



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARÍA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Periodistas de la Patagonia norte: perfil, motivaciones y prácticas

Año
2018

Autora
Bernardi, María Teresa

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Bernardi, M. T. (2018). *Periodistas de la Patagonia norte: perfil, motivaciones y prácticas*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

XX CONGRESO DE REDCOM - 1º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. "Comunicaciones, Poderes y Tecnologías: de Territorios Locales a Territorios Globales"

Villa María. Córdoba, Argentina 3, 4 y 5 de octubre de 2018

Periodistas de la Patagonia norte: Perfil, motivaciones y prácticas

Resumen

Este trabajo indaga el perfil y modos de trabajo de las y los periodistas de la Patagonia norte que se desempeñan en distintos medios locales y regionales de las provincias de Río Negro y Neuquén.

A través de la combinación de estrategias metodológicas cuantitativas y cualitativas tratamos de definir cuáles son las características de quienes ejercen el periodismo regional y sus percepciones y motivaciones sobre el trabajo.

Nos interesa profundizar en el conocimiento detallado del perfil y las rutinas de trabajo para poder establecer algunas regularidades sobre un objeto que ha sido escasamente estudiado en la región.

Introducción

La investigación sobre los periodistas y sus rutinas de producción en Argentina es escasa y asistemática. Los datos empíricos con los que contamos son esporádicos y, por lo general, concentrados en los medios más importantes de la capital de país. (Amado, 2012) (Amado y Pizzolo, 2013)

Aunque desde los años 80 y 90 se observa un interés por el estudio académico del campo periodístico las investigaciones se orientaron más hacia las dimensiones discursivas e ideológicas de las noticias. (Martini y Luchessi, 2004) La atención sobre las prácticas, las

rutinas y las condiciones en las que los periodistas producen en nuestro país es relativamente reciente. (Arrueta, 2010)

Este trabajo presenta los resultados de una encuesta realizada durante 2015 – 2016 que tuvo como objetivo indagar sobre el perfil del periodista de la Patagonia norte¹. Los datos cuantitativos obtenidos fueron profundizados con entrevistas que realizamos a un grupo de periodistas de las provincias de Río Negro y Neuquén en las que expresaron sus reflexiones sobre las prácticas laborales y motivaciones en torno a su profesión.

Metodología

Diseñamos una encuesta autoadministrada que distribuimos a través de un formulario de Google Drive² a profesionales que en sus perfiles de Twitter³ y Facebook⁴ se presentaron como periodistas de medios regionales⁵. Y se invitó a responder y a compartir con sus colegas el enlace que los remitía al formulario con las preguntas. Las encuestas fueron enviadas durante la última semana de julio de 2015 y hasta el 19 de octubre de 2016 registramos un total de 105 respuestas.

¹ Patagonia norte se denomina a la región comprendida por las provincias de Río Negro y Neuquén. Según algunos autores puede incluir también el partido de Patagones y la provincia de La Pampa.

² Google Drive es un servicio gratuito de alojamiento de archivos que fue introducido por la empresa estadounidense Google el 24 de abril de 2012 y entre sus opciones permite la creación de un formulario de encuesta que se puede compartir a través de un enlace por correo electrónico o en las redes sociales.

³ Twitter es un servicio de Microbloggin creado por Jack Dorsey en 2006 en California, Estados Unidos. En 2018 tiene aproximadamente 330 millones de usuarios que generan alrededor de 500 millones de Tweets (mensajes breves) por día. Fuente: <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/>

⁴ Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg en 2003. En un comienzo buscaba el intercambio entre estudiantes universitarios pero a partir de 2006 se abrió a todos los usuarios de Internet. En 2018 reporta 2.072 billones de usuarios activos mensuales. Fuente: <https://www.omnicoreagency.com/facebook-statistics/>

⁵ Partimos de considerar que aunque los medios no sean digitales los periodistas y la producción está estrechamente vinculada con el uso de las TIC. Por esa razón el formulario se compartió en distintas plataformas y alcanzó a diversos medios y periodistas.

El cuestionario⁶ contiene 11 preguntas cerradas. Las primeras se refieren a edad, sexo y el nivel de estudios alcanzados y luego se consulta acerca del trabajo: lugar donde desarrollan sus tareas, en qué tipo de medios, cuáles son las tareas que realiza, si tiene otro trabajo por fuera de la profesión, qué tipo de relación laboral mantiene con el medio, cuántos años hace que trabaja como periodista y la evaluación que el encuestado hace de la relación tarea/remuneración. Las últimas están relacionadas con el uso de las redes sociales: cuáles utiliza y para qué, según un listado de opciones.

Para este trabajo seleccionamos solo algunas de las respuestas, las que consideramos más representativas a modo de síntesis, sobre el perfil del periodista regional.

Realizamos, además, 18 entrevistas semiestructuradas a periodistas de ambos sexos de distintos medios de Río Negro y Neuquén que trabajan en ciudades con una población mayor a los 10 mil habitantes. Elegimos tres localidades de cada provincia que reunían esa característica: General Roca, Viedma y Bariloche, en Río Negro; y San Martín de los Andes, Cutral Co y ciudad de Neuquén, en la provincia de Neuquén.

Las y los periodistas fueron seleccionados de una lista de alrededor de 50 profesionales confeccionada a partir de una búsqueda en Twitter y Facebook de los perfiles de quienes se presentaban como trabajadores de medios en cada provincia. Se los contactó por esas mismas plataformas y quienes aceptaron fueron entrevistados. Otros, fueron sugeridos por los mismos periodistas seleccionados porque consideraron que por su trayectoria tenían experiencias que debían ser compartidas.

