

# Jóvenes Periodistas

Aprender un oficio en años de polarización política y precarización laboral



Laura Rosenberg





# **Jóvenes Periodistas**

Aprender un oficio en años de polarización política y precarización laboral

# **Jóvenes Periodistas**

Aprender un oficio en años de polarización política y precarización laboral

**Laura Rosenberg**

*A mi abuelo León,  
que no quiso enseñarme su oficio para que encuentre el  
propio.*

*A Leoncito, que ilumina nuestros días.*

Rosenberg, Laura

Jóvenes periodistas : aprender un oficio en años de polarización políticas y precarización laboral / Laura Rosenberg. - 1a ed - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Punto de Encuentro, 2022.

Libro digital, EPUB

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-4465-80-1

1. Periodismo. 2. Inserción Laboral. I. Título.

CDD 070.4

2021, UNDAV Ediciones - Editorial Punto de Encuentro

Colección Debates (UNDAV Ediciones)

Director de Colección: Carlos Zelarayán

Diseño de Colección: Julia Aibar (UNDAV Ediciones)

Diseño de tapa y diagramación de interiores: Julia Aibar

ISBN 978-987-4465-80-1

UNDAV Ediciones

Paso de la Patria 1921, Piñeiro, Avellaneda - Buenos Aires - Argentina

(54 11) 5436-7500

undavediciones@undav.edu.ar - ediciones.undav.edu.ar

© Punto de Encuentro, 2021

Av. de Mayo 1110, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, República Argentina

(54-11) 4382-1630

www.puntoed.com.ar

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Prohibida su reproducción total o parcial

Todos los derechos reservados.

# Índice

Portada

Portadilla

Legales

AGRADECIMIENTOS

INTRODUCCIÓN

Estructura del libro

PRIMERA PARTE

CONTEXTO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El rol de la prensa gráfica argentina en los inicios del nuevo milenio

Página/12: “un diario de firmas” en la transición democrática

Tiempo Argentino cuando era “tiempo de un diario nuevo”

Redactores y pasantes. Aspectos formales de su incorporación en las empresas periodísticas

La inserción de los jóvenes en el mercado de trabajo argentino

Trabajo de campo y estrategia metodológica

SEGUNDA PARTE

RECORRIDOS TEÓRICOS

Acerca de los contenidos

Formas de socialización y conocimiento común

La carrera laboral en el mundo periodístico, un enfoque interpretativo

Rutinas periodísticas y construcción de la noticia

## TERCERA PARTE

### ETNOGRAFÍA Y ANÁLISIS

Presentación: notas sobre el trabajo de campo

#### CAPÍTULO 1

La primera etapa de las carreras periodísticas: la llegada a las Redacciones

Periodismo y academia

De la academia a la sala de redacción

Por el nombre de Página. La pasantía como oportunidad de ingreso a un diario nacional

Comenzar la carrera periodística desde “los números cero”

Recapitulación: los canales y las estrategias de ingreso a las Redacciones

#### CAPÍTULO 2

Los ritos de pasaje en la carrera periodística

La cooperación como respuesta a las primeras dificultades

El uso de las fuentes de información: entre la estandarización y la creatividad del trabajo periodístico

El vínculo con los informantes y la construcción de “la agenda de contactos”

Recapitulación: las fuentes y los datos como capital

#### CAPÍTULO 3

Sociabilidad y “clima de trabajo” en la sala de redacción de Tiempo Argentino

La noticia comentada

“Vivir para contarlo”. La afirmación de la sociabilidad durante hitos políticos y sociales

El “clima de trabajo” en los subespacios de la sala de redacción

Sociedad, “la gran familia”

El “muro” de Policiales

La seriedad de Política

Recapitulación: el clima de trabajo como sello de Tiempo

## CAPÍTULO 4

“Cada sección es un mundo”. Redacciones “paralelas” en Página/12

Una grieta en Política

Las críticas a la organización y distribución del trabajo

La división del trabajo en función de la especialización temática

La planificación y el armado colectivo de la agenda

El diálogo en la instancia de edición

“Cómo ellos nos ven”. Percepciones cruzadas sobre el trabajo ajeno

Sociedad diezmada

Una sección de docentes

“Historia de una censura” y el cambio en las pasantías

Un pasante solo en El Mundo

“La Redacción paralela”

Recapitulación: la lucha y la pedagogía como representaciones de la rutina

## CAPÍTULO 5

Los procesos de identificación. Definiendo a “los compañeros”

Diferencias con “los de arriba”. Línea editorial y criterios de noticiabilidad

Criterios de novedad y actualidad

La cercanía geográfica y social de los afectados o involucrados

“Temas de agenda”

“El diario de los derechos humanos”

