitalista.

Para utilizar estos elementos de forma pertinente en un análisis orientado al trabajo periodístico actual, es necesario caracterizar el contexto social en que se produce, contexto que indudablemente se ha transformado profundamente desde que Marx escribió “El Capital”.

Siguiendo a Castells, el trabajo de esta era “se caracteriza, cada vez más, por una separación fundamental entre dos tipos de trabajo”: el trabajo genérico y el trabajo autoprogramable (Castells, 1998, p. 9).

El trabajo genérico lo realizan obreros que “simplemente [tienen] sus capacidades humanas con un nivel de educación más o menos básico; que simplemente [reciben] instrucciones y [ejecutan] órdenes y que incluso no le dejan hacer más que eso” (Castells, 1998, p. 9). Según el autor, este tipo de trabajo se caracteriza desde el punto de vista del capitalista en tanto que “puede ser eliminado fácilmente en función de una alternativa” que convenga más en cuanto a costos, por lo que pierde valor y capacidad de negociación relativas (Castells, 1998, p. 10).

El trabajo autoprogramable, por otro lado, lo desarrolla “aquel trabajador que tiene una capacidad instalada en él o ella de poder tener la posibilidad de redefinir sus capacidades conforme va cambiando la tecnología y conforme cambia a un nuevo puesto de trabajo” (Castells, 1998, p. 8). Esto sucede así debido a la alta velocidad con que los conocimientos llegan a la obsolescencia en la Era de la Información, durante la cual la tecnología y la forma de funcionamiento de los mercados están siempre revisándose y reinventándose. En estos trabajos, lo que importa no son sólo “las cualificaciones” del obrero, es decir, no hablamos aquí de un obrero calificado. Lo crucial en este tipo de trabajo es “una capacidad general educativa de cultura general, de capacidad de asociación, de saber cuáles son las capacidades necesarias para cada tarea, dónde buscarlas, cómo aprenderlas y cómo aplicarlas” (Castells, 1998, p. 9).

Además de considerar al trabajo periodístico como trabajo autoprogramable, seguimos a Marshall Berman cuando caracteriza al trabajo intelectual (Berman, 2000). El mismo se inserta dentro de las mismas lógicas de división social del trabajo físico, pues éste es generador de mercancías (Berman, 2000). Por lo tanto, su fuerza de trabajo es vendida de esa misma forma por quienes lo ejercen:

“Los profesionales, intelectuales y artistas modernos, en la medida en que son miembros del proletariado, no viven sino a condición de encontrar trabajo, y lo encuentran únicamente mientras su trabajo acrecienta el capital. Estos obreros, obligados a venderse al detalle, son una mercancía como cualquier otro artículo de comercio, sujeta, por tanto, a todas las vicisitudes de la competencia, a todas las fluctuaciones del mercado”

En consecuencia, la fuerza de trabajo que el trabajador pone en venta se encuentra determinada por la ley del mercado y, del mismo modo, es valorizada en función de ciertos factores que son jerarquizados en el contexto histórico actual.

3.2.1 El objeto del trabajo periodístico: la información

Recordemos que al conceptualizar los elementos del proceso de trabajo definimos a **la información como el objeto de trabajo del periodista** -es decir, la materia prima que es modificada con su fuerza de trabajo. Siguiendo a Castells, la información es una variable decisiva “en la productividad y en la competitividad” y, en términos económicos, se traduce en poder para los capitalistas (Castells, 1998, p. 2).

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

La información, que otrora significaba una mayor libertad para quien la poseía y, con ello, mayor poder, modificó su valor radicalmente: ahora no es escasa sino superabundante y fácilmente accesible gracias a las nuevas tecnologías.

Las formas de poder alcanzables por el acceso a la información ahora se complejizan. Siguiendo a Ramonet, “la acumulación de información amputa la información”, por lo que “la forma moderna de la censura consiste en super añadir y acumular información. (...) Es algo nuevo porque hace doscientos años, desde el siglo XVIII, habíamos asociado más información a más libertad. Si ahora hay que empezar a decir que más información da menos libertad habrá que desarrollar otro mecanismo intelectual” (Ramonet, 1998, p. 14).

3.2.2. Los medios de trabajo: convergencia tecnológica

En las últimas décadas, los avances tecnológicos han generado grandes modificaciones en el quehacer periodístico en función de las nuevas herramientas disponibles para el trabajo.

Si bien el periodismo (en especial la prensa gráfica) experimentó varios momentos de crisis y reconversión -con el surgimiento de la radio primero y la televisión después-, el gran salto se dio con la revolución informática que supuso el desarrollo de Internet a finales de la década de los 70 y su utilización a escala masiva en las siguientes décadas. Este fenómeno es lo que se conoce hoy como **convergencia**, un hecho económico y tecnológico propio de la Era de la Información, dado por “una transformación estructural de las relaciones de producción, de poder y de experiencia. Va apareciendo una nueva cultura. Se trata de una transformación multidimensional” (Alonso, 2001, p. 196). Esas nuevas formas de sociabilidad transforman desde la base misma la organización social del trabajo de aquí en adelante.

Desde su masificación la red de redes amplió no sólo las múltiples formas de interacción humana sino también los modos de concebir, interpretar y acceder a la realidad: “Las nuevas tecnologías de la información están integrando al mundo en redes globales de instrumentalidad. La comunicación a través del ordenador engendra un vasto despliegue de comunidades virtuales” (Castells, 1996, p. 46).

Este proceso fue replicándose hacia dentro de las redacciones y otros espacios de producción informativa, que adaptaron y transformaron los productos periodísticos en función de las nuevas tecnologías. Los nuevos medios imprimieron características novedosas a los mensajes, como la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización.

La multidimensionalidad está dada por la “convergencia de soportes, lógicas industriales, culturas organizacionales, mercados y regulaciones de las principales industrias relacionadas con la producción, tratamiento, procesamiento, almacenamiento y distribución de información” (Becerra & Martini 2015, p. 6), es decir, es transversal a cualquier etapa del proceso de trabajo que implica la transformación de la información por parte del periodista.

Por hipertextualidad se entiende la vinculación de textos e informaciones a través de nodos informativos que permiten a los lectores contextualizar una noticia y relacionarla con otras. Así, muchas veces una nota publicada en Internet contiene hiperenlaces que redirigen al usuario a otras publicaciones que contienen

informaciones complementarias.

A la vez, los medios no poseen un solo formato homogéneo sino que se presentan en plataformas comunicacionales que combinan soportes audiovisuales y permiten una interactividad constante con el usuario. A la audiencia se le ofrecen varios formatos, enlaces y contenidos.

Las herramientas proporcionadas por la web 2.0 permiten una conexión en tiempo real con los acontecimientos, por ello los contenidos pueden ser actualizados con mucha mayor frecuencia. A su vez, los mismos usuarios tienen la posibilidad aportar información a través de las redes sociales que, compartidas por otros lectores, alcanzan una dimensión global. Esto es lo que Castells denomina “autocomunicación de masas”, una nueva forma de comunicación basada en la interconectividad permanente (Castells, 2009, p. 101).

El nuevo paradigma no solo modificó las políticas regulatorias y de mercado sino también las formas de trabajo en los medios de comunicación, que se transformaron en grandes centros de producción multimedia con presencia en varios rubros y las redacciones se tornaron integradas.

El impacto de Internet afecta a las producciones radiales y televisivas. Con el desarrollo de software de edición y de almacenamiento, las transmisiones en vivo pueden ser grabadas y posteriormente subidas a la red en formato podcast, disponibles para ser escuchadas en cualquier momento y en cualquier parte del mundo. A su vez, nuevas aplicaciones de la red permiten crear canales propios y transmisión en vivo. Se genera la interrelación de contenidos en distintos soportes que llegan a la web a través de plataformas comunicacionales, híbridos entre prensa escrita y audiovisual.

Los nuevos soportes han modificado la forma en la que se concibe la comunicación y el consumo de noticias. Gracias al desarrollo de la telefonía móvil y de la web 2.0, la audiencia se transformó en función de las herramientas digitales disponibles. Son ellos mismos quienes ahora pueden colaborar enviando fotos o videos de hechos noticiables. Esta situación genera una redundancia de información a la vez que demanda una actualización constante.

Internet aportó ventajas para la producción radial, porque brinda nuevas herramientas que favorecen la instantaneidad:

“Los ordenadores aportaron la posibilidad de trabajar en red, de absorber lo

que previamente otro redactor había escrito, de modificar el informativo de mediodía e introducir variaciones para la tarde sin necesidad de transcribirlo previamente o sin tachar la mitad de las palabras”

(Lluch, 2013, p. 265).

Esto implica que, a menudo, el resultado del proceso de trabajo de un periodista se constituye en el objeto con que otro trabajador pone en juego su fuerza de trabajo y reinicia, a su vez, un nuevo proceso en la cadena de producción de noticias o mensajes mediáticos.

El producto obtenido del tratamiento periodístico de la información adquiere características específicas, pudiendo ser concebido como mercancía en algunos aspectos pero, a su vez, con especificidades propias por ser un mensaje difundido masivamente.

3.3 La producción periodística como mercancía

Hasta ahora describimos los elementos del proceso de trabajo que se ponen en juego en la labor periodística -trabajo autoprogramable, información superabundante, herramientas digitales propias de la convergencia tecnológica-. Es necesario describir ahora la mercancía resultante de esta dinámica.

Siguiendo a Haiquel (1999), las producciones periodísticas “constituyen un tipo especial de mercancía”, pues “el precio de venta del producto no está determinado por los costos de los insumos gastados, es decir que el trabajo objetivado en el proceso de producción no se realiza en el precio” (Haiquel, 1999, p. 7). Esto es así porque, en el ciclo mercantil de los medios masivos de información, en general los empresarios “regalan su producto o lo venden debajo del costo” pues el negocio consiste no en la venta de la mercancía producida, sino en la de espacio publicitario: “venden ‘aire’, ‘espacio vacío’, ‘segundos de nada” (Haiquel, 1999, p.7). En esta línea, el autor concluye que “el negocio de los medios es un negocio rentista” (Haiquel, 1999, p. 9) ya que el resultado del proceso de trabajo periodístico posee valor de uso -es decir, una cierta utilidad- pero no posee un valor de cambio, pues “no son intercambiados por propietarios privados autónomos, es decir no se enfrentan a otra mercancía como valores” (Mandakovic & Valan, 2012, p. 5). Dado, entonces, que en sí mismas carecen de valor de cambio, es interesante reflexionar

acerca de la apreciación que el trabajador realiza sobre su propio trabajo, y de qué forma este distanciamiento entre la mano de obra y el producto impacta en la autopercepción del trabajador como tal.

Para más inri, Dallas Smythe (1983), abre una serie de interrogantes al preguntarse, sobre los medios de comunicación, “a qué función del capital sirven, intentando comprender su papel en la reproducción de las relaciones capitalistas de producción” (Mandakovic & Valan, 2012, p. 5). Es decir, si las producciones periodísticas no tienen valor de cambio, ¿cuál sería su valor de uso para el capitalismo? En esta línea, seguimos a Adorno y Horkheimer (1998) y a Ludovico Silva (1984), cuando plantean la existencia de una industria cultural o ideológica. Según este último autor, “el capitalismo -a través del control de las comunicaciones y de la ‘industria cultural’- se apodera de una buena parte de la mentalidad de los hombres, pues inserta en ella toda clase de mensajes que tienden a preservar el capitalismo” y los medios noticiosos serían parte de esa industria (Silva, 1984, p. 198). El autor venezolano afirma que los medios suministran ideología que tiende a preservar, justificar y presentar al capitalismo “como el mejor de los sistemas posibles”. Sin embargo, añade que la forma en que se realiza esto no suele ser a través “de mensajes explícitos doctrinales”, sino con “mensajes ocultos, disfrazados de miles de apariencias” (Silva, 1984, pp. 212-213).

La elección del término “industria” no resulta antojadiza ni se trata de una metáfora para ninguno de estos autores, pues la organización de los medios de comunicación es, efectivamente y sin lugar a dudas, la de una industria propiamente dicha, atravesada por sus propias dinámicas, regulada por legislaciones pertinentes y sostenida por procesos de producción y de trabajo específicos.

En el presente trabajo final, intentaremos dilucidar algunas de las características de un sector de esa industria, siempre utilizando como insumo principal la perspectiva de los trabajadores que se ven afectados por la transformación de las destrezas que se les exigen, así como por la multiplicación de las herramientas que tienen que manipular y por una realidad cambiante que funciona como materia prima, además de estar condicionados por los intereses de los propietarios de los medios.

4. DESARROLLO

4.1 Reconstrucción histórica y contextual

A la hora de analizar críticamente el proceso de trabajo periodístico en Córdoba fue necesario contextualizar el objeto de estudio, es decir, realizar un recorte de información que permitió ponerlo en relación con factores políticos, económicos y tecnológicos que influyen y configuran el trabajo del periodista en la actualidad.

Como primera inquietud, nos encontramos ante la escasez de (buena) información sobre el tema: los medios parecen evitar hablar de sí mismos, más aún para dar malas noticias. Es notable la falta de estadísticas, estudios y cifras concretas en Córdoba en relación a diferentes factores como el mapa de concentración mediática, cantidad de periodistas permanentes contratados en medios empresariales, número de periodistas despedidos en medios de comunicación en el último año, cierre de medios o de otra índole, etcétera.

Esta situación tornó el acopio de información un proceso lento, complejo y “artesanal”, en el cual seleccionamos aquellos datos que consideramos de mayor confiabilidad en función de la fuente y la cientificidad de los mismos.

A continuación pasaremos a desarrollar una serie de puntos de carácter “contextual”, que nos permitirán comprender la complejidad del panorama mediático en la actualidad.

4.1.1 El periodismo en el nuevo siglo y los (no tan) nuevos soportes

Los medios de comunicación en general y el periodismo en particular transitan desde hace varias décadas un largo proceso de crisis y transformación, que se da como resultado de una larga serie de hechos históricos que definieron las características del mundo en el siglo XXI.

El aumento vertiginoso de la población mundial, la imposición a nivel global del capitalismo como modo de organización social y económico, el avance de la tecnología, la convergencia y el desarrollo de nuevas herramientas y canales de transmisión de información dieron como resultado una conectividad global instantánea.

Estas características imprimen nuevos desafíos al mercado mundial de bienes y servicios en general, ya que la abundancia de oferta y el crecimiento de la población mundial generan un contexto de gran competencia por lograr la captación de potenciales consumidores. Llevado al plano de la comunicación, esto repercute fuertemente en los medios gráficos que otrora constituían la principal fuente de información para la mayoría de la población.

La aparición de las primeras emisoras de radio en el año 1920 y los primeros canales de televisión en 1935, en conjunto con períodos de grave crisis financiera y económica del capitalismo mundial, perjudicaron seriamente el porvenir de los medios impresos.

La creación de la televisión en la década del 50 y su sofisticamiento tecnológico a lo largo de los años -así como el progresivo abaratamiento de la tecnología- dio lugar a un intenso e irreversible proceso de masificación de este nuevo soporte, y permitió su ingreso en la vida doméstica a escala mundial. La combinación de imagen y sonido tornaba a la televisión un formato mucho más atractivo que permitía, al igual que la radio, la realización de otras actividades en simultáneo.

Desde entonces, “la televisión ha ido ocupando progresivamente un lugar preponderante dentro de la llamada cultura mediática, noción que designa la manifiesta presencia de los medios masivos de comunicación en la vida cotidiana (...)” (Sgammini, 2011, p. 15).

Otro hito fundacional a la hora de repensar los medios de comunicación lo constituye la creación del sistema de cable, un dispositivo técnico que fue concebido en su origen para “llevar señales televisivas a zonas que debido a problemas geográficos o topográficos se hallaban impedidas de recibirlas a través de las ondas hertzianas” (Sgammini, 2011, p. 15).

El crecimiento del sistema de cable durante los años 90 da lugar en poco tiempo a prácticas de consumo televisivo nunca antes generadas por la TV abierta -ni por cualquier otro soporte mediático hasta entonces conocido- y se convierte a su vez en un potencial formato para vehiculizar otros productos y servicios derivados de la evolución tecnológica operada en el fin de siglo (Sgammini, 2011, pp. 15-16).

El síntoma más notorio de la transformación mediática de la época -tanto en términos de producción como en las prácticas de consumo de información derivadas- lo constituye el “zapping”, fenómeno original de la Modernidad:

“Por zapping generalmente se entiende una sucesión de saltos sin un rumbo aparente o predeterminado, una modalidad de consumo de la televisión, de inicio a finales del siglo XX. Los cambios propios del ‘zappear’ han sido posibilitados por la tecnología del control remoto y por la profusión de ofertas de canales tanto por vía cable como por aire”

(Balaguer, 2010, p. 2)

El zapping como “modalidad de consumo” es el resultado de las nuevas posibilidades de acceso a la información derivadas de la revolución tecnológica y la globalización capitalista. En la Era de la Información, pareciera ser que “la única manera de manejarse exitosamente en la incertidumbre y el diluvio informacional es a través del deslizamiento, el zapping, el escaneo y esa parece ser la postura juvenil inconsciente, no aprendida, intuitiva” (Balaguer, 2010, p. 3).

Los nuevos soportes, en definitiva, fueron generando nuevas modalidades de consumo de información orientadas en base a la segmentación de públicos y de contenidos, y se tornaron herramientas más apropiadas para el ritmo de vida en la Modernidad.

Posteriormente, la creación de Internet en 1990 aportó herramientas casi ilimitadas en materia de información y comunicación. El impacto de Internet se reflejó, a su vez, en nuevas formas de consumo por parte de la audiencia.

El zapping, que tuvo su origen en la televisión, se trasladó al resto de los soportes. La hipertextualidad se facilitó con el surgimiento de los hiperenlaces que conectan los distintos espacios de la red informática mundial. El usuario puede ingresar a otras páginas gracias a los links que figuran dentro del texto original, es decir que la hipertextualidad actual es la continuación de un proceso iniciado en la etapa anterior por el zapping.

“En la interactividad de Internet esto cambia. Se es mucho más activo en la producción, a diferencia del espectador de la TV. Se da un corrimiento del lugar del medio masivo (ya en parte abandonado precisamente gracias al zapping) para ubicarse como actor-editor dentro de la red, especialmente en algunos ámbitos de la misma. El influjo de la Web 2.0 ha tenido especial

importancia en la dimensión ‘prosumidor’⁸ del usuario. En el ámbito de Internet los contenidos son controlables, dominables en alguna medida”.

(Balaguer, 2010, p. 6)

Podemos decir que, en la actualidad, los nuevos (y no tan nuevos) soportes para la comunicación están desplazando paulatinamente al periodismo gráfico, que está perdiendo protagonismo.

4.1.2 El espacio publicitario en los medios de comunicación

Los ingresos publicitarios constituyen el principal sustento de los medios de comunicación -primero de periódicos, luego de radio y televisión-. Esta característica es la base del modelo económico de la prensa moderna, una invención que es atribuida a Émile de Girardin en el año 1836: “Un precio de venta bajo (...) compensado con importantes ingresos publicitarios” (...); “se habla de ello como la “edad de oro” (gilded age) de los diarios norteamericanos, puesto que éstos obtienen su independencia gracias a la publicidad, se liberan del patronazgo de los partidos políticos o de algunos grandes industriales, y se vuelven finalmente ‘objetivos’ cuando hasta entonces se les presentaba como ‘corruptos’” (Cagé, 2016, p. 49).

La venta del “espacio vacío” del periódico, es decir aquél que no posee producción periodística, ha permitido “un equilibrio financiero y cierta independencia ante el poder político” (Cagé, 2016, p. 48). A través de la publicidad los dueños de los diarios garantizan un ingreso básico para el medio que les permitiría, en teoría, cierta autonomía de los ingresos de pauta oficial, es decir estatal, y a su vez posibilita la venta del periódico a un costo de distribución menor que el costo real de producción del diario, lo que contribuye a su masividad y difusión.

Si bien el ingreso publicitario fue considerado durante muchas décadas como una suerte de “salvación” para la prensa escrita, e incluso se llegó a creer en el

⁸ Cuando hablamos del prosumidor, estamos haciendo referencia a un tipo de usuario que surge concomitante al desarrollo de las nuevas formas de comunicación y los avances tecnológicos. “La definición de prosumidor nace de la unión entre las palabras productor y consumidor. A partir de éste nuevo concepto, podemos entender que los prosumidores son aquellos que lejos de sólo adquirir un producto, forman parte de un proceso cargado de valor” (Geier Cavagna, otros, 2016)

crecimiento ilimitado de los ingresos por publicidad, con cada nuevo avance tecnológico ésta se fue adaptando y trasladando a los nuevos soportes: primero fue la radio, posteriormente la televisión y por último Internet.

Debans Álvarez (2000) afirma que la televisión es el principal sistema de medios en el que invierten los anunciantes. Con datos actuales, se puede afirmar que a nivel nacional, ésta se lleva un 42% de la torta publicitaria, en relación al 37% que reciben los medios gráficos.

Con datos de la Asociación Argentina de Editores de Diarios y Revistas, Suárez señala que la televisión “tiene un nivel de penetración en el 99 por ciento de los hogares y la industria se encuentra limitada a un grupo escaso de señales abiertas que atraen el 39,2 por ciento de la publicidad del mercado de los medios de comunicación” (Suárez, 2016, p. 20).

Cabe destacar el incremento significativo que tuvo la inversión en Internet, ya que para el año 2005 la inversión fue de 32,5 millones de pesos y para el año 2006 esa cifra casi se triplicó hasta alcanzar los 91 millones de pesos, lo que representa un porcentaje de 1,71 del total⁹.

Actualmente, los ingresos publicitarios de los medios gráficos no cesan de caer, ante lo cual los propios periódicos se ven obligados a innovar y apelar a nuevas estrategias para conservar a sus inversores. Es el caso, por ejemplo, de la publicidad “nativa” (Cage, 2015, p.55), que es una estrategia publicitaria que se encarga de generar contenidos periodísticos que esconden mensajes financiados por alguna empresa.

Podemos observar en los siguientes cuadros cómo ha sido la evolución (o involución) del ingreso publicitario en periódicos en relación a Internet en los últimos trece años.

⁹ Hacemos referencia a los porcentajes de los estudios realizados por el Comité Federal de Radiodifusión de la Argentina (ComFeR2).

Publicidad. Inversión publicitaria en Internet. Argentina. 2002 a 2014.
En millones de pesos.



| Año | Inversión (en millones de pesos) |
|------|----------------------------------|
| 2002 | 13 |
| 2003 | 17 |
| 2004 | 24 |
| 2005 | 33 |
| 2006 | 91 |
| 2007 | 131 |
| 2008 | 200 |
| 2009 | 263 |
| 2010 | 528 |
| 2011 | 1.122 |
| 2012 | 1.431 |
| 2013 | 4.000 |
| 2014 | 6.500 |

Fuente: CAAM (Cámara Argentina de Agencias de Medios)

Publicidad. Inversión publicitaria en diarios. 1998 a 2014. En millones de pesos.



| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Capital | 1.114 | 961 | 761 | 695 | 608 | 778 | 957 | 1.104 | 1.403 | 1.524 | 1.902 | 2.093 | 3.403 | 4.673 | 5.589 | 6.540 | 7.907 |
| Interior Nacional y Local | 127 | 130 | 133 | 113 | 95 | 122 | 151 | 177 | 225 | 245 | 338 | 446 | 721 | 994 | 1.311 | 1.873 | 2.338 |
| TOTAL DIARIOS | 1.241 | 1.091 | 894 | 808 | 703 | 900 | 1.108 | 1.281 | 1.628 | 1.769 | 2.240 | 2.539 | 4.124 | 5.667 | 6.900 | 8.413 | 10.305 |

Fuente: CAAM (Cámara Argentina de Agencias de Medios)

Si bien en ambos casos la cifra en millones de pesos ha experimentado un notable aumento, observamos que proporcionalmente los números de inversión en publicidad de Internet se han multiplicado por quinientos en los últimos doce años, en relación al gasto publicitario en medios gráficos (que se multiplicó por quince en doce años).

4.1.2.1 La caída de los ingresos por publicidad en los medios gráficos

La migración de los ingresos publicitarios a los nuevos formatos - especialmente televisión e Internet- en conjunto con fuertes crisis cíclicas del sistema financiero capitalista global, generaron una caída prolongada y paulatina en la tirada de los principales medios gráficos:

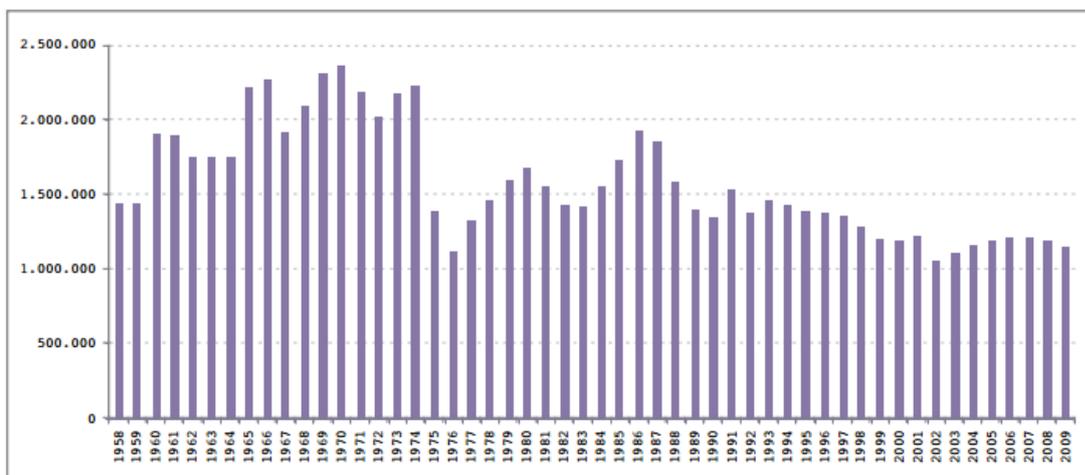
“(…) vimos alarmantes cifras sobre circulación de un pilar del periodismo del último siglo como son los diarios, a la vez que llegan noticias a raudales sobre la eliminación de miles de puestos de periodistas y el cierre de medios, de grandes urbes y de pequeñas ciudades; de periódicos, radios y canales de TV; de izquierda y de derecha; de países pobres y avanzados.

La combinación de la crisis del sistema de medios con períodos económicos recesivos viene siendo implacable. Hasta el inicio de la segunda década del siglo XXI, el número global de trabajadores de prensa crecía en las economías avanzadas, pero desde entonces comenzó un descenso en tobogán (...)"

(Lacunza, 2016, p. 45)

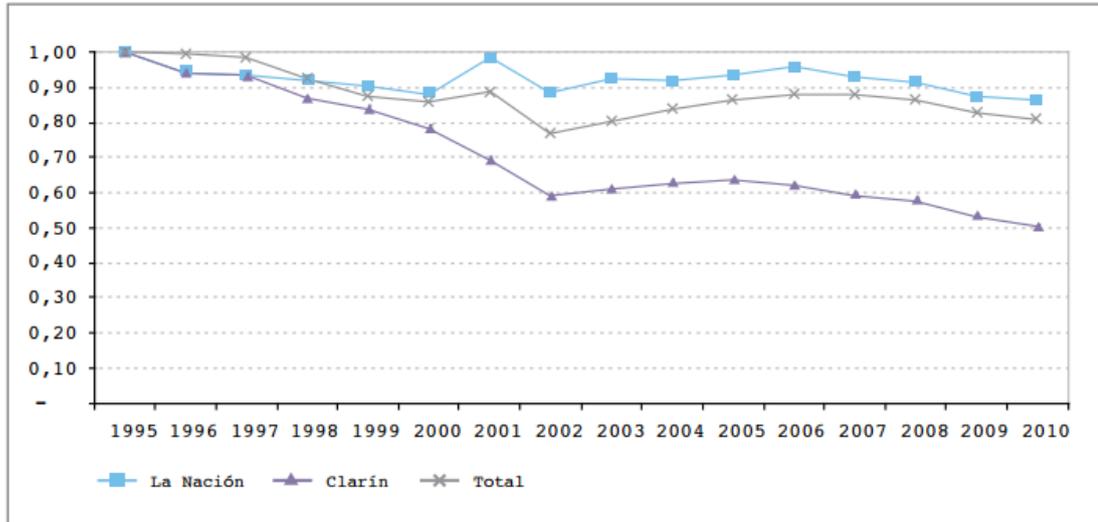
A continuación presentamos algunos gráficos que reflejan la caída en las ventas de los principales diarios argentinos:

Gráfico 1. Circulación diaria neta de diarios. Argentina. Años 1958 a 2009. En unidades



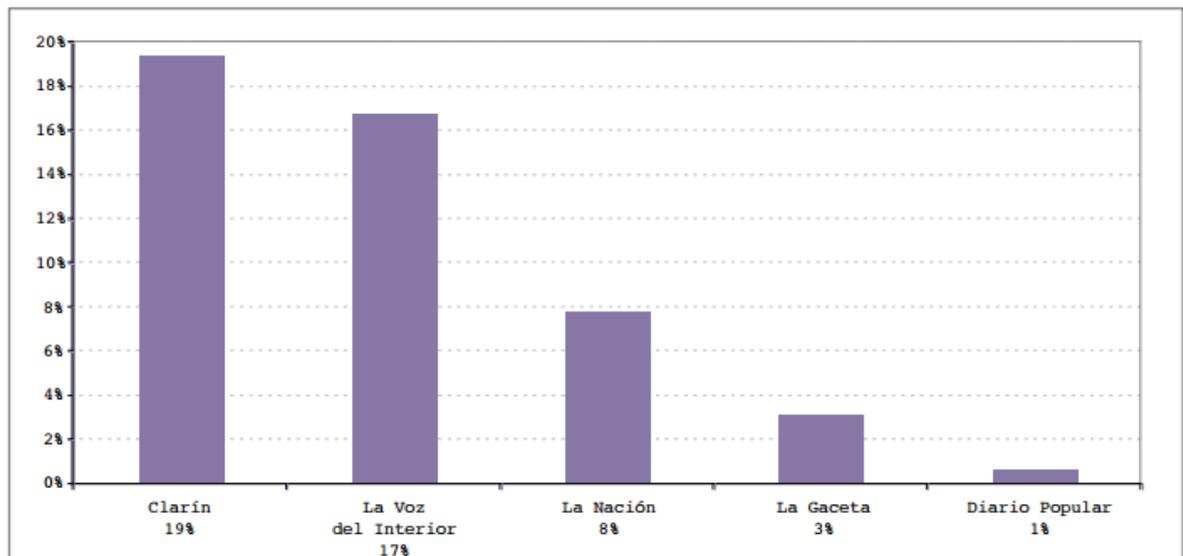
Fuente: IVC (Instituto Verificador de Circulación)
 Nota: el IVC registra solamente a sus asociados.

**Gráfico 3. Índice de variación en la tirada diaria promedio. Año base: 1995
Diarios Clarín, La Nación y total de diarios del país. Argentina 1995-2010***



(*) La tirada diaria promedio del año 2010 corresponde al primer trimestre.
Fuente: IVC (Instituto Verificador de Circulación)
Nota: el IVC registra solamente a sus asociados.

Gráfico 5. Reducción de tirada diaria promedio mensual entre marzo de 2008 y marzo de 2010. 5 diarios de mayor tirada. Argentina.



Fuente: IVC (Instituto Verificador de Circulación)
Nota: el IVC registra solamente a sus asociados.

Notas.

- 1) La circulación de periódicos se calcula a partir de un promedio de la cantidad de ejemplares que efectivamente se venden diariamente, sea de un diario o del conjunto de los diarios que circulan en el país. Para ellos, se elabora un promedio a partir de la venta observada en los distintos días de la semana. Vale decir que la circulación varía muy significativamente según el día de la semana que se tenga en cuenta, por ejemplo de lunes a viernes, sábado o domingo.
- 2) Según datos del IVC (Instituto Verificador de Circulaciones).

Estas cifras no están volcadas aquí con el objetivo de vaticinar el final irremediable del periodismo gráfico, pero sí valen como indicadores para entender la

dimensión del grave problema financiero que enfrentan diarios en la actualidad, y la manera en que esto afecta a la calidad de los contenidos y la cantidad de trabajadores contratados.

Sobre esto, Suárez plantea que “la prensa gráfica ha ganado lectores (a través de los portales y ejemplares de circulación gratuita) y a un mismo tiempo, ha registrado una caída en las estadísticas de venta de diarios. Sin embargo se mantiene como el actor con mayor capacidad para imponer temas en la agenda pública” (Suárez, 2016, p. 29).

4.1.3.2 La repercusión en los espacios de trabajo

El primer indicador de la crisis económica hacia dentro de los espacios de trabajo periodístico es de carácter numérico, es decir, sencillamente la reducción en la planta de trabajadores de muchos medios y, en algunos casos, la quiebra y desaparición de la empresa.

Entre 2015 y 2016 se perdieron 2500 puestos de trabajo en los medios de comunicación argentinos.¹⁰ Esto se realizó no sólo mediante despidos, sino también jubilaciones anticipadas y retiros voluntarios, que son maneras indirectas de recortar personal.

Cabe aclarar que estas cifras han aumentado notablemente a partir del 2016 a raíz del cambio de gobierno, que impactó negativamente a través de sus políticas de ajuste en varios sectores de la economía y, por otro lado, la persecución política a que se sometió a determinados medios y/o periodistas, que fueron despedidos o desplazados de sus anteriores funciones. A modo de ejemplo, sirve la cifra que denuncia Sebastián Lacunza: “El Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba) evaluó que en el primer semestre de 2016 se habían perdido 2.000 puestos de periodistas en medios de todos los formatos” (Lacunza, 2016, p. 46).

Este achicamiento en las plantas permanentes a su vez trae aparejado una disminución en la calidad de la información circulante:

“Casi todos los diarios de Buenos Aires redujeron drásticamente el cuerpo de correctores, lo que reforzó un círculo vicioso. Un lector huidizo, que es tentado

¹⁰ Artículo digital: <https://www.pagina12.com.ar/42463-del-obelisco-al-ministerio-de-trabajo>

a toda hora con información gratuita (en muchos casos repetitiva, poco elaborada o banal), se encuentra con que cuando decide comprar un diario en el kiosco, la calidad de lo que recibe comienza a deteriorarse” (Lacunza, 2016, p. 46).

A continuación traemos algunos casos paradigmáticos y recientes de quiebra o reducción en la planta de trabajadores de varios medios de comunicación a nivel nacional, para ejemplificar la compleja situación que atraviesan los mismos a escala general.

- Quiebra y cierre del diario La Mañana de Córdoba: El conflicto laboral dentro del medio cordobés se acentuó durante los últimos dos años hasta culminar con el cierre definitivo del medio. Los trabajadores del periódico realizaron asambleas, cortes, tomas pacíficas y cese de actividad laboral en reclamo por los meses de salarios atrasados, aportes previsionales y de servicio de salud, despidos a trabajadores, entre otras cuestiones. Tras varios meses de conflicto, la empresa finalmente se declaró en quiebra, dejando a 61 trabajadores en la calle¹¹, algunos de los cuales luego fundaron una cooperativa comunicacional llamada La Nueva Mañana.
- Ámbito Financiero: Los trabajadores del medio gráfico denuncian el atraso en los salarios desde marzo de 2017, adoptando como medida de reclamo la quita de firmas de la edición impresa del periódico. Las causas de la demora en los pagos parecieran ser el recorte en la pauta oficial del actual gobierno y también de la publicidad privada¹².
- Buenos Aires Herald: El diario más antiguo de Argentina anunció su cierre definitivo en agosto de 2017, tras 140 años de existencia. En 2016, por decisión del Grupo Indalo, se despidieron a 14 trabajadores y se transformó de diario a semanario. Por ese entonces sus periodistas manifestaban que “las modificaciones en la forma de distribución de la pauta publicitaria oficial y la recesión exacerbaban estos cambios”¹³.
- Tiempo Argentino: Fundado por el grupo de medios propiedad del empresario Sergio Szpolski (Grupo Veintitrés), el diario comenzó a dejar de pagar sueldos a fines de

¹¹ Fuentes digitales: <https://www.laizquierdadiario.com/Sigue-la-pelea-de-los-trabajadores-de-La-Manana-de-Cordoba>; <https://www.facebook.com/delegado.lmcba/posts/1610962365885215>

¹² Fuente digital: <https://notasperiodismopopular.com.ar/2017/08/09/conflicto-salarial-ambito-financiero-cinco-meses-sueldos-desdoblados/>

¹³ Fuente digital: <https://notasperiodismopopular.com.ar/2017/08/01/140-anos-cerro-buenos-aires-herald/>

2015. El progresivo vaciamiento generó numerosas medidas de protesta como la quita de firmas, y en marzo del 2016 el medio comenzó a ser autogestionado a través de una cooperativa¹⁴ impulsada por los propios trabajadores¹⁵. La edición cordobesa de ese diario también fue vaciada y cerrada por sus propietarios.

- Canal CN23: En febrero del 2016 la empresa despidió a 136 de sus 160 trabajadores, lo que generó una toma del canal y ocupación del edificio. En agosto del 2017 se anunció su transformación a una señal de contenidos enlatados, “siendo su contenido elaborado en forma externa”¹⁶.

4.1.3 Capitalismo mediático y corporaciones

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

En los últimos años y a raíz de las grandes transformaciones sociales, políticas, económicas y tecnológicas a escala mundial, los medios masivos se tornaron agentes de formación de opinión, conformando un “capitalismo mediático” con el fin de controlar los flujos de la información y, de esa forma, consolidar su poder (Acuña et al, 2006, p. 7).

Como mecanismo de control sobre la información, las corporaciones dueñas de gran porcentaje de los medios de comunicación se tornan actores con “capacidad económica y política para afectar (si no definir) en grado importante el escenario de discusión y acción cotidiana” (Acuña et al, 2006, p. 7).

El fenómeno de la concentración mediática ha sido definido por Miguel de Bustos como “el resultado de un proceso que en un determinado conjunto tiende a aumentar las dimensiones relativas o absolutas de las unidades presentes en él”

¹⁴ La Cooperativa Por Más Tiempo funciona actualmente en la Ciudad de Buenos Aires y distribuye en la Capital, Provincia de Buenos Aires y La Plata.

¹⁵ Fuente digital: <https://notasperiodismopopular.com.ar/2017/04/23/duenos-nuestras-palabras-tiempo-argentino-cooperativa/>

¹⁶ Fuente digital: <https://notasperiodismopopular.com.ar/2017/07/13/despidos-cn23-empresa-deberia-trasladarnos-otros-medios-grupo/>; <https://notasperiodismopopular.com.ar/2016/02/29/despidos-toma-canal-cn23/>

(Becerra y Mastrini, 2006, p. 53).

Como hemos anticipado, siguiendo a Mastrini y Carboni (2012), estos procesos pueden darse en varios sentidos o niveles:

- * Horizontal o expansión monomedia: la firma se expande para producir una variedad de productos finales dentro de la misma rama;
- * Integración o expansión vertical: las empresas se expanden con el objetivo de participar en las distintas fases de la cadena productiva;
- * Crecimiento diagonal, lateral o conglomerados: se trata de buscar la diversificación fuera de la rama de origen con el fin de compensar y reducir riesgos a través de la creación de sinergias.

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

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

En un contexto de predominio político de gobiernos capitalistas neoliberales, en Latinoamérica el proceso de concentración mediática -que existe indefectiblemente a escala global en mayor o menor medida en cada país- se sucede con gran intensidad. Se generan grandes corporaciones dentro del mercado nacional que actúan en consonancia con otros grupos a nivel mundial y funcionan de forma semejante a otros mercados: “Son grupos multimedia con ramificaciones a otras actividades comunicacionales (telecomunicaciones, informática, industria gráfica, etc.), pero también a otras ramas de la industria y el comercio” (Alaniz, 2015, p. 32). Es decir, que tienen negocios cruzados, al compartir “acciones con operadores de cable, y a la vez van haciendo y deshaciendo alianzas internacionales con los actores de mayor peso en el mercado planetario” (Alaniz, 2015, p. 32).

En esta línea, al tener cada vez más intereses propios -al estar expandiéndose como conglomerado- y ajenos -ya que su financiamiento depende en gran medida de

la publicidad comercial o pauta oficial de los Estados-, los medios de comunicación se van alejando de la tarea que es, en definitiva, el fundamento del periodismo: informar responsablemente.

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

4.1.4 Los marcos regulatorios de la profesión

Frente a este panorama, la práctica profesional del periodismo se encuentra con problemáticas a nivel macro, que deben ser contempladas y reguladas de alguna manera para que el trabajador pueda resguardarse en este marco.

El Estatuto del Periodista Profesional, sancionado el 11 de julio de 1947 bajo la presidencia de Juan Domingo Perón, se constituye como el primer marco legal para la regulación y protección del trabajo de los periodistas en la Argentina.

Promulgado bajo la Ley 12.908, el Estatuto se crea con base en los documentos que fueron elaborados en 1938 durante el Congreso de Periodistas realizado en Córdoba, una instancia de negociación entre los representantes de la Federación Argentina de Periodistas, el Círculo de la Prensa y los propietarios de los medios¹⁷.

En su Artículo 2, la ley define a los periodistas profesionales como “personas que realicen en forma regular, mediante retribución pecuniaria, las tareas que les son propias en publicaciones diarias, o periódicas y agencias noticiosas”¹⁸.

Entre las principales conquistas laborales del Estatuto, podemos destacar la entrega del carnet habilitante para ejercer la profesión, el derecho a vacaciones anuales, la posibilidad de establecer escalas salariales en función de las tareas desempeñadas por el sujeto trabajador, la limitación de la jornada laboral a 36 horas semanales como máximo, la obligatoriedad de la indemnización para casos de despido y el respeto a cualquier filiación política del periodista.

¹⁷ Fuente digital: <http://historiadelperonismo.com/estatuto-del-periodista-profesional/>

¹⁸ Fuente digital:

http://www.prensared.com.ar/pdfs/ESTATUTO_DEL_PERIODISTA_PROFESIONAL.pdf

En conjunto con el Estatuto también fue promulgado el Estatuto del Empleado Administrativo de Empresas Periodísticas con el objetivo de incluir a los trabajadores de prensa al régimen pautado en los convenios colectivos de trabajo.

En particular, en Córdoba, rige para los periodistas el Convenio Colectivo de Trabajo “N° 364/75, con vigencia desde el 01/06/75” (García Lucero et al., 2016, p. 10). Este marco legal

“dispone en su art. 1° que los intervinientes son el Círculo y el Sindicato de Prensa de Córdoba, por una parte, y las empresas periodísticas de esta misma ciudad, incluyendo a los canales de televisión. A su vez, el art. 2° dispone que el personal que queda comprendido es el contemplado en el Estatuto de Periodistas Profesionales; mientras que el art. 3° define como zona de aplicación, la ciudad de Córdoba.”

(García Lucero et al., 2016, p. 10)

La creación de marcos legales para la regulación y reconocimiento del trabajo periodístico como una profesión (y no como “vocación”) constituyó una enorme conquista para la preservación de las fuentes de trabajo, así como la mejora de las condiciones laborales y la defensa de la libertad de expresión. Justamente por eso, fueron los primeros en ser atacados durante los gobiernos neoliberales de la década del 90, bajo un sistema que necesitaba de trabajadores precarizados en general y, en particular, de periodistas funcionales al poder, cuyo trabajo intelectual no constituyera ninguna amenaza o cuestionamiento al poder político de turno.

4.1.5 Los medios de comunicación en Córdoba

Una vía de abordaje para entender el rol de los medios de comunicación masivos en la sociedad cordobesa es analizar y repasar la historia de los propios trabajadores de prensa, organizados en sindicatos. Mariano Suárez (2015) y Guido Dreizik¹⁹, ex secretario general del CISPREN (Círculo Sindical de Prensa y Comunicación), coinciden en que la situación actual de los trabajadores de prensa tuvo su origen en las políticas aplicadas durante los dos mandatos presidenciales de Carlos Menem, es por eso que lo utilizaremos como punto de partida cronológico para analizar el tema.

¹⁹ Entrevista a Guido Dreizik, agosto, 2016

Los sucesivos gobiernos de Carlos Menem (1989-1999) representaron de forma explícita los intereses de los grupos económicos más concentrados. Las políticas laborales abrazaron el concepto de “flexibilidad”, y se produjeron rupturas en el campo sindical (Suárez, 2012, p. 142). La primera ley laboral del menemismo fue la Ley Nacional de Empleo (24.013), que introdujo la flexibilización laboral por un doble mecanismo: la “flexibilización de entrada (contrataciones temporales) y la “flexibilización de salida” (se creó la figura del ‘despido por causas tecnológicas’)” (Suárez, 2012, pp. 143-144).

En un segundo momento, entre 1994 y 1995, empujado por el atraso cambiario producto de la Convertibilidad, el gobierno emprendió un nuevo ajuste cuya variable fue el costo laboral. El paquete de leyes que acentuaba la flexibilidad, añadía el llamado “contrato de aprendizaje” que se consideraba de naturaleza no laboral y suprimía la exigencia del empleador de saldar las deudas laborales para habilitar la apertura de concurso en caso de quiebra, entre otras cosas, fue aprobado gracias al apoyo de los gremialistas (Suárez, 2012, pp. 144–146).

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

Es que para el sindicato, la concentración conlleva un empeoramiento directo de sus condiciones laborales: como pocas empresas manejan gran parte de los medios de comunicación y tienen cada vez más poderío, a los sindicatos se les hace cada vez más difícil la negociación. El comunicado del CISPREN agrega, premonitorio:

“Respondiendo precisamente a las presiones de los grandes capitales invertidos en los medios y a las ideas sobre flexibilización laboral del Fondo Monetario Internacional, el gobierno volvió a insistir con su pretensión de colocar en disponibilidad los Estatutos con el objetivo de cercenar conquistas gremiales básicas de los trabajadores de prensa, mutilar la libertad de expresión y vulnerar el derecho de los ciudadanos a estar debidamente informados”

(Reyna, 2003, p. 41).

Frente a los intereses de los grandes monopolios mediáticos y económicos, la organización sindical de los trabajadores se presenta como el mejor instrumento para regular lo desregulado y proteger los derechos laborales y la libertad de expresión.

4.1.6 El CISPREN: La disputa vigente

El Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba -el CISPREN- es el sindicato que agremia a los trabajadores de prensa en la provincia de Córdoba. Nació en 1984, de la fusión de dos entidades: el Círculo de la Prensa -surgido en 1936- y el Sindicato de Prensa -cuya filial cordobesa se fundó en 1953- (Reyna, 2003, pp. 7, 9, 23). Un año antes de la fundación del CISPREN, se creó una organización llamada “Movimiento de Recuperación del Gremio de Prensa”, que se unificó con una experiencia de lucha de los trabajadores del Diario Córdoba contra el cierre y vaciamiento de esa publicación²⁰. En un contexto donde se comenzaba a ver “el aventurerismo empresario” de los dueños de los medios, se consiguió la reapertura de ese periódico, propiedad del grupo Astori, de la Fundación Mediterránea, que lo utilizaba como punto de triangulación de dinero, para trasladarlo de unos socios a otros. Sin embargo, la victoria duró hasta 1991, cuando el diario fue comprado por unos nuevos dueños, que lo cerraron definitivamente (Reyna, 2003, p. 37).

No obstante, esa fusión de experiencias organizativas y administrativas dio como nacimiento el “Movimiento Unificado de Prensa” (MUP), que pretendía la unidad entre el Círculo y el Sindicato, lo que llevó a la creación del CISPREN²¹. El flamante sindicato reafirmaba el “principio de libertad de expresión en todos los medios de comunicación masiva como condición básica para la existencia de una sociedad democrática, abierta al proceso de cambio social y el total respeto de los derechos humanos”, tal como se proclamó en un congreso de mayo de 1984, celebrado en la ciudad de Río Cuarto (Reyna, 2003, p. 22).

Dos años después del ingreso al poder de Carlos Menem en 1989, en el 8º Congreso Provincial del CISPREN celebrado en 1991, se condenaba al proyecto “neoconservador” del menemismo, a su paquete de ajuste y sus leyes laborales. En el siguiente encuentro, el nuevo orden económico fue descrito como provocador de

²⁰ Entrevista a Guido Dreizik, agosto, 2016.

²¹ *Ibídem*.

injusticias sociales y expulsor de importantes franjas de la población del sistema productivo (Reyna, 2003, p. 30).

En 1993, el CISPREN inició la batalla en defensa del Estatuto del Periodista Profesional y el del Empleado Administrativo de Empresas Periodísticas. Consideradas por el gobierno de Menem como “un privilegio”, el proyecto de derogación inició cuando un sector del periodismo comenzaba a denunciar los actos de corrupción sucedidos durante esta administración (Reyna, 2003, p. 32). Los gremios de prensa del país se anotaron un triunfo al impedir que el Congreso Nacional derogue el estatuto profesional, mientras el gobierno avanzaba en eliminar regímenes laborales especiales (Suárez, 2012, p. 146).

El sindicato de trabajadores de prensa impulsó fuertes reivindicaciones y luchas respecto a la defensa de los puestos laborales y las condiciones de trabajo: en este sentido, en el XII Congreso Provincial del CISPREN celebrado en 1995, la comisión de Política y Acción Social recomendaba “reforzar la acción gremial entendida como la vigilancia permanente de las fuentes de trabajo” (Reyna, 2003, p. 41).

En el diario La Voz del Interior, el gremio consiguió que se hicieran efectivos 12 trabajadores que estaban firmando sucesivos contratos, y se revirtió la decisión empresaria de disminuir los salarios, mientras que en Canal 12, “se consiguió evitar el vaciamiento del servicio informativo” (Reyna, 2003, p. 37). Por otro lado, gracias a la gestión del CISPREN en el diario Comercio y Justicia -empresa que se declaró en quiebra y trató de negociar acuerdos particulares con los trabajadores despedidos- se consiguió aplicar el Convenio Colectivo en su totalidad para negociar indemnizaciones colectivas.

Por otro lado, en Radio LV2, a través de las movilizaciones del sindicato cordobés, se logró el alejamiento de su responsable José Oreste Gaido, después de que los trabajadores de la emisora pasaran meses enteros sin cobrar el salario (Reyna, 2003, p. 37).

Aun así, el contexto todavía era mucho más propicio para los empresarios que para los trabajadores: en el caso de LV2, el nuevo responsable, Viramonte Otero, desmanteló el servicio informativo con la práctica de “retiro voluntario”, es decir, obligando a los trabajadores a renunciar (Reyna, 2003, p. 37). El ex secretario gremial del CISPREN recuerda cómo La Voz del Interior también utilizó la misma práctica durante el primer menemismo y asegura que ésta se trata del “padre de la flexibilización laboral”, graficando: “Primero viene el retiro voluntario. Vos bajaste la cabeza para charlar eso, cuando vos ves que tus compañeros se van del diario. Y

los que quedan somos menos, y te dicen ‘vos trabajá una hora más y te doy \$100’. Aceptás los \$100 y trabajás más”²². Por otro lado, en medio de la crisis económica, una fuente de trabajo cerró sus puertas tras pocos meses de existencia en Córdoba capital: *Adiario* fue “un proyecto surgido al calor de las ambiciones presidencialistas de Eduardo Angeloz” de breve duración, en el que se intentó burlar el convenio colectivo creando una pseudo-cooperativa que tercerizó a los trabajadores (Reyna, 2003, p. 37).

Durante el año 2001, se acrecentaron los conflictos en *La Voz del Interior*, empresa que tras proseguir con la práctica de los retiros voluntarios y recortes salariales, comenzó a “apretar” a los trabajadores de prensa, llegando incluso a instalar “una lista negra con los nombres de los secretarios generales, adjuntos y gremiales de la UOG y del CISPREN para impedirles la entrada” al edificio (Cabus, 2001, p. 10). En ese mismo año, Canal 12 utilizaba pasantes a los que sometía a presiones “extenuantes” y despedía a dos trabajadores por haber hecho reclamos salariales, al tiempo que los SRT aplicaban recortes en los pagos. En ambos casos, intervino la asesoría letrada del CISPREN (Cabus, 2001, pp. 10-11).