Los lugares donde se realizaron fueron diversos, por lo general, en bares céntricos, cercanos a los lugares de trabajo. Dos se hicieron en los domicilios particulares de los periodistas, 3 en

⁶ Para la elaboración del cuestionario se utilizaron como guía las encuestas nacionales realizadas por la empresa CIO Creative investigation para el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) en 2011 y 2014, disponibles en: <http://www.fopea.org/etica-y-calidad/encuestas/encuesta-2011/>
<http://www.fopea.org/libertad-de-expresion/encuesta-de-autocensura-2014/>

las oficinas de los medios. Del total de entrevistas, 16 se realizaron personalmente entre noviembre de 2015 y mayo de 2016 y dos fueron incorporadas a través de un cuestionario enviado por correo electrónico en enero de 2017, porque las periodistas prefirieron esa modalidad al no poder acordar un horario de encuentro.

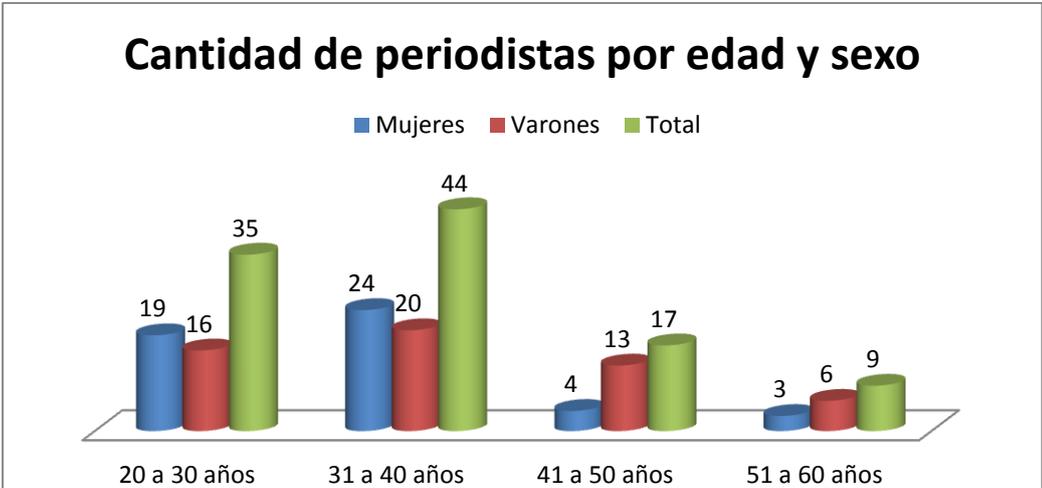
Resultados

Edad, sexo y formación

La encuesta fue respondida por 105 periodistas: 50 mujeres y 55 varones. Para conocer más en profundidad la composición del grupo encuestado lo clasificamos por edad y sexo en

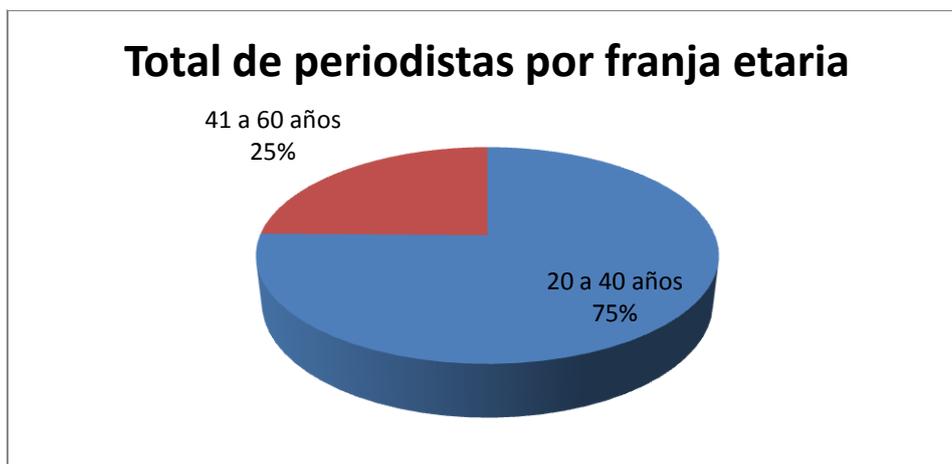
Figura 1

cuatro cortes: de 20 a 30 años; de 31 a 40; de 41 a 50 y de 51 a 60 años.



Encontramos así que la mayor cantidad de trabajadores mujeres y varones se concentra en la franja que va de los 20 a los 40 años, que asciende a 79, y que hay una incidencia femenina mayor que la masculina. Contamos allí 43 mujeres y 36 varones. En cambio, en la franja de mayor edad, comprendida entre los 41 y 60 años, baja drásticamente la cantidad de trabajadores, solamente 26 que se dividen en 19 varones y 7 mujeres.

Figura 2



Un dato interesante que aporta la encuesta se refiere al nivel de formación que tienen las y los periodistas de la región. Del total de la muestra, 43 personas afirman tener formación universitaria completa, 39, incompleta, 14, títulos terciarios y 2 han realizado posgrados. Solamente 7 respondieron que son idóneos, es decir que ejercen el periodismo como oficio, sin formación académica.

Si contamos el total de periodistas que han pasado por las aulas en una instancia superior veremos que el número asciende a 59, es decir, más de la mitad tiene formación universitaria. Y es un indicador de una tendencia creciente a la profesionalización de la labor periodística si contamos que también hay 39 personas que, aunque no terminaron sus estudios, realizaron algún trayecto en la universidad.