“Lo K” y “lo anti-K”

El reflejo del espejo invertido: Clarín en Tiempo Argentino

Clarín como antagonista político

Clarín como competencia

Clarín como el diario “en serio”

“Compañeros trabajadores”: los reclamos por las condiciones laborales

“Hacemos el mismo trabajo que un redactor”. Identidad y condiciones laborales de los pasantes

La última Redacción del siglo XX

“El dueño” y “los trabajadores” en las medidas de protesta

Recapitulación: identidades múltiples y marco de interacción

## CAPÍTULO 6

Continuidades y discontinuidades de la carrera periodística

Fin de pasantía: El “día de la marmota” y la espera del “río revuelto” en Página/12

Dimensión individual

Dimensión organizacional

El interludio del colaborador

Un camino por otros medios

Del “diario de Szpolski” a #pormast tiempo  
Recapitulación: caminos que se bifurcan

## CONCLUSIÓN:

dimensiones analíticas de la socialización laboral en medios de comunicación

Estrategias y canales de acceso al mundo periodístico

Los ritos de pasaje

Las formas de socialización en las salas de redacción

Los procesos de identificación en el mundo periodístico

Continuidad y discontinuidad laboral

Aportes de la investigación comprensiva sobre el trabajo periodístico y las trayectorias profesionales

## Referencias bibliográficas

Normativas

Noticias, columnas editoriales y entrevistas

Videos

# AGRADECIMIENTOS

Este libro se presenta como resultado de un trabajo individual, pero según se definirá en estas páginas, solo el trabajo colectivo hace posible llegar a buen puerto. Las enseñanzas, la ayuda y la colaboración, así como la compañía y el afecto recibido por muchas personas hicieron posible esta investigación.

En primer lugar, quiero agradecer a los periodistas de *Tiempo Argentino* y de *Página/12*. Gracias a “Gabriela” y a “Daniel” pude comenzar mi trabajo de campo en *Tiempo Argentino* y fueron ellos los primeros en facilitarme los contactos con los demás periodistas. “Gabriela” fue, además, mi informante clave durante todo el proceso, en el cual forjamos una gran amistad. También compartí mucho tiempo con “Manu”, “Emiliano” y “Tito”, tanto dentro de la Redacción de este diario como durante las coberturas que realizaban fuera de ella. En esas instancias pudimos conversar sobre su trabajo y el mío, enriqueciendo sobremanera la investigación. Información esencial sobre su mirada sobre el periodismo y su trabajo emergió en espacios fuera de la Redacción.

De igual modo, la generosidad de “Sergio” y “Mariano” me abrió las puertas a la Redacción de *Página/12*, donde conocí a pasantes y redactores que me contaron sus trayectorias y que respondieron con una paciencia infinita todas mis dudas. Editores y editoras de ambos diarios abrieron el espacio de sus secciones para que pudiera conocer el modo en que trabajan día a día. Tanto ellos como los pasantes y redactores respondieron cada una de mis

preguntas, razón por la cual no tengo más que expresar una enorme gratitud.

Gustavo Cirelli (*Tiempo Argentino*), Carlos Ferreira (TEA) y Daniel Miguez (*AUNO*) me brindaron entrevistas que me permitieron acceder a la mirada de co-fundadores de ámbitos que han transitado los periodistas más jóvenes de ambas Redacciones. Su generosidad también se expresó en la facilitación de materiales institucionales que me permitieron completar la descripción de cada uno de los espacios. En igual sentido, los trabajadores de la Dirección de Empleo y Formación Profesional y de la Dirección de Convenios de FSOC-UBA respondieron atentamente mis dudas sobre el sistema de pasantías de la facultad y me brindaron información sustancial para este trabajo.

Pude desarrollar la investigación que precede a esta publicación gracias a dos becas que me fueron otorgadas por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). La escritura coincidió con un momento crítico del sistema científico-tecnológico en nuestro país en 2016, que nos hizo advertir —como pocas veces— que sin políticas públicas no es posible el desarrollo científico. Este mismo agradecimiento lo extiendo a las universidades públicas que transité este tiempo con distintos roles: la UBA, la UNSAM, la UNGS y la UNDAV.

Gabriel Vommaro y Aldo Ameigeiras han sido mis directores de beca y de tesis. Su orientación en la investigación que aquí se publica y su lectura crítica sobre mis avances resultaron fundamentales para poder avanzar y mejorar paso a paso.