Otra intervención fundamental se hizo el 30 de agosto de 2002, cuando el sindicato cambió su nombre de *Círculo Sindical de la Prensa de Córdoba* a *Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba*, ampliando el estatuto a “los trabajadores (...) de la comunicación (...) informatizada, por Internet, transmitida por cualquier medio técnico (...)”. De este modo comienza a incluir en la representación sindical a profesionales que se desempeñaban en plataformas no tradicionales y que otrora no estaban contemplados.

En 2006, el sindicato festejaba el éxito en la negociación paritaria, que tuvo como resultado un aumento salarial del 36%, “cuando la patronal pretendía imponer un exiguo 6% (...)” (CISPREN, 2006, p. 4). Ese mismo año, el gremio manifestó su voluntad de actualizar el *Convenio Colectivo de Trabajo*, redactando un proyecto que adaptaba el texto a las nuevas tecnologías que comenzaban a hacer auge (CISPREN, 2006, p. 4). A fines de noviembre de ese mismo año, el CISPREN se manifestó frente a la planta de Canal 12, tras el despido de una cronista y un camarógrafo que fueron cesanteados por “haber sido relevados por la Secretaría de Trabajo de la Provincia y el CISPREN, que exigió su blanqueo” (Oliva, 2006, p. 5). Días después, el Grupo UNO, que había adquirido el diario *La Mañana de Córdoba*, despidió a cinco trabajadores de ese matutino y del periódico *Ámbito Financiero*. En

²² Entrevista a Guido Dreizik, agosto, 2016

protesta a esa decisión, el personal de la redacción se declaró en estado de asamblea permanente y el sindicato protestó frente a la planta impresora del diario. Finalmente, la empresa incorporó a dos de los cinco despedidos (Oliva, 2006, p. 5).

Al año siguiente, el CISPREN emprendió una campaña contra el trabajo en negro, llevando a cabo inspecciones en los medios para cuantificar y rectificar este flagelo (CISPREN, 2007, p. 5). La acción tuvo como correlato un plan de concientización que llevó como consigna “Que no te paguen con fama” (CISPREN, 2007, p. 5). Dentro las empresas, la campaña tuvo resultados, por ejemplo, los representantes de Radio Mitre se comprometieron a regularizar la situación de todo el personal que se incluyera en el Estatuto de Prensa, que en ese momento se trataba de aproximadamente 40 trabajadores. Por otro lado, los dueños de la Revista Matices acordaron presentar una propuesta de regularización de su planta. Previamente, se había registrado en el medio a una veintena de trabajadores de prensa (CISPREN, 2007, p. 5). También en 2007, el sindicato impulsó y apoyó la creación del Centro de Jubilados y Pensionados de Prensa de Córdoba (Castro Torres, 2007, p. 32).

Ese mismo año, los despidos en el rubro de la prensa no se detuvieron. En noviembre del 2007, Día a Día despidió a un reportero gráfico y La Voz del Interior a dos redactores. Cabe destacar que ambos medios son propiedad del Grupo Clarín. Ese año, también, la patronal de La Voz denunció penalmente y pidió la exclusión de la tutela sindical a cuatro dirigentes y militantes del gremio que habían participado por reclamos salariales frente a la sede de los matutinos Día a Día y La Voz del Interior. Finalmente, el fiscal Javier Praudade solicitó el sobreseimiento de los trabajadores por considerar que “no hubo hecho punible alguno”.

Al año siguiente, La Voz del Interior despidió al periodista Enrique Lacolla a raíz de su artículo “La sedición del campo”, en el que criticó al sector agrícola que dispuso un lock-out patronal en medida de protesta a la suba de retenciones móviles. Este hecho fue considerado como “un acto de censura encubierta” por la conducción del gremio, que lo repudió públicamente (Fassi, 2009, p. 11).

Al año siguiente, el sindicato radicó una denuncia ante la Secretaría de Trabajo de la Provincia por el acoso laboral y la persecución gremial sufridos por trabajadoras del diario La Mañana de Córdoba, cuyo entonces secretario de redacción las amenazaba con despidos, haciendo alusiones al género y al sexo (CISPREN, 2009, p. 23).

Comprender la historia de las luchas llevadas a cabo por el sindicato es

crucial para la descripción actual del trabajo de prensa. La acumulación histórica y colectiva de experiencias, de derrotas y conquistas es fundamental para trazar una línea que nos lleve hasta la situación actual de los trabajadores. En palabras de Guido Dreizik, cada victoria que tiene la patronal significa una victoria de sus “perspectivas a veinte años”²³.

4.1.7 Contexto laboral de los entrevistados

A continuación, a modo de contextualización del campo de estudio, haremos una breve caracterización de cada medio de comunicación donde trabajan los periodistas entrevistados, a fin de comprender las formas que adopta el fenómeno de empresarialización mediática.

Canal 8

Canal 8 es un canal de televisión abierta de Argentina que transmite desde Córdoba y se encuentra afiliado a Telefé. Fue fundado en 1991 por la familia Yadarola bajo la empresa Dicor Difusión Córdoba S.A; posteriormente cambió su nombre a Teleocho y basó su programación en la retransmisión de la programación de Telefé²⁴. En 1999, el Grupo Telefónica adquirió el 100% de las acciones de Telefé y siete canales más del interior, entre ellos Teleocho (CISPREN, 2009, p. 27).

Basado en las estadísticas proporcionadas por Ibope en el año 2016, observamos que los programas que concentran mayor índice de audiencia corresponden a los noticieros de los tres canales de televisión abierta, en el siguiente orden:

- Noticiero 12 (Canal El Doce): 13,68
- Teleocho Noticias (Teleocho): 10,13
- Crónica Mediodía (Canal 10): 4,12²⁵

La Voz del Interior

²³ Entrevista a Guido Dreizik, agosto, 2016.

²⁴ Fuente digital: https://elpais.com/diario/1999/12/02/sociedad/944089219_850215.html

²⁵ Fuente digital: <http://360yvos.com/rating-en-cordoba-los-noticieros-son-los-programas-mas-vistos-en-cada-canal/>

La Voz del Interior es un diario de Córdoba fundado en el año 1904 por Silvestre Rafael Remonda y Juan Dionisio Naso. En 1997, bajo la Compañía Inversora en Medios de Comunicación (CIMECO), el Grupo Clarín compró el 80% del paquete accionario del diario, mientras que el 20% restante se mantuvo en propiedad de las familias fundadoras de los periódicos La Voz del Interior y Los Andes²⁶. Actualmente la tirada es de aproximadamente 65.000 ejemplares diarios.

En el año 1995, el diario se embarcó en un proceso de modernización que incluyó “un profundo cambio en los procesos de producción. El diario estrenó un moderno diseño gráfico e incorporó el color en todas sus secciones”²⁷.

Este rediseño se dio en varios aspectos:

- Informatización: “A través de computadoras vinculadas entre sí, cambió el escenario de trabajo. La digitalización se practicó en todo tipo de tareas, incluyendo el tratamiento y archivo de fotografías y la confección de avisos publicitarios”²⁸.
- Adquisición de nuevas tecnologías para la impresión del diario, lo que permitió el aumento de la tirada de ejemplares y mejor calidad de imagen.
- En 1996 el diario inauguró su portal de Internet, La Voz Online, donde se podía acceder a un resumen de las noticias más importantes del día. Posteriormente, el diario digital comenzó a incluir noticias de último momento y contenidos exclusivos para la web.

Cadena 3

Cadena 3 es una emisora radial fundada en 1930 bajo el nombre de LV3 Radio Córdoba, que transmite desde esta ciudad a nivel nacional. Pertenece al grupo Radiodifusora del Centro S.A, que adquirió los derechos durante la privatización en la década de los 90 junto con otras radios como 100.5 y Radio Popular²⁹.

Actualmente, posee numerosas frecuencias de AM y FM y sostiene además un sitio web con transmisión online en vivo de sus programas y generó aplicaciones para ser escuchada en aparatos móviles³⁰.

Según la última medición de audiencia de Ibope, Cadena 3 (AM y FM) encabeza

²⁶ Revista Proyección, edición número 24, octubre, 2009, p. 27

²⁷ Fuente digital: http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/Historia_La_Voz_del_Interior.pdf

²⁸ Fuente digital: http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/Historia_La_Voz_del_Interior.pdf

²⁹ Revista Proyección, edición número 24, octubre, 2006, p. 28

³⁰ Fuentes digitales: <http://www.cadena3.com/institucional.asp>

la lista de emisoras en número de oyentes, concentrando un 21,95% de audiencia³¹.

Día a Día

Día a Día es un periódico fundado en Córdoba en el año 2004 por la empresa Contenidos Mediterráneos S.A, perteneciente al Grupo Clarín. Fue pensado para ser un periódico de corta extensión, vendido a un precio económico y centrado en noticias locales y regionales. Así definió el concepto del diario su jefe de redacción Adrián Bassola: "Un diario popular, de calidad, construido con un lenguaje directo, desacartonado y sensible"³².

En el año 2009 se lanzó la web de Día a Día, "con el objetivo de ser un medio de comunicación hiperlocal, con noticias y entretenimiento de la ciudad de Córdoba"³³. En mayo de 2017 la web se unió a la red de sitios Vía País.

Los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba (SRT) surgieron en 1958. A partir de 1972, son legalmente inscriptos como Sociedad Anónima. Actualmente la Universidad Nacional de Córdoba es la mayor accionista de este grupo (99,41%). La otra parte de las acciones (0,59%) proviene de la Municipalidad de Bell Ville, Córdoba, Argentina.³⁴

Esta sociedad está compuesta por Canal 10, Cba24n y las emisoras radiales Radio Universidad (AM 580) y Nuestra Radio (FM 102.3).

Canal 10

El canal retransmite contenidos educativos, culturales y periodísticos de otros medios como Canal Encuentro y Canal 7. Además, desde 2009 aumentó la cantidad de horas de programación con producción propia, pasando de 2,5 a 6 horas diarias.

Canal 10 forma parte del Consejo Federal de la TV Pública, organismo que participó activamente de las discusiones que dieron origen a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522)³⁵.

³¹ Fuente digital: <http://viapais.com.ar/cordoba/127698-medicion-de-ibope-las-15-radios-cordobesas-mas-escuchadas/>

³² Fuente digital: https://www.clarin.com/sociedad/sale-nuevo-diario-cordoba_0_Bkt3fpJ0Yl.html

³³ Fuente digital: https://www.facebook.com/pg/diaadia/about/?ref=page_internal

³⁴ Fuente digital: <http://vos.lavoz.com.ar/tv/los-srt-el-primer-multimedia>

³⁵ Fuente digital: <http://atom.ippdh.mercosur.int/index.php/srt-canal-10>

Cba24n

Cba24n es un canal digital de noticias y portal informativo web, dependiente de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba, lanzado en el 2011. Es el primer canal del interior del país emitido a través de la Televisión Digital Abierta y su programación está fuertemente orientada a la información periodística local, aunque suele retransmitir programación del canal DeporTV Y TV Pública³⁶.

Además, el canal posee un bloque multimedia llamado “Cba 3.0”, producido por estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC)³⁷.

4.2 Análisis del proceso de trabajo periodístico en Córdoba

Para caracterizar el proceso de trabajo, analizamos las entrevistas realizadas a periodistas asalariados de Córdoba y recopilamos, asimismo, narraciones sobre expresiones del proceso de trabajo mediante la toma de notas en asambleas de trabajadores, lectura de memorias de congresos y materiales distribuidos en los ambientes laborales. Además, hicimos dialogar las respuestas de los periodistas con otros relatos de trabajadores de prensa del resto del país extraídos de diversas fuentes bibliográficas, para sumar al contexto nacional.

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

Cabe destacar que cada aspecto del proceso de trabajo conlleva un análisis sobre la existencia, pertinencia y aplicabilidad de los marcos legales que debieran contenerlos, que se apoya en la perspectiva de los periodistas entrevistados.

³⁶ Fuente digital: <http://www.cba24n.com.ar/content/quienessomos>

³⁷ Fuente digital: <http://atom.ipdh.mercosur.int/index.php/srt-canal-10>

4.2.1 Polivalencia funcional



Caricatura publicada en Revista Umbrales, número 26, septiembre, 2013

Los medios de comunicación tradicionales enfrentan un panorama signado por los cambios vertiginosos. Tal es así que, indistintamente del soporte en que se desempeñen, cada uno de los periodistas entrevistados dio cuenta de una tendencia a la adjudicación de cada vez más tareas a una misma persona, sin que aumente proporcionalmente su salario. Estas diversas actividades, que se van multiplicando per cápita con la misma velocidad con la que disminuye la planta de trabajadores, antes recaían sobre varios periodistas y no sólo en uno, como sucede en la actualidad.

Héctor Brondo, jefe de la sección Ciudadanos de La Voz del Interior, delegado paritario y miembro de la comisión directiva del CISPREN, destaca que las empresas incorporaron ciertos cambios tecnológicos al interior de las redacciones. Estos llevaron a que él, por ejemplo, deba redactar para varios soportes del medio, además de oficiar de webmaster³⁸ ocasional del sitio del diario:

“Hago producción para el diario papel, y para la web (...). Por ejemplo,

³⁸ El webmaster “es aquel profesional del área digital y específicamente en el área de creación de páginas web que tiene conocimiento de todos los tipos de técnicas de programación y codificación informática, así mismo, un webmaster, debe ser capaz, por ejemplo, de crear páginas web así como la coordinación de la misma para el mantenimiento de su relevancia”. Fuente digital: <https://iiemd.com/webmaster/que-es-webmaster>

recién estuve actualizando una nota para la web, de un robo en barrio Ituzaingó, y temprano hice lo de la inauguración de un sistema de luces en el Palacio de Justicia esta noche, y estoy preparando una nota para la primer plana el fin de semana para el papel, y hago también información diaria, esa sección se llama Convergencia: trabajás para el papel, para la web, para todos los soportes que tiene el diario... por el mismo precio”³⁹.

La polivalencia implica no sólo que un oficio deba ser ejercido por una sola persona para diversos soportes del medio, sino que significa a veces la adjudicación de varias tareas, convirtiendo a un solo individuo en una virtual “línea de montaje” que antes incluía más de un par de manos. Guido Dreizik, ex secretario general del CISPREN, lo graficó de la siguiente manera: “En el caso del fotógrafo, él tiene que [sacar la fotografía], enviarla, y editarla. El editor fotográfico es el mismo fotógrafo”⁴⁰.

Dreizik asegura que la calidad periodística se ve afectada por esta polivalencia, a la vez que ciertos puestos de trabajo disminuyeron su especificidad o simplemente desaparecieron, mientras los empresarios de medios se amparan bajo el escudo de los despidos por “razones tecnológicas”. Por ejemplo, un caso claro es el de los correctores, que en algunos medios han sido reemplazados por un software:

“Las nuevas tecnologías no son ni buenas ni malas. A mí me han favorecido mucho mi trabajo. El problema es cuando las nuevas tecnologías son usadas más para la flexibilización que para la calidad. Y hoy por hoy las empresas están empeñadas con la flexibilización. La calidad no les importa un carajo. Los correctores ortográficos por ejemplo no corrigen declinencias, no corrigen muchas cosas de la frase que sí corrige el que está leyendo”⁴¹.

Emilio Molina Salas, movilero del canal Teleocho, afirma que “no es lo mismo un periodista formado y con experiencia (...) sacando los datos de una determinada nota en la calle a que lo haga el fotógrafo, y no porque el fotógrafo no tenga capacidad, pero se ha preparado para ser fotógrafo. Se va deteriorando en

³⁹ Entrevista realizada a Héctor Brondo, diciembre, 2016

⁴⁰ Entrevista a Guido Dreizik, agosto, 2016

⁴¹ Ibidem

cuanto a contenido y también en lo estético”⁴².

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

“Yo no soy fotógrafo y si yo voy con este teléfono y hago la foto por el mismo precio, además de ser explotado yo y abusado, le estoy serruchando el piso al pobre diablo que el día de mañana la empresa va a decir ‘para qué quiero contratar fotógrafo, si ya logré que mis trabajadores redactores acepten sin decir más hacer esas tareas’⁴³.

Mónica Reviglio, periodista de Canal 10, explica que ejerce la profesión desde hace treinta y siete años y, en los últimos diez, debió adaptarse a las nuevas y múltiples tareas fruto de la digitalización: “De pasar a editar con cassettes a la parte digital, de tener que editar (...) sentada al lado del editor a tener que editar en la calle notas, mandarlas ya editadas”⁴⁴, y agrega: “Nunca tuvimos formación, siempre lo fuimos aprendiendo todo arañando (...) lo hago porque yo sola lo aprendí, fui aprendiendo porque no me quería quedar”⁴⁵.

La televisión no parece estar exenta de este fenómeno. Consultado para nuestro trabajo, Molina Salas relata que su trabajo no se limita sólo a las entrevistas que realiza. Inmediatamente después de que las cámaras dejan de rodar, el periodista comienza toda otra sección de su labor:

“Tenemos en la cámara que 'marcar' la nota: (...) tenemos un par de planillas, una que tiene un título de la nota, una síntesis, como para que los presentadores de los informativos sepan de qué se trata, un título, una bajada, el nombre del entrevistado, el cargo del entrevistado (...). Después hacés, por ejemplo, un off de apertura (...), entonces le ponés el time code que se llama, el tiempo de la cámara donde empieza ese off, para que el editor sepa dónde buscar (...)”⁴⁶.

⁴² Entrevista a Emilio Molina Salas, febrero, 2017

⁴³ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

⁴⁴ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

⁴⁵ *Ibíd*em

⁴⁶ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

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

Mariano Suárez describe así al “nuevo periodista multimedia y flexible”:

“Un mismo trabajador puede hacer una nota, tomar fotografías, enviar un adelanto por su teléfono celular para la edición digital con audio e imágenes, luego escribir para la edición en papel y hasta encargarse de la propia edición de la información o su diseño en el portal”

(Suárez, 2012, p. 186).

A modo de ejemplo, a nivel nacional la política del matutino porteño Clarín frente a este nuevo panorama se centró en “imponer la polivalencia funcional a partir de los dispositivos digitales que combinaban el registro fotográfico, audiovisual y la telefonía en un mismo soporte” (Suárez, 2015, p. 33). Según Mariano Suárez, el medio optó por la republicación de los contenidos en diferentes plataformas, lo que significa que no sólo se agregan nuevas tareas a la labor periodística, sino que además el resultado de este trabajo queda disponible para ser reutilizado por el medio en estos nuevos soportes.

A menudo se utiliza como justificación de estos fenómenos, sobre todo del desempleo, un determinismo que le atribuye exclusivamente a las nuevas tecnologías la explicación de todos los males del mundo laboral. De acuerdo a esta perspectiva, estos avances serían la única razón de la flexibilización laboral.

Según las investigaciones de Manuel Castells, las nuevas tecnologías no son en sí mismas creadoras de desigualdad, sino que potencian el quiebre social preexistente. La visión determinista del rol de las nuevas herramientas, predominante en Europa, “es empíricamente equivocada” (Castells, 1998, p. 7). Además, el autor afirma que esta visión implicaría que “hay un fenómeno natural llamado tecnología que llega y nos quita el trabajo”, y que supondría hacer “una catástrofe natural de lo que es un fenómeno social, que, como tal, puede gestionarse de forma diferente” (Castells, 1998, p. 9). Acerca de esto, Gonzalo Toledo afirma que “el discurso

empresarial pretende naturalizar todo eso, por eso apunta a la formación de los periodistas de las escuelas privadas, para que ya salgan de esas escuelas naturalizado en su cabeza primero, que van a laburar y van a hacer foto, y van a hacer video y van a editar”⁴⁷.

Sostenemos que la polivalencia funcional es resultado de la puesta en juego de un trabajo intelectual autoprogramable -obligado a cambiar junto al contexto- y herramientas de trabajo en constante fusión y mutación. Mientras antes los periodistas analógicos tenían delimitada la tarea dentro del proceso, ahora los nuevos periodistas deben contar con herramientas interconectadas y sus funciones no quedan limitadas a un único soporte: deben realizar tareas no solo de redacción sino también edición de videos, fotografía, documentación, etc.

Esta convergencia, de tipo instrumental, ha permitido que las tareas que antes se encontraban diferenciadas hoy en día se integren en un mismo dispositivo: “Esta posibilidad tecnológica ha comenzado a ser aprovechada por las empresas periodísticas para promover una creciente polivalencia profesional de sus trabajadores” (Salaverría et al., 2008, p. 7). La capacitación constante en las nuevas herramientas digitales y la adaptación a las nuevas tareas son condiciones necesarias para desarrollar la profesión en este nuevo marco.

La polivalencia funcional que, al no ser contemplada con un plus salarial, es una forma de precarización laboral, atenta contra el Estatuto del Periodista Profesional y el Convenio Colectivo de Trabajo. En ninguno de los dos marcos legales está contemplado el derecho a una remuneración adicional en el caso de ejercer tareas que correspondan a más de una de las clasificaciones de roles.

Por el otro lado, se contradice con la Ley de Propiedad Intelectual al publicar la nota del autor en varias plataformas distintas a la original (Suárez, 2015, p. 33). El artículo 9 de la Ley 11.723, establece que nadie puede publicar ningún contenido sin autorización expresa del autor. Sin embargo, los medios actuales incurren habitualmente en la práctica de difundir notas en varias plataformas. En esta línea, Reviglio comenta que, en el caso de que una misma nota fuera utilizada por otro medio, al periodista le correspondía el salario de tres jornadas⁴⁸.

Máximo Tello, community manager de la radio Cadena 3, siente que existe una necesidad de que las empresas sinceren lo que esperan de sus trabajadores: “[Es necesario llegar] a un punto en que la empresa te diga ‘che, bueno, yo quiero

⁴⁷ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

⁴⁸ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

encontrar un cronista de radio pero va a tener que saber hacer además esto, esto y esto' ¿Por qué? 'Y porque ahora la radio no es sólo radio sino que tiene estos anexos'. ¿Eso implica un pago diferencial? Vamos a discutirlo". ¿Tenemos que actualizar nuestro convenio colectivo de trabajo?"⁴⁹.

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

Otra propuesta parte de Mariano Suárez, miembro del Sipreba (Sindicato de Prensa de Buenos Aires) que redactó un proyecto de actualización del Estatuto del Periodista Profesional. Entre los elementos novedosos, destacan "la preservación de la fuente profesional, la cláusula de conciencia, las nuevas funciones que abrevan en la fuente del periodismo digital" (Suárez, 2015, p. 138). Suárez advierte que cualquier modificación de la legislación vigente debe partir de una "firme intervención de la autoridad estatal" para que el marco legal que emerja no devenga en "la legitimación jurídica del despojo de la protección especial que dio vida al Estatuto". La advertencia no es vana: el autor afirma que la relación de fuerzas entre las representaciones sindicales y la patronal "nunca fue más asimétrica" que en la actualidad (Suárez, 2015, p. 138).

⁴⁹ Entrevista a Máximo Tello, febrero, 2017

4.2.2 Nuevos roles: apocalípticos e integrados



Viñeta de Conrado Giusti. Fuente digital: <https://tuchogiusti.wordpress.com/mal-humor/>

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

En palabras de Julia Cagé, “a fuerza de correr en pos de ingresos publicitarios en línea de los que creen que depende su futuro, los diarios han perdido en todos los terrenos: en el de calidad, y por lo tanto de la difusión en papel, y en el digital, por el que no consiguen cobrar” (Cagé, 2016, pp. 12, 13).

Sobre esto, Héctor Brondo expresa:

“Es un momento... muy intrigante, ¿no? Porque (...) la web de La Voz tiene una cantidad de lectores impresionante, pero todavía el negocio no es rentable para migrar el negocio a la web. (...) Cada vez la circulación

del papel se achica, pero el papel (...) sigue representando el 80% del negocio de La Voz del Interior”⁵⁰.

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

Esta realidad fue incorporada por el CISPREN, que el 30 de agosto de 2002 cambió su nombre de Círculo Sindical de la Prensa de Córdoba a Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba y amplió su estatuto para dotar de carácter gremial a “los trabajadores ... de la comunicación ... informatizada, por internet, transmitida por cualquier medio técnico (...)”⁵¹.

Para los periodistas, la aparición de los nuevos formatos digitales significó tanto despidos (y a los que quedan trabajando, la amenaza permanente de estos) como así también la proliferación de nuevas tareas y puestos, como el de los webmasters -administradores de sitios web- y community managers -administradores de redes sociales-.

Aquellos trabajadores cuyas capacidades son autoprogramables⁵², tienen más posibilidades de ser empleados por las empresas periodísticas que aquellos que no tienen esas calificaciones. En esta línea, Cagé habla de un doble movimiento que afecta a los trabajadores del sector. Según la autora, “la contratación de periodistas especializados en digital permitió innovaciones tecnológicas interesantes y enriquecedoras, por ejemplo el desarrollo de infografías en línea y un mayor aprovechamiento de los datos” (Cagé, 2006, p. 37).

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

⁵⁰ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

⁵¹ Según la resolución del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social n° 590 del 20/08/2002.

⁵² Los trabajadores autoprogramables son susceptibles de “redefinir sus capacidades conforme va cambiando la tecnología y conforme cambia a un nuevo puesto de trabajo” (Castells, 1998, p. 8).

Este reordenamiento en las tareas de los periodistas ha generado tensiones y, en algunos casos, rechazo por parte de los trabajadores quienes ven cómo aumentan sus tareas, no aumenta la paga y, además, deben capacitarse permanentemente en conocimientos más específicos para el manejo de nuevas herramientas.

En el diario Clarín, una parte numerosa de su dotación considera que el medio no ha sabido conducirse frente a este proceso de convergencia y la consecuente redefinición de tareas⁵³, y sostienen que la labor periodística se ha transformado afectando la calidad del medio. Por otro lado, el 65% de los encuestados con mayor antigüedad se encuentra preocupado por la constante multiplicación de tareas concentradas en menos empleados⁵⁴.

Máximo Tello ejemplifica sobre las calificaciones que le permitieron ser contratado para su puesto de community manager en Cadena 3, además de la Licenciatura en Comunicación Social: “Hice varias diplomaturas y posgrados de marketing digital”⁵⁵. Tello forma parte de una camada de trabajadores nativos digitales, que no ve su futuro laboral en los soportes analógicos: “No consideraba y creo que hoy tampoco consideraría trabajar en un medio ‘tradicional’ por decirlo así (...) Lo que me atraía de hacer en los grandes medios era redes sociales. Sí, sí, no me interesaba sentarme y escribir noticias (...)”⁵⁶.

Posiciones como la del community manager han dejado de ser exclusivamente auxiliares y complementarias al contenido principal de cada medio, y hoy adquieren una preponderancia insoslayable y una relevancia propia: “(...) Una [de nuestras tareas] tiene que ver con el aire puntualmente, que es el traducir y trasladar, digamos, todos los contenidos que van al aire, de alguna manera atractiva o interesante en las redes sociales (...)”⁵⁷. Además, realiza paralelamente contenidos exclusivos “que no tienen salida directa o al aire o a la web, sino que queda solamente producido para las redes (...). Se pueden producir piezas de video o maneras de llevar informes (...) de la web o de la radio a las redes pero que la gente no necesite trasladarse a la web o al aire para completar la historia (...)”⁵⁸.

Según Héctor Brondo esos nuevos adelantos se colaron también al trabajo

⁵³ Hacemos referencia a datos obtenidos de la encuesta interna del periódico. Fuente digital: <https://comisioninternaclarin.wordpress.com/2014/12/16/convergencia-preocupacion-por-la-calidad-y-por-el-maltrato-hablan-los-periodistas-de-clarin/>

⁵⁴ Fuente digital: <https://comisioninternaclarin.wordpress.com/2014/12/16/que-piensan-los-periodistas-de-clarin-agea/>

⁵⁵ Entrevista a Máximo Tello, febrero, 2017

⁵⁶ Ibidem

⁵⁷ Ibidem

⁵⁸ Ibidem

cotidiano en La Voz, y ejemplifica con transmisiones en vivo vía Facebook y comentarios de partidos instantáneos vía Twitter⁵⁹.

La expansión de estos roles en los lugares de trabajo, sumado a la polivalencia funcional, ha llevado a la creación de “redacciones convergentes” donde conviven trabajadores de lo digital y lo analógico. Tello sugiere que esto ha sido útil y necesario para Cadena 3: “Estamos juntos, unidos en la redacción físicamente, pero además (...) ya no hay tantas fronteras, digamos, estamos laburando realmente todo el tiempo muy en conjunto”⁶⁰.

Siguiendo a Brondo, deberíamos decir que distinguir entre una redacción para la edición papel y otra para el sitio web de La Voz del Interior sería erróneo, ya que “hoy prácticamente toda la redacción escribe para las múltiples plataformas (...) Por ejemplo la web tiene gente que escribe para la web, pero mucha gente de la web escribe también para el papel. Mucha gente del papel escribe para la web (...)”⁶¹.

¿Qué sucede con el marco legal que regula la actividad? Debemos tener en cuenta que tanto el Estatuto del Periodista Profesional como el Convenio Colectivo de Trabajo datan de los años 1946 y 1975 respectivamente, por lo cual la convergencia tecnológica no aparece como un factor contemplado legalmente.

Esto significa que “la regulación jurídica deja un vacío legal cada vez más marcado y que se intensifica a medida que se ponen en práctica los avances tecnológicos aplicados a la actividad periodística” (García Lucero et al., 2016, p. 7).

En esta línea, Emilio Molina Salas opina acerca de la falta de representatividad de las nuevas tareas dentro del convenio:

“Esa es una de las falencias que tiene el convenio, el convenio es tan viejo que todas estas cuestiones no están contempladas. A ver, hay partes que vos las podés asimilar, suponete: el redactor-lector que figura en el convenio como una de las categorías, es evidentemente para un diario. Bueno, en televisión se asimila al cronista, que hace el reportaje, que hace un off, que elabora la nota, que hace cámara, que hace móvil en la calle. Ese es el redactor-lector en televisión, pero no hay una descripción del trabajo del cronista de calle en el convenio. Así como eso hay un montón de puntos

⁵⁹ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016.

⁶⁰ Entrevista Máximo Tello, febrero, 2017

⁶¹ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

que están desactualizados”⁶².

Observando el Estatuto del Periodista Profesional, vemos que el trabajo periodístico se clasifica actualmente en un número limitado de roles, que se definen por las tareas desempeñadas y, en algunos casos como el de aspirante o colaborador permanente, por el número de participaciones y tiempo de antigüedad que el trabajador posee en el medio. Según el Artículo 23 del Estatuto, la admisión de trabajadores se realiza en función de la siguiente clasificación:

- a) Aspirante: aquel que se inicia en las tareas propias del periodismo.
- b) Reportero: encargado de recoger en las fuentes privadas o públicas, las noticias o los elementos de información necesarios (...).
- c) Cronista: encargado de redactar exclusivamente la información objetiva en forma de noticias o crónicas. Cablero: encargado de preparar (...) las informaciones telegráficas, telefónicas o radiotelefónicas.
- d) Redactor: el encargado de redactar notas que, aparte de su aspecto informativo, contengan apreciaciones subjetivas o comentarios objetivos de índole general.
- e) Colaborador Permanente: el que escribe notas, relatos (...) y otros escritos (...) de cualquier otra materia en un número no menor a 24 publicaciones anuales y que por la índole de los mismos no corresponde a las tareas habituales de los órganos periodísticos.
- f) Editorialista: encargado de redactar comentarios de orientación y crítica de las diversas actividades de la vida colectiva.
- g) Encargado o Jefe de sección, prosecretario de redacción o jefe de noticias, secretario de redacción, secretario general de redacción, jefe de redacción, subdirector, director o codirector: encargado de las tareas técnicas particularmente señaladas por su designación.
- h) Traductor, reportero gráfico, corrector de pruebas, archivero: encargado de realizar la tarea que indica su nombre. Dictafonista: Encargado de recibir informaciones mediante el dictáfono.
- i) Letrista, retocador, cartógrafo: dibujantes encargados de las tareas técnicas especialmente señaladas por su designación.
- j) Retratista, caricaturista, ilustrador, diagramador: dibujantes encargados de las tareas

⁶² Entrevista a Emilio Salas, febrero, 2017

técnicas especialmente señalados por su designación⁶³.

Como podemos observar, si bien algunos roles aún se mantienen vigentes -por ejemplo la figura del cronista, editorialista, jefe de sección, etcétera- lo cierto es que muchos de ellos ya dejaron de existir -el caso del dictafonista, el cartógrafo, etc- y se agregaron nuevos que aún no han sido contemplados en el marco legal⁶⁴. Toledo considera que “el Convenio se desarrolló y se preparó para una tecnología que hoy no existe más. El trabajo de la prensa vivió absolutos cambios tremendos en muy pocas décadas (...) No es culpa del Convenio que el Convenio no esté actualizado. La actividad cambió”⁶⁵.

Por otro lado, el Convenio Colectivo de la Provincia de Córdoba, detalla en su artículo 48 los diferentes escalafones en la actividad. Podemos observar que este convenio no sólo no abarca los nuevos roles ni las tareas propias de esta era, sino que todavía plantea trabajos que en la práctica no existen, como por ejemplo el “cablero” o el “compaginador de Video Tape”⁶⁶.

Mónica Reviglio explica que en el Convenio no se encuentra contemplado “todo lo que es informático (...) nosotros por ejemplo, antes nos pagaban suponiendo nada más que por ser redactor o cronista, (...) y después logramos que estaba ya dentro del Estatuto, que nos pagaran el 40% por lectura, entonces ahí ya nació un poco el redactor-lector que es prácticamente lo que tenemos todos, porque todos leemos, todos leemos off”⁶⁷, y aclara que “de alguna manera hay que empezar a regularizar porque tenés que poner nuevos tipos de cargos, porque hoy la gente que está en redes son redactores porque no tienen otro cargo que ponerle”⁶⁸.

Sin embargo, si bien dentro de los dos grandes marcos regulatorios no se encuentran tipificadas estas actividades, debemos tener en cuenta que en la práctica legal muchas son equiparables como sucede con la figura del redactor que se equipara en cuanto a la remuneración con las tareas de los compaginadores de video tape, Telepista y Operadores de Telex o similares.

Por otro lado, Internet y las plataformas digitales no están contemplados de manera directa en el Estatuto como así tampoco las tareas específicas, pero hay que tener en cuenta que para la legislación vigente lo que determina la condición de

⁶³ Artículo 23, Estatuto del Periodista Profesional, 1947. Fuente digital: http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/estatuto_periodista_0.pdf

⁶⁴ Fuente digital: http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/estatuto_periodista_0.pdf

⁶⁵ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

⁶⁶ Fuente digital: <http://www.cispren.org.ar/wp-content/uploads/2014/08/CCT-CAPITAL.pdf>

⁶⁷ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

⁶⁸ Ibidem

empresa periodística y por ende su regulación laboral, no es su soporte tecnológico, sino “las connotaciones de la actividad periodística” (García Lucero et al., 2016, p. 12).

De todas maneras, este vacío legal que se genera en consecuencia, conlleva a la desregulación de un trabajo que efectivamente se realiza cotidianamente entre los periodistas y, sin embargo, se encuentra invisibilizado: lo que no se nombra, no existe. Cabe reflexionar acerca de la necesidad de adaptar el marco legal actual a las nuevas condiciones laborales, que distan de ser las que dieron origen a los convenios.

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

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

4.2.3 Distancia entre la línea de la empresa y los trabajadores: alienación, autocensura y resquebrajamientos



Jericles, muestra "Periodismo dibujado", organizado por Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), 2013.

En las sociedades capitalistas, los trabajadores se relacionan con los productos que ellos realizan a través de una "ajenidad" entre el propio trabajo y el resultado del mismo. La mercancía producida en el caso de los medios masivos de comunicación, es decir los productos periodísticos, constituyen un tipo especial de mercancía en tanto el verdadero plusvalor se obtiene de la venta del espacio publicitario.

Pues bien, en la Sociedad de la Información las noticias, que son propiedad de las empresas periodísticas, suelen ser mediadas por los denominados "periodistas vedette", es decir, aquellos que funcionan como la cara visible de las mismas y que en cierta parte, son empresarios (Mandakovic & Valan, 2012). Las audiencias, por lo tanto, identifican a la empresa con el periodista vedette y, al mismo tiempo, con la noticia que aquel está presentando (aunque no haya sido producida por el mismo).

Mientras tanto, al interior de las redacciones la realidad es otra, pues a menudo la conciencia de los periodistas que trabajan en los medios no está completamente alineada con la línea editorial y empresarial de esos medios, que cuentan con herramientas de "management" para morigerar la disonancia. Si bien el Estatuto declara en su Artículo 5 que tanto la libertad de prensa y la libertad de pensamiento

son “derechos inalienables”⁶⁹, las experiencias recolectadas dan cuenta de que esto es relativo.

En un ejemplo muy concreto, a partir de la toma de notas en una asamblea del CISPREN, reconstruimos la experiencia de Natalia García, periodista de La Voz del Interior, que -entre otras cosas- se dedica a elaborar un índice mensual de precios de la canasta básica desde hace 10 años, con información que obtiene recorriendo distintos supermercados de la capital provincial. El 31 de julio de 2017⁷⁰, la periodista elaboró su artículo, al que tituló “Una familia en Córdoba necesita 7.000 pesos para no ser pobre”, aludiendo al costo total de la canasta básica, que había alcanzado niveles relativamente altos. Sin embargo, su editor, en comunicación directa con los dueños del diario, le insistió en cambiar el enfoque de la nota por otro más benévolo hacia el gobierno nacional, con la que el periódico está alineado. La periodista se opuso, pero su superior se mantuvo firme y acordaron que, de cambiarse el título del artículo, ella retiraría su firma. Modificado por sus superiores, el artículo de García, terminó centrándose en la variación interanual del valor de la canasta básica, algo que ella no había considerado como tema principal. El nombre de la nota terminó siendo “En un año, la suba de la canasta de alimentos fue 14,3%”, y finalmente y contra la voluntad manifiesta de la periodista, llevó su firma. El enfoque del artículo provocó la reacción de sus lectores, que en la versión online manifestaron críticas e insultos hacia la labor de García. Finalmente, y gracias a la presión del delegado paritario del diario, el artículo se cambió en la versión online, pero la versión en papel ya estaba impresa, y quedó con el título y el enfoque anterior⁷¹ (ver imagen).

⁶⁹ Fuente digital:

http://www.prensared.com.ar/pdfs/ESTATUTO_DEL_PERIODISTA_PROFESIONAL.pdf

⁷⁰ Fuente digital: <http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/la-canasta-costo-14-mas-en-julio-y-supero-los-siete-mil-pesos>

⁷¹ Datos obtenidos en base a la toma de notas de la asamblea de CISPREN, septiembre, 2017.



A la izquierda: El título de la nota, como salió en la edición en papel. A la derecha: El título de la nota, modificado en su versión web.

Héctor Brondo, también de La Voz del Interior, narra una experiencia propia sobre los mecanismos que se activaron al interior de la redacción como consecuencia de que él publicase una investigación que desnudaba una trama de corrupción en el gobierno municipal, en ese momento encabezado por Ramón Mestre (padre), referida al contrato de locación de una estación de servicio a un familiar del intendente⁷².

Representantes de esa administración presionaron al diario para que despidiera a Brondo, al jefe de política y al jefe de redacción de ese momento. Desde la dirección del matutino cordobés, se decidió que Brondo no perdiera su trabajo, pero que no cubriera notas relacionadas a política como lo había hecho hasta ese momento, pues fue relegado a editar un suplemento: “A mí no me gustaba esa nueva función, porque (...) escribía notas [sobre el] cierre de la heladería Venezia, (...)”

⁷² Héctor Brondo narra detalles de esa nota: “[Ramón] Mestre padre, cuando fue intendente, hizo un contrato (...) locación, de alquiler de [una] estación de servicio, con su yerno -con el esposo de su hija, ya fallecida la chica- y le alquiló la estación de servicio por un valor simbólico, es como.. por decirte ahora, pagaba cinco mil pesos para explotar una estación de servicio en la Ruta 9. Yo me había documentado, tuve suerte porque accedí a la documentación de esa operación directamente en la asesoría legal de la Municipalidad. Entonces hice toda una línea histórica de eso, cuando tuve todo, ya Mestre era Gobernador (...) de Córdoba, cuando tuve toda la documentación que me llevó mucho tiempo de investigar, (...) hice la nota, cuando tuve terminada la nota la presenté a mi editor, no había editor en ese momento, era jefe de la sección “Ciudadanos”, y (...) era una denuncia muy fuerte, todos lo conocíamos, todos sabíamos de lo que era capaz Mestre porque (...) algunos lo habíamos conocido mejor que otros cuando era Intendente, y ahora que era Gobernador era mucho más poderoso. Entonces había resistencia a publicar esa nota. (...) Mi jefe que es un tipo muy comprometido con la profesión (...) un domingo la publicó a la nota, fue una nota de tapa, una nota muy fuerte”.

[sobre] el problema de los que tienen temor a volar, etc.”⁷³. Por otro lado, a “V́ctor Rossi, el jefe de poĺtica de ese momento lo degradaron a redactor especializado, (...) y al jefe que hab́a publicado la nota lo echaron al poco tiempo”⁷⁴.

Por su parte, Ezequiel Luque, redactor del portal web de cba24n, narró las formas sutiles en que la ĺnea editorial gotea de arriba hacia los trabajadores en el medio en que ́l participaba: los jefes de redacci3n “te lo van marcando, te lo van diciendo: ‘Ojo ah́’, ‘Cuidado con ese tema’ o ‘Cambiaría el t́tulo’, “‘Che, esta nota no da, es amigo de la casa’”⁷⁵.

Nicolás Siadis completa esta idea afirmando que “cuando vos dependés de una pauta hay determinadas cosas que podés hacer y determinadas cosas que no podés hacer. Te las sugieren ‘amablemente’: ‘Che, no vayamos por acá. Hagamos este tema que est́a ḿs bueno’”⁷⁶. Seǵn ́l, esto se desarrolla como un juego en el que ambas partes conocen las reglas.

Entre esas maneras ḿs indirectas de imponer la agenda y, a su vez, de direccionar a los trabajadores en pos de los intereses del medio, Toledo explica:

“Me parece que las empresas tienen sistemas de premios y de castigos donde vos no vas a ser castigado por objetar conciencia, pero no vas a ser premiado, ¿entendés? Y se utiliza todo el tiempo esta situaci3n: “Est́a bien, no lo hagas, no te va a pasar nada”. Pero vos vas a empezar a ver c3mo compa±eros tuyos van a tener acceso a cosas que vos no tenés”⁷⁷.

Otra forma ḿs extrema en que las empresas de medios imponen su ĺnea editorial en los trabajadores es lo que Ximena Cabral (2013, p. 87) denomina “terrorismo laboral”, que se utiliz3 particularmente durante el debate por la Ley de Servicios de Comunicaci3n Audiovisual -promulgada en 2009-, cuando se propag3 “el discurso de que la ley los dejaría sin trabajo” (Cabral, 2013, p. 88). En declaraciones a la revista *Umbrales*, el entonces Secretario Adjunto del CISPREN V́ctor Beccaŕa ejemplificaba que trabajadores de prensa gráfica “llamaban acá al gremio atemorizados” por la aplicaci3n de esa legislaci3n, a pesar de que no afectaba a la prensa impresa (Cabral, 2013, pp. 88-89).

⁷³ Entrevista a H́ctor Brondo, diciembre, 2016

⁷⁴ *Ibidem*

⁷⁵ Entrevista a Ezequiel Luque, noviembre, 2016

⁷⁶ Entrevista a Nicoĺs Siadis, enero, 2017

⁷⁷ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

Muchas veces, también, se evitan los despidos y se utilizan cambios de área. Monica Reviglio comenta que cuando cambió la cúpula directiva del medio en que trabaja, quienes habían sido partidarios o se identificaban con el gobierno anterior, fueron removidos de las conducciones principales o incluso desplazados: “Los sacaron del noticiero. Volvieron a poner a los viejos”⁷⁸. El relato de Ezequiel Luque fue consecuente con esto: “Me sacaron de la web y me pasaron a la radio... y casi que no tengo funciones en la radio. Pasé de trabajar 7-8 horas en la web, a trabajar 6 y casi sin funciones”⁷⁹.

Brondo afirma que la constante presión desgasta a algunos de sus compañeros, por lo que evitan los enfrentamientos con la línea editorial. Según el entrevistado, esto atenta contra la calidad del periodismo, pues fomenta la autocensura de los trabajadores de prensa y deriva en un producto menos atractivo:

“(...) Hay [periodistas] que tienen un sistema de esclusa y de autorregulación, muy bien aceitado: (...) tratan de no hacer las cosas, temerosos a lo mejor de decir ‘no’, a lo mejor pueden pensar de que ‘yo me estoy apartando de la línea editorial del diario, entonces por las dudas no hago nada’. Entonces, esos contenidos son prolijos pero les falta espíritu, digamos, al material”⁸⁰.

Nicolás Siadis sostiene que la censura explícita es poco común. Según él, los periodistas tienen asumido que ciertos contenidos no son adecuados para el medio sin que se lo indiquen desde otras áreas:

“Vos hablás con un montón de los periodistas de Córdoba y la mayoría te va a decir que nunca tuvieron una censura directa. ¿Pero por qué? Porque la mayoría de las veces está el paso previo. Es decir, ‘No, che, no voy a hacer esto porque no me lo van a publicar. Vamos por este lado’. La autocensura es muy fuerte”⁸¹.

En el polo contrario de ese espectro, Ezequiel Luque afirmaba que él, al igual que otros de sus colegas, no incurría en la autocensura pues se trata de “una vara que ni

⁷⁸ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

⁷⁹ Entrevista a Ezequiel Luque, octubre, 2017.

⁸⁰ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

⁸¹ Entrevista a Nicolás Siadis, enero, 2017

siquiera es propia”, y entonces, a pesar de tener una línea clara desde sus jefes, publicaba notas que la enfrentaban. Por ejemplo, narra una experiencia en la que sus superiores le habían indicado “sacar el pie del acelerador” con respecto al gobierno provincial, es decir, disminuir las críticas hacia esta administración:

“(…) Recientemente hubo una discusión de un linchamiento en el cual los propios vecinos salieron a decir que la policía se había portado muy bien porque los había dejado golpear, no había interferido.(…) Entonces yo recuerdo haber titulado algo como “Linchamiento vecinal con aval de la policía” Veníamos de una semana en la que hubo varios linchamientos. Había que explicitarlo. No había tiempo para toquetearlo. Sí vino un reto fuerte desde arriba porque no habíamos puesto la versión de la policía, que no había sido tan así la situación. Se quejaron del título, de la forma, que no habíamos facilitado las fuentes. Lo que salió al final de la discusión, lo que se escondía detrás del reto, es que como medio de noticias estábamos negociando pauta oficial con la provincia”⁸².

Luego de este altercado, el artículo de Luque quedó como había sido publicado originalmente, contradiciendo explícitamente los designios de sus superiores, que obedecían a intereses relacionados a los negocios de pauta oficial con un gobierno.

Estrategias individuales de resistencia a la línea editorial como ésta conviven con el temor en los espacios de trabajo al que hace referencia Brondo y Siadis. En esa línea, Héctor relata que, negociando sobre un desacuerdo con el director del diario, usó como factor de negociación una columna que él escribía, “Gente con Historia”, que “había logrado un nivel de fidelización con los lectores” que todavía compraban la edición impresa, y por lo tanto tenía valor mercantil para La Voz⁸³. Al no llegar a un acuerdo, el periodista dejó de realizar esa sección en el diario, una decisión que no fue bien recibida por las autoridades de la empresa, pues varias personas le escribieron cartas al director del periódico pidiendo que regresara “Gente con Historia”, cosa que no sucedió.

También existen formas indirectas de tratar un tema, en palabras de Siadis, “son estrategias de producción que uno tiene cuando sabe que a lo mejor cierto tema

⁸² Entrevista a Ezequiel Luque, noviembre, 2016

⁸³ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016.

no se puede encarar directamente”⁸⁴.

El productor ejemplifica de la siguiente manera:

“(…) Nosotros en Canal 10 no íbamos a hacer un programa hablando de la inflación, pero podés hacer un programa hablando de como se viene la temporada de Carlos Paz. ¿Entendés? Vos lo planteás así y llevás a gente especialista en el tema y si el tema deriva en que no hay tantas vacaciones porque la gente no tiene plata... salió en el programa. No lo estás planteando vos, diciendo ‘bueno, vamos a hablar de la inflación’⁸⁵.

Gonzalo Toledo cree que la conciencia individual juega un papel importante en este lugar además de las resistencias colectivas que se puedan generar en la redacción:

“Hay cuestiones que son importantes pelearlas desde lo colectivo, pero también hay acciones que requieren desde la individualidad tuya. En caso de la objeción de conciencia, es respetada. He presenciado casos concretos de compañeros y compañeras que han dicho, por ejemplo, ‘yo sobre tema aborto no quiero escribir’. Y se ha respetado”⁸⁶.

Sumadas a esas formas de resistencia individuales, existen estrategias colectivas. En los medios gráficos, una de las formas más extendidas de expresar disconformidad con la empresa o de ejercer el derecho a la protesta consiste en la quita de firmas por parte de los periodistas. Brondo relató que esa práctica se ha llevado a cabo en La Voz del Interior:

“En las paritarias anteriores, hicimos una quita de firmas hace como tres, cuatro años, en el marco de una lucha por salarios en paritarias, levantamos [la mayoría de las firmas] (...) inclusive los fotógrafos no firmaron las fotos, eso

⁸⁴ Entrevista a Nicolás Siadis, enero, 2017

⁸⁵ Ibidem

⁸⁶ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

fue un momento de tensión muy fuerte con la empresa. (...) Después de eso digamos, el director decidió retirar las firmas de todos (...)”⁸⁷.

Por otra parte, Emilio Molina Salas explica que en Canal 8 son habituales las asambleas de trabajadores para discutir cuestiones laborales. Sin embargo, aclara que “no se hacen paros, porque en una ocasión ya hace unos cinco años atrás, cuando se hizo un paro, Telefé decidió levantar el informativo y lo levantó por cuatro meses aproximadamente, fue una medida dura de parte de la empresa, y bueno, la gente quedó con cierto temor”⁸⁸.

Muchas veces, la distancia entre la empresa y los trabajadores es tal que aflora en el mismo medio de comunicación. Héctor Brondo relató una experiencia en La Voz del Interior, sucedida en 1984, poco después del restablecimiento de la democracia. El ex general Luciano Benjamín Menéndez, destituido del Ejército por crímenes de lesa humanidad, había intentado atacar a manifestantes con un cuchillo en el recinto de la Legislatura cordobesa. En ese contexto, La Voz publicó una columna escrita por el genocida, en la que éste defendía “la teoría de los dos demonios”⁸⁹, tras lo cual el colectivo de trabajadores del diario se dio una discusión interna:

“(…) Se planteó la discusión en la redacción, de que teníamos que responder (...) éramos trabajadores de La Voz del Interior, pero que no éramos los que decidíamos la línea editorial, estábamos en desacuerdo con que el diario le haya dado la voz a un represor (...) Entonces planteamos, fuimos un grupo de redactores, periodistas con la comisión interna y le pedimos al director de ese momento que nos dejara publicar la opinión con respecto al tema que se discutía (...) para dejar asentado que los trabajadores de La Voz del Interior estaban en desacuerdo con eso, inclusive con la línea editorial que había permitido”⁹⁰.

Finalmente, los trabajadores publicaron en el diario una columna firmada por los periodistas del diario, manifestando su desacuerdo⁹¹.

⁸⁷ *Ibíd*em

⁸⁸ Entrevista a Emilio Salas, febrero, 2017

⁸⁹ Entrevista a Héctor Brondo, octubre, 2017

⁹⁰ Entrevista a Héctor Brondo, octubre, 2017.