Al acercamos un poco más al contenido de los datos y si sumamos la cantidad de periodistas que culminaron carreras de nivel terciario, universitario y de posgrado veremos que las mujeres presentan una diferencia de cinco casos por sobre los varones, 32 sobre 27.

Figura 3

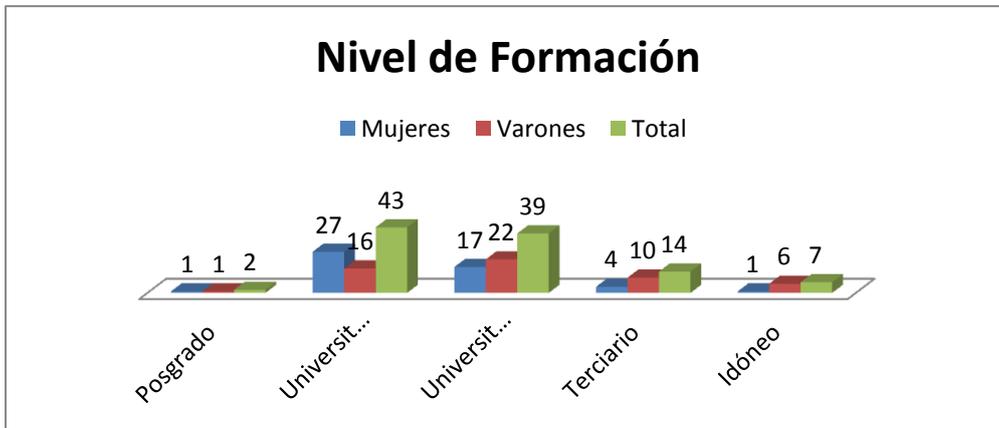
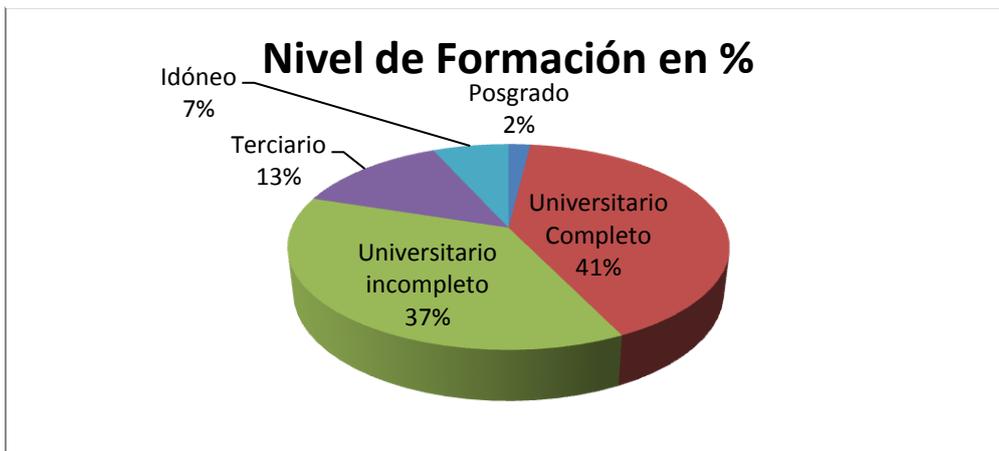


Figura 4



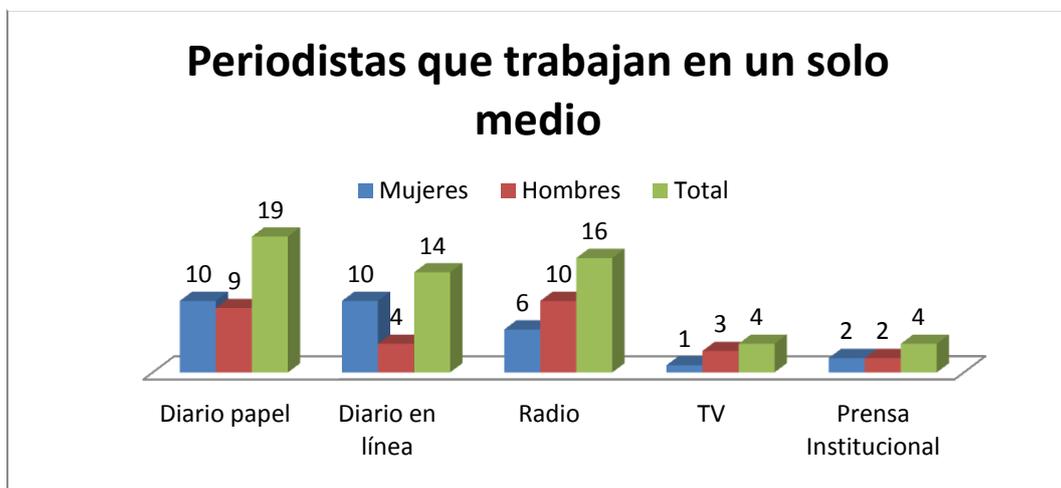
Lugar de trabajo, roles, tareas y antigüedad

Otro de los propósitos de la encuesta era identificar dónde trabajan las y los periodistas de la región. Los resultados indican que el 54% de la muestra, es decir 57 periodistas, trabajan en un solo lugar, mientras que el 46% restante, es decir, 48 periodistas realizan tareas en varios medios.

