

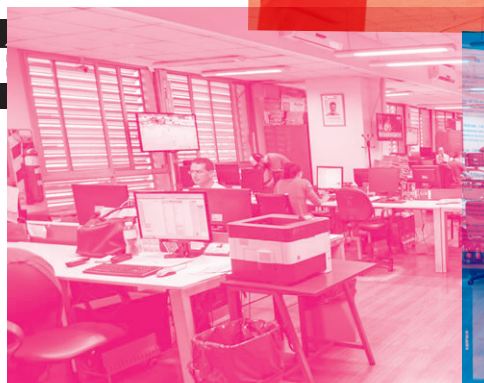
QUIÉNES

Hacen “ Periodismo”

¿QUIÉNES HACEN PERIODISMO?

¿QUIÉNES

PERIODISMO?



**TRABAJADORAS Y TRABAJADORES
DE PRENSA**

HISTORIAS Y MIRADAS
SOBRE EL OFICIO

¿Quiénes hacen periodismo?

Autoras/es: Eva Amorín, Darío Aranda, Ailín Bullentini, Franco Ciancaglini, Romina D'Alfonso, Adrián Figueroa Díaz, Lucía Guadagno, Nahuel Lag, Juan Monasterio, Mariano Pagnucco, Federico Paterno, Maria Sol Wasylyk Fedyszak.

Idea y edición general: Darío Aranda.

Edición: Lucía Guadagno, Nahuel Lag y Mariano Pagnucco.

Fotografía: Juan Monasterio.

Corrección: Clara Cameroni.

Diseño: Sebastián Damen.

¿Quiénes hacen periodismo?

Trabajadoras y trabajadores de prensa.

Historias y miradas sobre el oficio.

1º Edición. Zona sur del conurbano bonaerense. Mayo de 2020.

Con el apoyo de:



Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente los puntos de vista de la Friedrich-Ebert-Stiftung.

Este trabajo es de libre reproducción para uso no comercial. En caso de reproducción total o parcial, por favor citar la fuente.

Contacto: quieneshacenperiodismo@gmail.com

¿Quiénes hacen periodismo?

TRABAJADORAS Y TRABAJADORES
DE PRENSA
HISTORIAS Y MIRADAS
SOBRE EL OFICIO

Índice

¿Qué y para qué? _____ 10

**Trabajadores de prensa, luchas cotidianas
y futuros posibles.** Por Darío Aranda _____ 14

“Siempre del lado de los oprimidos”
Eduardo Duschatzky (Télam)
Por Adrián Figueroa Díaz _____ 29

**“El Estado perjudica más de lo que
beneficia a espacios como el nuestro”**
Hugo Montero e Ignacio Portela (Revista Sudestada)
Por Romina D’Alfonso _____ 49

**“El periodismo tiene que ver con molestar a
quienes pagan para que no se los moleste”**
Ramiro Giganti (Anred)
Por Maria Sol Wasylyk Fedyszak _____ 67

**“El periodismo tiene mucho de estar en el lugar
y eso lo hacen los medios alternativos”**
Néstor Llido (Diario Popular)
Por Eva Amorín _____ 87

**“Lo que no puede volver a pasar es que
haya un periodismo muy oficialista”**
Julia Izumi (Tiempo Argentino)
Por Mariano Pagnucco _____ 109

**"Por más bloqueo informativo empresarial que haya,
existe una realidad que se revela desde las calles"**

Maximiliano Goldschmidt (Revista Cítrica)

Por Nahuel Lag _____ 129

**"El periodismo se utiliza con otros
fines, no para hacer periodismo"**

Juan Pablo Piscetta (Infobae)

Por Lucía Guadagno _____ 149

**"La dictadura de los clics y la inmediatez van
en detrimento del periodismo de calidad"**

Natalia Iocco (Diario Clarín)

Por Franco Ciancaglini _____ 167

"La Academia crea opinólogos"

Carlos Rodríguez (Diario Página12)

Por Federico Paterno _____ 181

**"El lugar del periodismo es la sociedad y no
la empresa de donde cobramos el salario"**

Claudia Acuña (La Vaca)

Por Ailín Bullentini _____ 197

Autoras/es _____ 208

¿Qué y para qué?

Existen tantas definiciones de periodismo como periodistas. Una muy simple suele ayudar: el periodismo es contar lo que pasa, con mirada crítica, que cuestione tanto al poder económico como al poder político.

Bajo ese paraguas, este libro recorre el trabajo, el hacer y decir de periodistas con miradas diversas, desde la agencia de noticias Anred hasta *Clarín*, desde la revista *Sudestada* hasta *Página12*, desde la cooperativa La Vaca hasta Infobae, *Cítrica* y *Diario Popular*, *Tiempo Argentino* y *Télam*. Trabajadoras y trabajadores de prensa de diez medios de comunicación, comerciales y comunitarios-alternativos, relatan lo que es hacer periodismo día a día, desde la redacción, desde la calle, desde el territorio.