⁹¹ *Ibíd*em.

Experiencias similares se han dado en diarios del resto del país. Por ejemplo, luego de que La Nación publicara una editorial pidiendo el final de los juicios por delitos de lesa humanidad a los genocidas de la última dictadura cívico-militar, los trabajadores organizados en una comisión interna publicaron en la edición siguiente del mismo matutino un texto en repudio de la nota.

Sin embargo, las empresas suelen invisibilizar a los trabajadores que producen las noticias/mercancías lo que implica una forma de alienación hacia los periodistas y también hacia los consumidores. Esteban Liendo (2017), Secretario Gremial del CISPREN, narra durante una acción de protesta del sindicato que “desde los grandes medios hegemónicos no han salido a mostrar que estamos haciendo un paro de actividades. Están cuidándose entre ellos y cualquier otra noticia parece ser más relevante que visibilizar la lucha de los trabajadores de esos mismos medios”. Contra esto, los periodistas delinearán estrategias para saltar ese cerco mediático: la comisión interna de La Voz del Interior, por ejemplo, publica un boletín y administra una página de Facebook, ambos llamados “La Voz de Adentro”⁹². Según Brondo, el objetivo que tienen ambas publicaciones es el de fijar la visión de los trabajadores de “las decisiones de la empresa”, funcionando así como “la contraparte interna de la línea empresarial”⁹³. Entre los temas que tratan, el periodista mencionó “las paritarias”, “el retiro voluntario” que “generó preocupación” entre los trabajadores⁹⁴.

⁹² *Ibíd.*

⁹³ *Ibíd.*

⁹⁴ *Ibíd.*

4.2.4 Aceleración de los tiempos



Viñeta de Zito Bares. Link: https://twitter.com/zito_bares/status/378244067064176640

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

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

Esto genera, al interior de las redacciones, una suerte de obligatoriedad de

determinados temas que deben ser tratados, sin dejar tiempo para el desarrollo de noticias de producción propia. En palabras de Ezequiel Luque, en cba24n se sigue esa “agenda que un medio generalista debería tener como portal de noticias”, que implica “noticias de último momento”. Según el periodista, eso implica que “en días agitados no hay tiempo para que vos puedas desarrollar temas de interés propio”, y añade que “generalmente los días son agitados”⁹⁵. En este sentido, Mónica Reviglio, de Canal 10, se autodefine como “una máquina de producir” y que, con la exigencia de instantaneidad, “de repente esto es lo más importante y a los dos minutos esta otra es la nota más importante y te dio vuelta todo”⁹⁶.

Gonzalo Toledo, del diario Día a Día, reflexiona que esta exigencia de aceleración del trabajo periodístico genera que el contenido publicado no sólo sea repetido de otros medios o de agencias, sino que muchas veces, el trabajador no posee “la posibilidad de saber si es veraz”⁹⁷. Y ejemplifica:

“Hay una información que dice que en la Municipalidad de París se le va a pagar un euro a todos los que vayan a laburar en bici (...) por kilómetro recorrido (...). Y se ha publicado, y se ha reproducido millones de veces, y es falsa (...)”⁹⁸.

Reviglio afirma que se ha perdido “la rigurosidad de las noticias” y que “a veces es más importante que salga (...) como esté (...)”⁹⁹. Asimismo, Toledo afirma que muchas veces, además, se publican noticias viejas, pues en algunas ocasiones, “ni siquiera se fijan si ese contenido es de hoy o es de ayer. Puede ser que reproduzcan una información que fue falsa en su momento, que fue falsa en 2011”¹⁰⁰.

La escasa planta de trabajadores tampoco deja mucho lugar para el descanso: “Somos tres a la mañana y dos a la tarde”, y reflexiona sobre cómo influye este incremento de la velocidad, en la calidad de la mercancía resultante: “Es una característica de estos medios. Por eso salen los errores que salen, porque prima la velocidad, la primicia (...)”¹⁰¹.

Para Luque, esta velocidad tiene que ver con un estándar buscado por las

⁹⁵ Entrevista a Ezequiel Luque, noviembre, 2016

⁹⁶ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

⁹⁷ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

⁹⁸ Entrevista a Ezequiel Luque, noviembre, 2016

⁹⁹ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

¹⁰⁰ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

¹⁰¹ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

empresas periodísticas en sus portales online: “Según los manuales web no podés escribir temas largos. (...)”. El periodista reflexiona que la poca longitud y la frivolidad del contenido de las notas publicadas por los medios “es funcional al poder”, pues se trata de “un bombardeo que no te permite entender nada, relacionarte ni vincularte”¹⁰².

Por otro lado, Toledo afirma que existe un “totalitarismo” de los clicks, es decir, que los medios reproducen el contenido que es popular en las redes sociales¹⁰³. Según este periodista, esto se debe a que “en el caso de muchos diarios, se siguen lineamientos diseñados por gente que son más marketineros que periodistas”¹⁰⁴, un síntoma que se condice con los procesos de expansión diagonal de las empresas y con la conformación de multimedios, aquello que Barbero describe como “empresarialización”.

Ambos aspectos se relacionan cuando los intereses crecientes de los monopolios necesitan, para su sostenimiento, de jefes, administradores y, en definitiva, de todo trabajador que esté enfocado en el resguardo y protección de los intereses económicos y financieros de los empresarios.

Héctor Brondo, de La Voz del Interior, ejemplifica que los partidos de fútbol se comentan vía Twitter y Facebook en tiempo real, y “después en el entretiempo, [el mismo periodista] actualiza la página web, y al otro día escribe para el papel”¹⁰⁵. Según él, “antes el trabajo era mucho más reposado digamos, y por eso (...) conspira contra (...) la calidad final del producto, pero me parece que eso interesa menos ahora”¹⁰⁶.

Guido Dreizik también acuerda en que este hecho opera en detrimento de la calidad del producto final, al afirmar que “en diez minutos tenés que editar 10 fotos que cada una te lleva en realidad 40 minutos para hacerlo bien”¹⁰⁷. Reviglio, que lleva 37 años trabajando en los SRT, también nota esa disminución en la calidad, en cuanto que ya no se respetan los “estilos periodísticos”. Según ella, el oficio devino en “cortar y pegar. Y eso es lo peor que nos puede pasar (...) ¡Y yo lo hago! (...)”¹⁰⁸.

En resumen,

¹⁰² Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

¹⁰³ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017.

¹⁰⁴ *Ibidem*.

¹⁰⁵ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

¹⁰⁶ *Ibidem*

¹⁰⁷ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017.

¹⁰⁸ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017.

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

(García Lucero et al., 2016, pp. 4-5).

La aceleración de los tiempos implica que la información se procese de forma más acrítica, mientras que los temas a tratar se seleccionan teniendo en cuenta lo que envían las agencias de prensa o lo que publican otros medios, en simultáneo con una planta de trabajadores en constante reducción. Así, la rigurosidad, veracidad y originalidad de lo publicado pasa a un último plano, factores que actualmente no están contemplados de ningún modo por el Estatuto que rige la profesión.

4.2.5. Modalidades de contratación



El Estatuto del Periodista Profesional, que regula la actividad laboral a nivel nacional, estipula dos categorías de contratación: los aspirantes -entendidos como aquellos que “se inician en las tareas periodísticas”- y los periodistas profesionales. Esta división inicial, contemplada en el Artículo 18, establece que para estar en la segunda clasificación es necesario haber ejercido la profesión durante 24 meses, tener por lo menos 20 años de edad y estar afiliado a la Caja Nacional.

Por otro lado, la ley delimita el tiempo en el cual un trabajador puede estar en periodo de prueba y es tajante cuando declara que éste no puede exceder los treinta días hábiles. Superado este período, el trabajador debe ser incorporado a la planta permanente y percibir el salario correspondiente a su función¹⁰⁹.

Sin embargo, observamos que en pocas ocasiones se respeta este artículo y es práctica habitual la contratación de trabajadores en calidad de monotributistas,

¹⁰⁹ Artículo 25 del Estatuto del Periodista Profesional. Fuente digital: http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/estatuto_periodista_0.pdf

redactores especiales, etc. Es decir, se ha creado una serie de nuevas figuras o modalidades de contratación que aparecen como legales y que, en definitiva, han servido específicamente a la normalización de la precarización laboral.

El sindicato cordobés de los trabajadores de prensa veía con preocupación la extensión de estas prácticas por parte de las empresas, que se hicieron cada vez más comunes no sólo en el rubro del periodismo. En las actas de la comisión de acción política y sindical del 32° Congreso de los Trabajadores de Prensa y Comunicación, celebrado en Villa Carlos Paz en el año 2015, el gremio señala que:

“Estos grupos económicos alientan las formas de tercerización del empleo para garantizarse mayores ganancias ya que estas relaciones laborales se construyen al margen de los convenios colectivos que rigen la actividad laboral en las principales ramas de la producción. Ante esta situación, el ministerio de trabajo de la Nación y los ministerios provinciales actúan como garantes del status quo, actuando en infinidad de ocasiones como cómplices de las patronales.”¹¹⁰

Por ejemplo, hacia el 2013, un registro extraoficial del CISPREN contabilizaba 120 contratos en los SRT (Cabral, 2013, p. 87). En palabras de Nicolás Siadis, ex productor de ADN y Mentas Salvajes en Canal 10, “(el) monotributista es un manto de legalidad a una situación de informalidad laboral. Nosotros estamos allí de manera informal”. Afirma que esto repercute en su relación laboral porque “nosotros laburamos la misma cantidad de horas que labura un empleado de prensa y debemos cobrar la mitad. Es todo un tema”¹¹¹.

En esta línea, el periodista Gonzalo Toledo denuncia a través de su experiencia que todavía se aplica el “fraude laboral” que implica utilizar una figura legal de independencia para enmarcar una relación de trabajo:

“Se usa mucho un fraude laboral del que yo fui víctima, que es el monotributista. Yo trabajé en mis primeros años, muchos laburos los tuve que hacer así: inscribirme como monotributista y facturarle a la empresa como si

¹¹⁰ Fuente digital: <http://www.cispren.org.ar/congresos/31-congreso-de-trabajadores-de-prensa-y-comunicacion/comision-de-accion-politica-y-sindical/>

¹¹¹ Entrevista realizada a Nicolás Siadis, febrero, 2017

fuera un proveedor de tinta. Entraba por la cartera de los proveedores”¹¹².

Ezequiel Luque, por otro lado, cuenta que en su vinculación laboral con el medio Cba24n trabajó “un año y medio de pasante, un año y medio de monotributista, un año de contrato fijo”¹¹³.

Los modos de ingreso pueden variar de acuerdo a las circunstancias: Máximo Tello, quien actualmente se encuentra en blanco dentro de LV3, confirma que el trabajo típico del periodista se suele desarrollar bajo la figura del monotributista que factura por sus servicios. Por otra parte, hay factores externos que influyen a la hora de incluir a un trabajador dentro de la planta. Para ejemplificar, Mónica Reviglio afirma que dentro de los SRT por lo general se ingresa con contrato fijo para efectivizarse a los tres meses. Sin embargo, a veces esos plazos se extienden. Además, comenta que para ingresar como efectivo suele tenerse en cuenta “si sos más o menos amiga del partido que está en ese momento, o te traen ellos, ingresás con contrato a plazo fijo”¹¹⁴.

La planta permanente dentro de los medios se ve entonces paulatinamente reducida y cada vez es más frecuente que se implementen estrategias que flexibilizan la relación de dependencia:

“Las redacciones de los medios comerciales son cada vez más chicas, al tiempo que la cantidad de “colaboradores” se multiplican hasta formar redacciones paralelas (...) Más allá de cualquier acepción, son trabajadores precarizados: no son desempleados para el Indec, pero tampoco mantienen relación de dependencia con ninguna empresa periodística”¹¹⁵.

Esta situación de precariedad puede afectar el mismo proceso de trabajo de los periodistas. En declaraciones a la revista Umbrales, el asesor letrado del CISPREN Eugenio Biafore asevera que los trabajadores contratados tienen “una causa de disciplinamiento interno” respecto a sus compañeros de planta permanente, “y es que el contrato puede ser dejado sin efecto sin otra razón que por la conducta que vos asumas” (Cabral, 2014, p. 42).

¹¹² Entrevista realizada a Gonzalo Toledo, Octubre 2017

¹¹³ Entrevista a Ezequiel Luque, noviembre, 2016

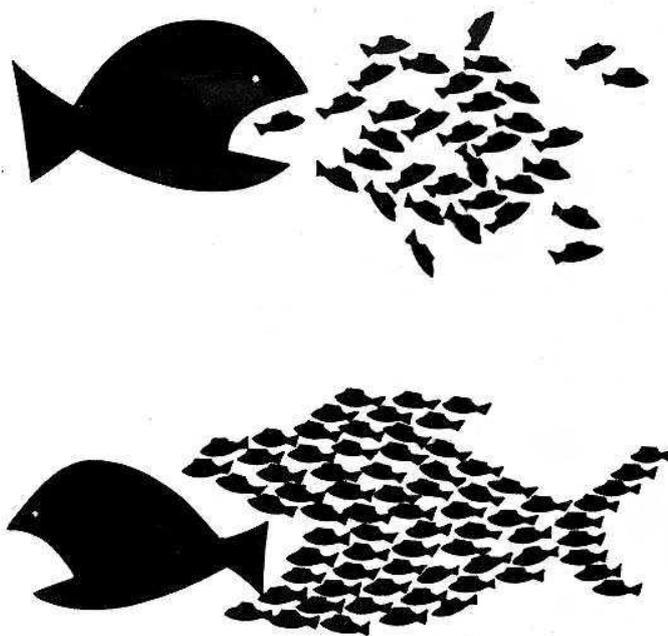
¹¹⁴ Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017

¹¹⁵ Manifiesto Colectivo Revista NAN, 2016

En este contexto, nos parece indicado detallar que el Convenio Colectivo del Periodista establece a través de su Art. 7, que se debe garantizar la “Seguridad en la fuente de trabajo” evitando contratar servicios de personas que realicen tareas que atenten contra la estabilidad del personal permanente. Claramente cuando las empresas incorporan personal bajo modalidades laxas, están contrariando esta reglamentación.

Para comprender el nuevo panorama de flexibilización laboral no sólo tenemos que considerar la exigencia de nuevas tareas hacia los trabajadores y la tensión en la relación con el medio y su línea editorial, sino también la relación legal de contratación con la que ingresan, una estrategia relativamente moderna que desdibuja la obligación que tiene la empresa con el empleado y que condiciona, en definitiva, su desempeño profesional.

4.2.6. Un sindicato desdibujado



Ninguno de los entrevistados realizó un balance positivo sobre la situación actual del sindicato de los trabajadores de prensa de Córdoba, el CISPREN, con respecto a la relación de fuerzas que posee al enfrentarse a las empresas periodísticas y a las estrategias utilizadas por la conducción del gremio para dar esa pelea.

Guido Dreizik, Héctor Brondo, Mónica Reviglio y Gonzalo Toledo, todos ellos miembros del sindicato en distinta capacidad, estuvieron de acuerdo en que el

número de afiliados es relativamente bajo. Dreizik afirmó que el nivel de afiliación “no es óptimo” y que es “mediano”¹¹⁶. Brondo, por su parte, aseguró que hay “cada vez menos afiliados”. Reviglio afirmó que “muchas gente se fue desafiando”. Paralelamente, para Toledo, gran parte de sus colegas jamás pensaron en formar parte del sindicato¹¹⁷.

Actualmente, el gremio cuenta, a nivel provincial, aproximadamente con 750 afiliados activos, de los cuales 400 trabajan en relación de dependencia. A diferencia de otros gremios, la afiliación al CISPREN no es obligatoria.

En las entrevistas realizadas, cada periodista encontró diversas razones por las cuales el número de trabajadores agremiados disminuye en lugar de mantenerse o ir en aumento. La pérdida de credibilidad de los sindicatos en general, y la falta de estrategias para asociar miembros nuevos, sumado al estado precario de la obra social, son algunos de los motivos intestinos de la baja cantidad de asociados que enumeraron los entrevistados¹¹⁸.

Máximo Tello, que no está afiliado al CISPREN, nombró la falta de interés de la organización sindical como principal motivo de su no participación. Según él, “hay gente que está hace diez años y quizás nunca ha tenido contacto con el sindicato, y me parece una lástima porque no hay que esperar que a mí la empresa me acerque como trabajador al sindicato, es el sindicato el que tiene que venir (...)”¹¹⁹¹²⁰. Por su parte, Gonzalo Toledo, delegado del diario Día a Día en el CISPREN, dice comprender a sus colegas que no participan del gremio, contando una experiencia propia, pues al ser despedido de “La Voz del Interior, donde trabajaba en negro, afirma que el sindicato no lo defendió: “(...) vos decías ‘pero che, ¿dónde está el sindicato acá, para defendernos a nosotros?’ Y no lo viste. Es duro”¹²¹.

Por otro lado, los trabajadores también enumeraron factores externos al sindicato como motivos de su pérdida de poder relativo, entre los cuales destacan el “individualismo” de los trabajadores de prensa y su falta de conciencia¹²². Héctor

¹¹⁶ Entrevista a Guido Dreizik, julio, 2016.

¹¹⁷ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017.

¹¹⁸ Entrevistas a Gonzalo Toledo, Mónica Reviglio y Héctor Brondo, 2016-2017

¹¹⁹ Entrevista a Máximo Tello, febrero, 2017

¹²⁰ Posteriormente a esta entrevista, miembros del sindicato se presentaron en las puertas de la empresa Cadena 3 para reclamar por condiciones laborales de los trabajadores del medio. El “escrache” se realizó, en palabras del secretario gremial del CISPREN Esteban Liendo, “porque ésta se ha estado negando a otorgarles aumentos importantes a sus trabajadores”. La medida se realizó el 18 de mayo del 2017. Fuente digital: <http://www.lapoderosa.org.ar/2017/05/paro-historico-de-la-prensa-en-cordoba/>

¹²¹ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017.

¹²² Entrevistas a Gonzalo Toledo y Héctor Brondo, 2016-2017

Brondo, de La Voz del Interior, plantea su “duda” respecto a esto: “Yo no sé si Carlos Jornet, director del diario, y algún compañero que tenemos en la redacción como aspirante, tienen la noción de que son trabajadores, de que son asalariados”, antes de concluir que “los trabajadores de prensa no se sienten tales”¹²³. Para Ezequiel Luque, trabajador de cba24n, el oficio del periodismo es “muy individualista” y en general, sostiene que los trabajadores de prensa no tienen “conciencia de clase” pues “media mucho el ego”¹²⁴. Nicolás Siadis acuerda con estas apreciaciones, al considerar que “no es el sindicato el que te deja solo”, sino “la corporación periodística que hay en los medios por fuera del sindicato”.

Entre los factores externos, la concentración mediática también fue nombrada como determinante a la hora de inclinar la balanza a favor de las empresas periodísticas en las negociaciones con los trabajadores. Máximo Tello, de Cadena 3, cuenta que en la provincia de Córdoba

“hay una empresa que es la que realmente tiene una dimensión determinante en toda discusión laboral, y es La Voz del Interior, entonces la verdad que todas las otras empresas quedan chicas al lado de La Voz del Interior, por lo cual los parámetros de discusión entre el sindicato y la empresa que es La Voz del Interior, casi siempre van a marcar el surco por donde todo el resto va a tener que seguir”¹²⁵.

Por otro lado, las empresas periodísticas también desalientan la participación sindical, con diversos mecanismos. Brondo ejemplifica esto con la creación del Círculo Profesional de la Comunicación Institucional y las Relaciones Públicas de Córdoba (CIRCOM), un organismo que “armaron los voceros de las empresas, que son los voceros de los que tienen relación con periodistas, con los directores de las empresas”¹²⁶. Esa organización compite con el sindicato en cuanto a la representación de los trabajadores de prensa, a los ojos del periodista: “Ellos el Día del Periodista hacen [cenas] pantagruélicas, (...) la hacen un año en el Salón Champaquí del Sheraton, el otro año lo hacen en el Holiday Inn, (...) mientras nosotros hacemos a lo mejor una choripaneada (...) nosotros llevamos cincuenta y

¹²³ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

¹²⁴ Entrevista a Ezequiel Luque, noviembre, 2016

¹²⁵ Entrevista a Máximo Tello, febrero, 2017

¹²⁶ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

ellos llevan doscientos periodistas”¹²⁷. Según Brondo, este tipo de eventos y organizaciones, en los que los voceros de las empresas se codean con los periodistas, operan en detrimento de la “concepción del periodista como trabajador”¹²⁸.

Ximena Cabral explica que “el temor a perder el puesto de trabajo como fuente de ingreso y supervivencia atraviesa este contexto de incertidumbre y le otorga [a la empresa] su carácter disciplinador” (Cabral, 2014, p.42).

Por ello las prácticas que implementan las empresas consiguen alejar a los trabajadores del sindicato. Desde la diagramación del año con eventos especiales y la búsqueda por la identificación con los valores de la empresa, el área de Recursos Humanos consigue reducir a los trabajadores a “consumidores”, lo que a su vez plantea un panorama de obreros despolitizados (Cabral, 2014, p.43).

Según Brondo, delegado paritario de La Voz, la baja cantidad de afiliados es el “principal problema” que enfrenta el sindicato, pues condiciona su “poder de fuego” y se traduce en una reducida participación asamblearia de los trabajadores.

“Nosotros en La Voz del Interior somos doscientos cincuenta empleados más o menos, doscientos sesenta. Debemos estar afiliados al CISPREN en todo el diario setenta, ochenta. De esos setenta, ochenta, cuando hacemos asamblea, participan treinta. Entonces, lo que definimos esos treinta trabajadores después es muy difícil aplicarlo con los doscientos trabajadores de La Voz del Interior. Entonces qué pasa, nosotros adherimos a un paro que dispone el CISPREN, y paramos los delegados, ¿entendés? Nosotros resolvemos un paro de dos horas por turno, y paramos cuarenta, y el diario sigue funcionando, entonces [pierde] capacidad de fuego, [se da] esa debilidad relativa”¹²⁹.

Por otro lado, algunas decisiones políticas del sindicato han sido cuestionadas por los trabajadores. Una de las polémicas actuales es la vigencia del Convenio Colectivo de Trabajo, que todos los periodistas entrevistados coinciden está desactualizado. Sin embargo, existe cierto consenso entre los entrevistados al considerar que, en caso de ser discutido el Convenio, “las grandes empresas van a intentar [avasallarnos]”¹³⁰. Toledo afirma que, si bien es cierto que existe una necesidad de los trabajadores de actualizar el marco legal, la sola puesta en cuestión

¹²⁷ *Ibíd*em

¹²⁸ *Ibíd*em

¹²⁹ Entrevista a Héctor Brondo, diciembre, 2016

¹³⁰ *Ibíd*em.

del mismo con los patrones, pondría en riesgo ciertas conquistas obtenidas. En palabras de Gonzalo Toledo, “para discutir el Convenio las grandes empresas van a intentar avasallarte. Y hay dos temas fundamentales donde las empresas quieren ir: una, eliminar las jornadas de seis horas y convertirlas en jornadas de ocho. Y otra, eliminar la antigüedad que ellos dicen que no quieren pagar (...)”¹³¹.

Mónica Reviglio añade a estas preocupaciones que “los medios quieren precarizar”, por lo que, según ella, planean quitarle a los trabajadores de prensa derechos como “la jornada de viaje (...)” y “las horas extra (...)” además de incorporar la ya mencionada extensión de la jornada laboral¹³². La misma periodista plantea que al Convenio le agregaría un marco legal para “los trabajadores autogestionados” además de contemplar los roles que posibilitan “las nuevas tecnologías”¹³³. Asimismo, considera importante sumar la “afiliación compulsiva” al sindicato, lo cual significaría más miembros y más capacidad económica para el gremio¹³⁴.

Retomando lo dicho al inicio de este apartado, los trabajadores de prensa entrevistados advierten que la relación de fuerzas para discutir el actual marco legal con las empresas periodísticas es desfavorable para ellos. Toledo dice que esta “negociación se trata de tener poder de fuerza, de un lado y del otro. Ellos tienen poder, vos tenés que tener el tuyo. Si no, no estás negociando, ni dialogando. El más fuerte domina al más débil”¹³⁵.

Parece ser, entonces, que el debate acerca de la actualización o no del Convenio Colectivo encuentra su primer obstáculo al observar la escasa capacidad de consenso y presión que posee el gremio de trabajadores periodistas por sobre los dueños de las empresas, hecho que dificulta este reclamo.

A su vez, la escasa identificación de buena parte de los periodistas con su propio gremio hace que no sea considerado un instrumento real para la disputa de derechos, hecho que se ve influido, a su vez, por los diferentes mecanismos puestos en acción por las empresas para dividir y fragmentar la conciencia laboral colectiva.

¹³¹ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017

¹³² Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017.

¹³³ *Ibidem*.

¹³⁴ *Ibidem*.

¹³⁵ Entrevista a Gonzalo Toledo, octubre, 2017.

5. Consideraciones finales

Luego de la presente investigación, derivamos en algunos puntos sobresalientes que caracterizan al proceso de trabajo periodístico en la actualidad. Estos elementos pueden ser tomados como las consideraciones finales que dan cierre a nuestro trabajo pero, a su vez, habilitan futuras investigaciones sobre el tema en las cuales profundizar uno o varios de los factores aquí mencionados.

En primer lugar, sostenemos que los tres elementos que caracterizan al proceso de trabajo -siempre teniendo en cuenta que es un proceso que se produce bajo una lógica capitalista- pueden ser utilizados en la actualidad para explicar los fenómenos de precarización laboral y, aún más, pueden aplicarse para pensar el trabajo periodístico local.

Como hemos observado, establecimos para el análisis una relación donde la fuerza de trabajo vendida al capitalista -en este caso, el dueño del medio de comunicación- es el trabajo del periodista, entendido como intelectual y autoprogramable. Por otro lado, los medios de trabajo utilizados, que son propiedad del capitalista, han mutado radicalmente en los últimos cincuenta años gracias a las nuevas tecnologías y la convergencia. Por último, el objeto de trabajo que el periodista opera lo constituye la información en diferentes estados de elaboración y ha pasado de ser escasa a superabundante.

Luego de analizar las dinámicas que se generan entre los tres elementos del proceso laboral, podemos mencionar algunas características que configuran hoy en día el trabajo periodístico.

En primer lugar, observamos que se trata de un trabajo polifuncional, en el cual el periodista debe estar habilitado y dispuesto a realizar tareas de lo más diversas y para múltiples plataformas, actividades para las cuales no han sido debidamente capacitados o han debido realizarlo de manera autónoma. La constante renovación tecnológica genera, en este sentido, una necesidad de adaptación y amoldamiento del trabajo en función de las herramientas disponibles.

El trabajo en diferentes rubros se suma a una gran aceleración de los tiempos, que obliga al periodista a estar permanentemente activo y, en gran parte de los casos, a publicar contenidos que poseen poca investigación y chequeo de datos, lo que conlleva a un virtual “copia y pegue” de datos obtenidos en sitios web de otros

medios.

A esto se le suma la paulatina reducción de la planta fija de trabajadores dentro de los medios con fines de lucro, así como el achicamiento y cierre de muchos de ellos, en su mayoría diarios y medios gráficos, que encuentran nuevas formas de acceder al público y de reducir gastos.

En este contexto, parece evidente que al interior de las redacciones y estudios se genera un clima de incertidumbre generalizada, situación que favorece la precarización laboral e influye, indudablemente, en la calidad de lo que allí se produce.

La falta de representatividad que experimenta el sindicato de periodistas en la actualidad provoca que la balanza se incline, una vez más, en provecho de los empresarios de medios y los grandes monopolios.

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

Analizando el aspecto legal, observamos que tanto el Estatuto del Periodista Profesional como el Convenio Colectivo de Trabajo dejan grandes vacíos al no contemplar la nueva realidad en las que se desarrolla la actividad. Hemos mencionado en páginas anteriores que se espera de los trabajadores que se desempeñen en nuevas tareas mientras que se exige una capacitación mayor y constante de ellos respecto a las nuevas herramientas, situación que no está reflejada en el marco legal. Además, muchas de las conquistas que los periodistas obtuvieron y que están reflejadas en ambos textos, no se respetan en la práctica.

Por otro lado la mayoría de nuestros entrevistados explicó que muchas de las formas actuales de contratación que utilizan las empresas no se corresponden con las que determinan las disposiciones legales. Es muy común que el tiempo de prueba se exceda más allá de los 30 días o parte de las redacciones y producciones estén compuestas por monotributistas, freelance o contratos a plazo fijo.

El marco regulatorio de la actividad periodística es una herramienta indispensable y fundamental para proteger los derechos laborales adquiridos, y

justamente por eso consideramos necesaria una relectura de las legislaciones vigentes para contemplar nuevas situaciones que no estaban previstas en sus orígenes. Se plantea el desafío grupal de concebir un nuevo Convenio Colectivo proyectado a futuro, que tenga en cuenta las progresivas transformaciones de las tecnologías y por ende de la práctica periodística, para no perder vigencia a corto plazo.

Además, consideramos que el marco legal de la profesión debe ir en consonancia con una concepción más amplia de la comunicación, que la considere como un derecho humano básico y promueva su democratización. Sin embargo, una nueva legislación que resguarde los derechos de los trabajadores de la comunicación, y por lo tanto, de las audiencias, difícilmente sea posible si se mantiene la actual correlación de fuerzas, asimétrica en favor de los empresarios de medios.

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

Es importante destacar que la investigación aquí volcada refleja el estado de situación del trabajador periodista en Córdoba, pero está, efectivamente, en sintonía con un fenómeno que se produce a escala global y, como tal, amenaza profundamente los derechos laborales históricamente conquistados a fuerza de lucha y organización sindical.

Es insoslayable el hecho de que los periodistas se encuentran influidos por el contexto económico y político del país, como trabajadores en general y como comunicadores en particular. En esa línea, mientras escribíamos las últimas líneas de este trabajo final, el presidente Mauricio Macri anunciaba una reforma laboral que, según los primeros análisis, facilitaría una flexibilización en exceso, favorecería contrataciones atípicas como tercerizaciones y becas de trabajo, y desdibujaría los convenios colectivos de trabajo.

Por otro lado, el contexto para ejercer el periodismo no es el más propicio: además de derogar artículos claves de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual facilitando así la concentración de la palabra en pocas manos, gran cantidad de medios están desapareciendo afectados por cambios en políticas de

distribución de pauta oficial. Peor aún, ni siquiera los más encumbrados periodistas opositores al gobierno nacional parecen estar a salvo de persecuciones, despidos y amenazas. Si esta incertidumbre alcanza hasta las caras más visibles de los medios masivos, ¿qué queda entonces para los obreros anónimos de la comunicación?¹³⁶

La situación se presenta doblemente amenazadora: por un lado, preocupan las herramientas generadas por los grandes empresarios para flexibilizar cada vez más las condiciones de trabajo, estrategias que son siempre aggiornadas pero mantienen el mismo objetivo histórico de explotación laboral.

Por otro, las estrategias de censura y control desplegadas hacia dentro de los medios de comunicación hacen pensar que, de aquí en adelante, el poder se está jugando en base al dominio y monopolio de la información, pensados como dispositivos de control social. En este sentido, es la base misma de la democracia lo que se atrofia, en cuanto la sociedad se encuentra rehén de información falsa o tendenciosa en beneficio, siempre, del más poderoso.

Este panorama sería completamente desolador si no tuviéramos en cuenta las valiosas experiencias de los periodistas que, en muchos casos, son críticos de esta situación y generan resistencias colectivas e individuales. Hemos enunciado algunos ejemplos en los cuales los trabajadores han logrado imponer un freno a la línea editorial de manera conjunta, como así también las tácticas posibles para tratar los temas que no siempre se condicen con el medio. Estas prácticas constituyen la actividad diaria y se convierten en un factor fundamental para el desarrollo pleno de la actividad. Algunos más, otros menos, mediante estas demostraciones reivindican su labor como trabajadores y se apropian de un espacio colectivo que les pertenece y sienten amenazado.

Por otro lado, aunque no hayan sido objeto de esta investigación, es insoslayable la proliferación de medios administrados por sus propios periodistas, o autogestionados, que se han convertido también en otro espacio de resistencia. Muchas veces, los trabajadores de prensa que realizan actividades en medios con

¹³⁶ El 19/8/2017 El periodista Roberto Navarro, opositor al gobierno nacional actual fue despedido del canal de noticias C5N. Navarro denunció que esto había sido realizado bajo la presión del ejecutivo nacional.

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

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

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

fines de lucro, también participan en -o incluso motorizan- ese otro tipo de emprendimientos, en los que consideran que existe más libertad para desarrollar su labor profesional.

Sin embargo, una incógnita que quedó sin respuesta, y que habilitará futuras investigaciones, es la replicación de las dinámicas más negativas de los medios empresariales en aquellos que pertenecen a las dos restantes clasificaciones del espectro (es decir, los públicos y los sin fines de lucro). Existen, por ejemplo, portales web autogestionados que repiten las noticias de medios empresariales y hay documentados casos de censura o amedrentamiento de los trabajadores de medios públicos, además de la consabida explotación laboral.

En suma, a través de esta investigación, hemos detectado que esta actividad experimenta actualmente profundas transformaciones, que atraviesan a los diferentes actores involucrados, y se torna urgente reflexionar sobre aquellas para, en conjunto con los trabajadores de la comunicación, repensar y resignificar la función del periodismo.

Bibliografía consultada

- Acuña, C., Rosemberg, D., Ciancaglini, S., Lillo, Q., & Vales, L. (2006). *El fin del periodismo y otras buenas noticias*. Buenos Aires: Lavaca editora.
- Alaniz, M. (2015). *Medios informativos y gobiernos en la historia contemporánea de Sudamérica (2005-2015)*. Córdoba: Copy-Rápido.
- Alonso, J. (2001). Reseñas: La era de la información. *Desacatos, revista de antropología social, n°6*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social: México D. F.
- Astudillo, D. (2013, Septiembre). Una mirada sobre los medios de Córdoba. *Umbrales: Crónica de La Utopía*, Central.
- Balaguer Prestes, R. (2010). Zapping, navegación, nomadismo y cultura digital. *Razón Y Palabra*, 73, 1–18.
- Berman, M. (2000). *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- Cabral, X. (2013, Septiembre). Temor y esperanza. *Umbrales: Crónica de La Utopía*, 86-88.
- Cabral, X. (2014, Noviembre). Artificios de la nueva empresa. *Umbrales: Crónica de La Utopía*, 40-43.
- Cabus, G. (2001, Diciembre). El año que vivimos en peligro. *Proyección n°23*, 7-11.
- Cagé, J. (2016). *Salvar los medios de comunicación: Capitalismo, financiación participativa y democracia*. Polinyá: Editorial Anagrama.
- Castells, M. (1998). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*.
- Castells, M. (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen I LA SOCIEDAD RED*. Madrid: Alianza Editorial, 26-52.
- Castro Torres, J.A. (2007, Mayo) Una luz de esperanza para los trabajadores jubilados. *Revista Proyección n° 26*, 32.
- CISPREN (2006, Octubre) Un aumento que llegó de la mano de la lucha. *Revista Proyección*, 4-5.
- CISPREN (2007, Mayo) El CISPREN reclama un básico de \$2200. *Revista Proyección n° 26*, 6.
- CISPREN (2007, Diciembre) La Gran Familia represiva. *Revista Proyección n° 27*, 7-8.

- CISPREN (2009, Octubre/Noviembre) Terrorismo laboral en el diario La Mañana. *Revista Proyección* n° 29, 23.
- Collado, P. A. (2014, Noviembre). ¿Trabajo, empleo, ocupación? Precisiones conceptuales y sociohistóricas. *Umbrales: Crónica de La Utopía*, 32–35.
- Debans Álvarez, N. (2000). *Impacto en los Cinco Sentidos. Comunicación Publicitaria y Lenguaje de los Medios*. Buenos Aires: Ediciones Valleta.
- García Lucero, D., Koci, D. A. y Roldán, A. R. (2016). *Los nuevos medios de comunicación en la ciudad de Córdoba*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.
- Guber, R. (2004) *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Haiquel, Miguel (1999) *La comunicación social como relación social de producción*. Primer Congreso de la RedCom: Rosario.
- Jara, O. (1998) *El aporte de la Sistematización a la Renovación Teórico-Práctica de Los Movimientos Sociales*. Editorial Alforja: San José.
- Lacunza, S. (2016). *Pensar el periodismo*. Buenos Aires: Ediciones B.
- Lluch, P. (2013). El periodista analógico en la era digital. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, n°5*. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 265-268.
- Mandakovic, M. A., & Valan, A. (2012). *El dilema del trabajo periodístico: ¿trabajadores o vedette?* Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes.
- Mastrini, G., & Becerra, M. (2011). Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicar*, 18(36), 51–59.
<http://doi.org/10.3916/C36-2011-02-05>
- Marino, S. (2009, Noviembre). Masivos o corporativos. Recuperado el 12 de junio de 2016, a partir de <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-134631-2009-11-04.html>
- Marx, K. [1844]. Manuscritos Económicos y filosóficos de 1844. Recuperado 22 de mayo de 2017, a partir de <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/manuscritos/man1.htm>
- Marx, K. (2005). *El Capital - Crítica de la Economía Política*. México D.F.: Siglo veintiuno editores.
- Marx, K. (2014) *Antología*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.

- Mastrini, G., & Carboni, O. (2012). *Siete debates nacionales en políticas de comunicación*.
- Oliva, A. Los amos del limbo mediático. 4-6. diciembre 2006. Proyeccion 25.
- Ramonet, I. (1986) *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Editorial Debate.
- Ramonet, I. (2005). *La tiranía de la televisión. Connivencia entre los medios de comunicación y el poder*. Sabadel: Lliga dels Drets dels Pobles.
- Reyna, R. (2003). *Notas sobre la historia del CISPREN*. Córdoba: Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba.
- Salaverría, R., & García Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 31–47. Recuperado 20 de abril de 2017 a partir de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf%5Chttp://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/view/118910/154114>
- Sautu, R. (2011). Acerca de qué es y qué no es investigación científica. En *La trastienda de la investigación*. Editorial Manantial, Buenos Aires.
- Shmidt, E. (2017). El mapa de medios en tiempos de Macri. Fundación de Investigaciones Sociales y Políticas (FISYP). Buenos Aires
- Sgammini, M. (2011) *Televisión y vida cotidiana: La domesticación del cable en Córdoba*. Villa María: Eduvim.
- Silva, L. (1984) *La plusvalía ideológica*. Caracas: Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela.
- Suárez, M. (2012). *Periodismo multimedia: un nuevo paradigma laboral flexible*. Buenos Aires: Alarco Ediciones.
- Suárez, M. (comp). (2015). *Diez ironías sobre la libertad de expresión*. Buenos Aires: CTP Ediciones.

Anexo

Entrevista a Emilio Molina Salas: Febrero de 2017

- **Entrevistador:** Sería una guía más o menos de los temas que vamos a tratar
- Sí. bueno, vos andá preguntando y yo te contesto. Bueno, yo trabajo en Canal 8, anteriormente trabajé en lo que fue LV3, o en Cadena 3, y después en LV2. En el caso de Cadena 3, yo me fui buscando horizontes, me fui a trabajar a Formosa, viste una ocurrencia que tuve, me fui a trabajar a la Subsecretaría de Comunicación Social, que tenía un complejo de radio y televisión, yo conocía Formosa por mi viejo que era formoseño, entonces decidí irme para allá porque en ese momento había pasado del estado a manos privadas, y... y, digamos, me limitaban a trabajar en la FM, en ese momento la única FM que tenía LV3 era la 100.5. La 100.5 en ese momento trabajaba con libreto, o sea el locutor tenía la intro de cada tema musical, cinco segundos, seis segundos, diez segundos, como para poder decir algo, o sea muy limitado el tiempo, era así muy estructurado. Y yo por ejemplo hacía deportes en LV3 en ese momento, cuando me pasan a la 100.5 tenía que seguir haciendo deportes pero deportes muy especiales como golf, polo, tenis, cuando yo hacía habitualmente fútbol. Entonces no me sentí cómodo y me fui a Formosa. Mi familia no se adaptó a la provincia, volvimos, y el periodismo te da la posibilidad más que de saber hablar, de saber escuchar, entonces cuando volví a Córdoba, volví a trabajar a algo que no tenía nada que ver con la actividad, era una empresa brasileña de transporte de carga, y te digo que uno aprende a escuchar por eso es que pude hacer ese trabajo, porque... ya había visto pasar los camiones por la ruta, otra cosa de transporte no tenía ni idea (risas), pero bueno, escuchando y preguntando pude hacer ese trabajo, hasta que me salió un trabajo en LV2. Eh... LV2 se funde, quiebra, y paralelamente los últimos dos años ya había entrado a trabajar a Canal 8, o sea de los tres medios el que me quedó es Canal 8. Eh... asique bueno, hace ya dieciséis años que estoy trabajando en canal 8.
- ¿y vos tenías ya la vocación de trabajar en periodismo, estudiaste para eso, tenías formación...?
- Claro, yo estudié periodismo en lo que era la Escuela de Periodismo Obispo Trejo y Sanabria, hoy Colegio Universitario de Periodismo, en aquel momento era nivel terciario, por eso era Escuela de Periodismo, cuando estaba en la calle Rondeau. Ahí me recibí, o sea como periodista, son tres años, eran tres años de carrera en ese momento, y paralelamente hice una serie de experiencias te diría ad honorem como para ir complementando lo que estudiaba con la práctica, fundamentalmente en Carlos Paz, en Radio Carlos Paz que era una radio de circuito cerrado, no FM sino por cable, con unos parlantitos, que vos lo único que podías hacer era subir o bajar el volumen, no podías... no tenías opción de escuchar otra

emisora, ¿no? Y ahí bueno, hice la experiencia como periodista, como locutor, como sonidista, musicalizador, todo en uno. Vos te sentabas en la consola de sonido y tenías, por esa época, tres bandejas tocadiscos, un grabador y el control de volumen de cada uno de ellos, agudos y demás, un micrófono, entonces vos hablabas...

- Claro, conductor, productor, operador, todo en uno...

- Todo, todo. Una experiencia muy linda porque me servía justamente para lo que iba a ser a futuro mi carrera, ¿no? Y un día presenté un currículum en LV3, ahí empecé a trabajar con Graciela del Río, una locutora muy conocida de hace muchos años que ya falleció, y me escuchó otro periodista deportivo también muy conocido que se llamaba... que se llama Rubén Torri -que está viejito pero todavía vive- y ahí empecé a hacer deporte que era lo que a mí realmente me gustaba. Mientras tanto estudiaba en la Escuela de Periodismo, ¿no es cierto? Iba complementando una actividad con la otra, hasta que se armó en LV3 un equipo de deportes, se blanqueó a todo el personal que estaba trabajando, y bueno, ahí podría decir que empecé a trabajar ya de manera regular digamos, en los medios. Esa fue la experiencia previa.

- Y a Canal 8 ya llegaste como...

- Claro, a Canal 8 ya llegué con la experiencia de Radio Carlos Paz, de Cadena 3, o de LV3 en esa época, de LV2, y también habiendo terminado la carrera de periodismo, ¿no? Y con una pequeña experiencia ahí en Formosa de haber hecho algo de informativo en televisión, muy poquito, muy poquito tiempo, pero en realidad la carrera esta como te digo te sirve para abrirte camino en muchos aspectos de la vida, fundamentalmente aprender a escuchar, aprender, abrir la mente, ¿no? Si vos no abris la mente en esta carrera es imposible, porque imaginate que yo hago, como periodista del canal, yo hago... suponete, yo soy notero, periodista de calle, me toca hacerle reportaje al Gobernador de la Provincia, a una vedette que viene a Carlos Paz, un accidente de tránsito, inundación, es decir vas cambiando permanentemente de temas y por lo tanto tu cabeza tiene que ir adaptándose a cada uno de ellos a medida que vas recorriendo la jornada laboral. O sea, te tenés que abrir un poco para adaptarte a cada cosa...

- Y en ese sentido, ¿vos cubrís ahí lo que hay que cubrir, pero tenés algún perfil determinado o te mandan a donde hace falta?

- No, en Canal 8 tenés un jefe de informativo, un grupo de productores, los camarógrafos, el cronista de calle, periodista de calle, al margen de la parte técnica, de los que editan y todo lo demás. Entre el jefe de informativo y el grupo de productores seleccionan los temas a tratar durante el día, en contacto con... yo trabajo por la tarde, en contacto con el turno de la mañana y le paso digamos los temas que se han tratado, lo que faltó hacer, qué alternativas

hay para seguir con el mismo tema... entonces ellos seleccionan y nos van pasando a nosotros, a los periodistas de calle y a los camarógrafos qué es lo que tenemos que cubrir, por una cuestión operativa, eh... supónete que nosotros estemos en el Cerro de las Rosas cubriendo una información, y ocurre algo en San Vicente, van a buscar un equipo que esté más cerca de San Vicente y no mandarnos a nosotros del Cerro porque vamos a demorar una hora en llegar, ¿no? Entonces ellos, que saben dónde está cada equipo, van distribuyendo los temas. Si nosotros tenemos algo propio, se lo damos a la producción. Por lo general ellos te destinan a cubrir esa información porque es un tema propio, pero no necesariamente, puede que se lo den a otro equipo por una cuestión práctica simplemente, eso no... es una costumbre propia de Canal 8.

- Claro. ¿Cuánto es el trabajo que vos hacés, digamos, de preproducción, o sea cuando a vos te mandan a cubrir determinada cosa ya viene como determinado el tiempo que le va a pasar, quiénes van a hablar, etc.?

- La producción te da el nombre del entrevistado y una pequeña síntesis de cuál es el tema a cubrir. Yo todos los días -eso ya depende, cada uno lo hace a su manera- intento leer por lo menos tres diarios, antes en papel, ahora... bueno, ahora es más fácil porque la tecnología te da la posibilidad y ahorrás dinero ¿no? A lo mejor es más difícil porque en el papel recorrés hoja por hoja, acá tenés que buscar en el celular o con la computadora, pero bueno, digamos, la cuestión es tratar de estar informado. Eso no significa que vas a estar informado de todo, pero por lo menos tenés una idea global, una idea general de qué se trata el tema a cubrir. Quizás es más fácil con política, con economía, con policiales, con accidentes, pero de repente te toca, no sé, algo de espectáculos que a lo mejor no es tu especialidad -porque hay especialistas-, pero muchas veces te toca hacer nota de espectáculos, o la nota de deportes donde también hay espectáculos pero no van ellos a hacer la nota, tenés que estar mínimamente informado. Y sino San Google te soluciona el tema, ¿viste? Antes de hacer la nota buscás, te informás, y tratás en base a eso, y con la experiencia de ir sacando las notas lo mejor posible. Una vez que elaborás, que hacés el reportaje, nosotros tenemos en la cámara que marcar la nota, es decir, tenemos un par de planillas, una que tiene un título de la nota, una síntesis, como para que los presentadores de los informativos sepan de qué se trata, un título, una bajada, el nombre del entrevistado, el cargo del entrevistado, de cada uno de los entrevistados es lo mismo, entonces es una planilla. En la otra planilla tenés el mismo título de la nota, quién está haciendo el trabajo, el camarógrafo, el periodista, la fecha en que se hizo, el número de tarjeta en que se graba la nota, cada tarjetita tiene un número que la identifica, y después hacés, por ejemplo, un off de apertura, no necesariamente todos son iguales, podés empezar con partes del entrevistado, con nombre, apertura, eso ya queda a

criterio de cada periodista. Pero supongamos, un off de apertura, entonces le ponés el time code que se llama, el tiempo de la cámara donde empieza ese off, para que el editor sepa dónde buscar. El nombre del entrevistado y al lado el time code, que comienza el tramo que vos seleccionaste con tres, cuatro palabras, y el tiempo donde termina ese párrafo con tres, cuatro palabras. Y así vas marcando, vas poniendo lo que a vos te interesa. Puede ir off intermedio, dos tramos del mismo entrevistado, un tramo, tres tramos, lo que vos quieras, y así vas armando distintos entrevistados con un off, dos off, de acuerdo al criterio de cada uno y de acuerdo a la especificidad de cada nota.

- Esto lo armás vos en este caso, o sea vos le das todo eso al editor para que después lo arme...

- Claro, vos armás las dos planillas, generalmente si estás lejos del canal, enviás en un servicio de moto contratado por el canal, “viene el motoquero” como decimos nosotros, se lleva la tarjetita con las dos planillas, eso va a la producción, la producción anota lo que vos le mandaste en una carpeta para ir teniendo control de lo que va llegando, y le asigna ese trabajo a un editor que concluye ese trabajo, ya haciendo la nota y queda en el sistema, en la compu queda ya registrada esa nota. Todas las notas van quedando registradas en un sistema que después el productor general va ordenando de acuerdo a las prioridades, de acuerdo a sus necesidades.

- ¿El productor general después las ve y las aprueba, digamos?

- No necesariamente, no. No, no, las notas se hacen como las manda el periodista, ¿no? Salvo que haya suponete un tema... especial, no sé. Suponete que vos cubrís un paro de UTA, y en medio, en el transcurso de la tarde se levanta el paro. Entonces a lo mejor dentro de la nota hay algo que sirve, o no sirve nada, si no sirve nada se levanta, eso lo levanta el productor. Si algo sirve, te pregunta, generalmente se comunica con vos, “che, de la nota que hiciste, ¿sirve algo?”, “Mirá me parece que tal tramo porque dice que la semana que viene pueden volver la asambleas”. Entonces el productor corta la primera parte, o una parte de la nota y deja específicamente eso que te puede servir porque dice algo a futuro. Asíque más o menos así se trabaja.

- Por ahí, no sé si... cuando tiene que ver con temas que son quizás más delicados, o que hay que tener determinado enfoque así... “cuidado” dentro del medio, no sé si te ha pasado ya de tratar determinados temas donde después tuvieron que cambiar algo...

- No, no, o sea por compromiso, por cuestiones empresariales o políticas empresariales no. Lo que se busca es tratar de tener siempre las dos campanas, ¿viste? Es decir, en... los temas que son polémicos tener las voces necesarias... porque... digamos, en el 8 la idea es que el periodista no pontifique, vos podés... opinar de alguna manera pero no necesariamente...

formar opinión abiertamente, sino que el televidente en este caso escuche las distintas campanas y saque sus conclusiones. Por supuesto que después está la subjetividad que cada uno de nosotros tenemos, porque... tu forma de preguntar y lo que uno pregunta, por ejemplo, la parte que selecciona, el tramo del reportaje que vos seleccionás, también juega un poco tu propia subjetividad.

- Sí, el recorte que hacés...

- Ahí es donde permanentemente tenés que estar atento, porque yo puedo ser, no sé, recontra peronista, recontra radical, no sé, de la izquierda socialista, y tengo que tratar de no volcar ese criterio particular en el reportaje que estoy haciendo. Así que bueno, ese es el estilo, no hay una orden por parte de la empresa de que nosotros digamos algo “a favor de” o “en contra de”, eso no me ha pasado nunca, gracias a Dios ni en LV3, ni en LV2 ni tampoco ahora en canal 8. Sí a veces hay notas que tienen que ver con lo comercial. Supongamos... los autos se arreglan en determinado taller mecánico por un canje publicitario, entonces te mandan a hacer una nota en esta época de verano para que el responsable del taller diga los cuidados que hay que tener con el auto antes de viajar. No es que ese tipo te vaya a decir algo que no es cierto, pero digamos, vos sabés que esa nota tiene que ver con algo comercial, que es un “gentileza” si se quiere, a cambio del servicio mecánico que te está brindando, pero no, no te obligan a decir “este es el mejor taller del mundo”, “vaya a tal taller”, eso no.

- Está bien, ¿hace cuánto estás en Canal 8?

- Aproximadamente hace dieciséis años, sí.

- Bueno, me gustaría por ahí hablar sobre el grado de sindicalización, el grado... quizás lo que ves entre tus compañeros...