Los medios que concentran la mayor cantidad de periodistas de ambos sexos que trabajan en ellos únicamente son: el Diario de papel con 19, la Radio, con 16 y el Diario en línea/publicaciones web con 14. En Televisión solamente contabilizamos 4 y la misma cantidad entre quienes indicaron que se desempeñan en Prensa Institucional.

Un dato que se destaca es el número de mujeres, en su mayoría jóvenes, que trabajan en el Diario en línea/publicaciones web, que es significativamente más alto que los varones con 10 sobre 4. Para ellos, en cambio, el trabajo se concentra en la Radio: 10 varones y 6 mujeres.

Figura 5



También nos interesaba saber dónde trabajan aquellos 48 periodistas que manifestaron desarrollar tareas en más de un medio.

Así encontramos que hay 32 periodistas que trabajan para dos medios, 11 lo hacen en tres, y cinco que indicaron actividades en cuatro medios diferentes.

Son varias las combinaciones de medios. Mencionamos aquí las que concentran más cantidad de periodistas que son:

- Diario en línea/Publicaciones web + Diario de papel: 10
- Diario en línea/Publicaciones web + Radio: 7

- Diario de papel + Radio: 5
- Diario de papel + Radio + Diario en línea/publicaciones web: 5
- Diario en línea/publicaciones web + Prensa Institucional: 4

Se observa también que en la franja etaria más joven, de 20 a 40 años, las mujeres y los varones desarrollan tareas en distintos medios por igual. En cambio, en la franja de mayor edad, de 41 a 60 años, la cantidad de mujeres disminuye significativamente. Contamos solamente 2 contra 12 varones trabajan en varios medios.

Con el objetivo de conocer cuáles son las tareas que realizan les pedimos que seleccionaran de un menú los roles que cumplen en los medios donde trabajan. En muchos casos optaron por varios de ellos, contabilizamos cada uno según el medio en el que se desempeñan y los ordenamos diferenciándolos por sexo. Así pudimos acceder a un panorama de las tareas que realizan mujeres y hombres en el periodismo regional.

En el **Diario de papel** los roles que ocupan las mujeres son en su mayoría de redactoras y cronistas aunque hay, también, dos secretarías de redacción, que es un lugar de mayor jerarquía. Los varones, en cambio, tienen más participación en roles de rango medio como es el de editor y jefe de sección y, en un caso, el de director.

En la **Radio** los varones, en su mayoría, son conductores, mientras que las mujeres se desempeñan en la producción periodística. En la **TV** los varones tienen mayor presencia en todos los roles.

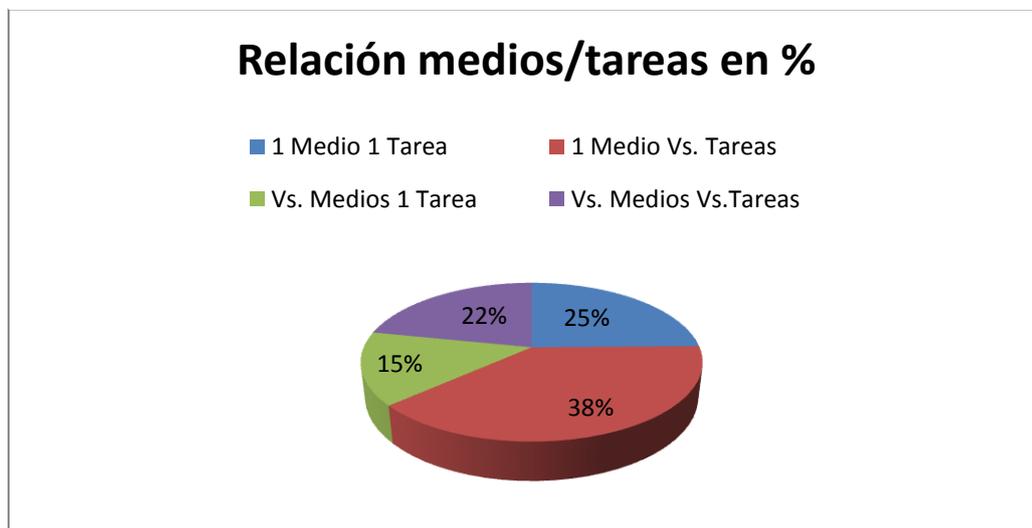
En el **Diario en línea y Publicaciones web** la participación de las mujeres es más notoria, ocupan cargos de directoras, redactoras, editoras de audio y video y de community manager en los que superan en número a los varones. Ellos, a su vez, cumplen con todos los roles y ocupan también cargos jerárquicos: jefe de sección y secretario de redacción.

Los modos de trabajo también son diferentes. En algunos casos incluyen además de la multitarea la multiplataforma. De acuerdo a las respuestas sobre las tareas que realizan en su jornada categorizamos la relación Medios/Tareas en 4 tipos:

- a) 1 Medio, 1 tarea
- b) 1 Medio, varias tareas
- c) Varios medios, 1 tarea
- d) Varios medios, varias tareas

Encontramos que de los 101 periodistas que manifestaron trabajar en medios e indicaron tareas específicas, 39 trabaja en un solo medio y realiza varias tareas, le sigue con 25 casos quienes trabajan en un solo medio y tienen una única tarea. Y, de los que trabajan en varios medios, 22 señalaron que realizan varias actividades y 15 que desempeñan una sola en cada uno de los medios en los que trabaja.

Figura 6



Consultamos también si los periodistas de la región tenían otros trabajos por fuera de la profesión. Las respuestas mostraron que la mayoría, 71, trabaja solamente en periodismo. El

resto, 33 específicamente, complementa sus ingresos con otras actividades. En el Gráfico 7 se detallan cuáles son.