Los relatos dan cuenta de los cambios y las continuidades en el ejercicio del oficio en los últimos treinta años, y describen la crisis y decadencia de los medios comerciales, tradicionales o “grandes medios”. Contienen historias y opiniones sobre los conflictos y presiones dentro de las redacciones aunque, también, caminos posibles para hacer periodismo con dignidad.

Son once periodistas de a pie que están lejos de las estrellas mediáticas y de los despachos del poder. No se codean con funcionarios de turno ni salen en televisión (tampoco lo pretenden). Sus fuentes son trabajadores, organizaciones sociales, referentes territoriales, familias de barrios populares, asambleas vecinales, espacios de la cultura, clubes de barrio, militantes contra la represión policial, comunidades indígenas y campesinas. Periodistas que no aplauden a los gobiernos ni



operan a favor de las empresas. Mucho menos, soldados en los enfrentamientos entre gobiernos y monopolios mediáticos.

El mismo perfil abarca a quienes realizaron las entrevistas, coautores del libro. Parte de ese grupo trabaja en medios comerciales, están quienes forman parte de los comunitarios-alternativos-cooperativos, quienes tienen un pie en ambos lados y quienes se dedican a la docencia. Lo que tienen en común es que intentan hacer periodismo crítico, dando cuenta de injusticias, con la preocupación puesta en los sectores populares.

Este libro adolece de algo fundamental, de federalismo. En estas páginas figuran experiencias de medios y periodistas de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Estuvo presente esa falencia desde el inicio del proyecto, pero no alcanzaron las manos, el tiempo ni los recursos para saldar esa deuda. También, quizá, puede ser parte de una segunda etapa, en la que compañeros y compañeras de otras provincias puedan entrevistar a colegas de esos mismos lugares. E incluso a periodistas (y medios) de la zona metropolitana de Buenos Aires, que no se pudo incluir en estas diez primeras entrevistas.

¿Quiénes hacen periodismo? refleja, entonces, la interacción de este grupo inicial de periodistas en la que se abordan muchas de las aristas del quehacer de oficio: temas de investigación, censuras, colegas respetados, carneros y mercenarios, la autogestión, los pauta-dependientes, la ética, la precarización y los despidos, la organización sindical, lo básico de considerarse parte de la clase trabajadora, el rol de la academia, el periodismo online y la dictadura de los clics, las operaciones disfrazadas de periodismo, el respeto por el público lector, el compromiso al escribir, los aprendizajes, el desprecio por parte de las empresas de medios, el periodismo de escritorio y el que se hace desde el territorio, los jefes obedientes, la militancia, la insistencia para instalar temas silenciados, los caminos que



falta recorrer en la profesión, los sueños por cumplir.

¿Quiénes hacen periodismo? es también -o intenta ser- una interpelación para pensar y debatir sobre quiénes, cómo y desde dónde se construyen las noticias y los temas que dominan la agenda pública. Una discusión fundamental que queremos seguir dando quienes consideramos a la comunicación como un derecho y al periodismo como una herramienta para el cambio social.





Trabajadores de prensa, luchas cotidianas y futuros posibles

“El periodista debe manejarse por
la ética, cuidar la verdad
y estar siempre del lado de los que sufren”
Osvaldo Bayer

“Si no tienen qué poner, pasen música”
Sergio Maldonado

Por Darío Aranda

Trabajadores

7 de junio. Día del periodista. Conductores de radio y televisión se miran el ombligo más que nunca, felicitándose entre ellos. Ponen al aire saludos de sus pares y de oyentes. Hablan de libertad de expresión, de independencia, de objetividad; del supuesto servicio que dan a la comunidad.

7 de junio. Día del Periodista. En la calle, enfrente a la sede de la Asociación de Editores de Diarios de la Ciudad de Buenos Aires (Aedba), espacio que nuclea a las patronales de la profesión. Miles de trabajadores de prensa reclaman por sus derechos básicos. Ningún “gran medio” da cuenta de la movilización. En el escenario, Carlos Rodríguez, histórico militante del gremio y delegado de *Página12*, hace un repaso de



la precarización, los bajos salarios, despidos y el maltrato que reciben por parte de las empresas. Y apunta a las “estrellas” del periodismo: “¿Dónde están esas grandes firmas? ¿Esos que muchas veces hacen sus editoriales con las notas que nosotros escribimos todos los días? ¿Dónde están los que aparecen en televisión y grandes radios...? Acá estamos los periodistas. Acá estamos los trabajadores de prensa”.

En minutos de discurso resume la distancia entre el imaginario social que recae sobre los periodistas, esas estrellas mediáticas, y los obreros del oficio, los que hacen periodismo.