- Mirá, en Canal 8 no todos están afiliados al gremio, pero sí hay conducta gremial. Eh... por ejemplo... habitualmente para paritarias, por ejemplo, se hacen asambleas a la mañana y a la tarde, y a las asambleas va... te diría un 99%, por no decir todos. A veces hay alguno que no va por determinado motivo particular, pero no porque tenga miedo... a excepción del jefe de informativo que cumple un rol especial, que tiene demasiado contacto con la patronal, digamos, con el gerente, entonces es como incómoda para él, y también para nosotros, que esté presente en una asamblea porque si después algo trasciende, bueno, podemos pensar que es él. Entonces el resto va a las asambleas, y las medidas de fuerza se cumplen. No hay paros, no se hacen paros, porque en una ocasión ya hace unos cinco años atrás, cuando se hizo un paro, Telefé decidió levantar el informativo y lo levantó por cuatro meses aproximadamente, fue una medida dura de parte de la empresa, y bueno, la gente quedó con cierto temor. Pero se hacen asambleas todos los días, mañana y tarde, y cuando hay movilizaciones, bueno, se trata de participar, eso no significa que participen todos. Hay algo

de lo que vos me decías de qué es el periodista, qué se siente el periodista a la hora de defender su salario, sus convenios y demás. En Canal 8 hay bastante conducta gremial pero todavía en algunos subsiste aquello de que son, eh... son “periodistas”, ¿viste? y no se dan cuenta que por más que sean “periodistas” son trabajadores. Entonces, ¿hay conducta gremial? Sí, hay conducta. ¿Lo que decide la mayoría se cumple? Sí, se cumple, pero la gente sale a la calle a manifestar, ¿por ejemplo? No, no, no los vas a ver manifestado, no los vas a ver cortando calles, tirando bombas, levantando banderas o tocando el bombo, eso no, no lo hacen, salvo los delegados que, bueno, por una cuestión de compromiso y demás, y también porque hay un respaldo gremial que te da cierta protección, o sea el resto no lo hace. O sea, te podría decir que de un 100% de conducta gremial, hay un 70%, bastante favorable

- Sí, la verdad, las estadísticas que decís... No, por ahí me quedo pensando en lo que decís de “conducta gremial”, ¿en qué contexto, digamos, en qué casos, o porqué vos decís que existe esa conducta y cuáles son los temas que los movilizan a organizarse?

- Fundamentalmente pasa más que todo por lo salarial, que es suponete, las paritarias, los bonos que pueden ser de fin de año, bono navideño que se le suele llamar, eh... cuando hay alguna situación especial como por ejemplo contratados, ¿no? Para evitar que los contratados... digamos... hagan que el trabajador estable... esté en una situación de inferioridad, como qué puede ser esto... suponete a los trabajadores permanentes, blanqueados, nos pagan viajes, a veces a los contratados no. Entonces si entra un contratado y le das siempre el viaje al contratado, bueno, evidentemente perjudicás a quien es trabajador permanente. Entonces cuando suceden ese tipo de cosas, hay conducta gremial, se pelea por el bono, se pelea por el sueldo, se pelea por que se cumpla el convenio. Por suerte en Canal 8 el convenio se cumple casi en su totalidad, excepto en los viajes, los viajes no porque a decir verdad hay aspectos del convenio que son para modificar. Lo que sucede es que muchas se hacen, que hay artículos del convenio que ya están obsoletos. El tema del viaje por ejemplo son cifras muy muy altas, muy altas, que a la empresa no le conviene que viajemos. Como para Telefó los informativos no son prioritarios -como puede ser para grupo Clarín, por ejemplo- para Telefó es más divertimento que información, entonces tiene un presupuesto y se ajustan a ese presupuesto a muerte. Entonces el viaje los saca de ese presupuesto. Si vos tenés que viajar a Roma, por ejemplo por lo de Brochero, el dinero que se tiene que pagar es muy grande en comparación con lo que significa tomar la cobertura que hace Telefó enviando un periodista para todos los canales del grupo, entonces en ese aspecto nosotros tuvimos que llegar a un acuerdo interno para que puedan mandar periodistas de Córdoba, para que la cobertura sea con caras de Córdoba, para que la gente que viaje pueda ganar y para que el canal se preste a esto, ¿no? Entonces hubo un acuerdo donde se paga 70% de lo

que marca el convenio, pero no es que no se pague nada, y bueno, la gente... esto se votó en asamblea, se habló con la gente del gremio, la gente del gremio no puede dar un visto bueno oficial pero sabe del acuerdo y lo... aceptó digamos, ya te digo, que aceptó que nosotros hiciéramos ese acuerdo, el resto se cumple todo del convenio. Así que te diría que más que todo en eso la conducta gremial, fundamentalmente en cuestiones que tienen que ver con lo salarial. Porque como el resto se cumple, no hay demasiados inconvenientes.

- ¿cuántos trabajadores son?

- En total en todo el canal son sesenta y algo, pero ahí te estoy contando todos los que son del Sindicato Argentino de Televisión, de prensa, locutor, hay un solo locutor en realidad, pero están todos. De prensa, mirá, no te sé decir el número exacto pero seremos... veinte, veintialgo.

- ¿Y a las asambleas cuántos van de esos?

- Todos, por lo general todos, sí. No hay gente que no va.

- Cuando vos contabas este caso hace un rato...

- ...esperá te hago una aclaración con respecto a la asamblea. Por una cuestión práctica, para que esté toda la gente, nosotros decidimos hacer una asamblea a la mañana y una a la tarde. Si nosotros lo hiciéramos en un horario distinto, supónete intermedio, quizás la concurrencia no sería tanta. Ante esa realidad, lo que se decidió es hacer eso: a la mañana para que estén todos los de la mañana, a la tarde para que estén todos los de la tarde, y al ser un tema muy polémico se hace una en un turno intermedio, para ahí poder votar porque a lo mejor la opinión de un turno y otro no coinciden, son diferentes.

- ¿Es una vez por semana la asamblea?

- No, no, cuando son temas muy urticantes se hace una vez por semana, dos veces por semana, tres veces, diariamente, de acuerdo a la necesidad. por supuesto, generalmente los conflictos van evolucionando y las medidas se van intensificando.

- Cuando vos contabas este episodio en que el noticiero se levantó durante cuatro meses, ¿cuál era en ese caso el reclamo?

- El reclamo era salarial...

- ¿Cuándo, en qué año fue eso?

- No te sé decir, hace cuatro o cinco años, debe ser 2011 más o menos, pero no... te miento si te digo, después si querés te lo averiguo. Pero... digo, en ese caso lo que sucedió es que se pisaron los informativos, es decir la asamblea terminaba a la hora en que comenzaba el informativo, por lo tanto en la práctica el informativo casi que no tenía material para llevar la hora, hora y media, de acuerdo a la época del año, el tiempo que duraba el informativo, no tenía material para completar, entonces era paro encubierto en la realidad. Eso fue lo que

motivó el enojo y el levantamiento del informativo.

- ¿Vos estás afiliado al CISPREN?

- Sí, soy delegado

- Claro, porque estoy leyendo una pregunta que dice ¿has estado en alguna situación que necesitaste la intervención? Y bueno, instantáneamente me acuerdo de la experiencia en LV2, cómo fue ese conflicto...

- Sí, sí, sí, mirá... el conflicto en LV2 fue muy prolongado, o sea LV2 fue una radio que tuvo una época de gloria en la que yo no estuve, cuando estaba Víctor Brizuela, Ayi, Norma Landi, una serie de viejos periodistas y locutores donde la publicidad abundaba. Y... se fueron yendo, desapareciendo esos locutores, esos periodistas, y quizás el dueño pensó que la marca LV2 estaba por encima de quienes hacían el trabajo ¿no? Y se equivocó. Aparecieron Rony Vargas, Mario Pereyra en LV3 y le sacaron la audiencia, la publicidad, bueno, la desplazaron a un segundo plano. Por otra parte, Radio Universidad siempre tuvo un espacio importante en materia de informativo entonces la gente escuchaba otra radio, esa es la realidad. Este... es muy largo el proceso, pero en lo que a mí respecta, vivimos una etapa en la que la radio fue pasando de mano en mano y los dueños no era gente de radio, sino que habían comprado esa radio, se habían adueñado de esa radio por cuestiones políticas o netamente económicas, pero lamentablemente no para que produjera con la venta de publicidad, sino da la sensación de que fue para blanquear dinero. Por esa radio pasó por ejemplo el grupo Vila, Vila Manzano, más que Vila Manzano uno de los Vila que un día, por ejemplo, te cuento como anécdota, vino a Córdoba, escuchó música y dijo “bueno, a partir de ahora no se va a poner más tango, no se va a poner más folklore, no se va a poner más quarteto, se va a poner... eh... música latina de los años ‘70, ‘80”, ponele, porque a él le gustaba eso, quería escuchar ese tipo de música. O sea había limitado, porque a él se le ocurría, sin que hubiera un estudio de mercado, sin que él supiera cuál era la audiencia que tenía, si era joven, si era de gente mayor, si le gustaba la música, el tango, el folklore... a él se le ocurrió que quería escuchar eso, y se escuchaba eso. No había un gerente de programación, por ejemplo. Evidentemente con ese tipo de manejo la radio no podía funcionar. Después pasó a manos de... digamos del kirchnerismo, eh... tanto es así que cuando muere Néstor Kirchner, al mes dejamos de cobrar los salarios. O sea, el que compró la radio era Jaime, ¿no? Pero con el aval de Néstor. Y bueno, cuando muere Néstor se queda sin paraguas Jaime y nosotros nos quedamos sin salario. Ahí es donde hay una toma prolongada de la radio porque hacía meses que no cobrábamos, y donde tenemos el aval, la protección del CISPREN que, bueno, generó recursos como para que la gente pudiera vivir. Algunos teníamos otros trabajos, pero otros trabajaban pura y exclusivamente en LV2. Es

más, había parejas que trabajaban en LV2, por lo tanto no tenían ningún ingreso, cero ingreso y bueno, y ahí el gremio jugó un papel muy importante como para tratar de sostener esa toma, tratar de sostener a los compañeros que evidentemente eh... en ese momento se desmoralizaban, se caían, se volvían a levantar, se volvían a caer, ¿no? Y así, hasta que definitivamente quebró la radio y se acabó esa historia, no cobramos un centavo...

- ¿Cuánto duró la toma?

- Y, más de cuarenta días, fue una toma muy prolongada, terrible (risa)

- Sí... sí, o sea... yo no me acuerdo tan bien pero fue una cuestión... y, bueno, me quedé pensando... ¿vos has visto en los últimos años una disminución en el número de trabajadores de prensa?

- Sí, sí, no en Canal 8 pero han desaparecido medios, o sea, desapareció LV2, desapareció La Mañana, se está achicando La Voz de Interior, se está achicando el Día a Día, en el interior pasa lo mismo con distintos medios, o sea... sí hay un achicamiento, hay un achicamiento y además... hay un... digamos... cuestiones... va avanzando la tecnología y también eso va reemplazando a las personas, ¿no? Como la multifunción que desgraciadamente muchos no entienden que es perjudicial para el trabajador, y de repente te encontrás un fotógrafo de un diario, sacando fotos, enviando material para la web y mandando material para que el periodista, un periodista en la redacción escriba, ¿no? Pero en lugar de enviar un equipo de periodistas y fotógrafos, con una persona se hace el trabajo que a lo mejor podrían hacer tres personas: uno para la web, otro como fotógrafo y el cronista, digamos, para escribir la nota. En el caso nuestro, en televisión eso todavía no se ha dado, pero... digamos, recién hace un año y medio, dos años, se está trabajando sobre la página, y en este momento hay una sola persona trabajando, o sea que es ridículo, evidentemente no puede estar las 24 horas haciendo eso. Entonces hay algún productor y el jefe de informativo que aportan algo de información durante el día, pero bueno eso es algo sobre lo que se está trabajando para tratar de que no suceda porque si no... digamos, es más trabajo por el mismo precio, por el mismo salario (risa)

- Claro, claro.

- Esa es una de las falencias que tiene el convenio, el convenio es tan viejo que todas estas cuestiones no están contempladas. A ver, hay partes que vos las podés asimilar, suponete: el redactor-lector que figura en el convenio como una de las categorías, es evidentemente para un diario, bueno... en televisión se asimila, se asemeja al cronista, que hace el reportaje, que hace un off, que elabora la nota, bueno, que hace cámara, que hace móvil, no cierto, en la calle. Ese es el redactor-lector en televisión, pero no hay una descripción del trabajo del cronista de calle en el convenio. Así como eso hay un montón de puntos que están

desactualizados...

- Esta disminución, digamos, del trabajo en menos manos cada vez, ¿afecta la calidad el producto?

- Sí, sí, sí, sí porque hay gente que no se especializa. No es lo mismo un periodista formado y con experiencia -formado académicamente me refiero- con experiencia, sacando los datos de una determinada nota en la calle a que lo haga el fotógrafo, y no porque el fotógrafo no tenga capacidad, pero se ha preparado para ser fotógrafo, ¿no? Entonces su capacidad es otra, es distinta, es lo mismo que si a mí como cronista de calle me mandan a hacer cámara, sí, agarro la cámara, la prendo, puedo hacer foco, pero no voy a saber lo mismo que sabe el camarógrafo que se ha formado para eso. Bueno, y así con distintas funciones, ¿no? Entonces yo creo que sí se va deteriorando en cuanto a contenido y también en lo estético.

- Bueno, no sé si me queda algo... (silencio) Bueno, para mí creo que ya está... no sé si querés retomar algo...

- No, no, lo que sí me parece importante... digamos, todos nosotros queremos empezar a trabajar en un medio, entonces siempre hay una etapa en la cual uno puede tener una cierta precarización laboral, que es hasta casi natural porque vos no podés el primer día cuando vas a golpear la puerta a pedir trabajo, exigir que te den todas las ventajas que te da el convenio de prensa. Pero eso no significa bastardear la profesión, ¿no? No significa estar dispuesto a hacer cualquier cosa para poner un pie adentro de un medio, por una cuestión de dignidad propia, de respeto hacia quienes están trabajando, y porque a futuro ese periodista que va a golpear la puerta va a estar adentro trabajando y no le va a gustar que el que llega haga lo mismo, ¿no cierto? O sea, se entiende que haya ciertas concesiones al comienzo, pero creo que hay que tener cierto criterio como para saber que el convenio está para defender al periodista, no para perjudicarlo. O sea generalmente las empresas hacen convenios particulares, tanto con los nuevos como con los viejos periodistas, ¿no? Y siempre esos convenios particulares favorecen a la empresa, nunca van a ser para favorecer al trabajador, eso es de cajón, siempre es para pagar un poco menos de lo que marca el convenio, aunque a veces te la disfrazan y parece que vos vas a ganar más, porque te ofrecen full-time por ejemplo, entonces vos todos los meses vas a cobrar un plus, y quizás ganes más que otro que no tiene el full-time, pero cuando vos analizás y decís “¿cuánto ganaría yo si en lugar del full-time cobrara horas extras?”, seguro que cobrando horas extra ganás más, entonces estás ganando más que tu compañero, pero no estás ganando más de lo que marca el convenio, entonces por lo general la empresa... las empresas -no hablo de Canal 8 sino de todas- tratan de ahorrar lo más posible, de pagar lo menos posible y de que vos cumplas con tu tarea lo mejor posible, ¿no? No piensan como a lo mejor pensamos los trabajadores: “che, si nos

tuvieran bien pagos, si tuviéramos confort, si tenemos los elementos necesarios para trabajar vamos a rendir más”, bueno la empresa por lo general no piensa así.

- ¿Hay como una disconformidad o como una mala sensación entre los trabajadores respecto de eso?

- En algunos medios sí, en algunos medios sí, vos notás de que... se podrían hacer más y mejores cosas si tuvieras mejores condiciones laborales, desde lo salarial, desde lo técnico, desde el perfeccionamiento, o sea en muchos aspectos. Yo creo que uno no está 100% conforme, lo que pasa que... el periodismo es casi una forma de vida, entonces si te gusta muchas veces resignás cosas, te resignás a trabajar con los elementos que te da la empresa, pero por ser también una forma de vida, todos para vivir necesitamos de dinero entonces es algo... que es imprescindible, necesitás cobrar un sueldo para poder dedicarte a pleno, y si no te prepara la empresa poder hacer los cursos que vos necesitás para prepararte, por ejemplo, ¿no? Sí, hay cierta... desazón en algunos porque vos ves que la empresa podría darte más para vos rendir mejor, y no lo hace.

- Es un conflicto recurrente, una discusión que vuelve todo el tiempo...

- Sí, vuelve. Los salarios de prensa son... bajos en comparación con los de camioneros, en relación con la gente que trabaja en la recolección de residuos, no te estoy hablando de un ingeniero de la NASA, sino de trabajos que son por supuesto dignos, pero... que quizás... merecerían que por lo menos prensa tenga un salario similar (risa), y sin embargo los salarios son más altos en esos caso que en el de prensa, entonces nos parece un injusto. También le pasa a otras profesiones...

- ¿Y existe por ahí determinado recelo o, no sé si decir miedo, a llevar adelante estos reclamos, con alguna posibilidad de que haya represalias sobre los trabajadores?

- En Canal 8 no, en Canal 8 hay un diálogo bastante fluido con la empresa. Que haya un diálogo fluido no significa que sea sincero, porque por lo general los trabajadores vamos... si vos querés diez pesos, vas y proponés diez pesos, pedís diez pesos, la empresa nunca te va a dar lo que querés, si vos pedís diez pesos te va a dar cinco, o te va a ofrecer cinco para llegar a siete, entonces hay un diálogo fluido donde ya sabemos cuáles son las reglas de juego, donde nosotros sabemos que tenemos que pedir más para llegar un acuerdo, sabemos que van a ofrecer menos para llegar a un acuerdo intermedio, y desgraciadamente tenés que entrar en ese juego para obtener lo que vos considerás imprescindible para poder vivir. Y tenés que hacer gestiones para conseguir las cámaras adecuadas, los micrófonos adecuados, que los autos estén en condiciones, que las computadoras estén en condiciones, pedir información... tenés que estar permanentemente solicitando ese tipo de cosas que en realidad tendrían que ser a la inversa, se supone que la empresa tendría que ocuparse de brindarte la mejor cámara,

el mejor micrófono, autos seguros para que vos puedas viajar y cumplir con tu tarea... todo. Pero bueno no, no pasa. De cualquier manera nosotros no tenemos problemas a la hora de reclamar, por supuesto que no vamos a patotear, vamos a reclamar educadamente, si querés con firmeza, pero... eh... respetando el rol de cada uno, ¿no? Entonces no tenemos problemas con eso.

- Bueno...

- Bueno, listo

- Sí, ya está, gracias...

Entrevista a Guido Dreizik: Agosto de 2016

- **Entrevistador:** ¿Cuándo te sumaste al Cispren? ¿Qué cargo ocupaste?

- Yo entré a trabajar a la Voz del Interior en el año 1980. Cuando yo entré al diario todavía se trabajaba con el sistema de impresión en caliente que era con plomo. Yo entré (tenía 20 años) como ayudante de mecánica de linotipo que era un maquina.... Estando allí se implementó el sistema de impresión indirecto que es el OFFSET. Yo paso al sector de armado y diagramación y quedó en diagramación de prensa. Pasé de gráfico a prensa. Así que en 1980 y 1981 me integro a al gremio de prensa.

En esa época estaba la dictadura y los mismos compañeros te decían en donde había que afiliarse. En esa época, acá, había dos organizaciones: El Círculo de la Prensa y el Sindicato de la prensa. Había un grupo de compañeros que fueron armando un plancito muy sutil, muy inteligente, de afiliar a la gente al Círculo de la prensa con la idea, como en el círculo estaban todos los profesionalitas y tenían patrimonio, tenían esta casa (casa de Carlos Paz) el Sindicato tenía los afiliados. El sindicato era combativo y el círculo era colaboracionista. Entonces algunos compañeros decían “Afiliense al Círculo, que después con la presión de los afiliados nos movemos a una fusión de las dos organizaciones”. Este plan se fue armando, no es que alguien lo tuvo. Se fue pensando de a poco. Cuando yo entré a Prensa a la Voz del interior, me recomendaron que me afilie Círculo. Yo, no lo hice. Pero todos mis compañeros se afiliaron. Yo me quedé en el Sindicato. Luego en el 82 luego de ir y venir, se funda una organización que se llamaba “El Movimiento de Recuperación del Gremio de Prensa” que a poco de andar se unificó con una experiencia de lucha de los trabajadores del Diario Córdoba que estaban peleando para evitar el cierre del diario que tenía problemas financieros. Finalmente el diario cerró. Y la fusión de las experiencias organizativas y administrativas dio como nacimiento el “Movimiento Unificado de Prensa” (MUP) que puso como expresión electoral la lista blanca UNIDAD que es la que hoy todavía está en la conducción del sindicato.

El MUP protagonizó una serie de luchas contra la dictadura y por la unidad de las dos organizaciones, el Sindicato y el Círculo. Al interventor de este último, que era un suboficial mayor llamado ----- se le planteó, ahora con mucha fuerza, la necesidad de la unificación y que él podía darnos una mano porque él había unificado las dos administraciones por una cuestión práctica. Entonces nosotros le planteamos que dejara la administración unificada, que nosotros íbamos a ir a un proceso de unificación. Se acordó que él ayudara con pocos gestos, que se abstuviera de meterse y nosotros nos íbamos a arreglar solos.

Esto es creíble recién al final de la dictadura. La dictadura cuando se va, no se va de golpe. La dictadura entra en crisis profunda un poco antes. Se le hicieron cinco paros nacionales. Sobre el final de la dictadura, después de Malvinas prácticamente la dictadura tenía los días contadas. Es en este contexto que el interventor acepta las condiciones que este grupo de trabajadores le planteaba. Así surge la coalición normalizadora que avanza a la unificación. ¿Qué nombre podía tener esta unificación? En joda decíamos Sindicato circular. Nos cagábamos de risa hasta que uno dijo “Bueno, ¿si en vez de Sindicato Circular le ponemos *Círculo Sindical*?” También nos cagamos de risa, pero después dijimos “No está tan mal”. Así, de esta broma salió el nombre del nuevo sindicato. Con el tiempo, con los desarrollos tecnológicos hicieron que también habláramos del *Círculo Sindical de Prensa y las Comunicaciones*. Pero como Cispren, año 84, las primeras peleas tienen que ver con la lucha contra el cierre y vaciamiento del diario Córdoba. El diario Córdoba era del grupo Astori, de la Fundación Mediterránea que lo utilizaron para lavar dinero, para bancarizar dinero a través de las cuentas publicitarias del diario y el proceso de triangulación de en la compra venta. Fue vaciando y trasladando el dinero de unos socios a otros.

Otra lucha fue contra el cierre del diario Los Principios, que entra en crisis con la lucha política en la iglesia por la dictadura acá en Córdoba.

En la frecuencia radial, el dial es muy requerido por los empresarios. Se supone que el comienzo del dial es el lugar especial. Radio universidad era el comienzo del dial en Córdoba. En algún momento, el gobierno de turno pretendió quitarle el dial a Radio Universidad 580 y pasarlo a una frecuencia que estaba vacante que era de Radio Córdoba, la radio municipal que estaba por el 1100. Nosotros dimos la pelea como gremio, junto con los RST y se impidió. Después el Cispren, en la época del Alfonsinismo, se unió al grupo de los 25. Después directamente militamos junto con la propuesta de lo que era Ubaldinismo. El Cispren estuvo en Córdoba en los gremios por la UNIDAD. Los encaraba el Gordo Ferreira, de los empleados públicos. (Raúl Ferreira) Planteaba que había que afiliarse todos a ATE porque había que presentarte todos juntos. Después el Cispren estuvo relacionado a las distintas experiencias.

· Flexibilización Laboral. Mariano Suarez. “Problemas del periodismo empieza en los `90, es una agudización”

- Si se trata de echarle la culpa a Menem estoy de acuerdo. Con él toda la bronca. Es más, estuvo a punto de derogar el Estatuto del Periodista Profesional. La polifuncionalidad o la flexibilización laboral aparentemente es un problema ligado a las nuevas tecnologías que te permite hacer de todo. En el caso del fotógrafo, él tiene que sacarla, enviarla, y editarla. El editor fotográfico es el mismo fotógrafo. Esto prácticamente permite fraguar, disimular los

defectos de luz. Entonces ¿Esto favorece la tarea? En parte sí. Pero a la larga esto resiente el trabajo, porque se minimiza el trabajo manual. El trabajador también trata de trabajar menos. El trabajador intenta esto inconfesable de querer rascarse los huevos. En esta pelea de ser un buen profesional y minimizar. Se discute la calidad de trabajo, la flexibilización. El no poder discutir porque la máquina hace el trabajo. No poder defender el oficio, te hace no poder defender tus derechos. Se debilita la capacidad de lucha cuando te interpelan el oficio.

- ¿Desde el Cispren se combatió esta situación?

- Yo tengo la visión épica, que tuvimos honrosísimas derrotas. El Cispren es un heroico derrotado. A nosotros nos hicieron recontractar, pero dimos pelea. Hemos peleados todos.

- ¿Alguna pelea puntual que te acuerdes sobre este tema?

- La que llevo atesorada, la que más me impactó en lo personal fue todo el proceso de “Retiro Voluntario” de la Voz del Interior. Porque perdí asambleas con mis compañeros porque decía que no había que aceptar, pero la asamblea votó que sí. (Año 88, 89, 90)

Se aceptó que los compañeros fueran a ver y escuchar los retiros voluntarios. Un compañero con humor ácido me dijo “¿Sabés lo que pasa? Vos les ofreciste luchar y la empresa le ofreció plata. Es más fácil aceptar la plata”. A mí cuando me lo dijo me dio mucha bronca, pero después digo “Claro, este hijo de puta tiene razón”. Pero es muy feo cuando vos sabés que tu postura es la correcta, que varios compañeros te ayudan a sostener esa posición y que luego en una asamblea de 50 asamblea 24 votan en contra de la flexibilización y 26 a favor. Y por dos votos, la asamblea decidió aceptar las propuestas de retiro voluntario. ¡Es altamente injusto, pero democrático! ¡26 a 24! Dan ganas de romper todo y decir “nosotros somos los 24 rebeldes”, pero no. ¡No es correcto! Esto desde el punto de vista democrático. Te la tenés que bancar.

- “Un 75% de las empresas está en Buenos Aires, incluso las que terminan contratando gente de Córdoba. Lo que se decide en Bs As condiciona a las condiciones de trabajo del resto” ¿Vos estás de acuerdo con eso?

- No, con eso no. Porque nosotros a parte tenemos un convenio colectivo superior al de Bs As. Nosotros tenemos dos días de franco semanal. Ellos, en Bs As., lo tienen en algunos lugares por decantación pero en realidad es uno. El convenio colectivo de trabajo nuestro tiene mejores condiciones de trabajo. Puede ser que en algunas provincias más chicas sí, no en Córdoba. Y mucho menos a nivel sindical. La UTPBA deja mucho que desear. Ellos no tienen delegados en todos los medios. Te digo, nos han hecho cagar muchas veces pero orgullosos de volver a casa con la cara rota.

- Hoy en día, ¿todas estas derrotas repercuten al día de hoy? Por ejemplo el caso con la Voz.

- Por supuesto que repercuten. Las empresas a los triunfos los cobran carísimos. Porque

cuando gana, no gana un conflicto puntual. Gana las perspectivas a 20 años. El retiro voluntario es el padre de la flexibilización laboral. Primero viene el retiro voluntario. Vos bajaste la cabeza para charlar eso, cuando vos ves que tus compañeros se van del diario. Y los que quedan somos menos, y te dicen vos trabajá una hora más y te doy \$100. Aceptás los \$100 y trabajás más. Es cierto que la flexibilización laboral en Córdoba, pero hay otra realidad. En Córdoba está vigente el convenio colectivo del año '75. El compañero que dice "No, no me flexibilizo" trabaja seis horas, cinco días a la semana. El compañero de Bs As, dice lo mismo pero trabaja seis horas, seis días a la semana. El básico en Córdoba es \$12.500 y en Bs As es \$6.003 No es lo mismo negarse a la flexibilización en Córdoba, que negarse en Capital Federal, Buenos Aires o Santiago del Estero. El compañero que está flexibilizado sabe que puede dejar de estar flexibilizado y puede empezar a trabajar en un lado piola el día de mañana.

Después está la incidencia de las nuevas tecnologías, que de última conspira contra la calidad del trabajo. Eso es lo que está pasando ahora. Las nuevas tecnologías y la gran capacidad de hacer cosas, es lo que atenta contra el trabajo. En diez minutos tenés que editar 10 fotos que cada una te lleva en realidad 40 minutos para hacerlo bien.

- ¿Vos decís que es el uso que se hace de las nuevas tecnologías o las nuevas tecnologías en sí?

- Las nuevas tecnologías no son ni buenas ni malas. A mí me han favorecido mucho mi trabajo. El problema es cuando las nuevas tecnologías son usadas más para la flexibilización que para la calidad. Y hoy por hoy las empresas están empeñadas con la flexibilización. La calidad no les importa un carajo. Los correctores ortográficos por ejemplo no corrigen declinencias, no corrigen muchas cosas de la frase que si corrige el que está leyendo. Hay mucha gente que dice que en la universidad no se enseña a ser periodista, si no a ser empleado. La facultad de Ciencias de la Información es un exceso de optimismo intelectual. El periodismo es un oficio de acá la eternidad. No hinchemos los huevos. Crearon una FACULTAD de Ciencias de la Información ¿Vos te das cuenta? Estudias las mismas cosas que se estudia en Derecho (prácticamente) Han hecho de eso una facultad y una de las cosas más graves es que no les enseñan nada del mundo laboral a los compañeros que sale de ahí. No es cierto que después se dediquen a otra cosa. Se dedican a manejar taxis o e intentan entrar en los medios. y no les dan las armas para hacerlo. Llegan al diario o al laburo y tienen que empezar de nuevo. Ojo, algunos para empezar saben de más.

No les enseñan el estatuto, el convenio colectivo. No les enseñan que van a ser empleados en relación de dependencia. Nuestros compañeros docentes, algunos, hacen el esfuerzo de enseñarles esto último.

- ¿Qué grado de afiliación ves en los compañeros? ¿Cuáles son las luchas importantes de ahora?

- Hoy hay un grado medio de afiliación. No es óptimo. Se ha recuperado un poco. Las batallas más grandes que estamos dando son: La salarial en el tiempo de las paritarias. El resto tiene que ver con una batalla no centraliza contra la flexibilización. El Cispren no tiene una estrategia clara para darle batalla a la flexibilización. De la capacidad de conducción, nuestra.

- ¿Vos crees que la propiedad privada atenta contra la libertad de expresión?

- La propiedad privada conspira contra la vida humana. La propiedad privada priva al ser humano de sus capacidades intelectuales, de amar, etc. La propiedad privada es el peor invento de la humanidad. En términos de medios de comunicación hice la translación que vos quieras. Y la libertad de prensa no existe total. Existe la libertad de empresa. Es la empresa la que decide lo que tiene que salir, con mecanismos muy sutiles. Yo lo he escuchado a Lanata decir que a él nadie le dijo lo que tiene que decir. ¡Es cierto! Pero yo tengo compañeros de trabajo que entraron al diario pensando una cosa, y luego de 30 años piensan otra cosa. Porque si no, no laburás en un diario. Te vas adaptando. Por eso la militancia fuera del laburo es tan importante. Porque vos fuera del laburo podés pensar de otra manera. Hay compañeros que fuera del laburo escriben otras cosas, se les abre la cabeza. La libertad de prensa es un valor que no es tal.

La libertad de expresión es una lucha que toda la sociedad debe pelear junto con el resto de libertades que todavía no son plenas ni garantizadas. No hago de la libertad de prensa una bandera, porque no existe.

Entrevista a Ezequiel Luque: Noviembre de 2016

- ¿Cuántos años llevás trabajando ahí (cba24n)?

- Empecé en el 2012. Voy hacia los cuatro años y medio, diferentes tipos de vinculación laboral. Un año y medio de pasante, un año y medio de monotributista, un año de contrato fijo. Y ahora, voy por el segundo año de eso. Gané una pasantía de la universidad.

- ¿A vos te interesaba trabajar ahí, específicamente en Cba24n?

- Yo venía con diferentes proyectos web, más vinculados a la militancia y me enteré de esta convocatoria. Recién estaba empezando, llevaba creo que seis meses el portal de noticias. Había mucho para hacer y yo presenté un proyecto específico para trabajar sobre eso, creo que fue el punto a favor que me hizo ganar esa pasantía.

- ¿Qué tareas hacés? ¿Qué secciones?

- Cba24n siempre ha tenido poca gente para el portal que se pretende, y son como todólogos. Desde economía, policiales, sociedad, si te toca hacer cultura o deportes, también podés hacer cultura o deportes. Internacionales. Puntualmente, el portal web de cba24n, al ser el portal de un multimedia que está integrado por dos radios y dos canales de televisión, aporta mucho insumo que está on-line, porque constantemente sale en vivo, en la radio y en la televisión pero que no tiene una bajada escrita pero da aportes para que puedas hacer notas. Hay cosas que las regimos por las agendas nuestras y otras que tenés que usar los insumos que te aporte el medio.

- ¿Cuántas personas hay laburando en el medio?

- Los redactores rasos somos cinco, más aportes específicos de gente que hace deportes dos horas por día más dos de cultura.

- ¿Estabas estudiando cuando ingresaste?

- Sí, estaba haciendo la tesis.

- ¿Cuál fue la propuesta del proyecto para ingresar?

- Era un proyecto de renovación estética del medio. Era un formato muy tipo blog, con colores muy horribles. Una propuesta de jerarquía de noticias, (por esto mismo que tenía un formato blog) Empezamos a usar encabezados, títulos.

- ¿Te interesa un tema específico más que otro?

- Sí, eso pasa también. De acuerdo a los diferentes perfiles de los redactores, se sienten más cómodos con ciertos temas. Yo me siento más cómodo con la parte de sociedad, porque me siento más inmiscuido en la temática. Porque tengo vínculos con organizaciones, instituciones y me llegan más informaciones. No te comes de entrada la gacetilla ni el titular de otro diario. Tenés más capacidad de análisis. Capaz que si tengo que tratar un tema de "Internacionales" si tengo que estar más apegado a una gacetilla y no sé qué bajada de línea hay ni a quién le estoy siendo funcional por publicar tal o cual cosa. Pero sí, hay otra gente que está más vinculada a lo judicial, a los procesos, a los derechos humanos. Esta bueno que sea así.

- Ustedes son cinco redactores ¿Eligen qué tema tratar o no?

- Cuando se puede, sí. El tema es que no somos cinco simultáneos. Tres a la mañana y dos a la tarde. Si el día es muy agitado, no hay mucha opción para usar agenda propia, si no que estas siguiendo la agenda que un medio generalista debería tener como portal de noticias. Las noticias de último momento que deben tratar. En los días agitados no hay tiempo para que vos puedas desarrollar los temas.

- ¿Generalmente los días son agitados o pueden elegir qué temas tratar?

- Generalmente los días son agitados.

- ¿Cuándo vos elegís tratar un tema, podés elegir el enfoque?
- Eso depende mucho de la estructura jerárquica de los SRT en ese momento.
- ¿En este momento?
- En este momento, yo tengo menos posibilidades de aplicar mi enfoque que hace seis meses atrás. Pero siempre hay una limitación. En un principio, a niveles generales, no se podía dar con todo al gobierno nacional pero sí había vía libre para pegarle al provincial y municipal. Entonces era muy cómodo, al ser un medio de Córdoba, y poder golpear al gobierno provincial de Córdoba y municipal de Córdoba...
- ¿Eso cómo te lo hacen saber?
- Te lo van marcando, te lo van diciendo "Ojo ahí" "Cuidado con ese tema" O "Cambiaría el título" "Es amigo de la casa" "Che, esta nota no da, es amigo de la casa" Antes había vía libre, ahora es más quirúrgico.
- Antes no se podía golpear al gobierno nacional, pero si al provincial y al municipal ¿Ahora cómo es?
- Ahora... hay que tener cuidado en todos los ámbitos. Todas las jurisdicciones, porque dependes del presupuesto de nación. Porque te debe pauta publicitaria la provincia y municipalidad, y eso es moneda de cambio para ver qué tema se tratan. Capaz que no es determinante. No es: "Nunca más tocamos la provincia" Si no que es: "Estamos negociando la pauta, saquen el pie del acelerador"
- ¿Te ha tocado modificar un tema por esta situación?
- Sí, sí.
- ¿Te acordás de uno en particular?
- Recientemente hubo una discusión de un linchamiento en el cual los propios vecinos salieron a decir que la policía se había portado muy bien porque los había dejado golpear, no había interferido. Todo muy bien la policía. Fue un taxista que chocó a unos que habían salido a robar que se cayeron de la moto y entre diez le dieron. Sale el testimonio abierto del taxista que estaba chocho, que era un héroe y los vecinos chocos con la policía por no haber interferido. Entonces yo recuerdo haber titulado algo como "Linchamiento vecinal con aval de la policial" Veníamos de una semana en la que hubo varios linchamientos. Había que explicarlo. No había tiempo para toquetearlo. SI vino un reto fuerte desde arriba porque no habíamos puesto la versión de la policía, que no había sido tan así la situación. Se quejaron del título, de la forma, que no habíamos facilitado las fuentes. Lo que salió al final de la discusión, lo que se escondía detrás del reto, es que como medio de noticias estábamos negociando con la provincia. Uno también siente indignación, porque de última que me digan eso y no que me corran por el lado periodístico. Yo entiendo como viene el paño, me

acomodo pero tampoco quieras correrme por el lado periodístico porque las formas las manejo yo tranquilo. Además la nota estaba bien hecha.

- ¿Vos a quién le presentas la nota?

- No, yo la escribo y no se la presento a nadie. La subo.

- ¿Eso se había publicado y se estaba discutiendo sobre algo publicado?

- Sí. Pero por ejemplo, otro caso opuesto. Yo recién entraba en CBA, estaba el tema de Monsanto. Aun habiendo sido introducido por Cristina y toda la cháchara, desde el medio tomamos una postura claramente en contra de Monsanto. Nadie dijo nada. Pero esto también tiene que ver con que recién estaba legitimándose el medio. Costo mucho, tardo mucho darle una existencia validad a la red. Nosotros estuvimos mucho tiempo actuando muy tranquilos en la línea editorial porque la misma gente de adentro del medio no la veía. Aún hoy cuesta un huevo darle legitimidad como medio. Muchas veces tenemos contenido propio de la web que el noticiero no lo levanta, al otro día lo levanta La Voz del Interior, y recién ahí lo levanta el noticiero. Hay un esquema de legitimidad del medio que está muy establecido entre los productores y que no cambian. No sé cuántos productores incorporarán medios nuevos como fuentes. Tiene sus pros y contras. El propio compañero no te da bola, pero no te marca la cancha y no te jode. Ahora es más complicado. Ahora es menos así.

- Los días no agitados podés poner temas propios. ¿Te han marcado la cancha con esos temas?

- No, con esos temas no. Porque son muy específicos y propios que no están en otros medios. Hay una inteligencia de que es oportuno publicar esas cosas porque le marca responsabilidad al medio. Me llegan noticias de organizaciones, de instituciones, de movidas barriales. Le da una impronta cordobesa, ciudadana y original. Que es, creo, el motivo principal por el que sigo en Cba24 que es tratar estos temas. La posibilidad de visibilizar estas problemáticas que si estuviera en otros medios no sé si podría.

- ¿Te ha tocado disfrazar un tema a la hora de escribir una noticia para poder tratarlo?

- Tan directamente así no, pero uno siempre es sugerente. Siempre usa hipervínculos, para llevar el tema. Uno siempre es picante y recupera notas anteriores y tira líneas. Si el lector es atento, la caza al vuelo. Si no, queda.

- Luego del reto ¿Volvés a tratar el tema o te censuras?

- No, la autocensura es lo peor porque es una vara que ni siquiera es propia y no sabes si va a volver a pasar. Lo haces. Cuando fue lo del linchamiento, salió que era por un arreglo con la provincia y no una cuestión periodística.

- Cuando mandan los temas para tratar ¿Quién recibe los temas? ¿Cómo se maneja eso?

- Hay una mesa editorial del noticiero que es la que más o menos maneja la agenda. Eso nos

sirve para saber qué videos va a haber. Nos llega a través de la pauta. “Tales movileros van a hacer tal nota”. Nos sirve de insumo. Pero eso llega al medio día, a veces tenés que hacer la nota para enseguida. Para el minuto a minuto tenés que estar leyendo las noticias de los medios y portales de noticias.

- ¿En esa mesa editorial quienes participan?

- Participan los productores de los noticieros de la mañana y del mediodía, y el encargado de las crónicas como si te dijera el encargado de contenido.

- ¿Tenés contacto con ellos?

- No, en un momento se planteó que la web estaba presente en la mesa. Pero los tiempos que manejan ellos son distintos a la web. Se intentó, pero se perdía mucho tiempo.

- ¿Vos cuántas horas trabajas?

- 8 horas, de 12 am a 8 pm.

- ¿Estás afiliado?

- No

- ¿Tenés alguna opinión referida al gremio?

- Creo que es un gremio de una profesión muy difícil, muy individualista. Al margen del gremio, la profesión es muy individualista. Sin conciencia de clase del trabajador del periodista. Es muy difícil agruparlos, media mucho el ego. Por ello nunca me llamo mucho porque lo veo carente de contenido. En cuanto a las paritarias también es complicado, los que pertenecen a los grandes medios están medio censurados. Los que están dentro de lo SRT están más organizados pero la patronal de ellos no tiene mucho peso en la decisión de las paritarias. El gremio no puede hacer mucho en lo concreto. Si tiene aportes de formación, la casa del periodista, los aportes. Pero por el momento yo no los elijo.

- En algún momento me han interesado los cursos pero no he llegado por el tiempo

- ¿De tus compañeros hay alguno afiliado?

- Pasa que dentro del lugar el único que está en relación de dependencia soy yo. Hay dos monotributistas más, una pasante.

- ¿Conocés algún caso en el que interviniera el gremio?

- Sí, sí. A nivel general sí, el acompañamiento legal de ellos es muy bueno. Muchas veces hemos hablado sobre eso. Van los abogados del gremio van a los SRT a hablar, no específicamente a nuestra redacción.

- ¿Vos crees que cba24 es más permisivo que otros medios en cuanto al tratamiento de los temas? Por ejemplo el medio web de la voz.

- No sé cómo es la dinámica en otros medios web. Si creo que están estos factores como que no se la tomo mucho tiempo en serio, por eso tenemos esa libertad. Tampoco sé la dinámica

en otros medios, si el redactor es el que publica. Yo creo que sí, que es una característica de estos medios. Por eso salen los errores que salen, porque prima la velocidad, la primicia. En cuanto a la posibilidad de publicar contenidos no sé. Por el resultado, o todos los que escriben en esos medios piensan iguales o no tienen mucha libertad.

- Acerca de La Tinta, ¿es la primera que vez trabajas por fuera de un medio, en un medio propio?

- No, empecé con el estudiantazo (2010) se trataba de un blog referido al movimiento estudiantil. Al año siguiente seguí con el diario de las fumigaciones (2011) Luego en varios proyectos de noticias web, Ecos Córdoba. Manifiesto colectivo.

- Es un aprendizaje, sabemos que no nacemos de un repollo a la hora de escribir “La tinta” hay todo un aprendizaje en cuanto a comunicadores populares. Nuestra formación estética, editorial viene de todo ese proceso. Además del formato, es un aprendizaje en cuanto a que es una falacia eso que dicen que cada uno consume el medio que elige. Hay una brecha de gente y si se quiere decir mercado muy importante que necesita leer estas cosas, consumir contenidos distintos largos. Según los manuales web no podés escribir temas largos. Creemos que si podés. Es funcional al poder decir que la gente necesita leer notas cortas, virales y pelotudeces. Un bombardeo que no te permite entender nada, relacionarte ni vincularte. Cuando todos dicen que tenemos que cortar las notas, nosotros apuntamos a alargarlas. Sabemos que no es para todos. No cualquiera te lee una nota de 10 párrafos. Creemos que hay que apostar a los distintos tipos de lectores, por eso abarcamos distintos formatos. Que cada uno lea lo que lo hace sentir cómodo.

- ¿Cómo llega la necesidad de trabajar en la tinta?

- Primero por una lectura de coyuntura que hicimos a partir de diciembre con los compañeros de “Comunicación Rebelde” que es el colectivo comunicacional del EO. Los medios con visión progre que dependían de la pauta oficial a nivel nacional. Esa pauta iba a desaparecer o se iba a usar de moneda de cambio. Entonces los medios iban a desaparecer o virar hacia otro lado. Era muy peligroso, para las organizaciones sociales en general si nos quedábamos sin medios donde visualizar nuestras demandas, nuestras problemáticas. Eso también viendo el mapa de medios nos mostró que estábamos rodeados por “La Voz del Interior” y “Cadena 3” Empezamos a madurar la idea de un medio como autodefensa. Muchos de los que estamos en La Tinta venimos de Colectivo Manifiesto, y veníamos con la discusión de la idea de disputar la estética. ¿Por qué las ideas de la izquierda deben estar en formatos feos? Nuestra propuesta es darle una vuelta de tuerca. Mezclando todas estas propuestas, ideas termina naciendo La tinta. Termina dando fuerza el hecho que hay muchos periodistas y medios de izquierda que vienen trabajando mucho. Quisimos unificarlos para disputar ese espacio de la

torta mediática. Hagamos un medio donde pueda presentarte 20 notas por día donde pueda resaltar el trabajo de compañeros y compañeras. El desafío es que para informarte abras la PC, veas “La Voz”, “Cadena 3” o “Cba” y “La Tinta”

- ¿Dentro de La Tinta y otras experiencias similares, vos crees que hay otros periodistas como vos que trabajan en medios fijos?

- Yo creo que recién ahora se está llegando a la conclusión que se pueden hacer cosas serias al margen de las que te permiten pagar el alquiler. Durante mucho tiempo muchos de esos periodistas que no podían llegar a los medios, tenían un blog de “descargas” o catarsis que hoy lo ves en FB. Muchos de esos post tenían mucha calidad y eran interesantes. Los invitamos a La Tinta, les dijimos “nos gusta tu opinión, nos parece interesante” Por eso de repente empieza a haber un flujo de personas que se dan cuenta que están haciendo cosas que pueden confluir en un medio que tienen una calidad y una postura que no debería ser desechable. Con nosotros surgió la Tinta. Nos asombra ver que hay gente que no conocemos ni con la que hemos tenido contacto, nos escribe para ofrecer su material. Somos muchos más lo que producimos cosas populares y tratamos temas copados que lo que nos quieren hacer creer los medios hegemónicos. Nos preguntamos ¿Qué necesita saber la gente? Hacemos el medio que queremos. El medio que nosotros leeríamos. Hicimos esa lectura, y así mágicamente o una evolución colectiva en un mes nacieron 5 medios alternativos. “Salida al mar” “Islandia” “La nueva mañana de Córdoba” “Zoom” “Emergentes”

Con el humor gráfico pasa lo mismo. Ilustradores, dibujantes que pueden vivir de su trabajo en los medios tradicionales en Argentina son diez. Sin embargo hay mucha gente que tiene ideas geniales que solo tiene su fanpage. Les ofrecemos este espacio, también se conocen así. Cada uno hizo 15 viñetas, y son 8 dibujantes. Ahora van a hacer un fanzine.

Entrevista a Héctor Brondo: Octubre de 2017

- **Entrevistador:** nos pasaba lo siguiente, que cuando veíamos que se hablaba de esto de la batalla cultural o del rol de los medios de comunicación, o ese tipo de cosas no encontrábamos ahí la perspectiva de los trabajadores, incluso en la misma ley de medios, no? no hay nada ahí que... creo que la palabra trabajador...

- sí, la ley de medios no contempla la palabra trabajador, una cosa increíble, la ley de medios que nunca se terminó de aplicar y que ahora prácticamente se ha desactivado. Está vigente pero...

- Sí, pongo a grabar ahora. Y nos interesaba por ahí ver eso, en realidad, cómo esa batalla se vive dentro de las redacciones... no solamente la batalla del rol de los medios sino qué es lo

que viven los trabajadores de esos medios y aportar -porque no es solamente la ley de medios que no menciona la palabra trabajadores sino que todos los debates que se dieron en torno a eso y que aún hoy se siguen dando muchas veces no se contempla la palabra de los trabajadores- y nos parecía que estaba bueno poder visibilizar eso y poder visibilizar también que un medio no es, o sea, Clarín no es Magneto, Clarín también... están los trabajadores de Clarín digamos que son los que lo hacen día a día, por ejemplo, y así con todo el resto, y cómo se vive esa tensión entre quien es el dueño de ese medio y los que son los trabajadores, sí es que se vive o...

- sí, sí, sí. Eh, mira, yo... me parece que lo primero que me gustaría plantear es que... yo creo que antes de la batalla cultural... eh, la batalla individual que hay que dar -y me refiero que hay que dar- que tenemos que dar los trabajadores de prensa, es una batalla íntima, eh... que el triunfo de esa batalla íntima debería ser recuperar la noción de trabajador. eh, a mí me parece, yo tengo la impresión de que muchos trabajadores de prensa no tienen la noción de que son trabajadores de prensa, entendés? que pertenecemos a un sector que es el sector que produce el trabajo, el sector de los trabajadores, la mayoría de los trabajadores de prensa que trabajamos en relación de dependencia somos asalariados, en este diario la máxima autoridad del diario, el doctor Jornet, Carlos Jornet, cobra un sueldo como director del diario, y ha sido integrante de la redacción, hoy es la máxima autoridad de la redacción, pero ha sido integrante, ha sido... un redactor él entró a trabajar y entró a trabajar como redactor raso y fue escalando posiciones, ganando terreno... escalando, digamos, en ese escalafón de la redacción y hoy es el director, pero cuando entró y hoy, que tiene la máxima responsabilidad en la redacción, cobra un salario, es un asalariado eh... y yo no sé si Carlos Jornet, director del diario, y algún compañero que tenemos en la redacción como aspirante, tienen la noción de que son trabajadores, de que son asalariados, y esta duda se me plantea, yo soy delegado en La Voz del Interior, soy Secretario de Interior de CISPREN, pero soy delegado hace veinte años de los trabajadores de La Voz del Interior, soy paritario desde hace ocho, cuando se reabrieron las negociaciones paritarias, y en la negociación paritaria una de las cosas que tenemos nosotros en La Voz del Interior, tenemos cuatro delegados obreros y un delegado paritario, y nos cuesta a nosotros plantear una discusión salarial, la posición de los trabajadores de La voz del Interior, porque cuando convocamos a asamblea para discutir el plan de lucha para lograr en paritarias el mayor salario posible, la participación en la asamblea es muy reducida, entendés? y muchos trabajadores de la voz del interior, de las distintas secciones, no solamente hablo de los periodistas sino de todos los trabajadores de la voz del interior -somos 260 empleados más o menos en la empresa-, eh... hacen arreglos de parte, y muchos trabajadores, todas las secciones, desconocen el convenio colectivo de

trabajo, que está desactualizado, pero sigue vigente, está desactualizado porque la dinámica historia ha hecho que no se discuta convenio colectivo, la actualización del convenio colectivo... el estatuto profesional acaba de cumplir cincuenta años, el convenio colectivo treinta años, está desactualizado si usted lo ve al convenio colectivo habla por ejemplo del servicio militar que se ha abolido hace muchísimo tiempo, habla del día femenino, está muy desactualizado pero sigue vigente, en lo esencial sigue vigente, eh... y desconocemos el convenio colectivo del trabajo en términos generales, un altísimo porcentaje, no hablo de la mayoría sino de un altísimo porcentaje, desconoce el convenio colectivo de trabajo. Entonces es muy difícil en este escenario de tensión, eh... emprender cualquier batalla colectiva si individualmente no tenemos conciencia de que somos trabajadores. Y somos trabajadores los que trabajamos en la voz del interior, los que trabajan en día a día, los que trabajan en la mañana de Córdoba, los que trabajan en una radio comunitaria... somos trabajadores, formamos parte de la fuerza de trabajo, somos los que producimos los contenidos, para la voz del interior, para el día a día, para clarín, somos trabajadores. Eso me parece que es... está mucho antes de cualquier otra cosa porque si uno no se reconoce como tal no se puede identificar con un colectivo, y esa crisis me parece que se vive prácticamente en todos los sectores del trabajo, con algunas excepciones que son muy dignas y como referencia muy vigorosas, que tenemos que tener en cuenta a quienes creemos que vale la pena dar una lucha por los derechos laborales de los trabajadores. por eso me parece que los trabajadores de prensa, no somos... sujetos excepcionales en lo que es el mundo del trabajo y las tensiones que se viven en el trabajo... por ejemplo, hoy un trabajador que lucha por sus derechos laborales, por mantener las conquistas laborales, y reivindica sus derechos en la calle, en el lugar de trabajo, en el ámbito donde se desarrolla el trabajo, los que tienen fuerza, capacidad de fuego para resistir digamos esas modificaciones que lo único que quieren es ir esmerilando el derecho de los trabajadores, son poco menos que considerados los revoltosos, los tipos que conspiran contra la paz social, entendés? hay un discurso, y en eso podemos entrar en el tema cultural, la construcción de un discurso que considera los tipos que ganan la calle para protestar porque no se cumplen con los pactos acordados en paritarias, o porque les dicen que va a haber un reconocimiento... o porque no le hacen los aportes patronales, o porque le desconocen derechos esenciales, y los tipos ganan la calle para protestar, no tienen mucho reflejo al o mejor en los medios, porque también los medios juegan algún rol a favor o en contra de un sistema, de un modelo, eso es así, digamos, siempre lo ha sido. Entonces esos trabajadores que reclaman, que patalean, que luchan son, ustedes lo ven, analicen el discurso, son por ejemplo los “piqueteros”, son “los vagos”, ¿entendés? son los tipos que conspiran contra la paz social, son tipos que no creen en el diálogo, son cosas muy muy

fuertes. De eso hay que ser conscientes para saber de qué estamos hablando, ¿no?