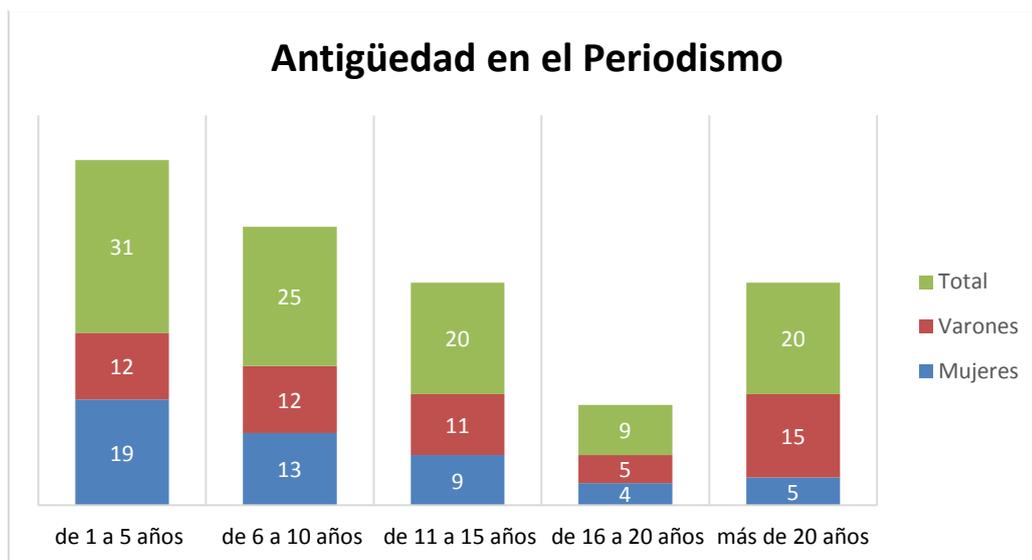
Figura 7



En relación con la pregunta por la antigüedad en el trabajo decidimos ofrecer opciones fraccionadas por períodos de cuatro años: de 1 a 5; 6 a 10; 11 a 15; 16 a 20 y más de 20 años y las distinguimos también por sexo.

La mayoría de los encuestados tiene una antigüedad en el trabajo de hasta 5 años y es notoria la cantidad de mujeres que suman 19 contra 12 varones. En el período siguiente se mantiene la mayoría femenina pero sólo por un caso y a partir de allí comienza a declinar hasta llegar a una diferencia notable con los que tienen más de 20 años. Hay allí apenas 5 mujeres contra 15 varones.

Figura 8



En porcentajes: el 38 por ciento de la muestra tiene una antigüedad de 1 a 5 años; el 26 por ciento, de 6 a 10 años; el 18 por ciento, de 11 a 15 años; el 8 por ciento de 16 a 20 años y el 10 por ciento cuenta con más de 20 años.

Hasta aquí compilamos aquellas respuestas que nos ayudan a establecer, aunque de manera todavía imprecisa, el perfil del periodista regional que podríamos sintetizar en los siguientes rasgos:

- El 75% de los periodistas son jóvenes que se ubican en la franja etaria de 20 a 40 años.
- El 38% de la muestra tiene, además, una antigüedad en el trabajo de hasta 5 años y el 26% hasta 10 años.
- Hay una notable feminización del trabajo periodístico en la franja de 20 a 40 años, mientras que, a mayor edad, de 41 a 60 años, la participación de las mujeres disminuye drásticamente.

- El 41% de los y las periodistas encuestados tiene formación universitaria completa, un 13%, formación terciaria y un 37% que no ha completado una carrera universitaria, lo que indica un nivel alto de capacitación profesional del periodista regional.
- La mayoría de las mujeres periodistas jóvenes desempeñan su labor en el Diario en línea/publicaciones web.
- De los 105 encuestados 71 trabaja solamente como periodista.
- El 54% de los periodistas encuestados desarrolla tareas en un solo medio y la mayoría realiza allí múltiples tareas. El 46% es multiplataforma y el 22% de ellos también multitarea.
- En cuanto a las tareas que realizan según el medio y el sexo observamos que: en el Diario de papel las mujeres son generalmente cronistas y redactoras, mientras que los varones además de estas labores también ocupan cargos de mayor jerarquía como Editores o Jefes de sección. En la radio, las mujeres se ocupan de la producción mientras que los hombres son conductores. En los medios digitales la participación femenina está centrada en la redacción, en paridad con los varones la dirección del medio y luego se concentra en roles de Community Manager y Editora de Audio y Video. Los varones, en cambio, tienen presencia en todos los roles. Y en la TV la mayoría de los roles son ocupados por varones.

El trabajo periodístico: diversidad, pasión y desencanto

Si bien la encuesta que realizamos a periodistas de la zona ofreció datos valiosos sobre sus características y modos de trabajo buscamos, a través de un contacto más cercano, profundizar sobre algunos aspectos de las prácticas desde el relato de sus experiencias.

Las y los periodistas entrevistados, 9 mujeres y 9 varones, tienen entre 28 y 51 años y una antigüedad en el periodismo que va de 4 a 20 años. Con respecto a la formación académica, 6

de las periodistas mujeres completaron sus estudios universitarios en Comunicación o Periodismo mientras que las 3 restantes alcanzaron distintos niveles: una de ellas está terminando su licenciatura, otra tiene estudios superiores incompletos y otra se formó como maestra y su llegada al periodismo fue vocacional.