Recibí comentarios muy valiosos de los textos preliminares y finales de mis tesis de maestría y de doctorado por parte de Natalia Aruguete, Micaela Baldoni, Pablo Boczkowski, Juan Pablo Cremonte, Alejandro Grimson, Philip Kitzberger, Santiago Marino, Juan Montes Cató, Raquel San Martín, Iván Schuliaquer y Martín Sivak. Marina Acosta y Tamara Smerling me ayudaron en los primeros años de mi

trabajo con la búsqueda bibliográfica y el ingreso a un campo que me resultaba desconocido.

Con las colegas y grandes amigas Mica Baldoni y Gaby D'Angelo compartimos espacios de trabajo, clases y muchísimas charlas en las que conversamos sobre los medios y el periodismo. Sin duda en estas páginas se ven reflejados varios de nuestros intercambios y su ayuda permanente.

Este libro no sería posible si Carlos Zeta no hubiera confiado en mi trabajo. Con enorme paciencia y dedicación editó los borradores que intercambiamos en todo el proceso y respondió todas mis dudas. Agradezco infinitamente poder publicar este libro en la Universidad Nacional de Avellaneda con el apoyo de la Editorial Punto de Encuentro que acompaña esta aventura. En el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad encontré el espacio para continuar con mis investigaciones y transmitir lo aprendido. Estudiantes y colegas docentes del taller de tesina de la carrera de Abogacía me ayudan a mejorar día a día en la búsqueda de esa meta.

Comparto con otros colegas la idea de que embarcarse en una tarea como esta solo es posible por el acompañamiento y la ayuda permanente de las personas que uno más quiere en este mundo. A Lucas y a la familia que formamos con Leoncito; a mis padres Jaime y Sara y a mis hermanas Miriam, Deborah y Analía. También lo hicieron posible mis amigas y amigos que tuve suerte de conocer en diferentes etapas de la vida.

# INTRODUCCIÓN

Este libro presenta los resultados de la investigación de mi tesis de doctorado en Ciencias Sociales, que tuvo como meta comprender las trayectorias de jóvenes periodistas<sup>(1)</sup> en un contexto signado por un profundo debate sobre la profesión. Más precisamente, se buscó explicar cuáles han sido las prácticas y los conocimientos que han *convertido* en periodistas a los integrantes más jóvenes de ese mundo laboral. La pregunta que ofició de punto de partida ha sido: ¿cómo aprenden el oficio quienes ingresan a trabajar a las Redacciones?

El recurso al verbo “convertir” no es azaroso, sino que remite al modo en el cual las sociologías interpretativas — que oficiaron de cimientos de la presente investigación— abordaron los aspectos más significativos de las trayectorias vitales de las personas y su repercusión en sus identidades. Esas trayectorias se forjan aprendiendo de, e interactuando con, otras personas.

Siguiendo esos enfoques —que serán caracterizados en las próximas páginas— se indagó en las experiencias en el oficio que aquellos jóvenes tenían previamente a su llegada a las Redacciones de los diarios, en sus representaciones e intereses, así como en sus rutinas de trabajo durante la primera etapa de inserción laboral.

Definimos ese proceso en términos de socialización laboral y lo analizamos en forma comparativa a partir de las experiencias de redactores y pasantes de dos diarios nacionales editados en la Ciudad de Buenos Aires:

*Página/12* y *Tiempo Argentino*.<sup>(2)</sup> Recurriendo a técnicas de

trabajo etnográfico —observación participante y entrevistas (en profundidad, no directivas, y estructuradas) — se explican los aprendizajes y las problemáticas que los jóvenes atravesaron en el transcurso de las primeras etapas de su carrera periodística, haciendo especial hincapié en los canales y las estrategias de ingreso al campo periodístico, en el dominio de las prácticas relativas a la rutina de producción de las noticias, en las formas de socialización dentro de las salas de redacción, en los procesos de identificación como periodistas y como trabajadores de prensa y en las estrategias que implementaron en el mediano plazo para permanecer en el mundo periodístico.

En cada una de estas dimensiones, se focalizó en la incidencia de los lazos que los jóvenes establecían con otros integrantes del mundo periodístico, ya sea colegas (pasantes y jóvenes redactores), redactores con mayor trayectoria, editores y otros “jefes” de las salas de redacción, docentes de ámbitos académicos que hayan transitado, miembros de otros medios periodísticos, y con las fuentes de información durante los procesos de construcción de las noticias. El enfoque etnográfico de la investigación se sustenta en el análisis del proceso de aprendizaje del trabajo periodístico desde el punto de vista de sus protagonistas: los integrantes más jóvenes de las salas de redacción.

Si bien el foco estuvo puesto en las trayectorias de los más jóvenes, la investigación se propuso aportar al campo de estudios sobre el trabajo periodístico desde una mirada de la sociología de la vida cotidiana, interesada por el análisis de las interacciones entre los actores durante el desarrollo de sus rutinas.