- Sí, una pequeña aclaración, esto que te dije de la batalla cultural me parecía que está bueno aclarar que no es que nuestra tesis se va a centrar en la batalla cultural sino que justamente en todo esto que sucede dentro de las redacciones antes de esa batalla. Y esa batalla íntima como vos la llamás es como el tema central de nuestra tesis, ¿cómo se vive íntimamente en cada trabajador esta tensión que vos decís? y antes de pasar bien a las preguntas que teníamos anotadas, me gustaría saber, vos decís que acá los trabajadores, bueno, que en general los trabajadores de prensa no se reconocen como trabajadores, ¿cómo...?

- Hablo en términos generales...

- Sí, sí, pero ¿cómo qué se reconocen entonces en la prensa? porque nos parece que ahí tenés razón, no se puede pensar al colectivo de los trabajadores de prensa como escindido del colectivo de los trabajadores en general, pero si nos parece que por ahí dentro del trabajo de prensa, eh... en ese no reconocerse como trabajadores por ahí como sí existe algo de reconocerse como otra cosa, como algo que no son trabajadores, me gustaría saber si eso es así y como qué se reconocen generalmente...

- Mirá, yo cuando digo que no nos reconocemos como trabajadores de las comunicaciones, me refiero a que no somos conscientes muchas veces del rol social que tenemos. todos los trabajadores tenemos un rol social: el médico se tiene que ocupar de preservar la salud o de prevenir las enfermedades y en caso de que una persona se enferme curarla, curarla lo más rápido posible y tratar de restablecer la salud; un arquitecto tiene que diseñar, eh... puentes, habitaciones, edificios que tengan una función social, no puede un arquitecto construir cualquier cosa, y ese es el rol social que tienen, para eso se forman, y ese es el rol que la sociedad le exige. Un médico que tiene el título colgado en su pieza y maneja un taxi, uno no sube a un taxi a curarse, sube a que lo trasladen, y cuando uno sube al taxi le dice al chofer del taxi “llevame a tal lugar”, no le dice “curame, sos médico, curame el apéndice, controlame la tensión, ¿no es cierto?” va a un hospital, va a un consultorio. Nosotros tenemos un rol social, nosotros somos, de alguna manera para hacerlo muy simple, nosotros somos intermediarios entre las cosas que suceden y los destinatarios de la información que nosotros recogemos. Somos los testigos, somos los historiadores del presente, y tenemos la función social de registrar eso, de analizar la realidad en algunos casos y de transmitir eso que hemos visto, que hemos sido testigos, o lo que pensamos de eso, al resto de la sociedad. y la información tiene un valor fundamental que es que te permite tomar decisiones. vos cuando ves a un periodista que dice “bueno, esta mañana va a haber una concentración de carreros en Colón y Gral. Paz a partir de las 8”, toda la información, vos le estás permitiendo al receptor de esa información que se entere de lo que está sucediendo y piense “bueno, si tengo que ir al

centro no voy a ir por ese lado”, entendés? pero si vos sos un tipo que tenés por ejemplo una posición a favor de los carreros y decís “bueno, no quiero escracharlos a estos tipos” entonces no comunicás nada, te encontrás con que hay un quilombo en el centro a la hora que se manifiestan lo carreros y todo el mundo puteó a los carreros, es decir, no te permite a vos tomar decisiones acertadas. el periodismo tiene que ser eso, esa es la función... después el cómo uno entienda que tiene que prestar ese servicio, es una cuestión de cada uno, yo digo por ejemplo: a mí no me gusta contar lo que pasó sino tratar de anticiparme a lo que puede pasar si no se toman algunas decisiones, por ejemplo, vos vas por el centro y ves un edificio en construcción donde los obreros están trabajando sin arnés, sin contención, que eso vos vas por Nueva Córdoba y te encontrás con que están construyendo edificios, y vos los ves a los tipos caminando por los andamios, sin casco, sin ropa adecuada, sin herramienta adecuada, sin contención los andamios... entonces vos tenés que decir, para mí la función del periodista debería ser “mirá, en Nueva Córdoba se están construyendo quince edificios, hay ochocientas personas trabajando, el 70% trabaja en condiciones de seguridad que son muy defectuosas, en cualquier momento se cae un andamio se matan tres personas”, entendés? o se matan diez o se matan cien, si nadie controla, si no hay control de la higiene y la seguridad en los edificios, entendés? eso para mí debería ser la función el periodista esencialmente, o investigar, esencialmente es investigación, investigar las cosas que se está haciendo mal. Eso me parece que es la función del periodista, la función del periodista no es solamente contar que se cayó un andamio, se mataron cinco personas, ¿entendés? porque ya eso me parece que es llegar tarde a algo que se estaba viendo, que era visible, ¿entendés? bueno, la fumigación de campos cerca de ríos, cerca de arroyos, cerca de lagos, decís “bueno, se está fumigando, se está violando la ley de fumigación y bueno”. Después que eso se pueda publicar o se pueda publicar en tu radio comunitaria o se pueda publicar en tu portal o lo podamos publicar, es otro tema. pero la función social se tiene que cumplir. lo que yo creo y tengo muchas dudas, más que dudas yo creo que es casi la certeza es que nosotros nos hemos extraviado, hemos perdido de vista ese rol fundamental y los periodistas estamos haciendo, o los que tenemos el título de periodistas o comunicadores sociales, estamos cumpliendo otras funciones para las cuales la sociedad no nos ha... no nos ha investido con ese ropaje, y por eso me parece a mí, que la credibilidad en términos generales de los periodistas cada vez se está reduciendo a la mínima expresión, y hoy los que hacen lectura crítica del mensaje de los periodistas, sea a través de las redes sociales, sea del periodismo gráfico, sea de la radio, la televisión, hay mil modos de hacer periodismo, quienes hacen lectura crítica de esos mensajes cada vez dudan más de la veracidad de esa información, ¿entendés? cada vez dudan más de la veracidad de esa información entonces da la impresión de que todo lo que no se

dice es lo que la gente espera que se diga. Eso marca claramente de que la función social de los periodistas está siendo cuestionada y es un motivo que debería preocuparnos, deberíamos recuperar eso. Es como si a un sacerdote vos sospechás de que es pedófilo entonces vos no le vas a ir a confesar tus pecados, “este tipo debe ser pedófilo, me voy, me confieso, no sé... hago una consulta con mi analista”, ¿entendés? entonces, se están perdiendo los roles sociales en el caso del periodismo y me parece que el rol social está atravesando una crisis profunda, y habría que ver, nos deberíamos dar un debate todos los que estamos... los que tributamos este espacio digamos, para ver de qué manera se recupera ese rol social, que me parece que cada vez más, está cada vez más cuestionado.

- Claro. ¿Vos considerás de alguna manera que entonces este rol social que cumple el periodismo? ¿Puede estar siendo afectado por todo lo que hablábamos al principio y las condiciones de los trabajadores, y la incapacidad de organizarse, y de respetar estos convenios colectivos, y de trabajar y de considerarse como trabajadores de prensa, también en conjunto con este rol social que cumplen? Digo, ¿creés que tienen una relación?

- Insisto en esta... en que el desafío es auto interpelarse y decir “¿qué estoy haciendo o para qué estoy...?” porque todos lo advertimos. Nosotros, en la redacción, por ejemplo, en la redacción del diario trabajamos noventa personas, no sé cuántos trabajaremos, cien, no sé cuántos trabajaremos, y hay tipos que tienen muy claro este rol social, y hay tipos que... que son... muchos más creíbles que otros compañeros de trabajo, y hay otros tipos que son absolutamente increíbles en lo que hacen, porque vos te das cuenta y decís “bueno, este tipo...” y no tiene ningún... él... él no se cuestiona eso ¿entendés? porque a lo mejor no le interesa o porque cree que lo que está haciendo es... lo que... lo que está cumpliendo sus objetivos. Hay muchos que... al periodismo lo ha ganado como a muchas otras actividades, lo ha ganado el individualismo, y esta noción de éxito, aparentemente el periodista más exitoso es el periodista que es más reconocido socialmente, y que pueda marcar agenda, el famoso concepto de “marca agenda”, “influye en la opinión pública”, entonces hay periodistas que vos decís “bueno”, o supuestos comunicadores sociales, que son... más... lobistas eficaces que... que periodistas correctos, digamos (TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN), entonces vos decís “un tipo que se sube a u púlpito y baja línea, y que parece que eso fuera la verdad”, y vos sabés que eso no es verdad, vos sabés que este tipo está jugando para otra cosa... y hay otros tipos que tienen una fuerte influencia, y son tipos creíbles, y son tipos comprometidos con la verdad, por eso te digo hay de todo... ¿me entendés? entonces vos decís “mirá, no puede ser que este atorrante esté diciendo lo que está diciendo” pero vos sabés que lo está diciendo porque él es un tipo exitoso y porque detrás de eso es el ariete de un sector económico, o de un sector de intereses que lo único que le interesa es que llegue un tipo a la

presidencia, a la gobernación, a la intendencia, a concejal, a una cámara empresaria, entendés? o disputas dentro de los mismos... disputas internas dentro de los mismos... sectores de poder.

- Claro

- La función social... para que un trabajador de la comunicación preste la función social que debería prestar, debería estar lo más lejos del poder... del poder en todo sentido. Es mi concepto... y actualmente lo que veo es: muchos tipos que se han formado, que la sociedad los ha formado en la Escuela de Ciencias de la Información, en la Escuela de Periodismo, en donde sea, los ha formado académicamente para cumplir ese rol social, y veo cada vez... comunicadores sociales... muy cerca del poder cuando no están dentro del poder y cuando no son funcionales o empleados del poder ¿entendés? Y vos te... vos tenés acá en Córdoba, tenés una lista...acá en Córdoba tenemos Cadena 3, que es una... es un medio que trabaja para el poder, que es una radio muy poderosa, y que los trabajadores de la comunicación que llegan a esa radio, digamos muchos, llegan a esa radio porque saben que a lo mejor esa radio es un trampolín para el éxito personal, para ser diputado nacional, concejal, intendente, es decir es una escuela trituradora de trabajadores de prensa. No tiene, por ejemplo, Cadena 3 no tienen delegados, no tiene afiliados al gremio de prensa, o sea los tipos no se reconocen trabajadores de prensa. Yo tengo alumnos, yo he sido docente, tengo alumnos en Cadena 3, tipos muy piolas, tenemos una relación bárbara, pero que dejaron de ser trabajadores de prensa, y entonces trabajan, qué se yo, por ejemplo para... para una desarrollista... que le paga, le banca un espacio para que después... él... son esas, digamos... son relación de poder. y muchos terminan su, su... o sea se jubilan como trabajadores de prensa y se van a trabajar como diputados nacionales, o sea terminan... en lugar de ganar una jubilación magra como la que tenemos nosotros, terminan jubilándose como diputados nacionales, tenemos el caso de Blanca Rossi, a quien yo... por quien yo tengo mucho aprecio personal, pero hoy ella es diputada nacional, y hoy la escuché hablar del tema de la reforma del impuesto a las ganancias y digo yo “bueno, eh, viste, digo... no puedo entender que tengamos un diputado nacional de este vuelo”, ¿me entendés? pero bueno, dejó de ser trabajadora social, comunicadora social, no es diputada nacional aunque cobra como diputada nacional, es decir... esta distorsión que se da en todos los sentidos, en todos los campos, en el campo de la comunicación social, de los trabajadores de prensa, de los trabajadores de la comunicación, se ve mucho más, es mucho más notable, ¿no?

- queremos hacerte un par de preguntas también, si...

- ¿es claro? o es...

- sí, sí, es justamente el sentido en el que veníamos hablando estos temas...

- quería hacerte unas preguntas sobre tu experiencia acá, ¿cuántos años llevás trabajando en La Voz y cuántos años llevás como trabajador de prensa?

- El 1 de octubre cumplí treinta años en La Voz, en la redacción de La Voz...

- ¿Y antes habías trabajado en algún otro medio?

- Había hecho trabajos, pero no trabajo profesional, digamos. Mi primer trabajo, yo entré al diario a los veintidós...

- ¿Y ahora cuántos tenés?

- Cincuenta y dos, treinta años cumplí en La Voz el 1 de octubre, y siempre trabajé, hice trabajos... como comunicador, trabajos comunitarios, y siempre trabajé también al margen de La Voz del Interior, yo trabajé como trabajador de prensa en otros espacios, digamos... yo fui corresponsal de La Capital de Rosario, fui corresponsal de Radio Mitre en Córdoba cuando Radio Mitre no estaba en Córdoba, fui director del servicio informativo de radio mitre durante un año, que fue el año previo digamos a... a que arribara Radio Mitre a Córdoba, cuando era una radio del grupo shopping. también hice, o armé una radio que fue la primera radio gremial de Córdoba, Radio Presencia, la radio del gremio de comercio, que la inauguramos el 1 de mayo, Día del Trabajador del año 2000, fue la primer radio gremial,

- Sigue esa radio ¿no?

- sí, pero ahora está, le alquilan la frecuencia a Radio Continental creo, no sé cómo es la historia, pero dejó de... sigue teniendo... pero nació como una radio gremial con un perfil muy particular, y bueno siempre he tenido trabajos así fuera del diario porque bueno, desde el año 89 que yo... por una situación laboral interna, yo... tomé conciencia de que... si yo quería... trabajar de esto como yo creía que debía trabajar, no podía tener una relación full time con el diario, y quería tener digamos... manejar... descubrí que hay vida laboral también fuera de La Voz del Interior, entonces siempre trabajé, preservé mis espacios fuera de La Voz... yo a La Voz del Interior le dedico lo mejor que puedo y trato de hacer mi trabajo lo más dignamente posible, pero... soy trabajador de La Voz del Interior, no quiero siempre rechacé las cosas que estuvieran fuera del convenio, yo trabajo por ejemplo... mi jornada laboral es de seis horas, yo trabajo cinco días a la semana, no tengo dedicación exclusiva, he tenido siempre roles en la voz del interior, hasta hace un tiempo ahora hace un tiempo que no me los ofrecen por suerte, he sido por ejemplo he sido jefe, he sido editor, he sido co-editor, he sido redactor full time, he sido redactor part time, pero siempre con contratos a... yo acordaba con la empresa los términos del contrato, si era por un año, si era por dos años, si era por seis meses, si era por tres meses, eh... nunca quise una relación permanente con el diario, nunca quise un full time, part time, ser jefe, viste, yo quiero tener mi... quiero... no, no... yo no reniego del laburo porque me apasiona el laburo y me siento un tipo afortunado

de estar laburando en La Voz del Interior hace treinta años. En algunos momentos me he sentido más afortunado que en otros pero siempre me he sentido afortunado. Eh... asique eso es, digamos, es una decisión personal, mía.

- Claro, ¿cómo sería ahora tu puesto? ¿redactor?

- Yo soy redactor de la sección Ciudadanos, y trabajo en una sección que se llama Convergencia, que es una sección que... hago producción por ejemplo para el diario papel, para el soporte papel, y para la web, por ejemplo recién estuve actualizando una nota para la web, de un robo en barrio Ituzaingó, y temprano hice lo de la inauguración de un sistema de luces en el Palacio de Justicia esta noche, y estoy preparando una nota para la primer plana el fin de semana, digamos, para el papel, y hago también información diaria, esa sección se llama Convergencia, que trabajás para el papel, para la web, que se yo, para todos los soportes que tiene el diario... por el mismo precio (risas)

- Sí (risas) Y una pregunta ¿vos llegaste a La Voz queriendo trabajar en La Voz o cómo llegaste al medio?

- Yo tengo una vocación temprana por el periodismo, muy muy fuerte, yo tenía por ejemplo, en sexto grado... eh yo tenía una maestra, yo iba a una escuela pública, escuela Manuel Lucero de Alta Córdoba, y en sexto grado una profesora, teníamos tres maestras, la maestra de ciencias sociales propuso una serie de iniciativas con la participación de los alumnos para que hiciéramos algo al margen de lo que era la currícula escolar, entonces dijo ¿qué les gustaría hacer... a vos? y dijo una chica “a mí me gustaría organizar un botiquín”, ¿entendés? juntar Merthiolate, juntar alcohol, curitas, qué se yo, y esa chica se ocupó de organizar el botiquín, de ponerse al frente de ese botiquín, y los que querían el botiquín se sumaban. Esa chica, Laura Moyano, es hoy directora del Hospital de Salta, del Hospital Provincial de Salta. Bueno, otros decían qué se yo, “yo quiero jugar al básquet, armar un equipo de básquet, jugar al básquet”, qué se yo. Entonces yo dije “a mí me gustaría hacer un diario, una revistita, con las novedades de la escuela y me gustaría armar un grupo de lectura de cuentos”, teníamos una biblioteca hermosa ahí en el Manuel Lucero, pero que estaba con llave hacía... entraban solamente a pasarle un plumero, una biblioteca hermosa, entonces dije bueno, podríamos sacar libros de la biblioteca, lo de los grados superiores leerle a los de los grados inferiores, y actuar y que algunos que tengan vocación histriónica que interpreten los personajes de los libros de cuentos. Bueno, hicimos eso, armamos eso, hice una revista de eso. Después en el secundario también fui al Manuel Lucero, una escuela, tuve la suerte de ir al Manuel Lucero porque era una escuela chica, una escuela de hijos de trabajadores, de clase media, de la clase media de entonces, en un contexto en barrio Alta Córdoba, una escuela laica, en un contexto donde la educación estaba... estaba manejada o monopolizada por la instituciones

tradicionales religiosas de Córdoba, en Alta Córdoba estaba Las Mercedarias, estaba el Corazón de María, estaba el Huerto, estaba el Colegio del Carmen, es decir la educación pública en ese contexto era muy difícil. Esta escuela tenía muy poco tiempo, era una escuela laica, era una escuela de mucha... de mucha construcción colectiva. A mí me mandaron a esa escuela, una escuela nueva, tenía veinte o veinticinco años. y a esa escuela, después del Golpe -yo empecé en el 76, a pocos días de empezar el secundario fue el golpe de estado, hice todo el secundario durante la dictadura militar, yo egresé en el 80-, y en tercer año teníamos un interventor militar, la única escuela de esa seccional que estaba intervenida militarmente, pero el tipo, el militar éste era un tipo bastante particular, y en tercer año yo fui a buscar una caja de huesos para una lección de anatomía en un sótano que tenía la escuela, y encuentro en la escuela un mimeógrafo, una imprenta digamos... y propuse a los profesores hacer una revista de la escuela, o sea tuve una vocación muy fuerte desde muy temprano. Yo empecé a estudiar periodismo, empecé en la nacional cuando apenas se re-abría la Escuela de Ciencias de la Información, había estado cerrada mucho tiempo, antes se hacía un cursillo donde se anotaban setecientos y había un cupo de setenta, y de los setecientos esos había algunos que no hacían ese cursillo porque iban al AES, que es el precursor más remoto del IES Siglo XXI, y ellos tenían cursos de ingreso a la universidad, cuando se rendía examen de ingreso porque habían cupos. Entonces los profesores que dictaban esos cursos eran profesores del AES que eran los que preparaban el examen que después te tomaban allá, o sea ellos se garantizaban, si el cupo era setenta se garantizaban que entraran cincuenta alumnos de él a los que le cobraban fortunas. entonces yo tuve la suerte de entrar, de rendir esos cursos, entré, hice primer año, hice el primer semestre, cuando fui a rendir las materias del primer semestre estaba el tribunal examinador y había dos milicos apostados al lado de los profesores que era a los que vos le tenías que dar la libreta, entonces yo no quise eso, dije “que yo iba a rendir si se retiraban los milicos esos. No se retiraron entonces yo me levanté y me fui y no volví más a la Escuela de Ciencias de la Información e hice la carrera en la Escuela de Periodismo de la Trejo y Sanabria, que hoy creo... no sé, hoy Escuela...

- ¿El CUP?

- El CUP, el Colegio Universitario de Periodismo. Bueno, ahí fui docente durante mucho tiempo. yo egrese, mientras hice el CUP, hice un curso en la Escuela de Lenguas de redacción profesional, morfosintaxis se llamaba el curso, porque yo quería escribir en La Voz del Interior, y quería escribir en La Voz del Interior porque mi abuela, una vieja poco instruida pero muy culta, leía el diario de Córdoba y leía La Voz del Interior, y ella tenía un juego, cuando nosotros éramos muy chicos, ella tenía un juego, nos decía por ejemplo que no veía las letras del diario entonces nos decía “leéme esta noticia” y nos hacía leer el diario y

nos hacía leer las noticias. Entonces yo soñaba algún día con escribir en La Voz del Interior para que me leyera mi abuela y dijera “mirá, eso lo escribí yo, y que me leyera a mí” era digamos mi sueño. entonces yo me egresé en la escuela de periodismo, me formé para eso digamos, en La Voz del Interior, pero... en La Voz del Interior era en esa época, estoy hablando del año ‘86, hace treinta años, La Voz del Interior era como, vos querés debutar en primera en el Barcelona, entonces bueno... yo averigüé, había una vacante en el departamento corrección de pruebas que se llamaba entonces, que había veinte tipos que corregían lo que hacían los trescientos periodistas que había entonces, no se pasaba un error, ahora está lleno de errores porque desapareció el departamento de corrección, quedan algunos correctores que corrigen la editorial, algunos comentarios como para no ser tan evidentes los errores, y bueno había una vacante, me presenté para esa vacante. Cuando vine a la entrevista personal con el director, dependía en ese momento el director Luis Remolda, de él dependía toda la redacción -incluida la corrección de pruebas- me hizo una entrevista personal, yo había presentado el Currículum, todo, me llamaron como a los seis meses, me hacen esa entrevista personal, cuando me hacen esa entrevista personal, yo traía todo mi currículum, me dice “pero porqué te presentás acá si sos periodista” y dije “porque bueno, imposible entrar”, estaba Messi, Mascherano (risas), los grosos del periodismo en ese momento, tipos que admiraba. Y bueno, me hicieron redactar un comentario que yo escribí un comentario sobre, a mí siempre me gustó la actividad gremial, escribí sobre un paro que le iban a hacer a Alfonsín, ese paro que le iban a hacer en ese momento, al secretario de redacción le gustó, aparentemente escribía prolijo por ejemplo, y bueno Luis Remolda me hizo entrar a la redacción y bueno, fue una cosa, una cosa de película, me hizo entrar a la redacción, me llevó, atravesé toda la redacción en la unta empiezo a hablar con el Prosecretario de Redacción, Emiliano Nicola en ese momento, y le dijo “Emiliano, Héctor Brondo, fíjese mañana va a venir a trabajar en redacción, lo vamos a probar un mes, dele lo que sea, lo que le parezca”, bueno, al otro día fui a la redacción, me hicieron hacer una cosa de una elección en un centro vecinal de Villa Zalay, que lo tengo a ese recorte, y bueno y empecé así, y pasó un mes, y pasaron dos, y pasaron seis, y bueno quedé. Cuando entré yo a La Voz del Interior, lo vi a Juan Marguch, lo vi a Quique Lacolla, lo vi a Daniel Salzano, tipos que caminaban, conversaban, iban al termo donde nos servíamos mate, y yo estaba ahí, venía Daniel Salzano y me saludaba, qué se yo, yo me sentía un tipo... bueno, ese fue mi ingreso en La Voz del Interior y bueno ahora, sigo acá.

- Y vos decías que estás en la sección Ciudadanos ahora. Eh...

- Ahí reedito pero hago para todos, digamos...

- Claro

- Acá se trabaja, sobre todo ahora la carga laboral es muy grande, y trabajás, qué se yo, a veces hacés cosas para los suplementos, a veces hacés cosas para espectáculos, a veces hacés cosas para, para... deporte, para política, ¿entendés? pero yo formo parte digamos de la sección ciudadanos, mi jefe, mi editor es de la sección Ciudadanos digamos

- Y por ejemplo ahí los temas a tratar, ¿cómo se determinan, se discuten?

- Sí, mirá, nosotros tenemos reuniones semanales donde los días martes, tipo tres, cuatro de la tarde se hacen reuniones de sección. La sección nuestra la hace los martes. La sección... en esa reunión se proyecta el trabajo de la semana, dicen por ejemplo, somos doce en la sección, cada uno dice "bueno, qué tema se te ocurre que podés trabajar para la semana", y bueno, cada uno dice "bueno yo estoy trabajando este tema", en ese sentido es muy piola el diario porque vos... se tiene en cuenta tu iniciativa digamos, vos podés... y en esa sección se discute y tu editor te dice "bueno"... y entre la sección se dice "bueno, yo quiero hacer este tema", y los compañeros te dicen "bueno, estaría piola hacer esto, sería piola hacer esto otro" y bueno se va enriqueciendo y se trabaja así. Y después, el trabajo diario propio de un medio: asaltan el dispensario de barrio Ituzaingó, estoy yo y dicen "bueno, averiguate, lanzate para barrio Ituzaingó", y a lo mejor con eso hacés algo para mañana, hay un temblor en San José de la Dormida y te mandan al temblor, y se inunda San Carlos Minas y explota la central Pilar y allá vas, ¿entendés? Y roban el Híper Libertad y allá vas, es decir ese es el trabajo propio del periodismo. En ese sentido ese trabajo es así, la diaria tiene mucho de esto, de improvisación, y después también se proyecta el laburo para que... para el fin de semana o para los diarios... la edición de mayor lectura que es el domingo, el sábado y el lunes, en ese orden digamos.

- Claro. Me quedé pensando porque vos decías que cuando entraste al diario, algo así como que en esa época era como entrar a debutar en primera en el Barcelona, ¿y qué ha pasado desde ese momento o por qué decís "en esa época" era así, qué ha pasado de esa época a ahora que... no sé si sigue siendo el Barcelona?

- No, no, yo no creo que sea el Barcelona, yo creo que hay... a ver, yo siempre digo... esto lo sabe todo el mundo, lo sabe el gerente general, el director, porque yo tengo diálogo con todos, eh... yo no encuentro respuesta a un interrogante que me planteo siempre, eh... yo, eh... tengo la certeza de que La Voz del Interior tiene el mejor plantel de periodistas de Córdoba, y uno de los mejores -yo conozco las redacciones de otros medios- y me animaría a decirte el mejor plantel de periodistas, uno de los mejores planteles de periodistas -en cuanto a individualidades- del país. Pero esa capacidad individual no se ve reflejado en el diario, eh... para mí el diario La Voz del Interior debería ser un diario que marque agenda, eh... de una manera muy contundente en Córdoba, porque tiene el... es el Barcelona en cuanto a

individualidades, pero el producto es el producto al o mejor de qué sé yo, de Arsenal de Sarandí, por decirte una cosa así gráfica, pudiendo hacer un producto digno del Barcelona. Eh... antes La Voz del Interior tenía el mejor plantel lejos, el mejor plantel de periodistas de Córdoba, y el producto -sacando la línea editorial, que siempre tuvo La Voz históricamente, y que me parece que no se puede renegar de eso porque es parte de la identidad del diario- y vos lo veías y vos te sentabas a leer el diario y terminabas de leer el diario y vos decías... sentías el placer de haber leído La Voz del Interior ¿entendés? Hoy eso pasa excepcionalmente, yo sigo siendo un lector crítico de La Voz del Interior y sigo sintiendo el placer de leer La Voz del Interior pero muy puntualmente, ¿entendés? Otras cosas, digo, no... no digo que me da bronca pero digo “qué pena que pudiendo publicar eh... un material... para mí de excelencia no lo podamos publicar”, y en el medio pasan un montón de cosas, que tienen que ver con decisiones personales, que tiene que ver con decisiones editoriales, que tiene que ver con una política del grupo, y un montón de cosas, ¿entendés?

- Por ejemplo, cuando vos hablás de estas reuniones grupales donde determinan los temas, y también en función de los temas que te interesan a vos, dijiste por ejemplo que te gustaba la actividad gremial y cubrir ese tipo de cosas...

- Yo no cubro gremiales en el diario, pero sí hago muchas notas de política...

- Claro, más bien en función del gusto y de lo que te interesa, ¿cómo se trabaja eso, digamos en estas reuniones, en relación con la línea editorial también? tenés como la libertad para tratar, darles el enfoque...

- Sí, sí... eh... mirá... por suerte, cuando vos proponés una nota, eh... en términos generales, eh... y casi en un porcentaje altísimo te llevan el apunte. Eh... ahora muchas veces uno es más consciente que otros y dice “bueno, yo voy a hacer esto como yo quiero hacerlo” y después bueno, a lo mejor en el producto final hay algunas correcciones que se negocian. Hay otros tipos que son más inconscientes que otros, digamos, y hacen las cosas y son muy respetables... digamos, son muy respetados en el diario y publican que son las notas que a mí me da placer leer por ejemplo. Y hay otros que, este sistema de exclusión, este sistema de autorregulación, lo tienen muy bien aceitado, “XXX” entonces hacen las cosas, y tratan de no hacer las cosas... temerosos a lo mejor de decir “no”, a lo mejor qué sé yo pueden pensar de que “yo me estoy apartando de la línea editorial del diario, entonces por las dudas no hago nada”. Entonces, esos contenidos son prolijos pero les falta el... el espíritu, digamos, al material.

- ¿Y eso vos creés que genera algún tipo de tensiones entre los propios colegas, alguna...?

- Mirá, yo creo que en este colectivo somos pocos y nos conocemos mucho, entonces nosotros, el colectivo de prensa es un colectivo... o lo que queda del colectivo de prensa es

un colectivo muy solidario, y hay mucha franqueza digamos, los que no quieren pertenecer a ese colectivo no pertenecen, y nadie hace nada para tratar de seducirlos, así funciona. Eh, y el tema de las tensiones... no sé. Yo por ejemplo, acá, todo el mundo me conoce, soy un tipo que me cuesta muchísimo disimular cualquier cosa, asique todo el mundo me conoce, digamos, y yo tengo fuertes discusiones con todos, pero discusiones muy respetuosas, digamos, yo respeto... básicamente hay una cuestión de respeto que me parece básico y hay que tener ese respeto en todos los órdenes de la vida. entonces yo tengo discusiones fantásticas, fabulosas, con tipos que son intelectualmente muy respetables, que yo los respeto intelectualmente pero que no comparto absolutamente nada, y discutimos y yo ejercito ese hábito, discutimos por correo, pero escribimos a lo mejor cosas mucho más extensas y mucho más, con un esfuerzo intelectual mucho más grande a lo mejor que el que ponemos para una nota, y tenemos discusiones fantásticas y son memorables digamos esas discusiones, pero todo el mundo sabe que hay tipos con los que nos pasamos discutiendo, y yo me siento a discutir con el director cuando una cosa no me gusta, y me siento a discutir con el gerente de recursos humanos, y me siento a discutir... los otros días lo invitamos al gerente general, que eso también es una suerte en esta empresa, lo citamos en el auditorio e invitamos a todos los compañeros para discutir un montón de cosas de la empresa y bueno, y cruzamos cosas muy duras pero con esa franqueza, con esa... y hay otros que miran como diciendo “¡jeste huaso está loco!”, eh... eh... no sé cómo se llama el grupo terrorista este, el ISIS... entonces, pero eso es lo fantástico que tiene y por eso este lugar me apasiona y este laburo me apasiona.

- y vos decías que por ahí esta gente que escribe siguiendo o con miedo, para que la empresa... porque por ahí me desvíó de la línea editorial y etcétera. A esos periodistas, ¿la empresa tiene alguna forma de hacerle sentir ese miedo o es una cosa más autoinflingida? ¿o viene de arriba?

- Hay de todo, hay de todo, hay de todo, por ejemplo La Voz del Interior pertenece a un grupo de empresarios que es uno de los grupos económicamente más poderosos del mundo, no estoy hablando de Argentina, más poderoso del mundo. Todas las empresas, con más razón estos grupos, híper-grupos, desarrollan mecanismos, herramientas que son de una sutileza magistral para convencerte, para persuadirte de que vos tenés que hacer esto. Entonces la empresa, en este rebaño de 250 trabajadores, tiene trabajadores que son... eh... absolutamente funcionales a la empresa pero por convicción, ¿entendés? dicen “es fantástico hacer esto, es fantástico hacer esto”, hay otros que no nos parece tan fantástico hacer eso, y digo “a mí me parece que lo fantástico es hacer esto otro”, y la empresa, por suerte, da lugar... digamos, la empresa, en este mecanismo, en esta lógica de funcionamiento, eh...

tiene, conserva espacios para las excepciones ¿entendés? para las excepciones. Y me parece que maneja, digamos, da espacio para estas excepciones... a veces, a veces... las elimina a estas excepciones porque no... porque a lo mejor dejaron de ser funcionales a lo que quieren, porque en eso también hay... estos mecanismos... prevén ese tipo de cosas. Entonces estas excepciones muchas veces le sirven a la empresa para decir a los que son... funcionales absolutamente y por convicción y por decisión a la empresa, le dicen “¿ven? no hagan esto porque si hacen lo que hace éste no les va a ir tan bien como les puede ir...” ¿entendés? En función de esa lógica digamos. y por suerte... digamos, hay lugar para esas excepciones. A veces no encontrás el lugar ese, o perdés el lugar ese y te vas de la empresa, o sea es así. Por eso te digo no es que la empresa... la empresa muchas veces hace creer que puede sancionar si hace algo que no le gusta porque eso está... y me parece que es algo que las empresas deben hacer para seguir funcionando, son las reglas de juego digamos, te hacen creer que si no hacés determinada cosa o como la empresa quiere, vas a sufrir alguna sanción, ¿entendés? Y... a mí me parece que eso es... es una postura, es algo que lo finge la empresa, lo tiene que fingir para seguir funcionando. El otro día por ejemplo, en el auditorio, hablando con el gerente general, el gerente general lo aceptó de alguna manera aceptó... y después ellos reconocen el error... “reconocen el error”, lo reconocen porque es lo que corresponde, que reconozca, pero van a seguir con las políticas. Pero me parece que sucede en todo, sucede en la casa cuando vos le querés hacer creer a tu hijo que si va a determinado lugar o si no termina los deberes no lo vas a llevar más a la plaza, y al otro día no terminó los deberes y lo llevás a la plaza, o lo llevás cerca de la plaza, qué se yo, pero es así, es una lógica que tiene que existir para funcionar, una empresa de 250 empleados, que factura, no sé... tiene que tener un sistema de funcionamiento que responda a alguna lógica porque si no sería un quilombo, imaginate vos si nosotros quisiéramos hacer lo que se le ocurre a cada uno, o tiene ganas cada uno en la redacción, esto no sería La Voz del Interior, me parece...

- y alguna vez... vos decías por ahí que estás dentro de lo que sos las excepciones pero ¿alguna vez has tenido o te han modificado alguna nota por no seguir esta línea editorial que vos decís que hay?

- No, eh... las notas se modifican... a mí algunas veces o muchas veces me han modificado notas, y hay muchas notas que se han modificado pero la mayoría de las veces que se modifica las notas, las modificaciones son consensuadas, tu editor te dice “mirá me parece que la vuelta debería estar por este lado” y vos lo ves y decís “sí, lo voy a llevar para ese lado”, y a mí me ha pasado que muchas veces me han sugerido modificaciones que para mí no correspondían, hice las modificaciones y el editor tenía razón, o sea... me parece que eso... sí, las notas se modifican. Ahora, cuando no hay posibilidades de consensuar la

modificación, porque vos te fuiste, o porque vos estás... y se va a publicar la nota, si el editor que tiene esa función decide que esa nota se modifica, la nota se modifica y te sacan la firma, ¿entendés? ese contrato acá se respeta mucho. pero a las notas... la modificación de las notas son excepcionales. Eh... y sobre todo son excepcionales las modificaciones de las notas de quienes tenemos alguna trayectoria y sabemos cómo se espera que hagamos el laburo. Eh... eso sí, pero se modifican las notas, sí, se modifican.

- Y ahora... ahora que decís esto de la quita de firmas, me hace acordar porque la quita de firmas es un gesto de protesta que se usa por ahí en muchas redacciones

- sí, nosotros lo aplicamos varias veces... lo aplicamos, este año no pero en las paritarias anteriores, hicimos una quita de firmas hace como tres, cuatro años, en el marco de una lucha por salarios en paritarias, levantamos todas las firmas... la mayoría de las firmas porque algunos siguieron firmando, no... no adhirieron digamos a la medida, pero hubo un retiro de firmas, inclusive los fotógrafos no firmaron las fotos, eso fue un momento de tensión muy fuerte con la empresa, eh... y la empresa después de eso digamos, el director decidió retirar las firmas de todos, y durante un tiempo solamente se preservaron algunas firmas, y muchas firmas de colaboradores. Eh... bueno, esa jugada... nosotros hablamos con Carlos, Carlos Jornet, el director, le dijimos que era una jugada muy riesgosa, eh... porque sabíamos, él y nosotros sabíamos lo que significa la firma en La Voz del Interior. Entonces le dijimos “estás corriendo un riesgo muy grande, estás haciendo firmar a cualquiera”, me parece que te lo van a facturar. Y hubo un pase de factura de los lectores muy fuerte, y bueno, decidieron... retornar gradualmente a las firmas, eh... y era, se... y esa herramienta se implementó como una suerte de... castigo digamos, porque decían “bueno, vos no vas a firmar... y... recuperaste la firma dentro de dos meses... vas a recuperar la firma cuando a mí se me ocurra”, y fue un momento de mucha tensión. Eh... en ese momento yo tuve una discusión personal con Jornet, y le dije que yo no volvía a firmar nunca más un análisis ni un comentario yo tenía mi columna de opinión, y dejé de firmar mi columna de opinión, y no firmé desde ese momento, hace, debe hacer como cuatro o cinco años, no firmé nunca más un comentario ni un análisis, entonces me piden un análisis y yo digo “no, no” porque yo no lo hago porque no hago análisis, o sea es una decisión mía. Y durante bastante tiempo yo tenía una sección que se llamaba “Gente con historia”, una serie que duró como dos años, eh... y esa sección había logrado un nivel de fidelización con los lectores, con sobre todo un determinado segmento de los lectores que eran los lectores mayores de 60 años, que eran los que seguían comprando el diario, el diario los quería conservar porque eran los que seguían comprando el diario, vos no comprás el diario, vos no comprás el diario, ellos lo compraban. entonces yo dejé de firmar esa sección, había tenido un nivel de fidelización muy alto con el

diario, entonces yo quité la firma porque a mí... un... director del diario, no el director periodístico, me dijo “vos no firmás más hasta que a mí se me ocurra que volvés a firmar una entrevista en el diario”; “no tengo ningún problema”... después el secretario de redacción -yo quité la firma-, después que pasó este conflicto, el secretario de redacción número dos, que ahora está en el diario La Nación, me dijo “tenés que volver a firmar, polo, porque la sección “Gente con historia” tiene que ir con tu firma, porque si no, no tiene sentido”; “yo no firmo más porque a mí me dijo fulano de tal que yo no volvía a firmar hasta que él dispusiera que yo volviera a firmar. Como él no pidió, todavía no me pidió que volviera a firmar, yo no firmo más”. Dice “pero te lo estoy pidiendo yo”, me dice, le digo “pero esta persona tiene un rango superior al tuyo, hasta que esta persona no venga y me diga “bueno, podés volver a firmar” yo no voy a volver a firmar”. Entonces vino este tipo y me dijo “bueno, a partir de ahora vas a poder volver a firmar” y yo le dije “no, no voy a firmar más el “Gente con historia”, es más, no voy a hacer más el “Gente con historia””. No lo hice más, era noviembre de no sé qué año, dejé de firmar, dejé de hacer “Gente con historia”. Me dijeron “tenés que hacer “Gente con historia”” porque habían previsto una... en el Buen Pastor, una entrega de... una cosa de marketing para los tipos que habían sido protagonistas de la “Gente con historia”, y era gente muy grossa, y yo dije “no, no hago más “Gente con historia””, no quiero hacer más el “Gente con historia”. No hice más. Y sigo acá, o sea no... no me corrieron, no me...

- Claro. ¿Creés que eso impactó en los lectores...?

- Hubo mucho... es más, hubo notas de gente pidiendo al director del diario el “Gente con historia” y no hice más el “Gente con historia”, les dije que lo hicieran... empezaron a hacer otras cosas parecidas al gente con historia, eh... muy parecidas pero no igual, digamos, que le llamaron “Cordobeses”, una cosa así, y lo empezaron a hacer otros compañeros pero no, no... aquella relación no se restableció más, a tal punto que duró muy poco y se levantó la sección también “Cordobeses”. Y ahora estoy por hacer otra, voy a tratar de rescatar eso pero no... con otra cosa, que lo estoy negociando digamos

- Y, bueno, para ir cerrando este... en este tipo de enfrentamientos que vos decís, ¿has tenido algún otro así con tanta tensión, o tan memorable como este?

- sí, sí, muchos (risas). El más... eh... lamentable fue... yo trabajaba en política, en... trabajé mucho tiempo en política, me ocupaba de la política municipal, Municipalidad y Concejo Deliberante. Tenía una columna de opinión que se llamaba “Asuntos a tratar”, una columna que era bastante... eh... me mantenía en una situación de tensión con los Concejales, con los funcionarios municipales porque era... una columna bastante fuerte, eh... por esto que digo yo de la actitud de estar lejos de... lejos de los factores de poder. En esa... eh... en esa...

cuando tenía esa columna o cuando trabajaba o cuando cubría esa actividad, hice una denuncia que me llevó mucho tiempo de investigación -era la época en que hacía periodismo, ahora escribo, ahora ya no hago más periodismo hace mucho tiempo-, hice una investigación de una... operación bastante cuestionable que había hecho Mestre cuando era intendente de la ciudad de Córdoba, con su yerno en una... en la propiedad de una estación de servicio que había sido frigorífico municipal, una estación de servicio que estaba en la Ruta 9 donde ahora está el Híper Libertad, y Mestre cuando fue intendente...

- Mestre padre...

- Mestre padre, cuando fue intendente, hizo un contrato de... de locación, de alquiler de esa estación de servicio, con su yerno -con el esposo de su hija, ya fallecida la chica- y le alquiló la estación de servicio por un valor simbólico, es como... por decirte ahora, pagaba cinco mil pesos para explotar una estación de servicio en la Ruta 9. Yo me había documentado, tuve suerte porque accedí a la documentación de esa operación directamente en la asesoría legal de la Municipalidad. Entonces hice toda una línea histórica de eso, cuando tuve todo, ya Mestre era Gobernador en ese momento, Gobernador de Córdoba, cuando tuve toda la documentación que me llevó mucho tiempo de investigar, eh... hice la nota, cuando tuve terminada la nota la presenté a mi editor, no había editor en ese momento, era jefe de la sección "Ciudadanos", y... eh... y había... era una denuncia muy fuerte, todos lo conocíamos, todos sabíamos de lo que era capaz Mestre porque algunos... algunos lo habíamos conocido mejor que otros cuando era Intendente, y ahora que era Gobernador era mucho más poderoso. Entonces había resistencia a publicar esa nota. Eh... mi jefe que es un tipo muy comprometido con la profesión, mi jefe de entonces, la publicó un domingo a la nota. Un domingo la publicó a la nota, fue una nota de tapa, una nota muy fuerte. El día lunes, a mí me llamó medio Concejo Deliberante, medio gobierno, diciendo que Mestre me quería ejecutar en la explanada de Casa de Gobierno, porque era un tipo que era así, un tipo muy irascible. Entonces, cuando... cuando Córdoba desarrolló un satélite, era el satélite Víctor, el primer satélite en la época de Mestre, lo fueron a lanzar a Rusia, llevaron un montón de invitados, de periodistas invitados, a Rusia, y al regreso de Rusia -viajó el director del diario-, al regreso de Rusia en el avión, Mestre le dijo al director que... que estaba muy disgustado por la nota ésta que había publicado, qué se yo, que había sido una puñalada tramera para él. Cuando vuelven a Córdoba, eh, Alfredo Blanco que era presidente del Concejo Deliberante, estaba Martí en la intendencia de Córdoba, lo mandó Mestre a Blanco a que hable con el director del diario, para decirle que el gobernador le pedía al director del diario que me echara a mí, a Víctor Rossi, otro compañero que trabajaba en Casa de Gobierno, a el responsable de política en ese momento, y al jefe de que había publicado la

nota, o sea que nos echara! No era...bueno. Eh... a Víctor Rossi y a mí nos sacaron de política y nos mandaron, a mí me mandaron de editor del tema, que económicamente me convenía porque era más plata, pero laboralmente me perjudicaba porque me sacaban la columna de opinión, todo ese tipo de cosas, eh... a Víctor... al jefe de política de ese momento lo degradaron a redactor especializado, no sé cómo se llamaba, y al jefe que había publicado la nota lo echaron al poco tiempo. Eso fue... yo estuve congelado bastante tiempo... no congelado, trabajando en el tema, cumpliendo otras funciones, que era la que a mí no me gustaba esa función, porque era trabajo editor y escribía notas de... no sé, el cierre de la heladería Venezia, notas lindas, qué sé yo, el problema de los que tienen temor a... a volar, ese tipo de notas así ¿viste? Y editaba el suplemento “Temas”, y así estuve bastante tiempo, y en el año... a principios del ‘99 me proponen volver a Política, con la... eh... con la misión de recomponer las relaciones con De La Sota que en ese momento estaban completamente rotas con el diario, no había, no había... estaban completamente rotas las relaciones, desde que había asumido como gobernador. Entonces yo volví a Política, año ‘99, 2000, recompuse las relaciones, recompusieron las relaciones, yo empecé a trabajar... estaba en el lugar donde era mi hábitat natural casi, y estaba laburando fantásticamente bien, en un año políticamente muy intenso porque fue el año 2000, después fue el tema del año 2001, eso lo viví yo en la redacción. Cuando volví ese año estaba bárbaro, estaba laburando muy bien, había conseguido recuperar un espacio que a mí me llenaba de adrenalina, me gustaba mucho, me fui de vacaciones y cuando volví de vacaciones me hicieron una... una movida interna digamos... eh... que no me gustó para nada, lo tomé como una... como que me habían puesto una trampa para que yo cayera en esa trampa...

- ¿Cómo fue esa movida?

- No... quiero evitar los detalles...

- Bueno...

- Hablé con el director porque digo “esto lo tengo que hablar con el director”, yo con el director tengo una relación muy buena, y tengo un respeto intelectual por... tenemos mil diferencias, pero tengo un respeto por el director muy alto. Lo hablé con el director, el director me reconoció que él no había participado en eso, se sorprendió, entonces yo dije “bueno, mirá, o vos me estás mintiendo, o esta persona me está mintiendo, yo por una cuestión vital, te voy a creer a vos, entonces yo no quiero trabajar un segundo más en la sección política, me voy de la sección política, destíname otro lado o me voy, no trabajo más en la sección política, a partir de este momento no escribo más nada en la sección “Política”. Bueno, estuve una semana sin hacer ni un epígrafe, me mandaron a “Ciudadanos” donde estoy ahora. Me mandaron a editar regionales en una época, hacía la información regional, y

ahora estoy siempre en la sección “Ciudadanos” y sigo ahí, digamos desde el 2001, 2002, o sea ese fue... y después tuve algunos episodios menores porque esto... es así, digamos, no hay otra... se hace... cuando vos tomás decisiones de mantener esta línea de conducta, viste... a lo mejor hay otros que no tienen ningún problema, viste... pero estos fueron los episodios más difíciles, digamos, más fuertes, más lamentables.

- Y en esto que vos decías convergencia, que es tema de escribir para la web... muchos de los redactores o de los periodistas rasos en general ¿escriben para la web, para el papel, hacen muchas tareas?

- Hoy prácticamente toda la redacción escribe para las múltiples plataformas, prácticamente todos. Hay algunos que escriben, por ejemplo la web tiene gente que escribe para la web, pero mucha gente de la web escribe también para el papel. Mucha gente del papel escribe para la web, y mucha gente escribe mucho para el papel y para la web, o sea estamos... es una realidad digamos, no sabemos hasta cuándo va a existir el papel, no sabemos cómo se va a transformar el negocio, no sabemos si dentro de cinco años desaparece el papel, desaparece La Voz, desaparecen los medios, qué sé yo... (Risas) Es una cosa, es un momento... muy intrigante, ¿no? porque La Voz, la web de La Voz tiene una cantidad de lectores impresionante, pero todavía el negocio no es rentable para migrar el negocio a la web, ¿entendés? el papel... cada vez la circulación del papel se achica, pero el papel sigue siendo, sigue representando el 80% del negocio de La Voz del Interior.

- Va disminuyendo la tirada ahora...

- Sí, la circulación cae a partir del... del nuevo formato, hubo un amesetamiento, se redujo el ritmo de caída, eh... pero me parece que la caída es... es apenas sensible pero sigue cayendo. No es tan... tan drástico como en otros medios gráficos del país que pasaron de una tirada más o menos razonable a prácticamente la nada. y eso es una... la crisis de los medios gráficos es grave, es grave. Y se están buscando digamos maneras que se puede... después si tienen un momentito vamos a hacer una recorrida rápida... eh... abrió un canal de televisión que sale por la web, que también tiene una... una... sale por el canal este... canal C, no sé cómo es el canal de Córdoba. Eh, tiene, bueno, ustedes han visto la web, tiene mucha presencia en redes sociales... se están buscando las maneras de sobrevivir yo creo que le van a encontrar la vuelta, se están organizando unidades de negocio que tienen un anclaje a lo mejor en lo que es el producto principal pero... que son unidades de negocio independientes, organización de eventos, recitales, qué se yo... o sea... está... el medio tal como lo... (Interrupción). Te decía que bueno, el tema está todo por hacer, por intentar, y... no sé para dónde va... pero de lo que estoy seguro es de que... el espacio de trabajo se va a modificar... eh... drásticamente digamos. No creo que la función se... se extinga... eh... pero sí... pero

sí va a sufrir una transformación, por lo menos en el ejercicio, sí va a ser drástico.