En cuanto a los varones, 7 tienen estudios universitarios completos en Comunicación o Periodismo y 2 pasaron por la formación superior aunque no finalizaron sus carreras.

La mayoría trabaja en dos medios y hablaron de su labor tomando como referencia el lugar en el que ocupan más horas o tienen más antigüedad.

Periodistas mujeres	Medios en los que trabaja	
Jimena	TV	Radio
Laura	Diario Papel	Sitio Web
Judith	TV	Sitio Web
Erica	Sitio Web	BuzzFeed
Cecilia	Sitio Web	
Andrea	Diario Papel	Sitio Web
Melina	Sitio Web	P. Institucional
Marcela	Sitio Web	
Mariángeles	Sitio Web	Radio y TV Univ.

Periodistas hombres	Medios en los que trabaja	
Daniel	Diario Papel	
Eduardo	Diario Papel	Radio
Flavio	Diario Papel	Insti. Pública
Mariano	Sitio Web	Radio
Matías	Sitio Web	TV
Nicolás	Sitio Web	
Federico	Sitio Web	Diario Papel
Pablo	Sitio Web	Docente
Sebastián	Redes Sociales	Emprend. Digitales

De 18 periodistas, 4 tienen un solo trabajo y 14 desempeña tareas en dos medios, de los cuales, ambos o uno de ellos es digital, en 13 casos.

De las 9 mujeres entrevistadas 8 trabajan en medios digitales, como único o segundo empleo, entre los varones, en cambio, son 6 quienes están en esa misma situación.

De los inicios.

Empezar a trabajar como periodistas es “boyar en el trabajo precarizado”, “alternar un trabajo fijo con otros medios para poder sobrevivir”. Para quienes tienen más años, el paso por distintas, experiencias laborales es algo natural en la profesión y coinciden en que la radio es el lugar de iniciación.

Entre los más jóvenes, el primer acercamiento al periodismo se debió a los programas de pasantías entre la Universidad y las empresas de medios. Varios de los entrevistados accedieron así a su primer trabajo y con el tiempo se quedaron o migraron a otros. En algunos casos, la posibilidad de tener un empleo permanente les permitió, además, incursionar en emprendimientos propios.

Encontramos distintas trayectorias laborales, algunos han conseguido estabilidad en medios tradicionales y es su única fuente de ingresos, hay quienes combinan el empleo con emprendimientos propios, otros son emprendedores puros y generan sus propios espacios informativos con diferentes resultados. Hay quienes ejercen el periodismo de manera vocacional, porque los ingresos no les alcanzan para vivir, mientras que otros trabajan en medios y complementan sus ingresos con la docencia o el periodismo institucional.

Lo que se desprende de sus relatos es que hay una variedad de modos de vincularse al trabajo y que el empleo en un solo medio, en blanco y con un ingreso suficiente para vivir es una

perla negra. La norma es la combinación de empleos, el emprendedorismo como un modo autogestivo de subsistencia y la precarización como un componente implícito en la mayoría de las relaciones laborales incluido el autoempleo.

De las Rutinas en medios tradicionales.

Los periodistas del diario de papel destacan como práctica diferenciadora el trabajo en equipo. La presencia de un jefe es un factor que destacan como fundamental porque, si bien la construcción de la agenda diaria se organiza y discute de manera colectiva, él es quien toma las decisiones finales. Su presencia y responsabilidad es muy útil para los periodistas porque les permite dedicar tiempo y atención a lo que se va a cubrir.

Si es una redacción numerosa la división en secciones ayuda en la organización de las tareas que le corresponde a cada periodista. Si es un medio pequeño, cada profesional cubre varios temas y la injerencia del jefe en las decisiones de agenda es mayor.

Un aspecto que se destaca en los relatos de quienes trabajan en los diarios de papel es la defensa y el reconocimiento de los derechos gremiales de otros trabajadores. Por ejemplo, el acuerdo tácito de no sacar fotos o cubrir temas de otros como deportes o policiales.

Los entrevistados que trabajan en la radio y/o la TV también realizan tareas periodísticas en otros medios. Refieren que tienen cierta autonomía en la decisión sobre los temas a trabajar, pero que rara vez se salen de las pautas sobre lo que se considera noticiable para el medio.

Quienes comienzan la jornada con la radio explican que suelen tomar de allí los insumos que serán ampliados luego en su trabajo en otros medios, siempre guardando las diferencias propias del público al que se dirigen. La rutina de la radio depende de las actividades de movileros, que son quienes mantienen el contacto con la calle y el uso del teléfono para contactar con oyentes y fuentes, generalmente, oficiales. La principal diferencia con el trabajo en el diario de papel es la extensión de la jornada laboral más allá del horario de trabajo y las

múltiples funciones que, en algunos casos, por limitaciones presupuestarias, se ven obligados a cubrir.

De las rutinas en sitios web.

El modo de trabajo y las rutinas de los periodistas en los medios tradicionales locales muestran cierta estabilidad en la forma de producción y, en algunos casos, las modificaciones en la rutina provienen del aumento de la multitarea. El panorama cambia cuando nos acercamos al mundo digital. Allí el trabajo, la organización y la propiedad son diferentes, no solo en relación con los demás medios, sino entre sí. Y cada uno de ellos presenta una situación particular. Del relato de los entrevistados se desprenden al menos 8 modos distintos en que los periodistas se relacionan con su trabajo:

- El Periodista propietario y único redactor de un sitio web local
- La Periodista contratada y única redactora en un sitio web local
- Las Periodistas propietarias en sociedad de un sitio web local
- El Periodista empleado, jefe de redacción, en una empresa propietaria de dos sitios web locales
- La Periodista integrante asociada de un sitio web cooperativo
- La Periodista empleada del sitio web de un multimedia
- El Periodista/ Social Media empleado del sitio web de un diario de papel
- La Periodista copropietaria redactora de un sitio temático local y freelance de un sitio web internacional

Para describirlos los agrupamos según las siguientes categorías:

a- Periodistas propietarios (no más de dos integrantes)

En esta categoría hay 2 tipos diferentes:

1. Quienes son cuentapropistas y realizan todas las tareas para mantener el medio.

Son profesionales formados que salen a la calle a cubrir, luego escriben y publican.