La comparación entre los procesos de socialización laboral en los diarios *Página/12* y *Tiempo Argentino* obedeció, en primer lugar, a dos puntos en común entre ambas organizaciones periodísticas: se trató de empresas de dimensiones intermedias en el rubro de la prensa gráfica

cuyas líneas editoriales resultaron afines al gobierno nacional durante el período analizado (2005-2015), razón por la cual sus competidores los caracterizaron eufemísticamente como “medios oficialistas”. En las siguientes páginas, veremos que dicha connotación adquiriría una resonancia especial en una coyuntura signada por el enfrentamiento entre el gobierno nacional y los grandes conglomerados mediáticos. En segundo lugar, la comparación consideró dos diferencias centrales entre ambos medios: la primera, la trayectoria de cada uno en el campo mediático. *Tiempo Argentino* nació en 2010 durante el segundo gobierno kirchnerista, cuando *Página/12* ya tenía una posición consolidada en el campo, a fuerza del prestigio que había alcanzado con investigaciones de fuerte impacto político, especialmente durante la década de 1990. La segunda diferencia entre ambos medios consistió en el lugar que ocuparon en el mercado de medios local. *Tiempo* emergió del seno de un multimedio que se encontraba en crecimiento (el Grupo 23), y que eclosionó tan pronto como finalizó la segunda presidencia de Cristina Fernández de Kirchner. Simultáneamente, en 2016 *Página/12* pasó de ser editado por una empresa de nombre homónimo que solo publicaba este diario, a formar parte de un grupo de medios en crecimiento (el Grupo Octubre). Es decir que el seguimiento de dos medios en tan solo cinco años que duró la investigación para este libro alcanzó para advertir los rápidos reajustes que se producen en el mapa de medios argentino: *Tiempo Argentino*, que formaba parte de un multimedio en 2010 pasaba a ser cooperativa al mismo tiempo que Fernando Sokolowicz (quien era el principal accionista de *Página/12*) cedía su lugar a Víctor Santa María, presidente de un multimedio que se hallaba en proceso de expansión: el Grupo Octubre.

## Estructura del libro

Los temas que aquí han sido brevemente introducidos se desarrollan en el libro, que se estructura en tres partes: I. contexto y diseño de la investigación; II. recorridos teóricos; III. etnografía y análisis. Cada una de estas partes contiene apartados y capítulos organizados según ejes temáticos.

La primera parte consta de seis apartados. En el primero de ellos se desarrolla la situación de los medios tradicionales en la coyuntura actual; se atiende específicamente a las crisis atravesadas por el mercado de la prensa gráfica ante la caída de lectores en las últimas décadas, asociada, en buena medida, pero no solamente, a la irrupción de las nuevas tecnologías. Se destaca que, a pesar de la relevancia de esta crisis, la prensa continúa detentando un lugar significativo en los campos mediático y político, evidente en el rol que aun ejerce en el establecimiento de la agenda sobre los asuntos públicos. Así, se atestigua en el papel que jugó desde la denominada “crisis del campo” hacia el creciente enfrentamiento del gobierno nacional con los conglomerados mediáticos (y especialmente con el Grupo Clarín) en el último lustro, ambos hechos que resultaron determinantes para el mundo periodístico en el período que se analiza en esta investigación.

En el segundo y en el tercer apartado nos detenemos en los orígenes de *Página/12* y de *Tiempo Argentino*, para dar cuenta de las especificidades de las empresas periodísticas que fueron escenario de este trabajo. Se indaga en el contexto de surgimiento de cada diario, las figuras periodísticas que motorizaron su creación y los rasgos identitarios que contribuyeron a definir su posición en el campo mediático.

En el cuarto apartado de la primera parte se explica el recorte del objeto de estudio, respondiendo a los interrogantes: ¿Por qué hablar de jóvenes redactores y pasantes? ¿Qué nos dicen sus trayectorias acerca del mundo periodístico? Se fundamenta la elección de los casos

analizados en ambos medios y se especifican las normativas que regulan el trabajo de los periodistas y la incorporación de pasantes en las salas de redacción en el período estudiado.

En quinto lugar, se contextualiza la inserción laboral de los jóvenes en la Argentina, atendiendo al marco de inestabilidad que caracteriza al período y al rol de las pasantías como mecanismos de socialización. Por último, se describe la estrategia metodológica y las técnicas empleadas en el estudio.

La segunda parte del libro, titulada *Recorridos teóricos*, presenta los antecedentes teórico-metodológicos y el marco teórico de la investigación. Se articulan nociones que han atravesado distintos enfoques de la sociología interpretativa y de la sociología del trabajo de la Escuela de Chicago que han servido de marco para nuestro análisis. Además, se presentan los aportes recuperados de los estudios clásicos de la sociología de la producción de las noticias o *newsmaking*, en los cuales se ha basado el presente libro.