- ¿Y cómo se está viviendo eso dentro de la redacción? O sea, después nos vas a mostrar pero para antes contarnos un poco, ¿hay menos gente trabajando ya? ¿Gente que hace más cosas, con más tareas?

- No se ha reducido mucho el plantel, se ha reducido, no se ha reducido mucho, y la carga laboral es mayor, porque como te decía se escribe para las múltiples plataformas y... con la misma cantidad de gente. Y ahora qué se yo, se transmite en vivo a través de Facebook, alguna cobertura... por ejemplo el otro día con un chico de la web hicimos una cobertura de la asamblea universitaria, bueno, yo después hice para el papel pero hicimos, yo... estaba produciéndole el... para la web, y él transmitió por Facebook para la web, digamos, la asamblea universitaria, yo le estaba haciendo digamos un apoyo ahí. Y bueno, eso se está... vos ahora, vos ves por ejemplo la cobertura de los partidos de fútbol, vos ves por ejemplo el tipo que está cubriendo el partido de fútbol está twitteando “cambio, le metieron un patadón al 9, lesionado”, o sea todo el partido te lo va registrando por Twitter, por Facebook... después en el entretiempo actualiza la página web, y al otro día escribe para el papel, es decir... antes el trabajo era mucho más reposado digamos, y por eso también yo creo que eso también conspira contra la... contra la calidad final del producto, pero me parece que eso interesa menos ahora. Son otras estrategias.

- Y en cuanto al CISPREN en sí, un eje en sí, ya habíamos estado hablando, y por ahí... había dos cositas que me interesaba preguntar con respecto a eso. Primero, eh... por ahí hemos escuchado de otras entrevistas que hemos hecho, opiniones medio encontradas sobre el CISPREN, pero por ahí coincidían en... que era como, que había como dificultades en el CISPREN para defender a los trabajadores, más que nada eso era la coincidencia, porque ya había algunos que decían “el CISPREN es un sindicato que está en vías de extinción”, otros que tenía muy pocos afiliados, otros que no tiene las estrategias adecuadas para defender... más o menos, las tres entrevistas que hicimos, tampoco te digo que es una muestra representativa, pero queríamos saber primero si coincidías con esa apreciación, y después bueno...

- Y es... todo... todo tiene una parte de cierto. El CISPREN tiene cada vez menos afiliados, eh... el CISPREN no tiene la capacidad de fuego que tenía en algún momento... eh... que para mí representa muy bien los intereses de los trabajadores, pero de los trabajadores que se consideran trabajadores de prensa y de la comunicación. Insisto es el principal problema, porque si vos no te reconocés como trabajador de las comunicaciones, vas a tener... no vas a tener necesidad de tener una... una institución gremial que te represente, ¿entendés? Eh... como no tenés en otras actividades, hay tipos que... y eso hace que decrezca la afiliación, le

resta al CISPREN capacidad de fuego. Entonces a la hora de pelear por las reivindicaciones laborales, o por la preservación de los derechos que como trabajadores de las comunicaciones nos corresponden, eh... esa capacidad de fuego es directamente proporcional con la posibilidad de éxito. A ver... nosotros en La Voz del Interior somos doscientos cincuenta empleados más o menos, doscientos sesenta. Debemos estar afiliados al CISPREN en todo el diario setenta, ochenta. De esos setenta, ochenta, cuando hacemos asamblea, participan treinta. Entonces, lo que definimos esos treinta trabajadores después es muy difícil aplicarlo con los doscientos trabajadores de La Voz del Interior. Entonces qué pasa, nosotros adherimos a un paro que dispone el CISPREN, y paramos los delegados, ¿entendés? Nosotros resolvemos un paro de dos horas por turno, y paramos cuarenta, y el diario sigue funcionando, entonces esa capacidad de fuego, esa debilidad relativa hace que vos no podás... nosotros por ejemplo, los delegados, y los integrantes de la comisión directiva del CISPREN, no tenemos salarios, estamos... nosotros no cobramos para... el gremio nos reconoce la licencia gremial que pedimos para hacer una movilización, para ir a Villa María a defender un despido, no... no somos... no nos pagan a nosotros, es uno de los pocos gremios... y es uno de los pocos gremios donde la afiliación es voluntaria, hay gremios que te afilian de pecho. entonces esa capacidad de fuego, te decía, es directamente proporcional a la capacidad de éxito en los reclamos que vos hacés como gremio. A ver, la bancaria en Córdoba tiene muchísimos afiliados, tiene una súper organización, y la bancaria prácticamente afilia de prepo, digamos, la afiliación es obligatoria. Eh... entonces qué pasa, los bancarios dicen “reclamamos un bono de cinco lucas”, arreglan un bono con los bancos, el Ministerio de Trabajo dice “no, no vamos a homologar un bono de cinco lucas”, “pero lo hemos arreglado con la Cámara empresaria”, “no pero nosotros no podemos homologar porque se nos van todos los acuerdos al diablo”. Y la bancaria te hace paro, no cargan los cajeros, et desenchufan los cajeros, hacen una movilización, no hay bancos tres, cuatro días, y los banqueros dicen “perdemos fortunas con esto”, las empresas pierden fortunas, entonces los tipos tienen una capacidad de fuego terrible, entonces dicen “bueno, no, se levantó el paro, se arregló”, entendés? Es una capacidad de fuego... y no digo que los dirigentes bancarios sean mejores que los dirigentes de prensa, sí digo que la organización tiene mucho más poder de fuego, acá vos parás La Voz del Interior un día y nadie se muere, nadie va a venir a pedir que salga el diario porque el diario no salga un día a lo mejor, no le afecta a nadie, ¿entendés? Entonces eso también... por eso digo, es real que pierde afiliados pero pierde afiliados yo creo que, pierde afiliados porque ya te digo, los trabajadores de prensa no se sienten tales, entonces no tienen a lo mejor están esperando, qué sé yo, que se cree un colegio profesional, o por ejemplo... un ejemplo gráfico, que es doloroso pero es un

ejemplo y es parte de la realidad. Eh... nosotros el día del periodista hacemos la cena del gremio. Vamos afiliados del gremio y va muy poca gente que no esté afiliada al gremio. Va poca gente a la cena del diario. Acá las empresas -no las empresas periodísticas- las empresas, armaron un círculo, CIRCUM se llama, Círculo de la Comunicación, de Córdoba, CIRCUM. Que ese Círculo de la Comunicación de Córdoba lo armaron los voceros de la empresas, que son los voceros de los que tienen relación con periodistas, con los directores de las empresas, y esa... en la génesis del CIRCUM está un tipo que era un relacionista público topísimo en Córdoba que era el Gori Díaz Lucero, quien tuvo el Aguas Cordobesas mucho tiempo, el Grupo... un tipo, relacionista público notable. Y que armó el CIRCUM con la gente de TELECOM, con empresas de mucha guita, qué sé yo, las AFJP, qué sé yo, armaron el CIRCUM, ellos el Día del Periodista hacen una cena, eh... una cena que son pantagruélicas, que la hacen un año en el Salón Champaquí del Sheraton, el otro año lo hacen en el Holiday Inn, y son pantagruélicas, mientras nosotros hacemos a lo mejor una choripaneada, un coso para el día del periodista (risas), con una tarjeta de cincuenta pesos, éstos hacen unas cenas pantagruélicas con tarjetas personalizada y sortean grabadoras, fines de semana en... y nosotros llevamos cincuenta y ellos llevan doscientos periodistas

- Bien puesto el nombre, CIRCUM... (risas)

- Y van, son... cenas dignas de la revista Caras, y bueno... y nadie cuestiona, pero digo... van doscientos periodistas de traje y corbata, bien empilchados, y a la cena nuestra donde tenés que pagar una tarjeta de cincuenta pesos van setenta.

- Claro, en definitiva nada más alejado que la concepción del periodista como trabajador justamente...

- No sé, son decisiones, son decisiones. Pero bueno, nadie... esa es la realidad de los medios, tipos que te dicen “mirá, publicá esta gacetilla, aunque sea una breve, porque me la manda...”, no sé, alguien con quien tiene un compromiso, pero bueno, es... todo forma parte de lo mismo, esa es la realidad nuestra.

- Bueno, ya estamos me parece

- Bueno...

Entrevista telefónica a Héctor Brondo: Octubre de 2017

- **Entrevistador:** La idea es la siguiente, a partir de la entrevista que te hicimos a principio de año, y a partir de otras cosas que fuimos escuchando en asambleas, poder tomar ciertos puntos muy específicos para aclarar unas cositas, ¿puede ser?

-Sí, dale, por supuesto.

- Sí. Vimos que existen publicaciones internas en algunos medios, por ejemplo, de los trabajadores quiero decir. Por ejemplo, Canal 13, su comisión interna tiene un Facebook. Quería saber si existe una experiencia así, no solo de Facebook, sino también blogs, panfletos que distribuyan entre ustedes...

- Mirá, nosotros de La Voz, esta comisión interna, tiene en Facebook una página que se llama "La Voz de Adentro" donde la comunidad que participa son los trabajadores de La Voz del Interior -los que quieran, obviamente- y uno de los delegados de los trabajadores, Andrés Funduklian es el administrador de esta página, hace las admisiones. Y ahí nosotros, fundamentalmente la comisión interna publica novedades que tienen que ver con cuestiones laborales de acá de la empresa, novedades de paritarias, cuestiones que tienen que ver con el gremio. Por ejemplo, ahora, las elecciones de noviembre en el gremio y todas esas cosas.

- Claro

- Y tenemos también, antes que esa página en Facebook, un boletín interno que es una página... que es un producto impreso, que también se llama "La Voz de Adentro", que surgió como esa página impresa y después la llevamos a la web. Esa página, "La Voz de Adentro", es un boletín interno - "paginita" le llama la empresa peyorativamente, ahí lo que hacemos es... fijamos nuestra visión de algunas decisiones de la empresa. Por ejemplo, en este momento, se abrió... está abierto el retiro voluntario en la empresa y eso ha agitado mucho, ha alterado el clima de laburo, ha generado preocupación y nosotros hemos fijado, en un par de boletines internos, nuestra posición y hacemos lectura de cuál es el objetivo que pretende la empresa con esa decisión. Es como la contraparte interna de la línea empresaria.

- Claro.

- La visión gremial de la línea empresaria. Y después, a nivel gremial, el sindicato ha tenido una revista que llama Proyecciones que es una revista de análisis político-gremial, donde se fija la línea del CISPREN, teníamos un boletín que circulaba por mail, la revista Umbrales, que es una revista cultural y de información general, que es bastante prestigiosa y tiene bastante trayectoria, hace 20 años que se publica, la periodicidad nunca es regular, pero vos podés consultarla en la biblioteca del gremio, es una revista bastante pretenciosa

- Sí, la he visto...

- Y después, de experiencias que yo conozca, los SRT solían tener una especie de esquila en el hall central donde sabían comunicarse las novedades... era más precaria. No sé si tendrán ahora, que yo sepa, en Córdoba, La Voz del Interior sí sé que lo tiene.

- Preguntaremos entonces a alguien de los SRT si siguen teniendo esa experiencia. Mirá, por

otro lado, en la entrevista que te hicimos, mencionaste justo cuando habíamos apagado el grabador, estábamos recorriendo la redacción, que hace algunos años, Menéndez escribió una editorial en el diario, y ustedes desde el mismo colectivo de trabajadores, salieron a responderle en el mismo diario...

- Sí, fue así el tema: fue en la época de la dirección de Marcelo García Reymondo en el diario. Tiene que haber sido en el año 86-87. Luciano Benjamín Menéndez, ya en democracia obviamente, había protagonizado un episodio lamentable en el recinto de la Legislatura, había entrado con un puñal, había amenazado a algunos... si vos buscás, hay fotos muy filosas... Había entrado con un puñal, con un sable, no sé qué, amenazando legisladores, en aquél momento estaba muy encendida la cuestión política. Se había recuperado la democracia hace poquito. Y en ese contexto de discusión se habían... empezaba el juicio a las juntas. Había una discusión instalada con respecto a la teoría de los dos demonios. En ese contexto, La Voz del Interior publica en la página de opinión una columna de Luciano Benjamín Menéndez, hablando digamos de su... defendiendo la teoría de los dos demonios... quizá si vos buscás probablemente, si vos googleás esa editorial, seguramente va a parecer porque fue algo muy fuerte, muy potente. Entonces como nosotros vimos publicada esa editorial, la comisión interna en aquel momento, que lideraba Guido Dreizik, que luego fue secretario general del gremio, me parece que estaba Oscar Beguán que era un fotógrafo y Marco Fernández que era un dirigente histórico del CISPREN. Entonces, se planteó la discusión en la redacción, de que teníamos que responder, nosotros los trabajadores de prensa de La Voz del Interior, éramos trabajadores de La Voz del Interior, pero que no éramos los que decidíamos la línea editorial, estábamos en desacuerdo con que el diario la haya dado la voz a un represor... a un tipo que había sido, que ya en ese momento había fuertes sospechas, bastantes evidencias de que había sido uno de los tipos más nefastos de la dictadura. Entonces planteamos, fuimos un grupo de redactores, periodistas con la comisión interna y le pedimos al director de ese momento que nos dejara publicar la opinión con respecto al tema que se discutía y responderle al edil o por lo menos para dejar asentado que los trabajadores de la voz del interior estaban en desacuerdo con eso, inclusive con la línea editorial que había permitido.

- Claro

- Se nos aceptó esa publicación, se nos dio el derecho a réplica de alguna manera y la redacción de la columna de los trabajadores la hizo Marcelo Godino, que fue un tipo brillante que falleció en el año 98, aprox. Tipo joven, brillante llamado a colocar una bisagra. Falleció muy joven a los 30 años. No, no firmamos aclaramos. En aquel momento se firmaba y se aclaraba,.. nosotros pusimos "Periodistas, o redacción de la voz del interior" No me acuerdo

bien.

- ¿Han tenido una experiencia similar?

- No, ese me parece que fue el hecho más resonante. Después no hemos tenido, porque lo que sucedió después está dentro de lo que se espera de un diario digamos que postula la libertad de expresión o publicación Inclusive después de eso, se hizo un manual de estilo que estuvo a cargo del actual director del diario. Hubo un grupo de personas trabajando en ese manual de estilo y ese manual de estilo implementó unos años después de eso, lo que allí está contenido lo que se puede y no se puede hacer tanto para el diario línea editorial como los trabajadores a la hora de producir notas. Eso puso bastante. Ayudó a tener algunas cosas en claro que se puede y que no se puede. Y a lo mejor uno puede diferir absolutamente con algún compañero, comentario o nota que se publique pero está dentro de las reglas de juego. Al menos que yo recuerde. Por eso te digo que no hay cosas, no pasaron cosas igualmente de graves.

- Para terminar, en una asamblea mencionaste la experiencia de García que ella escribe la nota esta de la canasta básica que va a los supermercados. ¿Te acordás el título con el que termina saliendo la nota? ¿Mes?

- No, no me acuerdo pero se los busco. No hace mucho de esto, debe hacer unos meses. Natalia García hizo una nota sobre el costo de vida. La voz del interior está a cargo de ella desde hace 10 años y hace un relevamiento de precios en los supermercados de Córdoba y ha conformado una canasta básica de alimentos, artículos de limpieza e higiene que no se si son 400 (?) productos, no sé cuántos son. Siempre los mismos productos, el mismo peso. Eso lo ha sistematizado Natalia y es un relevamiento de precios sistematizado y es muy serio. Entonces no es útil a los fines estadísticos porque toma un campo limitadísimo pero si tiene el valor enorme de que toma productos sensibles y eso le permite a cualquiera tener una visión más aproximada de cómo se desplazan los precios. Vos ves el precio de la leche, el precio de la carne, el precio del pan... El precio que se yo, del jabón, del aceite. Entonces tiene ese enorme valor. Es una constante que el título se haga sobre el comportamiento de del conjunto de precios. Entonces los títulos son "Los precios aumentaron el 1%" "Los precios bajaron un 4%" y después ella escribe las cosas que son más relevantes. Es bastante virtuoso lo que ella hace. Eso debe haber sido previo a las PASO. El aumento de precios había tenido un salto muy grande (Un 2% aproximadamente) cuando los medios decían que la inflación estaba dominada. Cuando ella deja el informe, no trabaja el domingo. (Tiene francos domingos y lunes) la llaman a la casa y le dicen "Mirá Nati, acá queremos titular que "en lo que va del año" o "desde que asumió Macri" "la canasta aumentó poco" Dice la Nati no. Para eso hay que hacer otro contexto de inflación. "No, pero acá está implícito" "No, no está

implícito un carajo” la nota apunta a otra cosa. “Si, pero no, nosotros” “No, si hacen eso, hagan otra nota” “No, pero no hay tiempo” “Bueno, si lo van a publicar de todos modos, sáquenle la firma”

“...y ella dice “bueno, si lo van a publicar de ese modo, si le van a agregar eso, sáquenle la firma”. Bueno, al día siguiente, el día lunes, el día domingo, no sé qué, ella estaba en su casa, la llama el padre para decirle “qué publicaste, Nati, que te están boicoteando por la coso, estoy viendo acá el foro de La Voz y qué sé yo”, viste, entonces ella entró y dijo que efectivamente la estaban matando, era un día de semana, un día lunes ponele porque yo venía de laburar ese día, y bueno lo que había pasado era que no le dieron bola, digamos, publicaron, agregaron un párrafo con lo que querían agregar, con eso hicieron el tema principal de tapa, salió titulado “la canasta aumentó sólo 10% en lo que va del año”, no sé cómo fue la historia, y lo pusieron (...), hicieron el avance del informe y todo, con información que Nati no había preparado, entonces eso la... ella dijo que obviamente eso la afectó mucho, después se intentó corregir en la web pero bueno, el daño ya se había hecho, y el que tomó la decisión fue un editor de negocios de una sección que no era donde trabaja la Nati, que era la sección Ciudadanos, donde se publicó ese informe. Ese fue el episodio. Fue grave. Fue grave. Porque nosotros decimos que fue grave, y nosotros lo planteamos en este boletín interno, lo planteamos que era gravísimo, y nosotros como delegados lo planteamos como que era grave. Bueno, eso... eso fue... fue grave en ese sentido, digamos, no fue tan grave como aquello otro digamos, pero fue grave en ese sentido porque se desconoció lo que dice el manual de estilos en esos casos, si el periodista, el que se hace cargo de la información, del comentario, del análisis, por una cuestión... a ver, el editor puede tomar decisiones, puede modificarte el informe, pero si no tiene tu consentimiento esas modificaciones que el editor quiere hacer, porque tiene atribuciones para eso, tiene que sacarle la firma, tiene que levantarle la firma, el periodista en definitiva es el dueño de la firma, dice lo firmo o no lo firmo, en este caso, periodista, el editor modificó simplemente el informe, introduciéndole un párrafo que no pertenecía al trabajo de Natalia García, Natalia García pidió que en ese caso le levantaran la firma, y el informe salió firmado y modificado sustancialmente.

– Claro, claro, y porqué creés que se llega a eso, que llegan a modificar algo que ya está hecho y...

- No, a ver... la tarea diaria, se hace en esos términos, a mí me piden un informe por ejemplo, yo hago una nota, y después viene el editor y dice “mirá, yo la daría vuelta, le pondría esto arriba, le sacaría esto, entendés”, se supone que se hace con un criterio de mejorar el producto

- Claro, pero eso no fue lo que pasó acá...

- Eso pasa, eso pasa con mucha frecuencia, ¿entendés? eso pasa con mucha frecuencia, y está prácticamente, y no hay problema por ejemplo porque los editores saben el criterio y nos conocemos, digamos, todos. Y hay algunos códigos preestablecidos, yo por ejemplo... saben cuándo yo hago alguna cosa y me la tienen que corregir, saben cuáles son mis niveles de tolerancia y saben cuáles no son mis niveles de tolerancia, o qué cosas no estoy dispuesto a tolerar, entonces con mucha frecuencia a lo mejor te pueden corregir un informe y generalmente terminan mejorando la nota, no fue este caso, los motivos por los que se modificó tienen a lo mejor que ver con una cuestión... porque el criterio del editor, en ese momento que estaba a cargo de la edición de ese día, le parecía que el dato... que estaba implícito en la nota pero que no estaba presentado en la nota que era que el acumulado del año de la inflación era del 9% ponele, que... bueno, él consideró que ese criterio era el que correspondía para mejorar la nota, y no la mejoró un carajo y terminó, digamos, ofendiendo y causándole un daño cierto a la responsable de ese artículo y dejándola comprometida con algo que ella no había aceptado, manteniendo la firma. Lo que se dijo de eso cuando nosotros pedimos explicación, fue que los primeros planos tienen que ir firmados siempre, ¿entendés? Esto era un primer plano y no había tiempo material de levantarlo, entonces... como no puede ir en el primer plano por una decisión, por una cuestión de estilo del diario no podía ir sin firma, dejaron la firma de Natalia. Hubo evidentemente un conflicto de intereses ahí, entre lo que dice el manual de estilo gráfico y lo que dice el manual de estilo (...), por llamarlo de alguna manera, ¿se entiende?

- Claro, sí, sí, clarísimo, bueno Héctor, muchas gracias por todo.

- Si, si, gracias

Entrevista a Máximo Tello: Febrero de 2017

-Bueno primero que nada, ¿en qué medio trabajás?

- Bueno, yo soy Máximo Tello y trabajo en Cadena 3, Argentina, Radiodifusora del Centro Sociedad Anónima, que tiene Cadena 3 Argentina, FM Córdoba 100.5 y Radio Popular 92.3. Esa es toda la empresa.

-Vos trabajás en toda la radio...

- Yo trabajo puntualmente en la redacción de Cadena 3, pero trabajamos por mi área que es la de redes sociales, dentro de lo que es la redacción digital, muy en conjunto con las otras radios y con los otros equipos que hacen las mismas tareas que y pero en las otras FM, hay un trabajo en conjunto, una... no tanto una toma de decisiones diaria -que cada uno toma

para su radio- pero sí hay mesas comunes donde trabajamos ideas en conjunto, digamos.

-Vos trabajás en la redacción, para redes sociales

Nosotros tenemos, digamos, Cadena 3 tiene el estudio central en Alvear 139, donde también están las otras radios, alrededor del estudio central -es decir a metros- está la redacción de cadena3.com, que es la redacción de la web, en donde está incluida la tarea de redes sociales que yo hago puntualmente. También allí está la redacción de la radio, es decir quienes escriben y leen los boletines de noticias o todos los productores de contenidos para el aire, cada vez trabajamos más en conjunto y ya es toda una sola redacción, estamos muy juntos además, estamos en un mismo lugar, físicamente en un mismo lugar entonces convivimos laboralmente también.

-¿Hace mucho trabajás en esta área?

- Si, bueno, yo en esta empresa es en la única área que he trabajado, y estoy hace ya casi tres años, 2014.

-¿Vos venías de algún otro medio?

Yo tenía experiencias independientes, te diría en absoluto, es decir mi primer trabajo formal es éste, la primera vez que alguien me pone en blanco y me paga un sueldo. Hasta acá todo había sido proyectos personales, emprendimientos propios independientes que algunos continúan, y el trabajo periodístico típico donde uno es monotributista y factura, digamos, nada más. Así que como primera experiencia si querés en relación de dependencia, es la primera

-¿A qué edad empezaste?

- Yo tengo treinta, he cumplido treinta. Entré con veintisiete.

-¿Cómo llegaste a Cadena 3?

-Eh, en cierto modo haciendo mucho, es decir haciendo mucho por fuera, que me parece como la premisa profesional que por lo menos a mí me ha funcionado, es decir mientras más hacés más cerca vas a estar de que tu currículum valga o no valga, no esperar eso de que un medio te toque la puerta de tu casa, digamos, yo llevaba desde 2007 emprendimientos digitales, emprendimientos de radio, emprendimientos en redes sociales de distinta manera, algunos más mediáticos o periodísticos, otros no, eh... y llegué a fuerza de eso, de estar en el ambiente haciendo cosas, hasta que gente de la empresa me citó, me entrevistó y accedí, nada más... digo, no conocía más que una o dos personas por conocimiento en redes sociales, a una o dos personas que trabajaban ahí pero que no eran de jerarquía ni mucho menos, gente que era empleada

-Claro, en la misma dinámica de producir y estar en contacto...

- Exactamente, sí, sí, me puso la posibilidad de trabajar ahí, pero bueno, no tenía ninguna relación ni vínculo particular con nadie de la radio.

-¿Vos estudiaste alguna carrera afín al periodismo?

- Sí, sí, yo soy Licenciado en Comunicación Social, y después... hice varias diplomaturas y posgrados de marketing digital, ya más vinculado a lo digital. Yo a la mitad de la carrera hice como una transformación y me enamoré de lo digital y ya me metí de lleno a ese mundo, digamos.

-Y ahora respecto del trabajo particular que vos hacés con las redes sociales, ¿vos producís contenidos o no, simplemente trabajás en conjunto?

- Sí, nuestro trabajo en redes sociales tiene varias aristas, una tiene que ver con el aire puntualmente, que es el traducir y trasladar, digamos, todos los contenidos que van al aire, de alguna manera atractiva o interesante en las redes sociales, en los perfiles que tiene la radio de redes sociales, a su vez compartimos en redes sociales todo aquello que se produce en cadena3.com, en la web, tenemos esa responsabilidad, y además llevamos al aire lo más atractivo de ambas situaciones, es decir, de una publicación de algo que pasó al aire y se publica en redes, llevamos comentarios de la gente por ejemplo al aire otra vez y los leemos al aire, es decir el locutor al aire nos lo consulta y nosotros decimos “acaba de llamar Maxi dice tal cosa, acaba de llamar fulano dice tal otra”, una situación como esa. O bien comentamos algo atractivo que haya en cadena3.com y que la gente pueda trasladarse del aire a verlo en una plataforma digital, ya sea una computadora o un celular. Además, en algunos casos producimos contenidos propios, es decir, “propios”, que no tienen salida directa o al aire o a la web sino que queda solamente producido para las redes.



-¿Por ejemplo?

- Se pueden producir piezas de video o maneras de llevar informes, grandes informes de la web o de la radio a las redes pero que la gente no necesite trasladarse a la web o al aire para completar la historia, es decir que son historias como cualquiera que podemos llevar a la radio, digo, una entrevista, una cobertura, una noticia contada y que empieza y termina en esa publicación o en esa red social y no necesita de la expansión hacia el aire. Entonces lo que nosotros generamos es como ese círculo constante o yo siempre digo como que al aire, que es algo que va, viste como que se dibuja como en cierto modo, le envolvemos otras capas que son las de la web y las de las redes sociales

-Por lo que decís es como que es un ida y vuelta...

- Sí, de hecho ya no existen... como te decía, primero porque estamos juntos, unidos en la redacción físicamente, pero además no... ya no hay tantas fronteras, digamos, estamos laburando realmente todo el tiempo muy en conjunto.

-¿Te interesaba trabajar en redes sociales?

- Sí, yo la verdad que llegué y cuando me ofrecieron, me ofrecieron algo que era sumamente puntual y que yo venía buscando. No consideraba y creo que hoy tampoco consideraría trabajar en un medio “tradicional” por decirlo así, en otra cosa, es decir lo que me atraía de hacer en los grandes medios era redes sociales. Sí, sí, no me interesaba sentarme y escribir noticias, el aire que uno hace en la radio sí es algo que a mí me gustaba y ya me dedicaba a la radio, pero no era un determinante, yo quería o buscaba un lugar para hacer y aplicar cosas de redes sociales, y ahí sí cambiar otras cosas que no me gustan de los medios o que puedo llegar a pensar de los medios, el formato, el estilo y eso.

-Entonces, por ejemplo, concretamente, ¿cuando vos tenés que hacer algún tipo de publicación contás ya con una información pre-producida por así decirlo y la adaptás a lo que sería el formato digital y redes sociales?

- Sí, sí, nosotros tenemos protocolos de trabajo exhaustivos y que contemplan un montón de situaciones posibles y siempre... a ver... nadie dice nada en la radio que no esté súper chequeado por su producción, nadie le lleva un dato a la producción que no esté mínimamente chequeado, nadie publica en la web algo que no esté chequeado por la producción y en muchos casos dicho al aire, y nosotros en redes sociales no hacemos nada que no esté avalado por la web, considerado por la producción y en muchos casos dichos por el aire, es decir, como que somos el final de una cadena que va como... cómo te puedo decir, confirmándose a sí misma, y nunca vas a ver en redes sociales una publicación que no haya sido en nuestra empresa chequeada por las mismas... o que tenga los mismos avales de noticiabilidad que algo que va al aire y que algo que va a la web, entonces eso nosotros estamos atados de esa manera. Lo cual no quita que muchas historias empiezan en las redes, porque eso es otro tema, nosotros por ahí podemos conocer... vos publicaste algo en tu Facebook y nosotros llevar eso a la mesa de producción, la web decidir abordarlo, el aire decidir abordarlo, y que empiece el ciclo normal que hablamos recién. En ese sentido las redes se han vuelto no sólo la última cola de la difusión de lo que se hace como medio sino a veces el punto de partida para nuevas historias.

-Vos hacés así como una investigación, no sé cómo decirlo, de temas...

- Sí, una búsqueda, nosotros hacemos una mirada constante que nutre todo el tiempo a lo que la web decide hacer o no hacer digamos, redactar o no redactar y para el aire también, es decir, las redes son un gran termómetro para el aire de la radio como el rating para la tele,

pero además son un gran termómetro para los movimientos que hay en la web, y son muchas veces la mejor manera de bucear en los nuevos temas o en los temas que están por explotar, o en situaciones que están sucediendo y que están ahí antes que en cualquier lado.

-¿Tenés ahí la posibilidad de encontrar temas interesantes y proponerlos?

- Sí, de hecho cada vez pasa... Cada vez se ve que pase más, digamos. Ya las redes sociales han logrado hace tiempo creo, pero bueno, en los medios de Argentina quizás faltaba un poco más... revertir esa visión de que no había posibilidad de que nazcan o surjan historias de ahí. Eh, no sé, yo me acuerdo, ¿viste la película Sally, ésta de Tom Hanks que está en el cine?

-No

- Un avión que ameriza en el río, es decir que desciende en el agua, la primera foto y la tapa del New York Times al otro día tenía una foto de Twitter, es decir esa historia estaba primariamente encerrada en las redes sociales antes de ser noticia. El ataque a Bin Laden... había una publicación en Twitter previa a que los medios descubriesen que había pasado algo ahí, había un tweet de una persona que estaba a metros del lugar donde lo atrapan, que algo anunciaba. Bueno, salvando las dimensiones de los temas, en Córdoba y en Argentina hoy vos si tenés una buena manera de bucear en redes sociales te vas a enterar antes que se está incendiando una casa, que han chocado dos colectivos o que un intendente está vendiendo campos ilegales en Villa María. Es decir, hay como una serie de capas sociales de información a la cual los medios tradicionales por sus vías tradicionales no acceden y solo accedemos nosotros a través de redes sociales por el hecho de estar y saber mirar un poco más. Después, por supuesto, como bien decimos, todo tiene que seguir las reglas de chequearse y consolidarse como noticia con los métodos tradicionales, es decir si yo veo que vos acabás de publicar “che, lo acabo de ver a fulano haciendo un ilícito”, yo voy a llevar esa partícula de la noticia a la mesa de trabajo, pero la producción te va a llamar igual que llamaríamos si nos llamás vos o si entra por mensaje de texto, o lo vemos en la calle, no sé. Pero es un lugar más de búsqueda.

-Claro, claro. ¿Y hay mucha gente que trabaja en redes sociales junto con vos?

- Hoy somos dos, y si Dios quiere este año seremos cuatro, es decir vamos a duplicar el equipo. Estamos distribuidos uno en turno mañana, sería, o mediodía, y el otro...

-¿Tienen algún jefe específico...?

- Estamos rediseñando en cierto modo cómo se estructura esto que es la web y la radio en paralelo, hoy depende todo de un gerente de tecnología, de un gerente de noticias y un editor web, si querés, como más inmediatos compañeros que pueden a nosotros darnos una premisa

o una habilitación ante alguna decisión, digo. Pero no es más que eso la jerarquía que hay, es una redacción chica la nuestra, ¿no?

-¿Cuántos son?

- Nosotros seremos dos en redes sociales, habrá tres editores... no sé si llegará a diez redactores... digo, es una cosa... realmente chica.

-Específicamente en la parte de redacción, sería...

- En la parte de web, de redacción web. En la parte de lo que es redacción para la radio, en boletines, noticias, productores, sí debe haber... no sé, quince personas más. Pasa que la radio tiene una cobertura de tiempo bastante amplia por lo cual hay una rotación importante entonces vos en la redacción nunca ves más de tres, cuatro personas, pero bueno, cada seis horas se renueva entonces, entran tres, salen tres, tenés que cubrir todo el día.

-Sí, es...

- Sí, cambia, digamos, por ahí en los diarios la mayoría de la gente está para la hora del cierre, o en determinados horarios, ahora se ha cambiado eso por la rutina de la web pero digo, no era siempre así, nosotros en la radio es como que siempre tiene que haber gente, estamos siempre al aire...

-Claro. Y por otro lado estaría lo que son los conductores, operadores...

- Por otro lado está todo lo que es el grupo de conductores, todo el grupo de operadores, todo el grupo o equipo de cada uno de los programas...

-¿Cuántos serán, tenés alguna noción?

Nosotros tenemos por programa, entre locutoras que en todos los programas hay, conductoras que en todos los programas hay, por lo menos equipos de cinco personas o entre tres y cinco personas, de ahí calculale más operadores y productores ponele, equipos de entre tres y siete personas, y tenés Radio Informe Tres a la mañana, Juntos e informados, Viva la radio, Tiempo de juegos con toda una plantilla de periodistas deportivos que van aparte, no, no, es, serán ochenta, cien personas quizás. Y con operadores y hay una gran plantilla de técnicos, y hay técnicos de planta para las antenas, no, no, es mucha gente, ponele que sean cien personas fácil.

-No, te iba a preguntar esto de que la idea es ampliar más la cantidad de trabajadores...

- Sí, la radio como medio no ha sufrido la crisis que... que nos enseñaban en la facu que es más bien una crisis de la gráfica, por una reconversión que ellos tienen que hacer, es decir, hay diarios que tenían dos mil empleados y que, bueno, la venta de la circulación, los ingresos por circulación de papel y publicidad no cierran con dos mil personas, entonces seguramente tendrán que recortarse, no es algo que le suceda a la radio. Hay que entender

que la radio como radio, como medio, en Argentina es tan sólo el 6% del negocio, es decir, de la publicidad, del comercial, de la pauta, es una porción muy chiquita, digamos el 6% se lo lleva la radio, de toda la torta del país, el resto se lo lleva la tele y los diarios, revistas y... no sé, todo lo demás, es decir, la radio sigue siendo un negocio acotado, cuando digo la radio no es Cadena 3 sino todas las radios del país, entre todas las radios del país suman el 6% de toda la torta publicitaria que hay en el país, entonces digo es un negocio acotado. Imaginate dentro de ese 6% cuánto puede tener una Radio Mitre, o una Cadena 3, o una Radio del plata o lo que sea... es decir son partículas que cuando vos decís “bueno, de ese 6% este pedacito es nuestro”, imaginate lo que es para un diario o para un canal de tele, o para una empresa que tiene un diario, un canal de tele, o para una empresa que tiene veinte canales de tele, veinte radios, veinte diarios, veinte revistas, es muy distinto digamos el negocio.

-Pero a su vez, digamos, si vos me contás que están pensando en ampliar la planta tiene que ver con que ha habido un crecimiento...

- Bueno, nosotros... digamos, sí, la radio nunca ha dejado de crecer -como empresa-, nunca ha dejado de crecer, nunca ha dejado de... cómo te puedo decir... de comercializar de manera positiva la publicidad es decir, nunca ha estado en crisis publicitaria, y no ha tenido que recortar plantilla en ningún momento, de hecho la gente que es empleada hace años en Cadena 3 te puede decir que, no sé, se ha echado cinco personas en veinte años es mucho, la radio no se desprenda de gente prácticamente nunca, por una filosofía, o por una manera de hacer la empresa, o qué sé yo, de hecho a mí lo que me sorprendió cuando entré, que era de los más jóvenes de la plantilla, fue ver la cantidad de gente que se iba a jubilar en la radio, que logra hacer todo su ciclo laboral de vida, treinta, cuarenta años, trabajando en una sola empresa, lo cual para uno es sumamente motivador porque dice “bueno, estoy en un lugar donde me puedo quedar toda la vida a trabajar, cómodo, sin problemas, resolviendo todo problema que se presente”, por supuesto, no es que nadie tenga problemas o discusiones con la gerencia o la dirección, al contrario, pero uno cuando ve eso siente y dice “no hay nada que quizás acá lleve a un punto tal que te echan cada veinte años, no sé”, porque de hecho, no sé, yo conozco empresas muy grandes de Córdoba, que son catalogadas como grandes lugares donde trabajar, pero andá a buscar alguien que se jubile en esa empresa, no lo permiten, no se da, existen maneras de liberarse de una plantilla vieja cada tanto tiempo y limpiar y de esa manera tener un ritmo o una productividad o lo que fuese pero que obviamente hace a una forma de hacer una empresa. Vos no te olvides que nosotros, por ejemplo, en nuestro convenio de periodistas, si vos tenés diez años de antigüedad, veinte años de antigüedad, treinta años de antigüedad, el costo para la empresa, en términos matemáticos, numéricos y económicos, es grandísimo, entonces no existe

empresa a la que le convenga, en cierto modo, en el económico, tener una plantilla que se va avejentando y que hay que esperar que se jubile. Bueno, Cadena 3 quizás es una de las pocas empresas donde la gente se jubila sin problema, y que la empresa soporta ese costo, pero porque entiende que ese costo tiene un valor, y que nosotros como jóvenes hoy lo vemos más que nunca porque vos te sentás con un tipo que trabaja hace treinta, cuarenta años en la empresa, y aprendés lo que no vas a aprender en tu vida, o la empresa tiene una visión todavía que cuando nos sentamos todos a debatir una situación, un tipo que tiene treinta años en la empresa te dice “para mi es esto”, entonces el valor y la riqueza de ese costo pasa por otro lado. La empresa lo entiende y por eso, no sólo que no se ha achicado sino que está pensando ante las nuevas plataformas en donde la empresa busca ser líder, llámese Cadena3.com y todos sus derivados, está pensando en sumar gente en esa, en esos equipos.

-O sea y tu equipo de trabajo, la gente que va trabajando ahí, es ya mayor o tiene determinada edad y a su vez van incorporando gente joven...

- Sí, sí, porque la radio como radio está viviendo por supuesto una situación de transformación donde hacer radio ya no es solamente prender el micrófono y nada más, sino que tiene una web alrededor, un equipo de producción alrededor, no sé. Un montón de elementos que hace veinte años no existían, por supuesto. Por lo cual, obviamente se van jubilando los equipos, y van incorporando gente para la radio y para los nuevos ambientes de laburo que existen hoy que son los digitales, la web, las redes, y en ese proyecto estamos, estamos buscando los cuadros que nos permitan expandirnos en lo digital y trasladar el liderazgo que tenemos en la radio a otras plataformas.

-En este trabajo que vos hacés, que tiene una alta relación y de vinculación con los oyentes y con la respuesta de ellos, ¿cuál puede ser tu apreciación, de tres años a acá, al tiempo de hoy, si la audiencia se ha aumentado, la calidad del mensaje ha aumentado...?

- A nosotros nos pasa, y creo que a muchos medios les pasa, que el crecimiento en lo digital en términos de fans, público, seguidores, llamale como quieras, de audiencia digital, es creciente, y para mi hay cada vez más gente consumiendo medios en plataformas digitales, y nosotros seguimos incorporando crecimiento a lo que es nuestro medio tradicional, es decir, nuestra parte más tradicional que es la radio, sigue sumando oyentes porque sigue abriendo radios, o sigue logrando aperturas de frecuencias, a diferencia quizás de lo que le pasa a un diario, que cada vez vende menos papel que es su eje. A nosotros no, no nos pasa eso. Entonces, obligados por eso también, o tironeados por eso también, nuestro crecimiento en lo digital es sostenido, obviamente tiene fluctuaciones que responden a que también todos los días surgen nuevos medios digitales, o la oferta digital es mayor, porque yo me creo un

blog, o vos te ponés una radio online, y la gente que posiblemente antes consumía estos medios tradicionales ahora tiene dos nuevas ofertas que puede consumir entonces hay una dispersión de la oferta, está bastante dispersa la oferta en lo que es lo digital, pero bueno, la fuerza de la marca y la tradición de la empresa también tiene su factor de competencia, digamos, y sos competitivo en eso. De crecer, crecemos. Obviamente reconocemos que es necesario todo el tiempo una actualización intelectual de nuestro equipo, una profundización de mejoras en los procedimientos que tenemos como equipo, y seguir buscando y construyendo. Nosotros en particular no tenemos mucho reflejo, es decir, un diario en Córdoba puede pensarse y decir “a ver, ¿cómo hizo el New York Times para surfear esta crisis?” bueno vamos y nos fijamos, y así y todo no es tan simple, por lo que uno sabe, pero nosotros en particular como radio, no hay muchas radios en el mundo que tengan una inversión desarrollada en lo digital de la manera que lo tenemos hecha nosotros, es decir, por más que parezca una tontera no hay muchas radios que tengan un portal de noticias propio, que tengan gente construyendo contenido digital a la par que la radio, la mayoría de las radios tienen una web donde ponen los audios o podés escuchar online la radio y termina ahí. Entonces a nosotros nos cuesta por ahí encontrar faros a los que seguir en ese sentido, por eso también en cierto modo, como positivo, lo tenemos que construir nosotros, decir “che, bueno, apostamos por esto, construimos por esto, o no” y medio como que no sabemos para dónde vamos pero por ahora va bien.

- Sí, yo te preguntaba porque por ahí nos interesa saber por ejemplo cuál puede ser la posible recepción de un público que está acostumbrado con medios gráficos o con el papel y cuál es la repercusión que tiene el empezar a trabajar con plataformas digitales, y a su vez tu opinión personal en relación al producto terminado y las diferencias que tiene con el medio escrito o con los medios tradicionales... por la calidad del contenido, por la cantidad de trabajadores puestos en eso, en cuanto al contenido por el propio formato que estás manejando...

- En lo primero, obviamente todo medio tradicional que decide hacer una apuesta por lo digital está buscando conquistar nuevo público, nosotros tenemos ahí dos estrategias, que una es trasladar el público que ya es oyente de la radio, es decir que es radioescucha, que nos escucha por un sistema tradicional, trasladar esa gente a nuestras plataformas digitales, es decir que haga consumo de la marca en lo que es la web, las redes, etcétera, nosotros tenemos una gran percepción de eso porque cada vez tenemos más oyentes y uno lo ve hasta como una cuestión etaria, que se traslada y está en Facebook, digamos. Más jubilados que están en Facebook, que por ahí mucho pasaba la discusión en ese momento de si los medios tradicionales iban a poder llevar a ese lector o ese oyente de más de

cincuenta años a una red social, y parecía algo como dos mundos que... bueno no, a nosotros no nos pasa eso, al contrario, cada vez nos ocupamos también de instruir a que la gente participe digitalmente o haga una innovación en su rutina de consumo de medios, y cada vez nos encontramos más con señoras de sesenta años que están en su casa, escuchando la radio como toda la vida lo hicieron, pero que de vez en cuando van y se sientan en la compu y nos escriben en Facebook, o que agarran el celular que hoy es tan fácil, eso también ha sido una apertura, agarran el celular y escriben por ahí en vez de llamar por teléfono a la radio. También por supuesto tenemos otra estrategia que es ir a buscar el público más joven, que no es tan simple, que es mucho más volátil en su consumo de medios, consume distinto, está distinto, hay un montón de factores, pero tampoco nos va mal, tenemos nosotros también una estrategia de radios que nos permiten ir detectando por ahí intereses de los jóvenes o saber cómo presentar una noticia más atractiva para los jóvenes, y de vez en cuando nos pasa eso de encontrar los comentarios de “ah, yo escuchaba toda la vida esta radio con mi papá cuando me llevaba al colegio, y ahora la estoy empezado a escuchar porque tienen una aplicación para el celular”, como que estamos ahí donde la oferta se produce y donde ellos... nos atravesamos en su lugar de consumo o sea estamos en Facebook, estamos en Instagram, y lo empiezan a consumir por alguna afinidad con la marca.

-Y estas estrategias, ¿se discuten en un equipo de trabajo o cómo se organizan?

- Sí, se discute por supuesto constantemente, ya se ha vuelto un trabajo casi diario de análisis, de lectura de métricas y de traer cosas que se están haciendo en otros lados y probarlas, dejar de probarlas y qué sé yo, y además estamos proponiendo o queriendo para nosotros mismos más actividad aún en eso, poder decir “che bueno, traigo esta idea, la probemos, funciona, no funciona, listo se descarta, si funciona listo, se continúa”, es decir, más allá de que discutimos a diario queremos más todavía, queremos más celeridad en un montón de cosas, por supuesto que tenemos un marco de estrategias que definimos como por decirlo así, anualmente, y dentro de ese marco se dan los cambios estos constantes. Pero la radio tiene una situación muy dinámica en si misma que nos obliga a estar todo el tiempo discutiéndonos, que hoy pasó un suceso que la radio cubre de una manera muy dinámica que es muy distinto a un suceso que va a ocurrir mañana, de una manera muy dinámica, entonces es como que hay un movimiento constante por eso, porque la propia radio, la propia madre de los medios nos dice todo el tiempo “bueno, dale, dale”. Respecto de la forma de trabajo, en nuestro caso particular el director artístico de la radio nunca ha querido que... cómo puedo decir, la web le cargue más trabajo a los corresponsales por decir. Es decir, acepta y nos gusta plantear ciertas innovaciones para los corresponsales por ejemplo, pero que en

ningún momento eso pueda poner el riesgo el trabajo para la radio, es decir, a ver, nosotros le podemos solicitar a un corresponsal que mande una foto de un hecho, pero en ningún momento ese corresponsal puede dejar de hacer lo que tiene que hacer al aire o por el aire o para el aire, en pos de hacer esto otro, es como que todas las tareas de medios digitales que nosotros tenemos, son un anexo posible pero lo único obligatorio para el corresponsal es salir al aire y hacer su trabajo en la radio. Hemos hecho pruebas y hemos generado situaciones donde intentamos que la gente que trabaja en radio haga también... generación de contenidos para las otras plataformas, algunas con éxito otras sin éxito, pero en ningún momento hay como un... un atropello a la tarea principal que es la radio. No porque busquemos, qué sé yo, preservar en particular, es porque es una orden directa de la dirección artística de la radio, es decir, nadie puede solicitarle nada a un trabajador de radio que ponga en riesgo su trabajo de radio, radial, por más que vos digas “ay, bueno, pero es una foto”... si en algún momento se interpone en su trabajo de radio, o pone en riesgo, viste, perderse la nota por estar filmando, no, es inaceptable, es inapelable, la web tendrá que resolver su situación, buscar la foto por otro lado, ir a sacar la foto con otra persona, o crear los métodos de trabajo necesarios para eso, pero el trabajo de radio no puede estar nunca en riesgo su por otra cosa.

- O sea que en ese sentido, ¿vos considerás que la definición de los trabajo está por un lado bien clara, puntualizada, y además que existe una cantidad suficiente de trabajadores para sostener esta estructura?

- En nuestro caso, en la mayoría de las veces sí, no vemos riesgo, que por que falte gente no lleguemos a tener una noticia o una cobertura o el material suficiente para poder llevar esa noticia a la web o a las plataformas... sí estamos decididos a construir más equipos para llevar una mejor cobertura, es decir si vos me preguntás a mí, en lo personal, yo por cada movilero de radio pondría un equipo multimedia digital, es decir pondría una persona... pero no por una cuestión que el otro no pueda hacerlo o no deba hacerlo legalmente, que tampoco conozco al pie de la regla si está permitido o no permitido, como sí sé que un camarógrafo de tele no puede editar el video, digo, no sé cómo es el caso del cronista de radio, pero en el sentido de... sería absolutamente mi estrategia para enriquecer el contenido, para lograr una mejor manera de cobertura, si vos me preguntás a mí. A ver, la radio podría decirle al cronista “andá en tu auto al incendio”, pero no lo hace, hay un chofer que lo lleva en el móvil de la radio.

-Sí, tiene que ver con las condiciones de trabajo

Exactamente, yo creo que a la larga en muchos medios eso no se cumple o no se planifica de esa manera porque hay una situación de recursos económicos que no están dispuestos a

arriesgar, es decir, y lo traduzco claramente: hay medios que han dispuesto o han inventado que el periodista tiene que hacerlo todo, pero porque su negocio está en una tendencia decreciente que no le permite pagar a otro profesional que haga lo que se le pide a este primero. En nuestro caso eso no pasa, no hay una estrategia de esclavizar a nuestros cronistas de radio a que hagan cinco o seis trabajos, no, hay un entendimiento de convergencia multimedia que, quizás el cronista hay muchas cosas que puede hacer a la par, o antes o después de hacer su trabajo de radio, pero... también estamos pensando y buscando nuevos equipos para acompañar a ese trabajador en enriquecer su trabajo.

-Claro, eso no se percibe como una posible amenaza al trabajo, por así decirlo

En ningún sentido, pero repito, me parece que... y yo le hago un reproche a nuestra formación periodística profesional, creo que hemos aprendido en los últimos años todo lo referido a lo digital con un sólo discurso que tiene que ver con la de los medios gráficos, y que oh casualidad está en una crisis creciente, en una crisis grave, entonces hemos aprendido un montón de conceptos, o nos han instalado un montón de creencias, que tienen que ver con una visión de medios, porque yo no sé si en el canal de tele te piden que vos te filmés, o que así como en el diario te piden que saques fotos, yo creo que hemos... al menos nos han instalado ese concepto de periodista multimedia a fuerza de que las empresas están en una crisis... lo cual no quita que a mí en lo personal, en lo particular, me guste ser o no un periodista multimedia, a ver, si yo soy cronista de radio, me pagan por hacer un móvil de radio, pero a su vez tengo las condiciones, las capacidades, las herramientas para producir un informe multimedia, una gran fotografía, un video, tiene que ver con mi pretensión de ser mejor profesional o brindar una mejor historia para mi público, punto. Yo creo que ahí hay dos hipocresías que discutir o que poner a analizar: una, ésta que te digo de los medios, como “pará, ¿vos me estás diciendo que vos preferís un periodista multimedia porque no podés pagar otro, o porque realmente tenés confianza en que yo puedo ser un periodista multimedia o multifaceta?”, eso por un lado, y por el otro lado tenemos que preguntarnos los periodistas “¿nosotros cuánto podemos resolver?”, porque si yo te pongo a vos frente a un choque quizás con tu cuenta de Twitter hacés diez cosas, contás tu historia de una manera verbal, grabás un video, sacás muy buenas fotos y lo contás de manera escrita, y no por eso tampoco perdiste tu prestigio de periodista o tu faceta de periodista gráfica o fotógrafa o lo que sea, es decir, me parece que hay que poner las cosas en claro y decir “che, ¿los periodistas pueden hacer un poco más?”. Posiblemente, porque lo hacemos a diario todo el tiempo, y eso implica contar mejor. Ahora, también hay que ponerse del lado de la empresa y decir “¿la empresa lo está pidiendo por una reducción de costos o lo está pidiendo en serio porque es una cuestión estratégica a futuro de decir “yo quiero un periodista de calle

que pueda resolverlo todo?” es como que hay una necesidad hay de sincerar esas visiones y llegar a un punto en que la empresa te diga “che, bueno, yo quiero encontrar un cronista de radio pero va a tener que saber hacer además esto, esto y esto; ¿por qué?; y porque ahora la radio no es sólo radio sino que tiene estos anexos. ¿Eso implica un pago diferencial? Vamos a discutirlo”. ¿Tenemos que actualizar nuestro convenio colectivo de trabajo? En absoluto, todos los medios, el que trabaja en gráfica, el que trabaja en radios, el que trabaja en tele, porque hay nuevas situaciones que no están contempladas ahí, hay nuevos perfiles laborales que no están contemplados ahí.