El debate sobre el periodismo fue amplio en los últimos años. Quizá como nunca antes se mostraron y cuestionaron los intereses económicos y políticos detrás de cada “gran medio”. Se hizo cotidiano que periodistas (en general, “famosos”) aparezcan en paneles de televisión opinando sobre otros colegas y desmenuzando intereses en las noticias. En paralelo, desde la academia, la producción de *papers* también se incrementó, con nuevos conceptos teóricos para intentar condensar momentos del periodismo.

Pero en todo el despliegue de debates faltó una voz: la de los periodistas de a pie. Aquellos que hacen los medios de manera cotidiana, pero, al mismo tiempo, son invisibilizados por el establishment periodístico y académico. Los mismos que recorren los territorios en busca de noticias, resisten la censura, los pésimos salarios y la precarización. Y los que, desde medios comunitarios, cooperativos, construyen agendas que dan cuenta de hechos y protagonistas silenciados o marginados por los medios comerciales: el acontecer en los barrios populares, los ríos contaminados y pueblos fumigados con agrotóxicos, las luchas de trabajadores por mantener sus fuentes laborales, los pueblos indígenas y sus luchas cotidianas.



De forma paradójica, los trabajadores de prensa, los que escriben a diario en los medios, no suelen aparecer como sujetos políticos (colectivos o individuales) en los debates sobre medios y periodismo.

Al mejor postor

“Las noticias son esos espacios de los diarios que quedan libres entre las publicidades”. Un dicho recurrente para graficar qué privilegian las empresas periodísticas.

Un caso extremo se dio en diciembre de 2019, en España. Comenzaba la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (más conocida como COP25). Y los diarios de mayor tirada publicaron el mismo título de tapa: “Endesa presenta sus soluciones para una sociedad libre de emisiones”.

La Empresa Nacional de Electricidad Sociedad Anónima (Endesa), una de las mayores responsables de emisiones de gases de efecto invernadero, compró las tapas de los diarios. No era una publicidad tradicional, sino que pagó para que se publique en tapa, como título principal, una “noticia” sobre el supuesto buen accionar de la compañía.

Los diarios locales no se quedan atrás. Aún no se animaron a vender la tapa. Quizá sea solo cuestión de tiempo. El 11 de febrero de 2020, dos medios porteños publicaron la misma nota. “Crónica de un día en una mina en el medio de la montaña”, tituló *Clarín*. “Cómo es el día a día de los trabajadores de una mina de oro”, eligió *Perfil*. La “nota” era idéntica. Había sido escrita por una consultora contratada por la minera Barrick Gold, que opera en San Juan y que derramó millones de litros de agua con cianuro en los ríos provinciales.

La práctica de disfrazar publicidad como si fueran artículos



periodísticos no es nueva. Lo llamativo es el modo en que proliferan contenidos pagados por empresas, que luego los medios presentan como *branded content*, espacios de marca o *content lab* y se publican “mezclados” entre las noticias de sus portales de internet. En el camino, periodistas pasan a ser redactores publicitarios.

En este contexto, sin embargo, lo más grave no es que los medios vendan publicidad en diversos formatos, algo que siempre hicieron. Lo que preocupa es que cada vez más, quien paga la publicidad -ya sean gobiernos o empresas- condiciona el contenido. Porque no sólo se publica como noticia el comunicado de prensa de la Barrick Gold, sino que, en paralelo, se censura a los periodistas que cubren la contaminación ambiental de la megaminería.

¿Periodismo?

En Argentina existe desde 1987 la “Academia Nacional de Periodismo”, un selecto grupo conformado por dueños de medios, jefes y editorialistas. Entre los objetivos de la institución figuran “el sostén del periodismo como derecho consagrado” en la Constitución Nacional y promover que el periodismo “se funde en principios éticos y que busque un constante ejercicio de la verdad”. Entre sus integrantes hay apologistas de la última dictadura cívico-militar, directores de diarios (que han cerrado medios y despedido a cientos de periodistas), justificadores de represiones y mano dura, publicistas de la ciencia al servicio de las empresas y operadores judiciales encubiertos. Ninguno de ellos se caracteriza por defender los derechos de los trabajadores de prensa.

También existe el Foro de Periodismo Argentino (Fopea),



nacido en 2002 para fomentar “espacios de reflexión, diálogo y promoción de la calidad del periodismo”. Su máxima autoridad asumió la gerencia de noticias de la TV Pública durante el macrismo, justificó el desguace del gobierno de Cambiemos sobre los medios estatales (Télam, Radio Nacional, Encuentro) y fue denunciado por censura, persecución a trabajadores y precarización.