La tercera parte del libro reúne los capítulos de la etnografía y el análisis.

En el capítulo 1 se detallan las experiencias de los jóvenes en torno a sus acercamientos al trabajo periodístico (incluyendo la etapa previa al ingreso a *Tiempo Argentino* y *Página/12*); la formación académica en el área de periodismo y comunicación; los primeros contactos desde la universidad y/o con jefes de redacción y editores para insertarse en el diario; y finalmente, la primera etapa de aprendizaje del trabajo periodístico en cada medio de prensa. La hipótesis que ha guiado este capítulo sostiene que la formación académica y la formación “en la práctica” no resultaron caminos antagónicos en la inserción al mundo periodístico, sino que, por el contrario, sus trayectorias revelaron una complementariedad entre ambos. El capítulo se centra en las estrategias de ingreso que implementaron los jóvenes para ingresar al campo periodístico y en cómo

esas estrategias se vieron condicionadas, limitadas, por los canales de ingreso establecidos por las empresas periodísticas.

En el capítulo 2 se indaga sobre los *ritos de pasaje* de los recién llegados a las salas de redacción. La pregunta que orientó el análisis fue: ¿Cuándo se convierte un ingresante al diario en periodista? En aras de responder al interrogante, se analizan los hitos en la experiencia de los pasantes que marcan el pasaje a una etapa subsiguiente en la carrera periodística. Uno de estos hitos se relaciona con el trabajo con las fuentes de información, que resulta una de las cuestiones clave en el aprendizaje del trabajo periodístico. En ocasiones, ser reconocido positivamente por las fuentes funcionó como una recompensa a la labor realizada. Aquí se retoma la cuestión del uso de las fuentes secundarias en sintonía con la preocupación por responder a los estudios que anunciaban el fin de la prensa gráfica ante la masividad del uso de Internet. Por el contrario, el capítulo se basa en la mirada de los jóvenes periodistas que recurrían al trabajo con información de primera mano como estrategia de distinción en su actividad.

Los capítulos 3 y 4 analizan las formas de socialización en cada una de las Redacciones. En el capítulo 3 el foco está puesto en analizar cómo la *sociabilidad* se impuso como rasgo distintivo en la socialización laboral de *Tiempo Argentino* y las consecuencias que trajo en la continuidad de la carrera periodística en este medio y no en otro. El capítulo anticipa así una de las condiciones de posibilidad de la conformación de la cooperativa Por Más Tiempo. En la descripción de la sociabilidad se hace especial hincapié en el análisis de las conversaciones sociales y de los momentos de esparcimiento que los jóvenes periodistas compartían dentro y fuera de la Redacción con sus compañeros de trabajo, con el fin de mostrar cómo esos intercambios representaron un sostén del proceso de socialización y aprendizaje de las prácticas cotidianas. En este sentido, al

incorporarse la dimensión lúdica y los vínculos afectivos, la labor cotidiana fue interpretada como resultado de un trabajo colectivo, y no como la suma de las partes de una maquinaria productiva que se ponía en marcha en la sala de redacción.

El capítulo 4 marca un contraste en las formas de socialización entre uno y otro diario. Si bien en *Página* el “clima de trabajo” tendió a ser caracterizado como “cordial y tranquilo”, nos detendremos en algunas disputas y divisiones internas que más bien se aproximan al concepto de *lucha* de Simmel, como una segunda forma de socialización expuesta en el análisis. La tercera forma de socialización, que hemos dado en definir como pedagogía, se basó en los vínculos entre docentes y alumnos, propios de los ámbitos educativos, que se trasladaron a la sala de redacción.

El capítulo 5 apunta al vínculo entre las relaciones de poder en el campo periodístico y la conformación de distintos subgrupos de pertenencia, algunos de los cuales trascendían las fronteras de los medios donde se trabajaba. El foco del capítulo estuvo puesto en los procesos de identificación que recorrían las experiencias de los periodistas más jóvenes de las Redacciones, en sus intercambios con otros integrantes del campo periodístico. Lejos de pensarse este proceso como la conformación de una identidad monolítica, el capítulo analiza la *multiplicidad de yo*s que habita a los actores en sus interacciones cotidianas. Para comprender estas identidades múltiples es que el capítulo describe diferentes situaciones de interacción que importan para comprender la socialización laboral. Veremos que la identificación de un *nosotros* en oposición a un *ellos* se relacionó con la percepción que los periodistas desarrollaron sobre sí mismos y sobre su trabajo en el marco de las empresas periodísticas. El capítulo concluye que la identidad laboral es la que predominó en estos diarios donde la lucha por la mejora de las

condiciones de trabajo se impuso sobre la identificación con el medio donde trabajaban o con la categoría genérica de “periodistas”. Los integrantes de *Tiempo* y de *Página* se veían a sí mismos y a sus colegas, centralmente, como “trabajadores”.