Tienen un interés por cuidar la calidad de su producto y se preocupan por las fuentes y las fotos por las que muchas veces pagan.

2. Un periodista propietario que, como vive en otra ciudad, contrata el servicio de

una periodista que se desempeña como única redactora y fotógrafa. Es una

periodista vocacional, sin formación profesional que se preocupa por cuestiones

éticas y por cuidar la relación con el usuario/lector. Cumple su rol desde la

asistencia y el servicio público y sale a buscar la información a la calle aunque la

mayoría de la información que publica proviene de fuentes oficiales.

b- Periodistas propietarios en sociedad (más de 2 integrantes)

Son periodistas con formación académica que en sociedad dirigen una organización, virtual y

móvil. Trabajan desde sus casas o actualizan desde allí y suben la información desde el

celular. Los controles de calidad no son estrictos, se trabaja sobre la noticia emergente y la

redacción se caracteriza por su brevedad. La autonomía y la limitación de la agenda a lo local

es determinante para que cada uno sepa qué es lo noticiable. Formación y resolución de

problemas de manera autodidacta. División de tareas entre quienes hacen solo periodismo y

quienes se dedican además a cuestiones administrativas por acuerdos internos.

c- Periodistas integrantes de una cooperativa:

Son periodistas profesionales que trabajan en un medio que les permite elegir su propia

agenda. Trabajan sobre temas que no son de actualidad inmediata lo que les permite

profundizar los enfoques sin presiones de tiempo. Como cooperativa sus integrantes

participan de las decisiones editoriales y aunque hay alguien que coordina la producción no tiene jerarquía por sobre otros miembros.

d- Periodistas empleados en sitios de noticias

Son periodistas formados que trabajan para un medio grande o multimedia. Son críticos del modo en que se trabaja y se administra y están en desacuerdo con quienes toman las decisiones. Manifiestan no ser considerados ni valorados por la empresa. Trabajan cubriendo varias tareas y descuidando la propia. Ninguna posibilidad de salir a la calle a cubrir la información y son los que más desilusión expresan con respecto al modo en que se hace periodismo.

Del Trabajo.

Los periodistas entrevistados reflexionan sobre las condiciones del trabajo y dejan un puñado de definiciones que describen sus visiones sobre la tarea periodística en un contexto atravesado por la precarización y los cambios en las prácticas.

Para Jimena, quien lleva varios años como cronista “es un trabajo sumamente ingrato, lo que tiene que ver con la satisfacción va pegado al trabajo, no a la remuneración. Noto que quien lucra con este trabajo se favorece de la pasión de las personas. Muchos te dicen pero ¿qué hacés? si ganás dos pesos con esto... sí, pero es lo que me gusta”.

En el mismo sentido, Matías, afirma: “está buenísimo laburar de periodista, no te vas a aburrir... es una profesión que tiene mucha exigencia pero la retribución no es acorde”.

Desde un punto de vista gremial, Flavio sostiene que “las empresas utilizan las plataformas para tener menos gente que hace más trabajo por menos plata. No se hace periodismo, se conforman con copiar y pegar. Y una persona que tiene que salir a la calle para hacer un

despacho para una radio, filmar para el canal, hacer una nota para la web, además escribir para el diario, copetear, sacar fotos, algo no va a hacer bien. Lo más probable es que no haga nada bien”.

Mariángeles, desencantada, está dejando su trabajo en el multimedio, “el periodismo del día a día me bajoneó un poco... “Tuiteá la nota”, “retuiteá lo que dijo el funcionario”, eso me comió la cabeza y no lo quiero hacer más, porque la verdad, me pudrió”.

Pablo, por su parte, sostiene que el trabajo está poco profesionalizado y hay muchos portales en los que trabaja una sola persona. “Se lo vio como un quiosco, como no hay estabilidad caemos en la autogestión”.

Al igual que Pablo, Mariano refiere que “al no tener un anclaje en un medio que te permita vivir te obliga a ser un multiperiodista. Esto nos ha llevado a ser periodistas empresarios y buscar tu propio medio porque no llegás y entonces no hay profundidad en la información, no hay capacidad de análisis, de construcción de noticias... eso es lo que ha atentado, no la tecnología que mejora o multiplica”.

Judith, aporta que la tecnología atraviesa todas las segmentaciones del trabajo del periodista. “Hay quienes se siguen dividiendo entre quienes escriben pero no sacan fotos, pero no se puede. Para la página lo entendí, voy a un lugar, registro la noticia, si puedo hacer un video lo filmo y va para las redes, para Twitter va con Vine⁷... estamos atravesados por lo multimedia y el periodismo va para ese lado”.