-Es un... ¿Es un convenio que ha quedado atrasado en un montón de aspectos?

Y, posiblemente, o por lo menos debiésemos sentarnos y hacer un recorrido por todos los medios y decir “che, todo esto pasa en los medios, ¿qué dice nuestro convenio? ah, mirá, hay un montón de cosas que están pasando y que no estamos contemplando legalmente”. Nos sentemos y las discutamos. Pero nos sentemos y las discutamos con esa, como te digo, con esa franqueza, eh... asique bueno esa es un poco la situación de los periodistas y esto como multimedia. Que yo discuto o quisiera que se discuta más, que llegemos, que avancemos sobre la discusión, y no contra una empresa ni contra un formato. Sí, seguramente es un valor agregado el tema de poder adaptarse y demás. Quizás lo interesante sería analizarlo desde el trabajo, desde una cuestión colectiva y del estado de situación en la relación con la empresa...

Sí, y no sólo colectivo de todos los periodistas sino que después tenemos que atender situaciones particulares, porque no es la misma situación la que vive un periodista de un medio gráfico, a la que vive un periodista de un medio radial, por el simple hecho -como vos vas a poder ver- de que un periodista que trabaja en un medio gráfico tiene un tiempo para pensar, una manera para pensar y una empresa encima que le está diciendo “che, yo estoy en crisis, yo estoy vendiendo menos, yo necesito que vos bla, bla”, y hay otros medios como puede ser la tele en cierto modo o la radio o qué sé yo, que no vive la misma situación, entonces repito, me parece que el error y lo que lamento es haber estudiado y haber sido formado en un contexto de crisis que no es el de todos los medios, o una urgencia que no es la de todos los medios, porque entonces ahí cambia la situación. Si a vos te crían, y te dicen “el día que vos entres a un medio vas a necesitar hacer todo al costo cero porque estamos en una crisis que necesitamos de vos como periodista”... eso no es verdad, eso es formar periodistas moldeados con una mentalidad para una forma de medio y para una crisis de medios que no es la de todos, entonces ahí sí hay una crítica puntual a nuestra formación, es decir ¿hay que considerar que existen crisis en un montón de medios? Sí, ahora, pasa porqué, primero deberíamos preguntarnos, y pasa en qué términos en otros medios o más o

menos en otros medios, porque tampoco es la misma crisis la que tiene, si querés que hablemos en términos laborales, no es la misma crisis laboral la que padece un empleado de Página/12 a la que padece uno de La Voz del Interior o a la que padece uno de Tiempo Argentino, no tiene nada que ver una crisis con la otra. Tiene causas diferentes, tiene posibles soluciones diferentes y necesita de quizás periodistas con mentalidades diferentes. Entonces tampoco podemos enfrentar lo que venga en tiempos de crisis de una manera... sí colectiva siempre, pero no sin reconocer las diferencias, y yo creo que esa necesidad imperiosa que tenemos sobre lo sindical, implica un crecimiento también de la capacidad de ver situaciones, si a nosotros la... nuestra dirigencia sindical nos defiende como un colectivo uniforme sin contemplar particularidades y diferencias, no nos está defendiendo bien tampoco, entonces carece de sentido en un montón de aspectos, porque entonces la dirigencia sindical está hablando con una empresa como Tiempo, Clarín y Página con el mismo discurso y no tiene nada que ver la necesidad real del trabajador en cada una de esas empresas, entonces estás representando a todos pero no estás representando a nadie, o estás moldeando tu representación a una de las crisis y no a todas, o a las necesidades, si querés...

- ¿Vos estás afiliado?

No... no hice los... digo, estamos por ley digo... uno ingresa... pero nunca me he acercado todavía y no me he acercado a... a ver qué se puede hacer... tampoco sé cómo se hace... digo, sé que me tengo que acercar y ser parte, pero no mucho más.

-¿Y tus compañeros?

Sí, hay gente que está afiliada al CISPREN en Córdoba... otras que no.

-¿Realizan algún tipo de reuniones, asambleas?

No de manera formal... sindical, no. No desde que yo estoy.

-¿Pero entre ustedes, dentro del propio medio?

Sí, nosotros tenemos un diálogo constante de reuniones para tal fin y otras que no pero donde se discuten temas laborales, sí. Sí, y eso también es un gran provecho tener gente que está hace muchos años en esto, digo en la redacción nuestra estos tipos de sesenta años que te pueden hablar y decir “che, mirá, laboralmente tengan cuidado con esto o a ustedes qué les parece esto otro”, también eso es un nutriente importante.

-¿Y la gente participa en esas reuniones? Quiero tener como una noción de cuáles son los temas que tratan

Nosotros tenemos de todo, la verdad que no somos tantos en cierto modo, sí por supuesto está distinguido por supuesto los operadores tienen su convenio y su... mesa de

discusión por decirlo así... los locutores tienen otro convenio, y los periodistas tenemos otro convenio. A la hora de charlar y de discutir las cuestiones periodísticas estamos todos. Digo, nosotros no tenemos tantos escalafones como por ahí tienen los diarios, nosotros tenemos gerente de noticias, jefe de redacción, editores y periodistas, digo... la nuestra es una familia muy chiquita digamos, entonces si decimos somos veinte, somos treinta, somos prácticamente todos, en lo que concierne sólo a periodistas, porque los locutores, operadores, todos esos van con técnicos, todo eso es convenio aparte.

-¿Ha habido desde que vos estás, alguna situación más particular, más delicada que tuviera que ser tratada más específicamente?

Eh, no... desde que yo estoy de hecho, se ha echado una sola persona que tenía ponele ocho años de antigüedad, entiendo que por una cuestión de rendimiento y sin problema, hasta lo que sé por haber hablado con esa persona posterior, se le llamó se le dijo “se va a prescindir de tus servicios”, se le pagó absolutamente toda la indemnización correspondiente que no era poca, eso también es una situación que no sé si en todas las empresas sucede, lamentablemente, o que por ahí los trabajadores viven circunstancias de desplazamiento a otras tareas inferiores o perimetrales en vez de que te echen, te ponen a hacer otra cosa, y a veces eso es más lamentable a que te echen y te paguen porque al fin y al cabo, si te van a congelar durante años en lo laboral, puede ser cómodo o menos cómodo pero no es lo justo tampoco, entonces en este caso, yo en los tres años que estoy, una sola persona es la que se ha retirado, bajo esas condiciones, sin mediar problema judicial y gran situación, eh... después el resto... si ha habido alguien que ha iniciado algún proceso laboral y a los tres meses como estima la ley no ha cumplido el nivel necesario también se ha retirado bajo las mismas premisas y como te digo, no ha sido, si me preguntás en tres años, uno, dos, no más.

-Claro, no ha habido casos donde se haya requerido alguna intervención o de acción más concreta...

No, no, creo que no, bueno yo que soy bastante chusma de esos temas porque me gusta lo sindical también, no, no ha habido.

-¿Y por qué no te has afiliado o por qué...como decís que te gusta, digo...?

Sí, no, no, la verdad es un pendiente para este año, eh... no, no ha surgido, no he tenido el tiempo, yo trabajo ahí y también doy clases, tomé clases, tengo varias cosas, y bueh... no he podido ver a mi sobrina más de dos veces este año y vive a seis cuadras, imaginate por ahí si poder meterme en un embrollo de esos lindos pero que te dedican tiempo. Yo creo que lo haré en algún momento, visiones sobre el sindicato en la empresa hay varias, digo entre trabajadores, entre pares me han dicho “está bueno, puede servir”, y hay otros que me han

dicho “no tiene mayor sentido”. En Córdoba, yo creo los trabajadores de prensa viven una situación bastante eclipsada porque hay una empresa que es la que realmente tiene una dimensión determinante, en toda discusión laboral, y es La Voz del Interior, entonces la verdad que todas las otras empresas quedan chicas al lado de La Voz del Interior, por lo cual los parámetros de discusión entre el sindicato y la empresa que es La Voz del Interior, casi siempre van a marcar el surco por donde todo el resto va a tener que seguir, entonces es como... quizás en algún aspecto al vicio, pero sí creo que en algún momento la discusión sindical va a necesitar de estas visiones particulares del resto de las otras empresas, yo creo que en muchas otras provincias debe pasar lo mismo, es decir que hay una o dos empresas que marcan la cancha en absoluto, y después lamentablemente los periodistas de prensa o los trabajadores de prensa que están en una empresa con cinco empleados tienen un poder de discusión muy relativo. O de lograr ser representados en un sindicato que tiene trescientos de una empresa y después tiene cinco, dos, tres, cuatro, quince, veinte, de otras, entonces eso es muy particular. A su vez, me parece que toda estructura sindical debe vivir una necesidad de renovación... sin conocerla, me arriesgo a decir que debe haber, porque pasa en toda estructura sindical del país prácticamente también, entonces... me parece que en algún momento me acercaré, me parece que en algún momento el gremio tendrá interés porque... más personas participen, o no sólo gente de algunas empresas participen, yo estoy hace tres años en Cadena 3 y jamás he recibido noticias del gremio o nadie me ha venido a interesar por afiliarme en ningún aspecto, entonces el sindicato tiene visible los trabajadores de prensa que las empresas contratan, pero a mí no me han mandado ni un mail, entonces, digo, nunca nadie se ha acercado, cuando ellos detectan que las empresas contratan gente, al menos no hay una estrategia para abordarlos, eh... el único contacto que ha habido con la empresa o que yo he detectado del sindicato para con la empresa es alguna que otra manifestación pública en la calle, con una premisa, y nada más. Si esa es la estrategia del sindicato para que los nuevos trabajadores de prensa -que pueden desconocer aspectos de la discusión con la patronal- se acerquen, me parece al menos insuficiente. Es decir, si el sindicato va haciendo marchas en la puerta de cada empresa, o digo, planta discusiones públicas, manifestaciones públicas, y eso cree que es el mejor llamador para que los nuevos empleados se acerquen, me parece al menos... insuficiente.

-¿Creés que está un poco alejado de la planta de trabajadores?

Y yo creo que, como te digo, estoy hace tres años, yo me imagino que debe haber estructuras y procedimientos por los cuales el sindicato se entera que Cadena 3 ha dado de alta a un nuevo periodista, o que ha cumplido su ciclo de prueba y que ya está contratado y efectivo, me imagino que el sindicato tiene ese poder de auditoría o monitoreo de cuáles son

los nuevos periodistas que contratan las empresas, y a mí no... a ver, si vos me preguntás cómo yo dirigiría un sindicato, haría eso, al menos, estaría pendiente de cómo... además, en un estado de situación donde las empresas están echando gente, más pendiente estaría de las altas que están dando las empresas, para ir a buscar que esas personas estén afiliadas, formen parte de la discusión, se encuentren conmigo. Eso, yo por lo menos no lo he detectado.

-¿Esto vos lo percibís entre tus colegas, hay algún comentario...?

Sí, yo creo que si averiguo hay gente que está hace diez años y quizás nunca ha tenido contacto con el sindicato, y me parece una lástima porque no hay que esperar que a mí la empresa me acerque como trabajador al sindicato, es el sindicato el que tiene que venir y, como te digo, investigar y sondear y formar y lo que fuese, a venir a hablar conmigo. Es más, si la empresa, o si en esta empresa o en otra, no hay una representación sindical, con más razón, es decir, yo te aseguro que quien dirige el sindicato de trabajadores de prensa en Córdoba sabe muy bien quiénes son cinco o seis tipos de Cadena 3 que están hace treinta años en Cadena 3, porque deben tener su misma edad, entonces... si no hay por lo menos por ese lado una entrada para descubrir los nuevos periodistas, sin duda el sindicato está perdiendo gente, que son ingresos, visiones que son discusiones posibles con las empresas, y afiliados, entonces... es una lástima. Ese es el estado de situación por lo menos, mía.

-Una última cosita porque dijiste que dabas clases también, recién, ¿Complementás entonces tu salario de periodista con el de profesor, se te hace necesario?

Sí, yo soy ayudante de cátedra en el Colegio Universitario de Periodismo, no lo emprendí a ese proyecto como un complemento salarial, no lo vi... digamos, gracias a Dios no tuve esa necesidad, eh... lo veo más como un complemento netamente profesional y de formación.

-De formación, bien...

Pero no, no... entre mis compañeros había dos o tres que daban clases en algún aspecto, en algún momento, nunca escuché que signifique ese trabajo un real complemento o sustancial complemento salarial, no. Lo hacían porque les gustaba, en su mayoría o creo que los pocos que lo hacían, ya no lo hacen.

Bien, bueno, gracias

Entrevista a Gonzalo Toledo: Octubre de 2017

Entrevistado: Vos estás laburando y le estás quitando, de alguna manera, el trabajo a un compañero. Hablo de los diarios. Hacia dónde van los diarios es hacia unas redacciones donde haya cada vez menos fotógrafos y eso porque el teléfono y esto (la PC), y porque el redactor nunca tuvo... no se discutió en torno a decir “yo no soy fotógrafo y si yo voy con este teléfono y hago la foto por el mismo precio, además de ser explotado yo y abusado, le estoy serruchando el piso al pobre diablo que el día de mañana la empresa va a decir ‘para qué quiero contratar fotógrafo, si ya logré que mis trabajadores redactores acepten sin decir mí hacer esas tareas’”, porque eso es lo que pasa según mi opinión. Yo lo que planteaba como alternativa a eso, que lo he planteado aquí y como delegado lo he planteado con mis compañeros, es que incorporemos una figura dentro del convenio que especifique que las tareas vinculadas a las nuevas tecnologías estén vinculadas y que tengan una carga salarial que represente, que la empresa le pague al laburante un plus, que después se discutirá cuál será el plus, qué porcentaje del sueldo representa ese plus, para que la empresa pague por esas tareas por las cuales está laburando un trabajador que no las está cobrando. El discurso empresarial pretende naturalizar todo eso, por eso apunta a la formación de los periodistas de las escuelas privadas, para que ya salgan de esas escuelas naturalizado en su cabeza primero, que van a laburar y van a hacer foto, y van a hacer video y van a editar, porque no sólo es hacer la foto que vos hiciste la foto y que alguien la va a editar, la vas a editar vos. Y para colmo, naturalizar que la jornada laboral no es de seis horas sino que es de ocho. Que es un tema central en la discusión eterna del capitalismo y los laburantes. La jornada de ocho horas es una conquista laboral que se consiguió con sangre, con muertos. No se consiguió con diálogo. Los laburantes que pusieron lo que había que poner fueron a pelear por decir “Loco, no podemos laburar 12 o 14 horas”. Y ahora, la jornada periodística es de seis horas que, con las nuevas tecnologías, es una jornada extenuante. Pero la empresa pretende que la jornada sea de ocho. Y como eso no se puede lograr, porque el convenio no lo permite, lo que ellos hacen es naturalizarlo en los nuevos periodistas, los estudiantes de las escuelas que se están formando hoy. Con el viejo cuento de que así van a conseguir trabajo.

Y la otra dimensión que también impacta mucho en el trabajo, y ya no tiene tanto que ver con las condiciones laborales, sino que tiene que ver con la calidad del trabajo. Y con la esencia de ser un periodista. Vamos a poner un ejemplo: en casi todas las páginas web que están vinculadas a medios de comunicación, se produce un cúmulo de noticias, se repiten y se repiten. Y se replican. Y de eso, no hay una intervención, el periodista no está presente. Como Google tiene su estadística, la estadística no miente, entonces vos decís por ejemplo... puedo ser un poco irónico, pero yo siempre soy de esta manera.

- **Nosotros también.**

El video del perrito de tres patas que baila la tarantela tiene 1.500 clics. Eso es estadístico. Hay un totalitarismo sobre el cual vos no podés discutir que es que los que comandan las webs se fijan solo en los clics. No en la calidad, ni siquiera se fijan en la veracidad del contenido. O, como puede suceder, ni siquiera se fijan si ese contenido es de hoy o es de ayer. Puede ser que reproduzcan una información que fue falsa en su momento, que fue falsa en 2011. Pero como circuló ese día por Twitter, o por Instagram, o por cualquier red social de internet y eso generó una nube de clics, el periodista tiene que hacer... y ahí entra en crisis, más allá del salario, más allá del laburo, más allá de las condiciones laborales, entra en crisis la esencia de tu trabajo. Porque vos estás reproduciendo un material que no tenés la posibilidad de saber si es veraz. Voy a poner el ejemplo de una nota que yo he visto en millones de webs, que es falsa. Es una tontera, pero hay un comentario que siempre es recurrente en muchos lectores, que dicen “si boludean con esto, ¿cómo será con las cosas importantes?”. El tipo se alarma, porque dice “che, estos no mienten con esta tontera, ¿con cosas importantes qué harán?”. Es una crisis a la que no se le presta atención. Hay una información que dice que en la Municipalidad de París se le va a pagar un euro a todos los que vayan a laburar en bici. Buscala, si tenés google. Les van a pagar un euro por kilómetro recorrido en bici al trabajador. Y se ha publicado, y se ha reproducido millones de veces, y es falsa la información. Pero tiene clics. Entonces, por ejemplo, el laburante que está en la redacción, yo estoy sentado en la redacción, y vienen y te dicen “Se murió Fidel Castro”. A Fidel Castro lo mataron quinientas millones de veces hasta que finalmente se murió. “¿Y de dónde lo sacaste? Está ahí en Twitter”. El periodista siente que hay un alerta. Lo que tiene que hacer el periodista es confirmar. Llamás por teléfono, hablás con alguien. ¡Llamá a Cuba! Los periodistas tienen los medios para hacer esas cosas. Pasó millones de veces. Diarios que son más prestigiosos que los diarios de Córdoba, La Nación o Clarín, en sus cuentas de redes sociales, se han hecho eco de noticias falsas. Y eso para el periodista es una presión porque se impone esta lógica y esta dinámica al punto que el periodista que levanta la mano y dice “Miren, no lo tengo confirmado” queda en la posición marginal, queda como loco, también “vos siempre con lo mismo”, eso genera un estrés porque de última ganás poco, ganás mucho, te pagan mejor, te pagan mejor, porque también hacés esto porque está tu imagen, vos no querés quedar como un ridículo. “Che, loco, mirá, publicamos esto y ahora tenemos que salir a decir...”. No las empresas periodísticas, pero sí los que manejan el tema de internet, que son más marketineros que periodistas. En el caso de muchos diarios, se siguen lineamientos diseñados por gente que son más marketineros que periodistas. Entonces, estamos en el problema complicado, pero el marketing puede ser algo que te sirva, pero vos siempre necesitás periodistas para tomar decisiones. Pero esa gente no comprende

que en un diario, o en lo que antes se llamaba la prensa gráfica que ahora está mutando, tiene un solo capital que es el crédito que sus lectores tienen sobre ese medio. Es el capital más valioso que tiene, porque si vos dejás de creerle al medio, porque el medio te empieza a vender... a publicar noticias falsas, o noticias malintencionadas. Porque ni siquiera estoy hablando de una parte importante del negocio que ya no tiene que ver con las nuevas tecnologías sino que tiene que ver con el capitalismo superconcentrado que es otro capítulo. Hay mucha información en los medios que es publicidad que está pagada y se trata de confundir al lector con un lenguaje medio ambiguo para que no quede del todo claro. Nosotros nos atajamos y ponemos “contenido promocionado” así chiquitito que se vea apenas... “Espacio patrocinado”. Hasta la revista Rolling Stone. Vos entrás a rollingstone.com.ar, te ponen una nota con una banda y arriba chiquito dice “espacio publicitario”. Es decir, ellos le han cobrado a esa banda... como determinados suplementos de salud por ejemplo que tienen contenido que no son periodísticos. Esto no es teoría conspirativa, esto está a los ojos de todo el mundo. Lo que yo he visto, yo no estoy diciendo que esto sea un plan diabólico de gente que está escondida en un sótano. Pero volviendo a lo otro, esta gente que maneja hace que se pierda la credibilidad que tiene el medio y eso es parte de la vorágine de internet. Son estas dos dimensiones en las que no se debate, no se discute, esto es como que nos atropelló. Está la cuestión de la explotación laboral, todo esto que hablamos recién de las horas, de la fotito, del videito. Ya empezamos, por un lado, no sabemos si tiene importancia o no que sea veraz. Lo importante es que yo estoy en el Facebook y lo importante es que tal nota tiene más clics entonces yo tengo que ir por ese lado porque ya el clic te determina tu agenda del día, porque cualquier noticia absolutamente irrelevante se necesita que tenga cobertura porque fue tendencia en Twitter o porque tiene un millón de visitas en YouTube y hay noticias que son noticias sólo por eso. Entonces, ahí también está el periodista en crisis porque entonces ¿qué relevancia tiene? ¿Me entendés? “Oh, pero mirá, lo compartieron 700.000 tipos”. Sí, está bárbaro, OK, pero las redes sociales son una cosa y yo estoy acá para otra cosa. Ni siquiera te estoy diciendo que estoy acá para voltear al gobierno con una publicación, porque tampoco para eso. Pero por lo menos, tener espacio, centímetros, minutos, segundo, para lo que considerás relevante y a la vez, que cada vez se pierde más de vista en los grandes medios -yo siempre trabajé por fortuna para mi bolsillo en los grandes medios-, el valor comunitario que tiene tu laburo. Porque, más allá de los intereses de tu empresa y que tu empresa pueda decidir qué materiales cubrir o qué noticias no cubrir, qué ignorar o qué destacar o qué visión falsa de un suceso imponer, vos estás ahí comprometido con tu comunidad. Vos, como trabajador de prensa, tenés tu compromiso con tu comunidad. En mi caso, yo trabajo en la parte de cultura y espectáculos.

Yo tengo que tratar, desde el lugar más honesto posible, darle espacio a las actividades culturales que yo considero que van a ser positivas y que van a enriquecer a la comunidad lectora de mi diario. Yo no puedo poner, no puedo ignorar a Luis Fonzi con “Despacito”, pero tampoco puedo hacer una página de eso porque es irrelevante periodísticamente.

- Y vos en tu tarea cotidiana, ¿sentís que te ves atropellado por esta vorágine y que te queda poco lugar para los temas que por ahí a vos te interesan?

Es una disputa permanente y cotidiana, en el caso concreto de mi sección. Está lo que la empresa y lo que algunos consideran que vende, y está lo que vos sabés que merece espacio. Entonces, todos los días es un poquito y un poquito, y ganarle algunos centímetros de lo que vos considerás que vale la pena. Si yo pudiera, lo haría distinto, a todo el laburo, si yo tuviera que editar. Diría “bueno, todo esta chatarra cultural la pongo porque no puedo dejar de pensar que es un diario, es un medio masivo donde hay gente que a lo mejor esta chatarra la quiere conocer, pero la voy a poner en un relieve distinto y le voy a dar más relieve a otras cuestiones, por una cuestión de territorio”. A mí me parece que el teatro, la música, el cine tienen esa cuestión de la doble faz: está la chatarra y está lo otro, lo que te hace a vos preguntarte cosas, cuestionarte, plantearte. Creo que en un medio masivo te acostumbra a la chatarra dominante, pero uno trata un poquito de mecharla, de robar un poco de lugar. En el caso del periodismo de espectáculos y cultural, es un lugar de resistencia. Nosotros estamos ahí resistiendo, pero no porque seamos héroes, sino porque las empresas periodísticas saben -y ahora con esto de los tuits peor todavía- que la chatarra es lo que empuja la nave. Entonces, van a hablar 400 horas de Messi y van a decir por lo bajo, así rapidito, “comenzó el Festival Latinoamericano de Teatro, esta tarde se presenta una obra de Suecia, mañana una obra de Italia”. Eso lo van a poner así comprimido y van a hablar 500 horas de absoluta irrelevancia, vinculadas a que quienes conducen la mayoría de los medios están dominados por el clic y gente de marketing. Y no son periodistas. Y eso para mí explica gran parte del fracaso del periodismo hoy, porque no me imagino al colegio de escribanos manejado por abogados: lo manejan escribanos. Una clínica no la maneja un veterinario: la maneja un médico. A una empresa periodística, hoy no la maneja un periodista: la maneja un empresario y un tipo de marketing. Y eso es lo que tiene la última palabra. Y ahí choca, para mí.

-Sí, uno de los apartados que teníamos para hablar...

Sí, yo hablo un montón, ustedes graben pero no se vayan a poner a desgrabar todo, porque se van a volver locos.

-En el Estatuto se establece la Cláusula de Conciencia, un pequeño margen. En realidad, en la práctica, ¿cuál es la situación concreta?

Ahí hay un punto donde yo considero que también está la importancia de la conciencia individual. Hay cuestiones que son importantes pelearlas desde lo colectivo, pero también hay acciones que requieren desde la individualidad tuya. En caso de la objeción de conciencia, es respetada.

-¿Se utiliza?

He presenciado casos concretos de compañeros y compañeras que han dicho, por ejemplo, “yo sobre tema aborto no quiero escribir”. Y se ha respetado. Siempre se utiliza, por lo que he visto, en temas sensibles, no en temas menores. “Yo no voy a escribir sobre De la Sota porque soy radical” o “no voy a escribir de Belgrano porque soy de Talleres”. Entendés, esas cuestiones no lo he visto. Pero ahí hay un terreno donde tenemos que hablar de lo individual. Y ahí cada uno sabrá desde su conciencia si realmente ha actuado conforme a su conciencia. Me parece que las empresas tienen sistemas de premios y de castigos donde vos no vas a ser castigado por objetar conciencia, pero no vas a ser premiado, ¿entendés? Y se utiliza todo el tiempo esta situación: “está bien, no lo hagas, no te va a pasar nada”. Pero vos vas a empezar a ver cómo compañeros tuyos van a tener acceso a cosas que vos no tenés.

-¿Por ejemplo?

Se juegan los Juegos Olímpicos en Río de Janeiro y lo vamos a enviar a él. Son maneras. Yo me hago absolutamente responsable de lo que digo, si lo quieren citar así. La mayoría de las grandes empresas tiene un control muy absoluto de lo que se llama Recursos Humanos y que de por sí el nombre ya me cae bastante gordo. RR.HH. Son personas entrenadas, formadas para manipular a la gente. Me hago totalmente responsable de lo que digo porque yo estoy convencido de que es así. Esas personas están entrenadas para manipular a la gente. La forma de manipular al periodista es la posibilidad de un premio y la amenaza de un castigo. Van a manipular a las personas a partir del perfil que vean que tienen esas personas. Entonces, hay un tipo que diga “no me gusta el tratamiento de esta información, no me gusta que mi medio no sólo ya oculte el desastre que es la administración pública provincial sino que al contrario, ya empieza a hablar maravillas (risas). Ya entramos a otra fase de la cosa: ya no es que nos hacemos los tontos con que las obras de Schiaretti está mal hecha y que se hacen cosas que no sirven. Ya no es que decís que el Camino del Cuadrado está 40 días abierto, sino ya que tenés otra faceta donde tenés que decir 'qué maravilloso que es el Camino del Cuadrado'”. Ese laburante puede decir “No, yo no lo hago”. Eso se respeta. Pero ellos tienen muchas maneras de que se haga lo que ellos quieren que se haga. El Estatuto y el Convenio, para que no sean letra muerta, tenemos la obligación de hacerlos cumplir, como decía Agustín Tosco. Si nosotros los laburantes no nos damos cuenta de que tenemos la obligación de hacerlos cumplir, que no es un premio lo que está escrito ahí, que no es “ah,

está buenísimo, está re copado”. No, vos tenés la obligación de que se cumpla. Creo que en el caso de la conciencia, sí, se cumplirá en la conciencia de cada uno. Cada con su conciencia sabe si lo cumple o no.

No sólo haciendo cumplir, sino leyendo un poco, está claro que está desactualizado en un montón de cuestiones en el sentido de que hay roles o tareas que ya no existen.

-En ese sentido, ¿cuál sería la forma de hacer cumplir o...?

Lo que pasa es que ahí entramos lo que sería el Convenio. El Convenio se desarrolló y se preparó para una tecnología que hoy no existe más. El trabajo de la prensa vivió absolutos cambios tremendos en muy pocas décadas. Mi viejo es un periodista, ahora está jubilado, él empezó a laburar en el año 58 y se jubiló en el 2006. Atravesó por todo. Vos imaginate que pasó de escribir a máquina a escribir en un teléfono. Son cambios muy vertiginosos en muy poco tiempo. No es culpa del Convenio que el Convenio no esté actualizado. La actividad cambió. Es necesario, yo lo he planteado acá en el sindicato, no esquivarle más el bulto y decir “actualizar el Convenio, incorporar nuevas tecnologías”. Eliminar... hay cosas que no hace falta ni eliminarlas. El Asistente de Cámara. Porque antes las cámaras de televisión que iban a la calle necesitaban que fuera otro tipo a llevar la batería. Pero eso estaba, existía en ese momento, o sea, se contemplaba la salud, la seguridad y el salario del pobre flaco que tenía que ir al lado del camarógrafo con la batería, con un cable que iba enchufado a la batería a la cámara del cámara.

-Claro.

No hace falta eliminar eso, está ahí, quedó ahí. Me parece que la gran discusión está en que para discutir el Convenio las grandes empresas van a intentar avasallarte. Y hay dos temas fundamentales donde las empresas quieren ir: una, eliminar las jornadas de seis horas y convertirlas en jornadas de ocho. Y otra, eliminar la antigüedad que ellos dicen que no quieren pagar la antigüedad. Que son cosas que el Convenio nuestro tiene que las empresas no pueden ignorar. El Convenio nuestro contempla un montón de situaciones especiales. Está contemplada, por ejemplo, una compensación especial que se le trata de dar al laburante de prensa porque el laburante de prensa pasa por un montón de situaciones que otros trabajadores no pasan. Hay una cláusula para proteger la fuente laboral de los periodistas que estaban en la mira de la Triple A o en la mira de algún hijo de mil que nos quería matar. Un periodista que se tenía que ir del país, por ejemplo. Agarrar un bolso y pirarte. Hay una cláusula que dice que podés ausentarte del laburo por un año. Laburar seis horas no es un capricho. El periodista tiene un desgaste que es muy grande, y está comprobado: la esperanza de vida de los periodistas es muy baja. Es una de las profesiones con menor esperanza de vida. En promedio, los periodistas se jubilan y en un par de años se mueren.

Por eso se paga la antigüedad por ejemplo. Porque un tipo se está dejando la vida ahí adentro. Por ejemplo, yo laburo en Día a Día, hace catorce años que estoy y tengo una antigüedad que debe andar por los 3.500 pesos por mes. Y la empresa considera que eso es un abuso, que está mal, que no pueden regalarme eso. Entonces, cuando llegue la hora de discutir qué hacemos con internet, y te vas a sentar en una mesa con los empresarios del otro lado, y te van a plantear la jornada de 8 horas y no más pago de antigüedad. Para lograr llegar a un punto de negociar cualquier cosa, tenés que tener fuerza. No hay otra manera. Dialogando no llegás a ningún lado. Por eso hay tantos paros, por eso los gremios fuertes paran. Porque el empresariado siempre te va a tratar de dar lo menos posible. Y del otro lado estás vos. Hablando, nunca hay un acuerdo. Tiene que haber fuerza laboral que diga “vamos al paro”: Lo otro es engañarse, porque las empresas te dicen “dialoguemos”. ¿Qué querés dialogar? Si yo te estoy pidiendo esto y vos me estás diciendo que no. La inflación va a ser de 40%, y vos me querés dar el 25%. La negociación se trata de tener poder de fuerza, de un lado y del otro. Ellos tienen poder, vos tenés que tener el tuyo. Si no, no estás negociando, ni dialogando. El más fuerte domina al más débil. Es bastante cruel, pero así es.

- ¿Qué pasa en este sentido? El sindicato, ¿qué rol cumple?

Es un tema complicado. Nuestra conducción sindical no ha reaccionado de una manera... sobre todo, ante Internet. No ha tenido una reacción de “a ver cómo hacemos”. Yo no digo tener la verdad, ni saber cuál es la respuesta. Pero yo planteaba “lo hablemos al tema”. El colectivo de trabajadores, nos sentemos a discutir, nos puteamos, nos decimos de todo en la cara, pero lleguemos a un acuerdo, a una conclusión democráticamente de decir “hagamos esto” y lo hagamos. Este sindicato, o esta conducción, no han actuado de esa manera. Es como... no sé, muy al estilo elefante. Todo así, lento, despacito... y esto va avasallándote y creo que al menos hubiera sido positivo tener una discusión, empezar por un punto. “Bueno, vamos a discutir, ¿qué hacemos?” Porque mientras eso no pasa, las empresas te van atropellando y se aprovechan de “un vacío legal”. Che, pero yo soy redactor, ¿por qué tengo que sacar la foto? Y el gremio, viste... toma conocimiento, vos venís y decís “che, loco, los negros de Canal 8 están calientes porque los quieren hacer transmitir por Internet, todo por el mismo sueldo y este otro está chivazo porque tiene que llevar el teléfono y hacer videitos”. Y te van comunicando todas esas cosas, y te dicen “más despacio”. Yo me peleo mucho. Quiero que sepan que esa es mi opinión, mediada por mi subjetividad. Yo lo que veo es una hipertrofia. No hay reacción. No la veo, no la he visto, y esto te va pasando por arriba. Pero no porque los empresarios sean cucos. Ellos están para eso.

-¿Tus colegas están afiliados?

Muchos han estado afiliados. Se desafiliaron muchos en distintas situaciones. A nivel general, el descrédito general que tienen los sindicatos, se llamen como se llamen. Hay una crisis total en ese sentido. En algunos otros sindicatos, está dado por esto que es maravillosamente increíble, que a nadie se le ocurre preguntarse por qué los sindicalistas son millonarios. ¿Por qué son millonarios? Yo soy delegado, yo gano 22 lucas por mes. Mañana me nombran secretario general de un gremio y paso a ser millonario. O sea, no es que el descrédito está mal fundado. O “piensa mal y acertarás”. Vos ves sindicalistas que son millonarios. Acá, no son millonarios. Ya sería muy increíble: de ganar 25 lucas a ser millonarios, medio raro. Bueno, eso en general. Por otro lado, mi generación que son los que tuvimos que intentar integrarnos al mercado laboral en la década de los 90 somos una generación muy castigada en la prensa. Mi generación es la generación que se encontró con los medios de Córdoba en franco retroceso en el sentido de que los grandes medios empezaron a echar y echar. Fue muy difícil integrarnos al mercado laboral y en eso, es como que hay una mirada de desconfianza hacia el sindicato. En mi generación, hay muchos que no se han afiliado nunca. No que se afiliaron y se desafiliaron, directamente jamás pensaron ni en la idea de afiliarse, ¿entendés? Y está dada por estas dos instancias: el descrédito general de la sociedad hacia cualquier asociación sindical y sus dirigentes, y la parte particular de mi generación. Yo te digo, yo entré a laburar en LV2 en el 93. Tenía 19 años. Y se fundió. Y desapareció. Y entré a laburar a La Voz del Interior y dijeron “bueno, muchachos, vayan”. “Che, pero...”. “Nada”. Y vos decías “pero che, ¿dónde está el sindicato acá? Para defendernos a nosotros”. Y no lo viste. Es duro. Hay personas que pueden decir “che, vos estás exagerando...”. Es duro. Yo no lo vi.

- ¿Qué formas de contratación hay? ¿Sucede mucho lo de trabajo en negro?

Los medios grandes, ahora, no tienen mucha gente en negro. Por lo general, se apegan mucho al contrato temporario y ahí hay un problema que es un abuso del trabajador porque por ejemplo la ley dice que no te pueden tener contratado toda la vida. Que llega un punto que, a partir del segundo o tercer contrato, tenés que tener todos los derechos de un trabajador estable. Pero como se aprovechan de todas estas cuestiones que vivió mi generación de “tenés que laburar porque no hay laburo”. En los medios serios, en las empresas más formales, se aprovechan mucho de esa figura. Entonces, “te contrato a vos por dos años” y vos, con toda la ilusión del mundo... Y te voy contratando eternamente hasta que vos decís “che... hace diez años que estoy acá adentro”. Le podés meter un juicio y se lo vas a ganar. Pero la intención del laburante no es meter un juicio: es laburar. Se usa mucho eso. Y se usa mucho un fraude laboral del que yo fui víctima, que es el monotributista. Yo trabajé en mis primeros años, muchos laburos los tuve que hacer así: inscribirme como

monotributista y facturarle a la empresa como si fuera un proveedor de tinta. Entraba por la cartera de los proveedores. Y a la vez, había que falsificar los formularios para que no quedara constancia de que yo tenía relación de dependencia laboral con ellos, como que yo le facturaba a ellos y a otras empresas. Fraude laboral. Esa figura todavía existe. No está tan aplicada como en los años 90. En los años 90 y en el menemismo, esa fue la generación mía, la que me tocó a mí laburar en el pleno auge del menemismo y su locura, donde se buscó destruir los convenios, flexibilizar el laburo, se crearon los contratos basura. Y eso nunca cambió. No es que después vinieron gobiernos excelentes que dijeron “vamos a modificar esto”. Y lo que se pretende ahora, el empresariado de ahora, porque esta es la realidad de las empresas: nunca se conforman. Ellos van por más. Lo que están planteando ahora: el gerente general de Mercedes Benz en la Argentina dijo “es injusto que las empresas paguen antigüedad a sus trabajadores”. No lo dijo el dueño de un supermercado de barrio, lo dijo el gerente general de Mercedes Benz. Y hacia donde ellos van, en un futuro si nosotros los laburantes no nos despertamos, por más que no creamos en nuestro sindicato, no tenemos otra herramienta. Si no nos gusta, hagamos otro. Pero no podés no tener un sindicato porque justamente, es el sueño de los empresarios. Ellos pretenden.

Busquen el material si les interesa el tema: negociaciones que ya no sean colectivas. ¿Por qué no tienen que ser colectivas las negociaciones? Porque pierden fuerza. Entonces, negociaciones por empresa. Todo el tiempo que nosotros vamos a discutir salario al Ministerio de Trabajo, cuando ellos dicen “bueno, ustedes piden un aumento pero hay empresas que no lo pueden pagar”. Maestro, ustedes son el empresariado, nosotros laburantes. Si los compañeros de los medios más chicos no están nucleados en nuestro gremio y tienen que ir ellos solitos a discutir con la empresa, ¿qué van a conseguir? Ellos van por eso, van por no pagar las vacaciones. En EE.UU. No se pagan las vacaciones. Tanto que se habla de EE.UU., todo eso que se dice... no se paga. ¿Vos querés vacaciones? Tenés todas las vacaciones que vos quieras, pero no se pagan. Tengo un amigo que trabaja en BBC, en EE.UU. -BBC es de Inglaterra pero él labura en EE.UU., amigo mío de toda la vida- y él se puede tomar hasta cinco semanas al año pero no se las pagan. BBC. Claro, pero gana 4.000 dólares, está bien. Si vos decís que te voy a pagar 4.000 dólares por mes, bueno, la pienso a las vacaciones... pero vos me querés pagar mil dólares por mes y que no tenga vacaciones. Porque eso es lo que ellos pretenden. Entonces, bueno, volviendo al tema es como decirte todo depende, todos estos convenios, todos estos estatutos, dependen de que nosotros los hagamos cumplir. La empresa no te lo va a cumplir. Es como cuando vos sos chico y tu mamá te dice “sos muy grande para esta boludez”. Y después le decís “quiero ir de joda con los chicos del barrio”. “No, sos muy chico”. La empresa maneja

así el convenio, para algunas cosas les sirve y les conviene y para algunas cosas no. “Che, pero vos me tenías que pagar tal cosa” “Eh, eh”. “Che, pero la hora esta sale tanto...”. “Pero yo te puedo pagar esto”. Pero cuando una parte del convenio a ellos les conviene, a rajatabla. Y vos te tenés que quedar callado porque está en el convenio. (Pausa) Yo me disperso mucho.

-Al contrario. Yo creo que ya estamos, porque tocaste todos los temas, punto por punto.

Es una cosa, que es... supongo que ustedes cuando conversan con los otros, van a encontrar muchos temas en común.

-Absolutamente.

Eso es algo que yo aprendí. Yo soy delegado hace 7,8 años. Empecé en 2010. Me di cuenta de que había un montón de situaciones en las que yo tenía compañeros sentados acá, el otro compañero acá, la compañera sentada más acá, y todos empezaban a dialogar porque era delegado y me empezaba a enterar de un montón de cosas y decía “puta madre, todos estamos viendo la misma foto”. Pero no nos hemos juntado a hablarlo. Por eso te decía antes lo de internet. Aunque sea, nos juntemos y lo hablemos.

-Nadie tiene una respuesta...

Mi viejo fue periodista en los años de Agustín Tosco y tenía conversaciones con él, porque Tosco era un tipo que hablaba mucho con los periodistas, entonces mi viejo siempre nos comentaba eso. Tengo sus textos que los publicó en la Universidad de Córdoba, en dos tomos hermosos. Son todos los textos de él. Y para mí, es un aprendizaje porque, por ejemplo, decía el tipo que establecía esta situación: hay que ir a asamblea, hablar en la asamblea, discutir en asamblea. Como un ejercicio democrático pero después decir respetar lo que asamblea resolvió, y vamos todos juntos para ese lado, esa es mi idea, mi dinámica, eso es lo que yo pienso. Yo puedo estar en una asamblea y no estar de acuerdo, pero cuando se votó y se dijo “vamos a hacer esto”, que se le llamaba unidad en la acción, vamos a ir por este camino, después uno puede... es un aprendizaje de ensayo y error, toda la historia del ser humano es ensayo y error. Nos equivocamos, bueno, analizamos, “che viste”, y estará el que diga “che boludo yo les dije que estaba mal”, bueno, aprendimos, entendés? eso se da en el terreno de la asamblea y se da en el caso de la prensa, que yo siempre lo critico a esto porque digo, somos laburantes y nuestro trabajo es la comunicación, y tenemos un terrible problema de comunicación entre nosotros, viene un tipo y vos sos delegado, viene un huaso y te dice “che loco, vos sabés que no me pagaron el franco, laburé el 9 de julio no me lo pagaron”, “boludo cómo que no te lo pagaron”, “no, me cagaron, no me lo pagaron”, “¿y por qué no me viniste a avisar antes?”, “tenés razón”, entendés? vos

decís, yo soy tu delegado pero yo no puedo saber qué está pasando si vos no me venís a contar a mí. Porque después fuimos a hablar en por ese compañero y la empresa dijo “fue un error, mil disculpas, sí, se lo pagamos”, claro, entendés? porque ellos juegan a eso, los tipos tratan de que la gente no se junte, vos les decís “vamos a hacer una asamblea”, “eh ,una asamblea, pero por qué una asamblea”, “porque tenemos que discutir”, dice “no, no, bueno, una asamblea, háganla cortita, quince minutos”, no, porque tienen que hablar. Vos vas a una asamblea, en una asamblea pasa que tenés gente a la que tenés que explicar todo, decís “ocurre que mirá... vamos a pedir que nos aumenten el sueldo” y el tipo dice “ay, y cuánto van a pedir?”, y tenés que... o sea... porque... es una ley de la vida, es lo mismo, qué se yo, la asamblea tiene que tener esa constitución de decir el que está sentado ahí al lado tuyo no sabe nada, está en bolas, lo tenés que despertar, decir “loco mirá, esto es así”, porque después pasa que en esa incomunicación, o en esa comunicación ruidosa, ganan siempre en río revuelto, ganan ellos, porque después vienen compañeros que te dicen “ah, no sabía que me correspondía cobrarlo”, si no se comunica esto, el delegado no puede saber lo que está pasando, y al empresa se ahorró tres lucas con este, tres lucas con aquel, vos vas y decís “che loco qué pasó por qué no le pagaron”, “oy sí, perdón, está mal, está mal”, entendés, y eso es así. El Convenio yo creo que hay que modificarlo, en algún momento va a haber que enfrentarlo, pero para eso, para redondear esa parte, hace falta una fuerte convicción y una fuerte unidad en el movimiento de los laburantes de decir “nosotros vamos a ir, a luchar, queremos un convenio nuevo, cómo lo vamos a conseguir”, tenemos que lucharlo, no te lo van a dar porque se amanecieron ese día de buen humor, tenés que ir y decir “bueno, estás dispuesto a ir al paro? vamos al paro, estás dispuesto a ir a la huelga? vamos a la huelga”, no se consigue de otra manera, y bueno, y lo otro, la otra dimensión es, creo que esa... ahí me siento un poco más decepcionado porque ahí no hace falta hacer paro ni asamblea, a esa hay que analizarla, a esto de que porqué yo tengo que hacer toda esta chatarra y porqué esto ya quedó como quedó, quedó que vos tenés que hacer “che, se murió Fidel Castro en Twitter”, y vos tenés que agarrar y hacer como que sí se murió, y que uno diga, pero esto también es individual, que uno levante la manito y diga “pará loco, Dejame que haga un par de llamadas, que pregunte, llamo a la casa, se murió o está vivo?”, porque sabés qué pasa, ataca la razón de ser de nuestro laburo, ataca la razón de ser de nuestro laburo.

Yo me pongo apocalíptico y te digo y el día de mañana estos tipos no van a necesitar periodistas, porque para lo que ellos pretenden no hace falta un periodista, es más, un periodista se puede convertir en un estorbo, porque van a decir “che esto, pará, yo no puedo escribir esta nota”, “bueno, vos no la escribís va a venir otro y la va a escribir, como no te

voy a castigar por, por su conciencia, pero tampoco vas a estar toda tu vida ahí, va a venir otro que va a hacer lo que yo quiera y yo le voy a pagar lo que yo quiera y el día de mañana vas a ver cómo a ese le mejoro todas las condiciones y vos seguís estando en el mismo lugar”. Ustedes van a pensar que esto es ciencia ficción: han comprado ahora un robot, que es una compu, se llama Echobox, que hace, suponete, vos subís una nota a la web, por ejemplo, Argentina empató con Perú 0 a 0, vos escribiste esa nota, no cierto, y son, cada párrafo es como un módulo, vos lo ves como si fuera un módulo que vos lo podés hacer así, o así. Ese robot toma esa nota, la divide, elabora con esos módulos dos versiones distintas del mismo texto, en distinto orden, eso ya lo hace el robot, modifica la foto, pone una foto distinta en cada una de las dos, y sube eso a Internet, de una manera que ciertas personas ven la nota A y ciertas personas ven la nota B, ninguna persona puede ver las dos notas al mismo tiempo en su computadora, hace una estadística de esas dos notas y la que tienen más clics es la nota que va a quedar definitiva. Cuánto puede pasar hasta que ese robot tome, en vez de esos módulos, tome cada palabra como un módulo y organice un texto, cuánto puede pasar, cuánto tiempo va a pasar, si un periodista... para qué le voy a pagar yo a un ser humano que me escriba la nota de Wanda Nara en su auto nuevo si eso no tiene ningún contenido intelectual, no tiene ningún esfuerzo por parte del tipo que lo hace.

-¿Dónde hay ese robot, esa máquina?

Está en la página de Vía País, que Vía país sería ahora Día a día, ya está funcionando, estuvo funcionando a modo de prueba y ahora ya está funcionando.

-Ah, en Vía País está funcionando?

Echobox, se llama.

-O sea yo puedo haber leído notas escritas por un robot, por ejemplo, y no me doy cuenta

La nota está escrita por un ser humano, pero el robot lo que hace es, elaborar dos versiones y se queda con la más popular de todas.

-Yo lo que había visto...

La Nación dice que tiene un robot que tiene un banco de frases y arma...

-Sí, eso había visto

... que está publicando cincuenta notas por día

-Eso lo había leído, sí, no de La Nación pero de un diario yanqui

La Nación tiene, lo está probando ahora, en serio, en serio lo están probando eh, no te pienses que es joda

-No, sí, yo no pienso que es joda pero sí lo había leído que era de un diario yanqui no me acuerdo cuál

Yo creo que en ese punto de Internet es necesaria la discusión nuestra, viste, de decir ustedes que están integrándose, o sea ya son comunicadores, ya están integrados, por más que sean estudiantes, porque estudiar es algo muy positivo pero vos decís, el periodista siempre va a laburar de periodista, aun cuando ni siquiera haya pasado por las aulas, es un oficio que se ejerce en la práctica también, y es un debate que para mí no se puede esquivar más, es como decirte viste, bueno, tengo todos los síntomas de que algo me está pasando en los pulmones y no voy al médico, y bueno, inevitablemente va a llegar un día que te va a pasar. Decís, me levanto todas las mañanas y escupo sangre, bueno flaco andá al médico, tenés algo en los pulmones, no, no se puede esquivar el bulto, y se está esquivando mucho, se está esquivando mucho, Internet nos plantea eso.

-Si, yo creo también, yo he trabajado en dos tipos de medios: uno que hacía el copia y pegue, y otro que es un medio que lo hacemos desde los barrios, que hacemos todas las notas en asamblea y que eso sí que no lo puede reemplazar un robot, pero a lo que hacía en el otro medio, que no voy a decir cuál es, hacía eso.

Claro, claro, y sí, porque ahí está el punto, vos decís suponete, Internet generó una gran crisis en el periodismo en Europa y en Estados Unidos, en algún momento fue una cosa muy crítica, se probaron distintas alternativas y ahora los últimos cinco años o diez años hubo tipos que dijeron “paren la moto, necesitamos periodismo de calidad”, tenemos que ir hacia un periodismo de calidad porque no podemos entrar en la chatarra en la que estamos, vos decís “bueno, está bien”. Vamos a poner un ejemplo, más allá de las aristas que podamos tener, Panamá Papers es un tema que ustedes saben que comenzó con un tipo, una persona que filtró información a un grupo de periodistas de distintos países, en Argentina a uno de La Nación, Alconada Mon, entendés? Esa es la prueba de que el periodismo tiene que ir por ese lado, no podés ser... tenés que ir hacia el periodismo de calidad, y los medios de acá, sobre todo los medios del grupo al que yo pertenezco, la calidad está en el último cajón de sus prioridades, o sea ellos no piensan en términos de decir “vamos a hacer esto”, hay muchas crisis en torno al periodismo, y hay otro mundo que es el que yo hablaba un poco, las publinotas y esta cuestión, que está planteando en el libro este que hizo Gabetta de Le Monde, sobre los medios y el Internet, es inconseguible, yo lo busqué, lo compré en una librería en Mar del Plata, lo busqué por años, se agotó todas las veces que lo lanzaron, un libro chiquito así, el tipo cuenta el caso de Le Monde, donde en el Estatuto de Francia la objeción de conciencia favorece al trabajador al punto que si el trabajador decide irse de la empresa por una cuestión de conciencia, lo tienen que indemnizar como si lo hubieran despedido, bueno, el nuevo dueño de Le Monde, del diario Le Monde fue, se presentó en la redacción y les dijo a los periodistas “yo soy el nuevo dueño de Le

Monde, a partir de ahora hay que publicar informaciones que favorezcan a mis otros negocios”, y ahí hubo cincuenta periodistas de Le Monde que dijeron “objeción de conciencia, renuncio, me voy”. Pero hubo otros que se quedaron, y el tipo les exigió eso, la condición para laburar acá es publicar notas que favorezcan mis negocios, que es lo que están haciendo.

-Si, no, por ahí no lo dicen así pero...

Que no, porque a mi lo que más me sorprende es que está a la vista de la gente, si vos prendés Cadena 3, no te está, no hay un cerebro diabólico atrás de la cortina, ¡lo estás escuchando! Vos ves Canal 12 loco, vos decís, yo a veces digo disimulen un poco, pero disimulen un poco, sacan notas, decís, “exitoso operativo de policía”, la policía en Córdoba es cualquier cosa menos exitosa, o sea, los huasos te ponen... cómo es, el grupo anti narco, es para cagarse de risa, nosotros recibimos en el diario la gacetilla...