El capítulo 6 indaga sobre la continuidad laboral de los devenidos ex pasantes de *Página/12* y los redactores de *Tiempo*. El capítulo retoma las trayectorias de los pasantes entrevistados y concluye, por un lado, que el diario decidió no capitalizar su propia tarea de formación de varias camadas de periodistas jóvenes que deberán irse a otros medios para continuar su carrera profesional. Por el otro, se explica que la red de relaciones con otros integrantes del mundo periodístico se convirtió en un capital central para los jóvenes que aspiraban a continuar su carrera laboral en los medios. Finalmente, el capítulo desarrolla la situación de los periodistas de *Tiempo Argentino*, teniendo en cuenta los sucesos acaecidos en un medio que desde fines de 2015 fue abandonado a su suerte por parte de sus antiguos dueños.

Finalmente, en las Conclusiones se sistematizan los resultados obtenidos a partir del análisis desarrollado en los capítulos anteriores. Aquí se explicitan las cinco dimensiones de análisis de las carreras periodísticas de los integrantes más jóvenes de *Página/12* y *Tiempo Argentino*: Las estrategias y los canales de acceso al campo periodístico; los ritos de pasaje; las formas de socialización; los procesos de identificación en el mundo periodístico; y las estrategias y chances de continuidad laboral.

Desde un enfoque microsociológico este libro pretende aportar en dos direcciones. Como se ha enunciado, en primer lugar, se busca comprender las trayectorias laborales de los periodistas más jóvenes del mundo periodístico y las rutinas periodísticas que organizan el trabajo diario en dos salas de redacción. Aun sin la intención de establecer generalizaciones, y dado el tipo de análisis realizado, el abordaje de los casos de estudio contribuye a

la comprensión de las trayectorias periodísticas y de las rutinas de trabajo que se desarrollan en otros medios. En esto nos orientamos por uno de los propósitos que Restrepo (2016) asigna a la realización del trabajo etnográfico: “resaltar las singularidades de un contexto al tiempo que [se establezca] de qué manera esas singularidades aportan a la comprensión y conceptualización de lo que sucede en otros contextos” (2016: 17).

En segundo lugar, el libro aporta a la caracterización de *Página/12* y *Tiempo Argentino*, tanto en relación al rol que desempeñaron en el particular contexto político signado por la disputa entre el gobierno nacional con los principales conglomerados mediáticos, como a las dificultades que estas empresas y sus trabajadores y trabajadoras atravesaron para permanecer en un mercado signado por una profunda crisis. Esta segunda dimensión busca realizar una contribución al campo del estudio de los medios de comunicación en Argentina.

- 
1. A los fines de facilitar la fluidez de la lectura y dada la falta de consenso actual en torno a los modos del uso del lenguaje inclusivo, mantendremos el uso tradicional de la escritura, intentando, no obstante, recurrir a sustantivos y artículos que no admitan distinción de género cuando ello sea posible. Compartimos la necesidad de generar una nueva estructura lingüística que no resulte excluyente para ninguna persona.
  2. El libro se referirá indistintamente a *Página/12* o *Página*, y a *Tiempo Argentino* o *Tiempo*, tal como lo hacían los propios actores.

# **PRIMERA PARTE**

## CONTEXTO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

# El rol de la prensa gráfica argentina en los inicios del nuevo milenio

“¡Apurate a escribir la tesis antes que cierre el diario!”

El poder de los medios y la confluencia entre los campos político, económico y mediático han sido temáticas largamente abordadas por las ciencias sociales desde el auge y masificación de los medios de comunicación. En la Argentina, el retorno democrático en la década de 1980 se vio acompañado por un creciente protagonismo de la prensa en el campo político:

Con las plazas y las calles nuevamente ocupadas por la gente, los diarios ingresaron con mayor o menor decisión en el curso de la transición democrática. Las empresas periodísticas no fueron punta de lanza de estos cambios, pero una vez desencadenados se adaptaron rápidamente al nuevo juego que la sociedad comenzaba a jugar. La prensa escrita asumió entonces funciones sustitutivas de las frágiles instituciones: presentó y legitimó a los políticos, instaló cierta agenda de temas y se constituyó en foro de debates (Landi, 1992: 55).