Para quienes vienen del papel la preocupación sobre el trabajo también se centra en la multiplataforma. “Estoy en contra de que se utilice al periodista en tres medios distintos, pero es algo que se ha instalado y está marchando”, manifiesta Eduardo. Y Daniel agrega que “hay

⁷ Aplicación que permitía crear y publicar videos cortos a las redes sociales. Fue lanzada en 2013 y funcionó hasta 2017.

una gran precarización y maltrato laboral de la gente” que contrasta con lo que se ve en la facultad donde hay chicos ilusionados con la profesión. Sin embargo, sostiene que “más allá de que los empresarios nos están empujando a la multiplicidad de tareas y al periodista “todo terreno”, a la larga, el buen periodismo va a tener que ser cada vez más especializado”.

Por su parte, Erica, tiene una posición menos crítica, “el ámbito emprendedor ayuda muchísimo a periodistas que se han quedado sin laburo... Para mí el problema está en la sustentabilidad, sobre todo en la región”. Respecto de las habilidades con las que debe contar un periodista para su trabajo, Erica sostiene que “es cansador hacer cursos, pero si no tenés para pagarle al diagramador, al diseñador, te quedás atrás. Tenés que aprender, después es muy gratificante cuando te das cuenta de que tenés todas esas herramientas”.

“Estoy muy contento de vivir esta etapa del periodismo porque creo que es una etapa histórica”, sostiene Nicolás. Los cambios en periodismo digital contribuyen a trabajar la construcción de la noticia desde lo multimedial. En el mismo sentido, Melina sostiene que la tecnología abre nuevos horizontes laborales. “Esto hace más rico el trabajo periodístico porque permite explorar otras plataformas. Nuestro rol sigue siendo el mismo, informar con veracidad y responsabilidad. Lo que ha cambiado son los contextos y las plataformas que brindan mayores alternativas y posibilidades que desventajas”.

Conclusiones

El objetivo de este trabajo era acercarnos al perfil del periodista de la Patagonia norte y explorar sus características. Para hacerlo echamos mano a una metodología cuantitativa de la que obtuvimos un conjunto de datos que, luego, profundizamos con las entrevistas. Así complejizamos los datos con testimonios que delinearon ese perfil con una trama de perspectivas sobre el trabajo y las condiciones en que se realiza en los medios de la zona.

El cruce de los resultados obtenidos nos permite elaborar algunas aproximaciones todavía inestables y provisionarias dadas las dinámicas de transformación de las prácticas periodísticas en la actualidad.

Así podemos referir que las y los periodistas de la Patagonia norte son jóvenes que tienen entre 20 y 40 años, con formación universitaria, que trabajan solamente en su profesión y tienen poca antigüedad. En esa franja etaria son en su mayoría mujeres, desarrollan actividades en medios digitales y, todavía, no ocupan lugares jerárquicos dentro de esas organizaciones.

Describen el trabajo periodístico como una profesión precarizada e inestable, a la que accedieron, en muchos casos, a través de vínculos institucionales entre la universidad y los medios tradicionales de la región. La mayoría combina tareas en más de un medio.

En cuanto a las rutinas, quienes trabajan en medios tradicionales como la radio y la TV relatan una tendencia a la multitarea, un periodismo de escritorio, que pocas veces sale a la calle a buscar información, el uso casi exclusivo de fuentes oficiales y, en muchos casos, una jornada laboral que se extiende más allá de los horarios establecidos.

Por otro lado, quienes desempeñan tareas en medios digitales, muestran un escenario en el que conviven varios modos de trabajo: desde los empleados de empresas y multimedios hasta quienes son emprendedores y se autogestionan. Y de organización: con conformaciones unipersonales, en sociedades de dos o más integrantes y el formato de cooperativa.

Sus prácticas están marcadas por la velocidad en la producción, la cobertura de la noticia emergente y las temáticas locales. Las y los periodistas trabajan de manera autónoma y tienen a su cargo la escritura y la administración de los contenidos multimediales. La redacción se caracteriza por la noticia breve, el uso de las fuentes oficiales y el escaso control de calidad en el proceso de producción. Las reuniones de equipo rara vez se dan en un espacio físico, son

por lo general a través de Whatsapp y el uso del teléfono móvil es fundamental para la cobertura informativa, las fotos y videos pero, también, para la escritura y envío del material de manera más ágil.

Las motivaciones por las cuales los periodistas explican su relación con el trabajo están fuertemente marcadas por la pasión, la vocación y la imposibilidad de dedicarse a otra cosa. Para ellos eso es una debilidad frente a los propietarios de medios que se aprovechan de ese compromiso para precarizar su trabajo. Quienes trabajan en el área digital de empresas periodísticas más grandes son los que más padecen esas presiones y perciben la desvalorización del trabajo que realizan.

En todos los casos, las y los periodistas entrevistados expresan cierta desilusión por las condiciones en las deben producir la información y por las remuneraciones que no siempre alcanzan para su sustento.

Y aunque entre ellos acuerdan que el periodismo está en una etapa de transformación hay dos posturas diferenciadas: por un lado, quienes creen que la multitarea y el autoempleo degrada la profesión y baja la calidad y, por otro, quienes sostienen que es una oportunidad para aquellos que no quieren o no pueden trabajar en los medios tradicionales y lo entienden como un proceso inevitable al que hay que adaptarse.

Bibliografía

Amado Suárez, A. (2013). Periodismo argentino: en busca de datos sobre la profesión. *Austral Comunicación*, 1(2), 113-135.

Amado, A., y Pizzolo, N. (2013). A la búsqueda de fuentes de datos sobre periodismo en Argentina. En *X Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Arrueta, C. (2010). *¿Qué realidad construyen los diarios?: una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. Buenos Aires. La Crujía.

Martini, S., y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Buenos Aires. Editorial Biblos.