(fin de la grabación)

Entrevista a Mónica Reviglio, octubre, 2017:

Bueno, yo más o menos le estaba contando a ella de cuando nosotros empezamos, yo tengo 37 años en los SRT, entonces es como que, cómo fue evolucionando la parte técnica, que en realidad fue muchos años de lo mismo y de repente de un día para el otro, como que entró la digitalización y que nos tuvimos que adaptar así...

-¿y en qué año será más o menos?

Y hará hace unos diez años más o menos

-¿2007?

No, o sea, no me preguntes exactamente pero yo más o menos le pongo por ahí, no me acuerdo cuándo fue. Que digamos, como que fue bastante... bastante de pasar a editar con cassettes a la parte digital, de tener que editar con el editor, sentado al lado del editor a tener que editar en la calle notas, mandarlas ya editadas, era todo un cambio no? Y que nunca tuvimos formación, siempre lo fuimos aprendiendo todo arañando, como ahora que tenemos que hacer redes, viste, y lo fuimos aprendiendo, tenemos especialistas viste, chicos que son más especialistas en el canal, pero una en la calle tiene que, o en el mismo trabajo, por ejemplo hoy no andaba Internet, entonces no podía andar la página, yo tenía un poco de Internet porque hay, hubo un problema con la fibra óptica que se rompió ahí cerca del CPC... sí, hay un quilombo, está toda la zona sin Internet, yo tenía un poco entonces agarré y subí un par de notas a mi Youtube, a mi canal de Youtube, después se lo pasé a la página par que lo pudiera subir, bueno, fue un quilombo, entendés? Pero eso lo hago porque yo sola lo aprendí, fui aprendiendo porque no me quería quedar, pero por ahí me hablan de cada

cosa que no tengo la menor idea, pero sí la polivalencia, esto de tener ahora, hoy por hoy que hacer varias cosas, es terrible, osea tenés que... antes íbamos, hacíamos la nota, mandábamos, y ahora no... tenemos que hacer la nota, tenemos que editarla, tenemos que sacar la foto, tenemos que subir el videíto, tenemos que salir por radio, tenemos que salir por televisión, tenemos que...

-y todo esto... ¿hay algo de todo esto que esté contemplado por el Estatuto, por el Convenio Colectivo, algo?

No, no, por eso justamente lo que estábamos hablando, lo último que tenemos es esto de que no se podía por ejemplo de que una nota tuya si se usaba, la usaba otro medio te tenían que pagar tres jornadas, bueno, eso lo pagó Canal 9 durante un tiempo, después no se pagó más, después no se pagó más...

¿Eso no se regula, no se controla?

¡No! No, porque tampoco está regulado, todo lo que es informático en nuestro convenio, no está, entonces menos que menos... nosotros por ejemplo, antes nos pagaban suponete nada más que por ser redactor o cronista, hace muchos años te estoy hablando, y después logramos que estaba ya dentro del Estatuto, que nos pagaran el 40% por lectura, entonces ahí ya nació un poco el redactor-lector que es prácticamente lo que tenemos todos, porque todos leemos, todos leemos off, entendés? todos tenemos que leer algo, entonces nos pagan a casi todos como redactor-lector, un 40% que lo dispone... pero cuando yo entré no se pagaba, se pagaba únicamente...

-Esto fue en los últimos diez años...

No, no, no, eso fue mucho más, te estoy hablando hace veinte, veinticinco años atrás.

.y una pregunta, ¿hay gente dentro del espacio de trabajo que se resiste a todos estos cambios? Por ejemplo esto que decís “yo aprendí porque me quise quedar”, pero gente que no aprendió nunca y la echaron?

Hay gente, hay mucha gente grande que sí, y es obvio, hay gente que tiene problemas con los celulares, y bueno nada, se va quedando, va haciendo lo que puede...

-¿Y el medio ofrece alternativas para que aprenda?

No...

-¿Qué significa que se va quedando?

Que se va quedando atrás, que hace lo que puede, yo por ejemplo, yo les contaba, yo soy muy inquieta, entonces yo tengo mi página de Facebook, tengo mi canal de Youtube, entendés? Y bueno cuando tenía el programa preguntaba, eso tener un hijo también (risa), y para colmo relacionista público, comunicador, entonces digo “¿cómo puedo hacer esto?” y él me dice “hacé así, hacé los sorteos así para que tengas más me gusta”, qué sé yo, viste,

pero porque uno se pone, no porque de repente te lo... te enseñen, o te ponés o te ponés, no te queda otra, sino quedaste, fuiste. Y encima que ya nos dicen dinosaurios.. y sí, porque nosotros somos ahora los dinosaurios de los SRT...

-Así les...

Algunos sí nos dicen así, y somos muchos, o sea somos un toco bastante importante, entonces, somos los dinosaurios, entonces no te tenés que quedar, yo dinosaurio no soy.

-¿O sea que hay una brecha generacional?

Sí, sí, hay una brecha generacional bastante importante, que tiene que ver con al entrada, por ejemplo, de más o menos... mirá, fue así: cuando yo entré ya había una brecha generacional con los que estaban, porque entramos muchos juntos, que somos los que hoy somos dinosaurios, y entró con el kirchnerismo entró mucha gente joven, entonces claro, nosotros somos ahora los dinosaurios, como que fuimos cambiando de dino. Yo recuerdo que cuando entré había un hombre que ya se está por jubilar y que, claro, no se adaptaba porque él estaba con las películas todavía, entonces no tiene nada que hacer, porque eso es lo que tiene, si no te adaptás llega un momento en que no tenés nada que hacer. Bueno, a este hombre le había pasado eso, no? Y ya se estaba por jubilar y qué sé yo, y él andaba con un papel en la mano. Entonces me dice: “vos tenés que hacer lo siguiente, mocosa: para que no digan que no hacés nada vos siempre andá con un papel en la mano” (risa)...

-Un papel y una lapicera...

Exactamente, vos andá siempre con un papel en la mano que la gente no te va a decir nada.

-¿Y eso se nota de alguna manera, esta brecha, en el trabajo concreto?

Y... sí, sí, porque inclusive ahora en los SRT está como esa brecha grande, viste, brecha no, ¿cómo le dicen? Grieta. Digo yo estoy al medio de la grieta entonces me trabo. Eh, sí, se nota, se nota mucho.

-Y por ejemplo esto que decías de que cuando no se adaptan quedan sin tareas: ¿eso suele pasar?

No sé si tareas... no, no, yo te decía en aquel entonces

-Ah, no es así ahora...

No, porque el cronista sigue siendo cronista, va a seguir haciendo las notas, pero por ahí, a ver... si vos tenés un cronista que no te maneja mucho los cortes, que no te maneja mucho la tecnología, yo por ejemplo sí estoy acostumbrada porque yo he tenido mi programa y (minuto 10:30) nota lo he hecho, cómo lo he hecho, choreando de Youtube, es así. Entonces yo por ejemplo un día fui y le dije al... al cómo se llama, al chico de informática y le dije “quiero que en mi computadora esté todo para chorear de Youtube. De Youtube, de

Instagram, de donde sea, de lo que sea, que yo tenga todo”, entonces... me puso todos los programas, entonces los tuve que aprender...

-Atube Catcher (risa)...

Atube Catcher, no, para mi el mejor es el Mozilla, que tiene los tres cositos esos, eso baja rapidísimo. Entonces, es como que uno se va adaptando, entonces yo hoy que ando en la calle suponete, digo “che, te mando la nota”, “pero no tengo imágenes”, “pero buscalas en tal lado, tal lado y tal lado que las vas a encontrar”.

-Entonces vos también hacés un poco de búsqueda de imágenes...

Sí, nosotros normalmente hacemos búsqueda de imágenes, entendés, pero por eso te digo, pero s hay otro cronista que no sabe esto, entonces un poco dificulta el resto del trabajo. Eso es, pero bueno, sino, como yo a la mañana, veo todo, lo que hay, lo que no hay, entonces voy y le digo “che, mirá, he hecho una nota con eso, buscá en tal coso que hay un video y se lo ponés al medio porque tiene que ver”, qué sé yo, porque ya se me hizo una costumbre chequear todo.

-¿Y de qué manera considerarás que todo eso podría ser de alguna manera regulado, regulado, amparado por el marco legal?

Y evidentemente por el Convenio, lo que pasa que para abrir el convenio... el problema es que no se quiere abrir el Convenio porque si no te van a pedir cada cosa que no te cuento...

-¿Como qué?

Los medios, los medios quieren precarizar, si vos abris el convenio te van a pedir obviamente todo lo que no quieren. La jornada de viaje, nosotros cobramos por salir de Córdoba, las jornadas de viaje, qué sé yo, horas extra, la cantidad de días de trabajo, todo lo que... hace rato que nos andan corriendo por eso. Entonces evidentemente no... pero bueno, de alguna manera hay que empezar a regularizar porque tenés que poner nuevos tipos de cargos, porque hoy la gente que está en redes son redactores porque no tienen otro cargo que ponerle...

-Claro, y hay un montón de categorías de cosas que ya no existen, que ya no se hacen...

No existen, rama de intendencia ¡¿a dónde, te imaginás?! Entre otras cosas que ya no existen, ¿no? Por ejemplo todavía está en el convenio el día femenino (risa)

-Sí, o lo del servicio militar...

Sí, toda una serie de cosas que evidentemente, nosotros siempre decimos que cuando abramos el convenio les vamos a tirar todo eso, sí, sí, pero los otros nos van a sacar volando “sí, sí, cuchame, que me venís con eso, no me importa, tomá te lo regalo”.

-¿Pero o sea hay un riesgo explícito de que si esto se pone en discusión pierdan derechos adquiridos?

Claro, sí, claro que se ha hablado, inclusive por otras cuestiones gremiales que tienen otros gremios que nosotros no tenemos, por ejemplo que todos los otros gremios tienen como una afiliación compulsiva nada más que por estar en la actividad, todos tienen, todos, nosotros no lo tenemos, pero si nosotros vamos a pedir eso, nos van a decir “¿ah sí? ¿ustedes quieren más platita? Bueno...”, entonces, es difícil, es difícil porque claro, entonces hasta cuándo, hasta cómo, que son creo las cosas que estamos tratando de ver digamos con la próxima lista, que yo también estoy ahí... cómo... es un desafío, hay que tener inventiva para hacerlo

-Y es medio como inminente, también, porque es una cosa... un estatuto de 1947...

Sí, yo creo que se viene flexibilización laboral para todos asique no sé cómo va a ser eso (risa) Pero... eh... sí, a mí también se me pone la piel de gallina. Pero... pero bueno... pero es un tema que hay que tratarlo, sí, sí, no se puede esperar mucho más... asique, bueno

-¿Y qué cambios te parece que... digamos, suponiendo que esto se pudiera hacer...?

¿Si yo tuviera que proponer? Eh... y no, yo propondría de tomar la parte, primero de los trabajadores autogestionados, darles un marco legal, porque hasta ahora no sabés si considerarlo patronos porque ellos venden publicidad y se mantienen y pagan por ahí le dan unos mangos a los que laburan con ellos, o considerarlos laburantes. Eh, y el otro, el tema de... el tema de las nuevas tecnologías, de irles dándole un marco, asique... pero, eh... yo lamentablemente creo que cada día hay más y más empleo informal más que formal. A ver, estamos hablando de 37 años de laburo en los cuales vos tenías posibilidad de estar en otros lados, entendés? Yo siempre estuve, por ejemplo tenía los SRT donde estuve siempre pero.. Tenía satélite, o estaba en LV3, cuando no era privada, o siempre estaba en algún otro lado

-¿Hoy no se puede?

No, ¡hoy no hay laburo! Yo estaba en LV2, hacía un programita en LV2 y me tiraban unos mangos... es más, a mí en LV3 yo no era empleada efectiva y sin embargo me hicieron aporte tres años, sabés como me suman ahora para la jubilación... entendés, entonces hoy no tenés dónde, ¿cuántos diarios habían cuando yo empecé? Los Principios, el Córdoba, y hoy...ya Clarín no sé si debe tener... creo, me dijeron que todavía tienen la corresponsalía acá pero te dicen “en tu casa, andá a laburar, mandá una cosa y lo mandás” ¿entendés? Es distinto, tenías donde se vendía el diario... o sea, lo que está pasando con el

tema de los diarios, yo el otro día me reía porque para mí es todo un culto, el domingo, sentarme a leer el diario, los desparramo...

-Con el desayuno y los diarios...

Con el desayuno, me encanta, y el otro día dije “estoy leyendo noticias que leí ayer, en Internet, ¿te das cuenta?” O sea te das cuenta que...lo hago porque todavía me gusta, pero en el canal ni leemos los diarios, ustedes se ríen, fijate, yo me acuerdo que cuando yo entré, si vos no te sentabas, y te miraban todos ¿eh? y te pasabas todos los diarios, todo todo te lo tenías que leer, no eras buena periodista. Hoy nadie lee el papel, porque lo primero que hacés es conectarte a las redes... entonces evidentemente está provocando un cambio grandísimo, sobre todo en la parte de los diarios, viste, que evidentemente tienen que hacer maravillas para seguir vendiendo.

-Y a la hora de producir noticias, ¿es medio así? ¿no hay tiempo para ponerse realmente en una investigación, en un chequeo de fuentes?

No, no, en una época nosotros lo hacíamos pero teníamos los equipos... ¡no! A ver, en los diarios sí, sí tenías... y lo seguís teniendo el tiempo, ¿entendés? porque el diario por ahí te larga en la web te larga un título y... medio, después te hace el desarrollo, o no, depende lo que le interese, pero tenés los espacios de opinión, en cambio nosotros viste... es más difícil, es muchísimo más difícil, nosotros somos una máquina de producir, lo que pasa es que nosotros sí sabemos cómo manejarlo, cómo manejar las fuentes y todo lo demás, pero... pero no, no tenés mucho tiempo, no tenés mucho tiempo, lo único que sí ahora andás con esto (celular) entonces cuando no te acordás algo “chiqui, chiqui”, googleás todo y chau, y ahí te sale por ahí cosas, que necesitabas saber.

-¿Y los temas y las tareas que tenés que ejercer cotidianamente, están supeditadas por esta “cadena de montaje” o podés elegir temas de tu interés?

Sí, sí, yo elijo, puedo... bueh, ponele. A ver, algunas sí, otras no, hago varias notas yo durante el día entonces tengo opción de elegir algunas y otras no, además vos sabés que en televisión salís a la mañana y después no sabés dónde terminás, en radio también viste es como que, todo lo que es calle te lo va dando la misma dinámica del día, a mí me hacen tratar más los temas de género, porque estoy en eso, hay otros que tratan más política, qué sé yo, hay algunos chicos que no les gusta tratar ninguno de eso y le gusta los policiales, y bueno, pero por ahí te toca que no hay nadie que vaya a cubrir otra cosa y hasta espectáculos tengo que cubrir

-Pero más o menos se respeta eso de que hay periodistas como vos que estás en género “¿hay algo de género? Bueno...”

Si, sí, eso se respeta, sí, se respeta.

-Mirá vos, sos la primera de los que entrevistamos que nos dice eso...

Mirá, bueno, yo, en mi medio, qué sé yo por ahí...

-Sí, no, por eso, por los medios digo

Sí, en mi medio sí, no significa que no vaya a cubrir una nota de espectáculos, pero si voy a cubrir una nota de espectáculos yo llamo... o de deporte! ¿sabés las veces que me ha tocado cubrir deportes? Pero ¿qué hago? Llamo al periodista deportivo y le digo “che, escuchame...”

-Tirame un centro (risa)

Tirame algo viste (risa), porque finalmente sos vos el que lo va a presentar al aire y todo lo demás, por eso te digo, dentro de todo respetamos, cuando pasa algo de género me llaman a mi “che, ¿está bien que lo presente así?”, ojo que no pasa en todos los medios... menos en género, entendés? entonces, pero... pero bueno, qué sé yo, el tema es dónde vamos a terminar así, porque con esta instantaneidad de cosas, con esto que de repente esto es lo más importante y a los dos minutos esta otra es la nota más importante y te dio vuelta todo, que si bien siempre fue igual pero no era tan rápido, te obliga a tener una agilidad mental más instantánea, de inclusive tomar decisiones en el acto.

-Es mucho más difícil hacer una investigación...

Sí, sí, en una época tuvimos un equipo de investigación nosotros, eh... pero, no éramos los habituales, como que era un grupito... en la época, todavía estaba Jorge Cuadrado en el canal, cuando pasó eso, después se hizo otro cuando vino el chico este de ADN, cómo se llama,

-Tomás Méndez

Tomás Méndez, también ahí se hizo como otro grupo de investigación pero no, no se puede mantener, más en televisión y en radio, no, no... televisión y radio es muy instantáneo, si vos tenés que tener un grupo que se dedique a eso porque en una de esas, por ahí hay un grupo que está estudiando, que está investigando, que está sacando datos y.. y bueno, para hacer una nota puede ser toda una semana, viste, no puede ser el equipo de choque diario, y no hay plata para otra cosa.

-¿Y vos creés que esta instantaneidad obligatoria, disminuye la calidad de cada una de las noticias?

Sí, sí, te digo que sí, yo te lo digo que sí, no es como antes

-¿En qué?

En la rigurosidad de las noticias, entendés? A veces es más importante que salga, primero que salga, como esté, porque es importante que salga.

-La primicia es más importante que el contenido

Exactamente. Segundo, que salga y que por ahí no es lo más importante pero es lo más amarillo, es lo que más vende, y eso no lo puedo negar porque siempre, siempre pasó, entendés? Pero ahora se nota más, ahora se nota más que antes

-Y cómo se nota más?

Y porque hay más competencia entre los medios, entonces tal vez el que tiene la... la nota con más sangre es el que más se ve, entonces es... es como, como es todo tan rápido no tenés tiempo ni de pensar, viste “che, ¡tengo un muerto! Lo tengo, tengo, vos no sabés”. ¿Querés que te cuente? Es así, no te jodo. Es como yo te digo: “¿y, cómo está la cosa? Y, mirá loco, escuchame, acá logré hacer el tomuer, tengo toda la sangre, bueno, le sacamos un poco la cara, le pixelamos un poquito la cara para que no se vea pero ¡venite urgente!”.

-Claro, es un trofeo de guerra, antes que se enteren los otros

Claro

-Esta peli, ¿cómo se llama?

Nightcrawler...

Entonces, es como que yo noto que por ahí antes, o debatíamos un poco más, o era otra impronta, qué sé yo, yo siempre digo que los viejos periodistas que eran los periodistas que nos enseñaron a nosotros... o sea, fijate la diferencia. Los periodistas que nos enseñaron a nosotros, vos tenías que entrar y no tenías que hablar, te hacían cortar cables, me acuerdo nos hacían cortar cables. Cables, ¿ustedes no saben lo que son los cables?

-Los despachos de las agencias

Los despachos de las agencias, que es una tira así de papel, vos tenés que cortar, poner nacionales, internacionales, qué sé yo, y por ahí si venía algo urgente, que era urgente, lo decías viste, “che, mirá, tengo esto” al especialista de nacionales, internacionales, deporte. Pero ellos siempre nos decían “no hablés, escuchá, porque es la única manera que vas a aprender, escuchá cómo se toman las decisiones, cómo se trata”, ¿entendés? Nos hacían re cagar si hablábamos, no sabés. Pero son tipos formados en la bohemia del periodismo, hasta el día de hoy los respeto tanto, que creo que si estos tipos estuvieran trabajando en estos medios, pero ya se pegan un tiro, porque respetaban el estilo, respetaban todo ¿entendés? Ahora no se respeta nada, ¿que estilo periodístico? Pero ya, ¡olvidate! Ahora es cortar y pegar. Y eso es lo peor que nos puede pasar, cortar y pegar hoy, es... y yo lo hago. ¡Y yo lo hago! Tal vez trato de cortar y pegar muchas cosas, entonces después veo de todo, qué es, entendés, para no hablar pavadas, pero es que lamentablemente es así, es así porque no tenés tiempo, llego, estoy una hora “ch, ch, ch, pa, pa”, salgo a la calle. Y bueno, y por ahí tengo que... no me queda otra, sobre todo porque quiero seguir manteniendo las

redes, y aprendí sola, te reitero, aprendí sola. Me dice mi hijo “¿porqué no tenés Instagram?”, le digo “porque realmente me parece que no sirve”, para el periodismo no sirve, a mi entender. Sí el Twitter, el Twitter es impresionante. El otro día me había hartado de pedir una cosa a la Municipalidad que me arreglaran, se estaba por caer una lámpara, un lamparón así se estaba por caer, digo “le va a caer en la cabeza a alguien”, empecé a twittear, arrobé arrobé arrobé a todo el mundo, creo que hasta el Intendente. A la tarde, a las dos horas, estaba arreglado. Para mi el Twitter es lo mejor, es lo más instantáneo, es lo más veloz y es lo que mira todo el mundo.

-Sí, antes capaz pasabas horas y horas llamando y ahora...

¡Sí! Ahora no, no. Nada que ver

-Estabas hablando que había una diferencia entre cómo aprendían los nuevos antes, ¿cómo sería que aprenden ahora?

No, yo siento que no aprenden ahora, realmente. No. Y yo lo veo. Eso... y no solamente escuchar. Yo por ejemplo, mirá, para que vean que soy vieja, Gerardo López fue pasante mío, y en ese entonces yo recibía los pasantes ¿entendés? Osea, tengo muchos, muchos, chicos que están en la Voz del Interior que son jefes y todo, que han sido pasantes. A los cuales yo siempre trataba de transmitirles esto, no? “escuchá, fijate, vení”, yo lo ponía “vení a ver cómo edito”, hoy yo veo que entran y no hay nadie que les enseñe, y entran pensando que lo saben todo. Más que vos porque sos un dinosaurio. Eh... y me ha pasado, eso lo hemos hablado con los viejos, y además no hay quien te enseñe, porque si vos lo ponés, ella te enseña igual, y bueno... pero no. Lamentandolo. Y eso hace a una caída también de la calidad de la información muy grande, por eso te digo que hoy no se respetan estilos. Vos andá a preguntarle a cualquier periodista hoy por hoy “che, ¿cuáles son los estilos?”, y te va a mirar y te va a decir “what?”.

-Claro, quizás el perfil mismo de los nuevos que entran a trabajar ya tienen otra formación

Ya tienen el perfil, la mayoría ya tiene el perfil de la instantaneidad, ¿entendés?

-Community managers...

Ah, community managers también.

-Que es como un gran híbrido

Sí, sí sí...

-Y no sé si sabrás, ¿bajo qué modos de contratación ingresan los nuevos?

Todos, la mayoría está, al menos en la empresa, la mayoría ingresa con contrato a plazo fijo... o no, no, no... depende... (risa) depende cuán amiga seas del partido que esté en ese momento. Pero si sos más o menos amiga del partido que está en ese momento, o te

traen ellos, ingresás con contrato a plazo fijo, que teóricamente a los tres meses ya sos efectivo pero bueno, hay gente que todavía tiene plazo fijo hace rato.

-¿De la última camada?

Sí, sí, sí. Y tenés... nosotros tenemos algunos monotributistas todavía. Son los menos pero tenemos. Hay otros medios que tienen más monotributistas. Pero... asique bueno, pero nosotros somos doscientos cuarenta y tres, creo que somos doscientos efectivos, cuarenta contratados, y tres monotributistas, una cosa así. Sí, los monotributistas son los menos, se ha ido regularizando eso.

-Y, una pregunta, eso en cuanto a la línea editorial, nosotros... veíamos que la ley establece como esta Cláusula de Conciencia, digamos, donde uno supuestamente puede ejercer su derecho a dar su opinión, pero ¿realmente se aplica? En el sentido de que uno pueda decir opiniones contrarias a lo que, como decís, ¿el partido que justo esté? ¿O más o menos?

Depende el partido, hubo momentos en que no, hubo momentos que no, la primera parte del radicalismo cuando estaba Angelosz no. Me acuerdo cuando estaba Pompas nos mandaban, Pompas ponía plata y porque Angelosz también... siempre, el problema de los SRT siempre fue el mismo, cuando Pompas ponía plata, el banco social, bueno ustedes no se acuerdan son muy jóvenes, que terminó preso Pompas, que Pompas terminó preso, nos mandaban con el cuestionario, o sea no podías decir... ¿me entendés? Por ejemplo...

-Claro, te mandaban las preguntas

¡Sí, te mandaban las preguntas para hacerle! No vayas a querer re preguntarle. Por eso, eran épocas y épocas. A mi me llegaron a pedir la cabeza. Sí. Y bueno, porque, sí, qué sé yo, porque contestaba mal, o porque re preguntaba

-¿A quién, por ejemplo, te acordás algún caso?

(risa) Sí, bueno, pero no, no lo quiero decir, pero por ejemplo yo era amiga, y estaba trabajando en ese momento para la Municipalidad, pero porque estaba mal, hecha mierda económicamente, tenía problemas, entonces empecé a trabajar para la Municipalidad, para ese amigo mío que era Intendente, pero no, él me respetaba mucho, entonces yo estaba haciendo prensa ahí en un sucucho, viste. Y bueno, del otro partido llamaron pidiéndome la cabeza ¿me entendés? Y yo dije “escuchame, si yo estoy ahí metida, no tengo nada que ver, no molesto a nadie”, y llamaban pidiéndome la cabeza. Y a muchos, a muchos, Petete Martínez, Mestre padre, sabés las veces que (NO ENTIENDO 33:10), Petete, uf... pero Petete en un momento no tenía filtro, yo lo conozco desde que entró, desde que era periodista deportivo en LV3 lo conozco, con pelo y con rulos, o sea somos muy amigos, sí, lo conozco mucho, antes vivía en Alta Córdoba, cerca de mi casa asique lo veía más

seguido. Pero... pero Petete en un momento no tenía filtro, ninguno, y le pedían la cabeza cada dos por tres

-¿Y eso era una sanción o directamente...?

No, eso no era nada, alguna... nada, normalmente lo cuerpeaban porque sabían, a mí me pidieron la cabeza porque tampoco pudieron porque sabían que si me la cortaban iba a saltar por algún lado el otro, viste? “Ey, mirá, (porque es amigo mío)”.

-Sí, porque también, con los entrevistados que tuvimos, como que salían algunas anécdotas que no eran graves entre comillas, pero sí como pequeñas... cómo se dice... marcadas de cancha por ahí...

Sí, sí, no, si, uff, veinticinco mil... “che, no, no le des tanto”, o “ahora no le vamos a dar tanto a este porque nos está poniendo plata”, ¡pero esa es la libertad de empresa! Y no bueno, cuando te bajan línea te la bajaron, porque si no lo hacés vos te lo hace el periodista de al lado o sea, entonces qué optás, qué hacía yo, iba, hacía las preguntas básicas, qué, cuándo, cómo, dónde, con quién, las preguntas básicas, y arreglátelas con la nota. Ya está. Facilito.

-¿En algún punto el sindicato tiene injerencia en ese tipo de cuestiones?

No, no, salvo que fuéramos a pedir específicamente por algo que haya pasado grave

-Y no sucede mucho...

No, no, pasa que siempre tenés los jefes... a ver, siempre tenés el que viene, más que todo los que somos medios públicos. El que viene, tiene su gente, que controla a la de abajo, entonces por ahí viste, qué va a hacer, no lo decís vos, lo dice otro.

-Claro, no es que hay una opción

No, no, por supuesto que no, pasó siempre con todos los partidos políticos. Es más, ese que me pidió la cabeza hoy me anda buscando para que sea candidata. Sabés lo que va a tener que andar ¿no? (risa) Sabés lo que va a tener que andar ¿no? Asíque bueno, por eso no quiero decir quién es (risa). Pero... pero sí, pero siempre pasó, no era tan duro como con los militares, por supuesto, sin embargo vos tenías compañeros que te leían las proclamas militares... y sí, siempre vas a encontrar alguno que ponga la cara.

-Si no sos vos lo hace otro ¿y ahora cómo está más o menos?

No, los SRT, inclusive en la época de los kirchneristas, y eso que habían agarrado los kirchneristas el poder, agarraron... los mandos, y agarraron, eh... digamos, las conducciones de los programas. Entonces como que no tenés ahí mucho... eh, te digo los kirchneristas porque para decirte a qué partido pertenecían, no porque estuviera bien o estuviera mal

porque te digo, prácticamente todos hacen lo mismo, eh... ¿tengo que decir yo que a Macri lo odio? Lo digo no se hagan drama

-(Risas)

Sí, lo odio con todo mi corazón y mi alma, a tal punto que yo ahora pido no hacer notas políticas cuando viene, porque no puedo, es más fuerte que yo. No, no, te juro, sí, sí, es más fuerte que yo... Pero siempre pasó, como pasa ahora, ¿viste? Pasa lo mismo, o a los kirchneristas los han puesto en un rincón, que no hacen nada, o sea no los echaron pero es, nada, es la nada misma

-Están sin tareas

Y sí, con muy pocas, casi nada

Sí, a veces ves a los que antes conducían los programas en el prime time haciendo móviles, o...

O nada, no, nada, porque no están en el noticiero, los sacaron del noticiero. Volvieron a poner los viejos, yo volví a salir a la calle, le digo “estoy viejita ya para salir a la calle”, pero no, pusieron de nuevo todos los viejos a la calle, y según ellos te dicen “bueno, porque la calidad, que se nota la diferencia”, “y bueno, pero nosotros algún día nos vamos a tener que ir, prepará a otra gente”. No, no, porque no es esa la verdadera razón, porque cualquier jefe, lo sienta, le marca dos pautas y ya está, ya saben cómo hacerlo. Pero bueno... chicos yo creo que me tengo que ir, perdón, no no, porque tengo la reunión arriba

-Igual justo ya estábamos terminando.

Ah

-Solamente del sindicato, la parte del sindicato por ahí...

Sí, bueno, con el sindicato yo, rápidamente te digo, yo conocí cuando entré a trabajar estaban separados en Círculo Sindical de Prensa y Sindicato. Después bueno, se hizo la unificación, eh... tuvo épocas de esplendor, el Sindicato de Prensa fue muy fuerte en su momento, como que hoy no lo tiene, pero bueno, estamos todos, yo creo que hay muchas cosas para cambiar, hemos perdido mucha fortaleza ante los medios hegemónicos, que como son muchos, tienen más poder, y encima nosotros, es todo como una debacle que se ha ido dando, por eso es que hemos tratado de volver ahora, o de venir, yo nunca fui sindicalista salvo delegada, en mi medio, pero... digamos... el sindicato estuvo siempre en las peleas, por ejemplo, cuando se peleó por los SRT, cuando los SRT los querían cerrar, el sindicato estuvo con nosotros, todo el tiempo, nosotros dormíamos adentro de la empresa.

-¿Cuándo fue eso?

Eso fue en el año '89, por ahí... '89, sí nos querían vender, cada dos por tres nos quieren vender, asique bueno, viste, pero siempre, el sindicato siempre estuvo con nosotros. Bueno, es que tal vez, se ha ido perdiendo un poco todo esto, pero bueno, creo que los sindicatos, y este también, creo que están en época de reconversión, eh... todos. El problema que tenemos nosotros es que no tenemos plata, entonces menos te poder reconvertir.

-¿No tienen plata porque no tienen afiliados?

No tenemos, sí, sí, porque mucha gente se fue desafilando

¿Desafilando por qué?

Por... porque no estaban de acuerdo con muchas políticas, porque bueh, porque pasaron muchas cosas, entonces fue perdiendo credibilidad y yo creo que estamos en camino a ganarla de nuevo, por eso nos hemos metido ahora mucha gente que por ahí antes no lo hacíamos, que tenemos años en esto, que nos creen dentro de nuestros medios, me entendés, entonces.

-Así como para cerrar, vos creés que ahora más o menos, en la actualidad las reivindicaciones, los principales reclamos, las cuentas pendientes en cuanto a las condiciones del trabajador periodista, ¿siguen más o menos siendo las mismas que antes, o hay cosas puntuales que todavía no están... no están siendo discutidas y qué rol cumple el sindicato en eso?

No, evidentemente no, porque digamos, si vos cumplieras con los requerimientos de la gente y del trabajador, y evidentemente no estaríamos en esta situación que estamos ¿me entendés? Pero bueno, te reitero, yo creo que el problema que tiene el sindicalismo argentino ahora es en general, entonces es esto que muchos no saben dónde están parados, y menos con un gobierno como este, Macri y la puta que te parió (risa). Yo sabía, yo sabía, yo sabía que esto iba a pasar, pero cuando te pasa, te embola

-Y más cuando lo sabías

Claro, me entendés, pero bueno, no importa, qué le va hacer, todavía el 50% de los cordobeses cree otra cosa

-O más

O más, o más, todavía, a pesar de las cosas que pasan, pero bueno, qué sé yo, he visto cosas peores, en la época de Menem fue lo mismo chicos, o sea he visto, por eso te digo, tenemos una sociedad muy difícil, muy muy difícil, el otro día vi que le dieron a Angeloz el, el premio, no sé qué premio, después cuando se murió era el gran estadista, vos sabés que yo dije "guau, si yo lo viví a todo eso, o yo viví otra historia o qué pasó", se olvidaron de Maders, se olvidaron de todos los campos que choreó en el norte, se olvidaron de que

tuvo que salir una noche, fue una noche, a mí me pegaron una piedra y me pegaron bala de goma, todo esa noche asique me acuerdo patente, porque iban a aprobar una flexibilización laboral y la venta de EPEC, quería vender todo el hijo de puta. Con los tragamonedas adentro, era todo una basura, una mafia que no te cuento, que terminó con bueno, con algunos chivos expiatorios, bueno, vendieron el Buen Pastor, Medina Allende, contrataba los sicarios, o sea a ver... “estadista”, no, no, no, yo veía que ponían “se murió”, yo dije... lo único que puse en el Facebook fue “me parece que yo viví otra historia, no ésta” (risa), escuchame, a Angeloz en ese momento le decían aloe vera, porque tenía más propiedades, entendés. Será que algunos otros lo han sobrepasado viste, no sé, pero... te das cuenta, no tiene... no tiene... o sea, tenés historia pero no tenés memoria... qué pasó con Mestre, Mestre cuando murió, Mestre padre, hubo un quilombo ahí por la herencia porque apareció un hijo, bueno yo lo conocí al hijito, lo conocí, sí, si estuvo cuando él asumió era bebecito, viste que estos otros no lo aceptan y todo lo demás, bueno, entendés, ahí cuando cuánto tenía el gordo hijo de puta se había choreado hasta el agua del... entonces digo mierda, este es del...

-Y ni siquiera memoria sino actualidad, por ejemplo, de los Panamá Papers no habla nadie...Y de los Panamá Papers pasó lo que yo dije que iba a pasar, no es por nada, pero por algo soy una vieja dinosaurio, primero era “Cristina, pá, pá”, aparecieron los Panamá Papers, dije “no va a pasar nada acá” ¡no pasó nada!

-Se ocultó totalmente

No, ya no, ya fueron sobreseídos todos “acá no pasó nada”, lo mandaron a Miguel del Sel para allá, para arreglar, y ya está, ahora dice que está arrepentido de la política, guacho hijo de puta. Bueno chicos, me tengo que ir ahora sí, gracias

Entrevista a Nicolás Siadis, febrero, 2017:

-¿Cómo empezaste? ¿Hace cuánto tiempo empezaste?

Para trabajar en área formar. Con todo el periodo de cba noticias y redacción (Redacción 351), hace mucho tiempo. Pero cuando entré a los medios, fue como estar en el lugar exacto y en el momento exacto. Fue cuando el programa de ADN de canal diez había sacado también el diario en papel. Yo tenía un amigo que estaba trabajando en la producción del programa. Yo le pregunté si había forma de entrar, me dijo que por el momento no. Entonces se me ocurrió: Yo compraba el diario, lo leía y veía que tenía errores de redacción y de ortografía. Entonces los empecé a marcar. Hice ese laburo de seguimiento como un mes, hasta que gestioné una entrevista con Tomás Méndez porque quería proponerle algo. El loco

accedió muy buena onda y empezamos a hablar. Yo le dije: “Yo quería ofrecerte si vos querías para la parte de corrección del diario antes que salga” Justo se da en un momento en el que el diario se cierra. Entonces me dice “Dale, está todo bien. Dejame ver y te llamo. Pasó un mes y no me llamó, entonces yo obviamente lo llamé. Ni lerdo ni perezoso. Me dice “Mirá; estamos con muchos quilombos porque el diario va a cerrar. Pero bueno, vi que estas entusiasmado. Dejame ver que podemos hacer. Eso fue en Septiembre de un año. Y en Febrero me llama para decirme que uno de los productores del programa se iba, si quería empezar a trabajar. Así que bueno, así arranqué. Empecé trabajando en la producción de la tele, digamos. De ADN.

-¿Cuántos años tenías?

Eso fue en el 2010. Hace seis años. Así que arranque a laburar en eso. Estaba bueno por un lado, y no tan bueno por el otro. El laburo de producción es muy estresante, muy pesado y sobretodo en ese tipo de programas con los recursos que utiliza. La cámara oculta, etc. Era muy heavy. La productora estaba en un galpón en barrio Pueyrredón, atrás del hospital Córdoba que es un galpón grande donde hay una producción muy grande de televisión donde trabajaba Eschoyez donde hacían el clima y todo eso. Y ellos subalquilaban una oficina donde estaba la productora de Tomás. En ese mismo lugar, en la productora de Eschoyez, es donde se hace XDPT, es de ellos. Bueno, yo trabajé medio año ahí. Pegué muy buena onda con la gente porque estaba siempre ahí. En Julio se va uno de los productores a Canal 10 y me llaman y me ofrecen el trabajo. Arranqué en el mismo lugar. Encima está buenísimo porque es en el mismo lugar. Trabajaba en la semana en uno y el fin de semana en otro. Así se dio que arranqué.

-¿En las dos estás en el área de producción?

Si, después en ADN hubo muchísimas idas y vueltas. Trabaje en los dos, hasta que me fui de ADN. Cuando dejé ADN, Tomás (Méndez) estaba en Mentos Salvajes en Canal 10, entonces me lleva para allá. Donde arranqué en canal 10.

-¿Siempre fue un rol fijo? ¿No has cambiado muchos papeles?

No, siempre haciendo producción de contenido.

-¿Qué temas son los que te interesa a vos investigar dentro de Canal 10?

Sí, bueno. Dentro de Canal 10 hubo una metamorfosis porque lo que era Mentos Salvajes era un programa de entretenimientos, donde más que nada se hacía eso. Se producía para el diario cuestiones de entretenimiento. Ahora ese programa no está más en el aire, y está un programa nuevo que arrancó este año que se llama “Abriendo el juego” que allí trasladaron a todos los que hacían “Mentos Salvajes” y ese quedó mucho más bueno porque ahora tratan temas sociales. Entonces allí trabajamos con realidad, cultura, cosas que van pasando y el

desafío también de trabajar en vivo todos los días en un programa en vivo esta bueno porque te mantiene muy activo. Trabajamos mucho con la actualidad y las cosas que van pasando. Y bueno, en XDXT nada, es una agenda fija. Es lo que pasa el fin de semana en Córdoba. No te da muchas posibilidades de innovar mucho más.

-¿Te ha pasado, por ejemplo, que te han dicho “Este tema no se toca”?

Si, obviamente que sí. Mirá, en el único lugar donde yo, donde a mí no me llegó nunca una bajada de decir “No, esto no lo vamos a hacer” fue trabajando con Tomás en ADN. Yo no sé si es porque el filtro era él, o porque realmente nada, el tipo lo que le llegaba lo hacía. Pero ahí, lo que llegaba se hacía. Después sí. En el programa de deporte no, no tenemos mucho drama con nada. Pero trabajando en el canal sí, sobre todo en el periodo anterior que había un directorio anterior y con el cambio de gobierno y directorio, es como que el medio sí, cambio. Sobre todo siendo un medio público que depende pura y exclusivamente de la pauta oficial digamos. Eso es la realidad. No solo allí, sino en otros medios pasa lo mismo en todos. Digamos, cuando vos dependés de una pauta hay determinadas cosas que podés hacer y determinadas cosas que no podés hacer. Te las sugieren “amablemente”: “Che, no vayamos por acá. Hagamos este tema que está más bueno”

-¿Hay temas en los que ha cambiado el trato con el nuevo gobierno?

Y sí, sí, sí. En canal 10 sí. Si bien no ha bajado la línea directa, pero sí. Porque antes canal 10 estaba muy enfocado en un lado, hacia un lugar y ahora es como que eso se dejó de lado y no se ataca lo anterior pero tampoco se ataca lo que está ahora. Entonces está reacomodándose. Hay una realidad, el Canal pasó un momento bastante complicado con el cambio de gestión porque no se sabía lo que iba a pasar. Tranquilamente la persona que asumía podía venir con una podadora gigante y dejar gente en la calle. El tipo que asumió, es un tipo muy hábil y llegó con un discurso de entrada de decir “Yo no quiero que nadie se quede sin trabajo, entonces vamos a buscar la forma” Hubo un cambio de programación, trató de sacar un poco más el Canal a la calle, despolitizarlo si se quiere de alguna forma, llevarlo más a lo social, al lado de los vecinos. Son estrategias políticas, en el fondo son estrategias políticas. No hubo una bajada de línea directa de decir “Bueno, ahora no se habla más bien del Kirchnerismo y se empieza a hablar bien del macrismo. No estuvo esa línea, pero uno estando adentro se da cuenta que determinadas cosas de las que no se habla o hay determinados temas que no se tratan.

No sé si será una constante, yo sé que este año se estuvo peleando para tener el presupuesto para el año que viene. Si, el presupuesto del sueldo que tiene que bajar de la Nación. Entonces allí también hay un tire y afloje con determinadas concesiones de decir “Bueno, acomodémonos y después vemos que pasa” Este año (por el anterior) fue de cambio abrupto.

Sobre todo trabajando en un medio público. No sé cómo será la ayuda de XDXT. No trabajamos más para Canal Ocho si no para una productora que hacen contenidos que después pasan. No sé qué habrá pasado con el canal. Yo calculo que debe haber pasado lo mismo. En todos los medios pasa lo mismo. En todos los medios. Todos. Pero sobre todo si trabajás en un medio público que depende de la publicidad oficial. Hay poca publicidad comercial. Entonces... hay mucha gente que tiene que cobrar a fin de mes básicamente.

-¿Y los temas que se eligen, vos podés sugerir un tratamiento? ¿Los has podido enfocar según un aspecto que a vos te interese?

Si, normalmente sí. Nosotros somos un equipo de trabajo en la producción del programa. Éramos cinco, ahora somos cuatro. Nosotros tratamos de trabajar, como no somos un noticiero y no hay tanta inmediatez, tratamos de trabajar con algunos días de anticipación. Sobre todo el tema de gestionar invitados, porque el programa nuestro tiene un co-conductor y tiene siempre cuatro panelistas o seis y dos o tres invitados especialistas en el tema. Entonces, como te lleva mucho tiempo cerrar los programas los podemos trabajar en el día a día. La lógica es tratar temas, sobre todo sociales y decir “Vamos a hacer un esquema de trabajo de lunes a miércoles” (Plantearlo el viernes) “El lunes vamos con esto, el martes con esto y el miércoles con esto” Y empezar a gestionar a la gente, a los invitados que va a haber y empezar a hacerlo. Entonces se tira un tema, se pone en común y se va para adelante con eso.

-¿Alguna vez pasó que tuvieras que meter un tema de manera indirecta? No sé si tanto en la tele se puede, pero en medios gráficos nos contaron la experiencia de poder hacerlo. (Disfrazar temas)

Son estrategias de producción que uno tiene cuando sabe que a lo mejor cierto tema no se puede encarar directamente. Ponele, nosotros en Canal 10 no íbamos a hacer un programa hablando de la inflación, pero podés hacer un programa hablando de como se viene la temporada de Carlos Paz. ¿Entendés? Vos lo planteás así y llevás a gente especialista en el tema y si el tema deriva en que no hay tantas vacaciones porque la gente no tiene plata... salió del programa. No lo estás planteando vos, diciendo “Bueno, vamos a hablar de la inflación” Eso siempre se hace. Aparte casi siempre que se elige un tema se está eligiendo la forma de llegar a algo y cuando trabajas en aparatos muy grandes, es muy difícil llegar a ciertos temas, entonces vas buscando la forma de ir pegando por los costados hasta que en un momento el tema va a salir. Es un poco la cintura que te da la producción.

-¿Te ha pasado de tratar un tema que te aconsejaron no tratar? ¿Hubo alguna sanción?

No, sanciones no. Por ahí te comés cagadas a pedo, sí. Es con lo que jugás. No sé, siempre es preferible pedir perdón antes que pedir permiso. Vos sabés hasta donde podés ir, qué límites no podés cruzar. Y jugás un poco con eso. Nosotros jugamos un poco con eso. Sobre todo en el programa este. Si, censura nunca. Nunca nos bajaron un tema. Si por ahí te comés una cagada a pedo: “Che, si dijimos que es un programa de interés general ¿Por qué están haciendo un programa de política? Vos decís, no bueno lo que pasa es que...” Te lo están diciendo indirectamente. Como vos estás tratando de meter un tema de manera indirecta, los otros lo saben e indirectamente te están diciendo que no lo hagas y es un juego que las dos partes lo entienden.

-¿Estás afiliado?

No, porque lo que pasa es que nosotros al ser monotributistas estamos es un régimen medio complicado. Monotributista es un manto de legalidad a una situación de informalidad laboral. Nosotros estamos allí de manera informal. De hecho nosotros laburamos la misma cantidad de horas que labura un empleado de prensa y cobramos la mitad. Es todo un tema. Afiliación por ahora no. Yo calculo que en algún momento cuando se establezca la cosa, sí. Incluso si nosotros entramos en el Canal, si nos toman con contrato en el Canal, por el rol que cumplimos es hacia dónde vamos. Al sisap? o al Cispren.

-¿Tenés alguna opinión formada acerca del Cispren?

No, realmente no porque si te digo, te miento. Nunca he estado adentro.

-¿Has conocido algún caso en el que interviniera el Cispren?

Bueno, sí. Cuando fue, por ejemplo, lo del narco escándalo que fue bastante heavy, por lo menos discursivamente, desde el sindicato se le brindó un apoyo abierto a Tomás (Méndez) cuando la cosa se puso demasiado pesada. Incluso se hizo una conferencia abierta en el Cispren y los medios. Ahora el problema no es el sindicato, el problema es la corporación periodística que hay en los medios por fuera del sindicato. A ver, si a vos te quieren dejar solo, no te va a dejar solo el sindicato. Te van a dejar solo los colegas. Menos va a pasar por una cuestión de la institución porque ahí queda mal incluso el sindicato. Te van a decir “Si, nosotros estamos con vos” pero después pasa que ningún medio te llama para sacarte al aire. No sabría decirte del sindicato, pero sé cómo son los medios que pueden soltarte la mano y por lo que se invisibiliza un tema. Pero no tiene nada que ver el sindicato.

Son los mismos colegas. Pasa que hay un tira y afloje muy grande entre los tres medios, por lo menos televisivos, en Córdoba. (El 8, el 12 y el 10) El 12 y el 10 han jugado un rol político muy fuerte por pertenecer a los grupos a los que pertenecen y el 8 está ahí, medio en el medio y nada. Actuás corporativamente cuando a algún periodista le pasa algo, le entraron a robar a la casa. “Uy, pobre, le robaron a un periodista” Entonces van los móviles de todos.

Va el móvil del 12 y el 8. Ahora si un periodista publica algo y se lo censura o no puede coso... no hay solidaridad pública. A lo mejor sí, está el mensajito “Che, que bajón lo que te pasó” Con el poder que tienen los medios se podría actuar de otra forma, se podría visualizar y no se ve.

-¿Ahí sí sería la bajada de línea de cada empresa?

Y sí.

-En nuestra tesis planteamos la relación del periodista como un obrero en una fábrica. ¿Cómo notás vos que se perciben los periodistas? ¿Hay una conciencia de clase?

Si, a ver es raro. Las empresas periodísticas tienen demasiados intereses creados incluso por fuera de lo periodístico y eso por lo general es lo que limita tanto a la actividad. Y bueno, los trabajadores que están adentro sí, se organizan casi todos están afiliados a algo. Se presenta una cierta resistencia ante esa bajada que viene desde arriba. Pero es muy poco el margen de acción que tenés. Es muy poco el margen de acción. Yo creo que muchas veces se da más la autocensura más que la censura en sí. Vos hablás con un montón de los periodistas de Córdoba y la mayoría te va a decir que nunca tuvieron una censura directa. ¿Pero por qué? Porque la mayoría las veces está el paso previo. Es decir, “No, che, no voy a hacer esto porque no me lo van a publicar. Vamos por este lado” La autocensura es muy fuerte.

Con el tema de la conciencia de clase es raro. También ha mutado mucho la conciencia de clase en cualquier empresa, como está hoy por hoy. Pero yo creo que hay una defensa. Por lo menos en el medio en el que trabajo yo, hay una defensa del trabajo. Hay una cuestión de defensa del trabajo no solo periodístico, sino todo lo que rodea a lo periodístico. Está eso que en otros medios no se puede hacer. Digamos, cuando fue el problema de las paritarias que no podía cerrar y se reunían los periodistas del 8 y el 12 tenían una presión terrible por parte de la patronal. Terrible, terrible, terrible. Incluso lo de la Voz del Interior tomando la entrada de la Voz del Interior, la planta y todo el quilombo que hubo y en Canal 10 eso no pasaba. Es más, salían y hablaban al aire. Había asambleas todo el tiempo de prensa, asamblea del Suac, asambleas comunes entre todos de las paritarias. Se discutía “se arregla, no se arregla” Sí se respiraba un aire de esto: “Bueno, che, para porque nosotros vamos a defender” Yo no digo que los otros medios no lo quieran hacer, yo digo que al ser medios privados es distinto. Es como una empresa.

-Recién comentabas de la autocensura. ¿Te parece que exista una identificación del periodista con el medio en el que trabaja? Quiero decir, esa autocensura existiría antes al elegir donde trabajar o eso es algo que no se elige.

No, sí, sí. Yo estoy convencido que sí. Yo lo trabajé mucho incluso en mi tesis sobre análisis de discurso sobre los medios y los diferentes temas. Mucha de la bibliografía que usé, incluso se hablaba de esto. La mayoría de las veces uno tiene un perfil y busca trabajar en medios que tengan el mismo perfil. Es muy raro esto que de hacer la guerra desde adentro. Te puede pasar si por ejemplo, vos estás trabajando en un medio y de repente cambia el dueño y el dueño que viene quiere hacer cosas completamente distintas y vos resistís. Por lo general, conozco muchísima gente que trabaja en Canal 12 y por lo general están alienados a una forma de pensamiento al que responde el Canal. Al igual que Cadena 3, la gente que trabaja en La voz no toda. La gráfica es un poco distinta. Sobre todo en la tele y la radio se da esto: tratar de buscar de trabajar en determinados lugares. ¿Y por qué? Porque te sentís identificado. A mí me encanta trabajar en Canal 10, me encanta trabajar en la Universidad, en un medio público. Por más que ahora haya que responder a ciertas cosas con lo que uno no está de acuerdo, seguís teniendo mucha más libertad que en el resto. La gente que trabaja en el resto, entra sabiendo que no está esa libertad pero lo elige. Elige trabajar allí.

-¿Ha habido algún caso de disidencia marcada dentro de Canal 10?

No conozco los pormenores de lo que pasa después, pero por ejemplo lo que pasa en Radio Universidad hay programas que siguen de la época anterior que responden a una línea y que son totalmente opositores al gobierno actual y esos programas siguen. Yo no sé qué pasará después, pero ha habido algo muy importante y es que no se han sacado programas del aire. Esos programas que quedaron tampoco cambiaron abruptamente su línea editorial. Hay determinado respeto con los programas, sobre todo con los programas que no son del Canal. Vos en el Canal tenés producción propia y después tenés los espacios comprados en Radio, que son producciones apartes. Bueno, esas producciones han seguido. A mí me parece muy esperanzador. No sé qué pasará después al momento de sentarse a discutir con el directorio o los jefes. No sé lo que pasará. Pero esos programas han seguido y siguen igual que lo que estaban antes.