En este contexto, la aparición en los medios comenzó a representar una estrategia central para la acción política (Waisbord, 1995). Por otra parte, las investigaciones centradas específicamente sobre diversos medios de prensa gráfica han enfatizado el rol que históricamente han tenido -y aún tienen- éstos y sus directores en la vida política, económica, social y cultural de la Argentina. Trabajos como los realizados por Anguita (2002); Blaustein y Zubieta

(1998); Cane (2011); Carnevale (1999); De Diego (2014); Fernández (2016); González (1992); Mochkofsky (2011); Ruiz (2001, 2005); Saitta (2013); Sidicaro (1993) y Sivak (2013, 2015) tienen en cuenta esa premisa y erigen un recorrido por la historia política de la prensa argentina a través del derrotero de diarios y revistas como *Ámbito Financiero, Clarín, Confirmado, Crítica, Democracia, La Nación, La Prensa, La Razón, La Opinión, Página/12 y Primera Plana*.

El rol protagónico de la prensa gráfica a lo largo de gran parte del siglo XX parece contrastar con la crisis económica que atraviesa desde fines de siglo -evidenciada entre otros factores en la merma de lectores- y que parece no encontrar piso en las primeras décadas del nuevo milenio. Desde entonces, algunos analistas vienen sosteniendo que los medios tradicionales (la prensa, la radio y la televisión) están siendo desplazados, en términos de preferencias culturales de los consumidores, por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Primero, por la penetración de Internet en los hogares y, luego, en los dispositivos móviles.

Sin embargo, en lo que respecta al consumo de medios audiovisuales, en nuestro país Internet todavía está lejos de reemplazar el uso de los soportes analógicos. Las formas tradicionales de consumo de la radio y la televisión aventajan y mucho a los nuevos hábitos asociados a los soportes digitales. La gratuidad del acceso que siempre caracterizó a la radio anuló la ventaja que Internet significó en el consumo de otros productos culturales. Según se desprende de los datos relevados en las encuestas del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), el consumo de radio se mantiene en niveles altos, aunque cayó del 86% al 70% entre 2013 y 2017. Mientras que el porcentaje de encuestados que consume televisión casi todos los días de la semana no varió significativamente entre 2013 y 2017, ubicándose en el último relevamiento en

el 95%. Si bien Internet no reemplazó hasta el momento al consumo de televisión por aire y cable, los sitios y las plataformas digitales han incrementado su participación en el período (SInCA, 2017). En 2013, la televisión se consumía principalmente con fines informativos: los noticieros encabezaban las preferencias del 73% de los encuestados (SInCA, 2013).

El consumo de prensa gráfica se mantuvo en niveles altos en 2013 y 2017, aunque manifestó una disminución del 73% al 57%, que obedeció principalmente a la variable generacional (el consumo cae en la población joven) (SInCA, 2017). Si bien se trata de cifras para nada desestimables, se revelan muy inferiores al consumo de los medios audiovisuales.

La comparación de los resultados de ambas encuestas demuestra, además, que la penetración de las tecnologías digitales ha ido creciendo en el consumo de diarios hasta superar el mercado del papel. Para 2017, la población que consumía el diario impreso varias veces a la semana era del 37%, mientras que en Internet y redes sociales ascendía al 49% (SInCA, 2017).

El parteaguas que significó la irrupción de Internet en la prensa se hace más evidente si consideramos que en todo el mundo las empresas periodísticas fracasaron en varias oportunidades cuando intentaron hacer pagar a los usuarios por contenidos publicados en la *web*; incluso a aquellos que anteriormente accedían sólo comprando el diario. Esto que no ocurrió con la radio y que sucedió en menor medida con la televisión —ante la cual hubo mayor predisposición de parte de los telespectadores por el mercado pago, que ampliaba la cantidad de señales y contenidos— hizo eclosionar el mercado de la prensa gráfica y también de la digital, que aún no encuentra su modelo de negocios.(3)

Esta crisis fue potenciada por las crisis económicas que atravesó el país, las cuales suelen afectar en mayor medida el consumo de bienes elásticos como son los culturales:

Durante los gobiernos de los Kirchner (2003-2015), Internet ya estaba desbaratando las rutinas de lectura de la prensa, aunque los años de alto crecimiento económico permitieron alivianar la tendencia. El estancamiento posterior a 2011 y la recesión de 2016 llevaron a otra caída pronunciada de la circulación, que alcanza el orden del 30% y parece no tocar piso (Lacunza, 2016: 37).

En la Argentina, los datos permiten verificar la tendencia decreciente en el consumo de la prensa gráfica y la coincidencia entre las sucesivas crisis económicas y la caída en el volumen de circulación de los diarios. Desde 2007 a 2018 la tendencia a la baja fue continua hasta registrar el mínimo histórico de 666.589 ejemplares (SInCA, s/f).

A pesar de la decreciente rentabilidad, la salida de la crisis de 2001 trajo consigo la aparición de nuevos medios de prensa gráfica diaria. La mayoría de ellos, no obstante, dejaron de existir como tales antes de cumplir una década de existencia(4). Si nos restringiéramos a una mirada centrada sólo en la lógica comercial, nos encontraríamos ante una situación paradójica: mientras los medios informativos perdieron lectores año tras año, durante el período de este estudio continuaron participando de modo considerable de la torta publicitaria, tal como remarcó Henry (2011).

Comprender los motivos que en el período aún orientaron a los inversores hacia los medios tradicionales exige además retornar al análisis sobre el lugar que juegan los medios gráficos en el establecimiento y jerarquización de los temas de los que hablará la sociedad y sobre su rol como actores políticos y económicos. La etapa en que se desarrolló esta investigación coincide con el *Cablegate*, en el cual la organización Wikileaks filtró en 2010 cientos de miles de documentos secretos entre los cuales se encontraban comunicaciones entre el Departamento de Estado de los Estados Unidos y sus embajadas en todo el

mundo. La organización eligió a diversos medios de prensa gráfica de todo el mundo para filtrar esta información. En un estudio sobre este caso, y más particularmente sobre la relación entre los medios y los gobiernos latinoamericanos, Becerra y Lacunza (2012: 23) destacan que:

...el caso WikiLeaks demuestra, pues, que la profecía sobre la muerte del periodismo analógico (...) está lejos de cumplirse. Si bien es cierto que en términos absolutos el mercado mundial de venta de periódicos disminuye año tras año (...) la influencia de la prensa es reivindicada en todos los estudios contemporáneos sobre construcción de agenda y liderazgo de opinión.

Tanto Becerra y Lacunza (2012) como O'Donnell (2011) advierten que, a comienzos del nuevo milenio, el *Cablegate* mostró que la prensa gráfica continúa siendo dominante en el establecimiento de la agenda. De hecho, no es casual que haya sido la intermediaria elegida para dar a conocer una información de tal relevancia, como a la que había accedido WikiLeaks.

Por otra parte, si bien los medios de comunicación tradicionales comenzaron a compartir su rol de informadores con medios digitales y con los usuarios, su carácter de portavoz de distintos sectores políticos y sociales permanece indiscutido. Así lo ejemplifica Sivak (2012) cuando describe la Plaza de Mayo colmada por multitudes que entonaban melodías en contra del principal grupo de medios del país, *Clarín*, durante la jornada de reelección de Cristina Fernández de Kirchner como presidenta en 2011. El adversario al gobierno aparecía, entonces, encarnado por un grupo multimediático y no ya por las fuerzas políticas opositoras y sus candidatos: en lugar de Binner o Alfonsín,<sup>(5)</sup> el principal perdedor parecía ser "*Clarín*".

Para entender este escenario hay que remitirse a la confrontación que protagonizaron desde 2008 el gobierno nacional y los conglomerados mediáticos (en particular, el Grupo Clarín), y al impacto que aquella disputa tuvo en la sociedad argentina en términos de polarización política. Esta polarización fue denominada como “la grieta”, a partir de la definición del periodista Jorge Lanata. El ex director y cofundador de *Página/12*, devenido una de las figuras periodísticas de los medios del Grupo Clarín desde 2011, utilizó la representación de una “grieta” para caracterizar la polarización política en la sociedad argentina entre kirchneristas y antikirchneristas, a raíz de la llamada “crisis del campo”. El periodista —que adujo haberse referido a la existencia de una “grieta” en referencia a otros contextos políticos en la Argentina (como los gobiernos peronistas y la última dictadura cívico militar) — afirmó que la expresión quedó anclada al clima de época del kirchnerismo,<sup>(6)</sup> partiendo aguas entre quienes apoyaban a un sector u otro del conflicto desatado a partir de 2008. En aquel entonces, el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner presentó la Resolución 125 que establecía retenciones móviles a la exportación de granos. Sectores agrarios vinculados a esta actividad manifestaron inmediatamente su rechazo a través de medidas como el *lock-out* patronal y movilizaciones hacia la Plaza de Mayo, a las que también sumaron adeptos de la clase media y alta porteña.

En la opinión pública, el conflicto fue interpretado como una lucha entre dos sectores antagónicos: el “gobierno” y “el campo”. La repercusión política y social de la medida fue tal, que sorprendió tanto a los protagonistas del hecho como al resto del arco político y la sociedad en general, tal como precisan Aronskind y Vommaro (2010: 11-12):

A medida que pasaban las semanas, nuevos actores se veían involucrados en [el conflicto], tensionando muchos aspectos de la vida cotidiana de los argentinos y no