En 2018, Fopea premió en la categoría “periodismo de investigación” al corresponsal de *Clarín* en Río Negro por su labor en la cobertura de la muerte de Santiago Maldonado. El periodista se caracterizó por adherir a las versiones del Ministerio de Seguridad, responsabilizar a las comunidades mapuches, difundir hipótesis infundadas sobre la víctima y silenciar la información que apuntaba al cuestionado rol de la Gendarmería Nacional. El corresponsal de *Clarín* premiado por Fopea mereció el repudio de la familia de Santiago Maldonado, de organismos de derechos humanos, de pueblos originarios y de numerosos colegas.

Fopea cuenta con alianzas y auspicios de *La Nación*, *Clarín*, Infobae, Coca Cola, Aeropuertos Argentina 2000, Edesur, Personal, Nidera, Santander Río, YPF y Swiss Medical y de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (Adepa -donde confluyen las patronales de los medios-).

En las últimas décadas nacieron ONG dedicadas al periodismo que suelen ser auspiciadas por sectores más susceptibles de ser investigados por los periodistas que de ser sus aliados.

Un ejemplo es el de la multinacional farmacéutica Roche, de origen suizo, que acumula denuncias de todo tipo en diferentes países. Desde corrupción hasta afectaciones en la salud, desde publicidad engañosa hasta prácticas antisindicales. Pero igualmente financia el premio “Periodismo de Salud” de



la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (del célebre Gabriel García Márquez), ONG considerada por muchos como una “referencia” de la profesión. La Fundación también estuvo muchos años financiada por Cemex, multinacional mexicana de la industria de la construcción, con múltiples denuncias de contaminación y corrupción, entre otras.

Sin embargo, no pocos comunicadores mencionan a la ONG como una cita de autoridad. “La Fundación Nuevo Periodismo eligió la mejor crónica del año...”. Incluso la utilizan como parte del currículum: “Docente de la FNPI”. Algunos de sus integrantes se autopublicitan como los grandes “cronistas” de esta época. Referentes en Argentina, camaleónicos ellos, realizan megaeventos, auspiciados por gobiernos de turno (el último sucedió con Mauricio Macri). Pretenden impartir cátedra de periodismo mientras posan sonrientes con funcionarios y empresarios. Mucha estética, poca ética.

Por su parte, *Perfil*, *La Nación* y *Clarín* cuentan con sus maestrías de periodismo. Los editores-jefes dan clases, los editorialistas brindan ponencias magistrales, y las grandes empresas aportan los auspicios y, al mismo tiempo, determinan a quién no se criticará.

Cuestión de clases

Se extiende en medios de la Ciudad de Buenos Aires un “periodismo palermitano” (por el imaginario que recae sobre el acomodado barrio porteño). Se trata de un periodismo que se mira el ombligo, que tiene como público objetivo a un sector de la clase media de Buenos Aires. Hablan de forma reiterada de sus consumos culturales y situaciones que afectan, en especial, a ese universo.



Le dedican mucho tiempo y espacio periodístico a las compañías de salud prepaga y poco y nada a los hospitales públicos, tienen más interés en el selecto Colegio Nacional Buenos Aires que en las escuelas rurales o las superpobladas del conurbano bonaerense. Inundan minutos de radio sobre la última serie de Netflix y en cómo disfrutan de su mañana de *running*, discuten sobre los sabores de café de las cadenas internacionales o cuál es la barbería de moda, cuentan orgullosos que intercambian *whatsapps* con funcionarios y empresarios. En su agenda diaria no figuran las madres de los pueblos fumigados, los niños wichí que mueren de hambre en Salta, el gatillo fácil de la policía, las necesidades que padecen millones de personas que habitan los barrios populares.

El mayor problema no es el nicho al que se dirige el periodista palermitano. El problema es que, en su práctica profesional, cree que esa es la Argentina.

La mirada sesgada repercute en cómo se cubre y entiende la realidad. Hablan de Vaca Muerta y toman postura como si fueran gerentes petroleros o piensan primero en su bolsillo, le preocupa más cuánto costará llenar el tanque de su auto que el padecer de los mapuches o los ríos contaminados. Rara vez cruzan la General Paz. No pisan un barrio humilde y, cuando lo hacen, luego hablan durante semanas como si lo conocieran a la perfección.

Esa forma de entender la profesión tiene relación con un mal que sacude las redacciones desde hace tiempo: el periodismo de escritorio. No ir a donde está la noticia, sentirse más a gusto junto al aire acondicionado que en la calle; resolver los artículos por teléfono, realizar "entrevistas por *whatsapp*", creer que la realidad pasa por las redes sociales. Ese tipo de comunicador justifica su agenda periodística



con “en *twitter* se instaló que...”, “se habló mucho en redes de...”, “un viral que circuló mucho fue...”.

Noviembre de 2010. Formosa. La policía de Gildo Insfrán reprime a la comunidad qom Potae Napocna Navogoh (La Primavera). Dos asesinados, una decena de heridos, medio centenar de detenidos.

Un programa de radio en AM, clásico de los sábados por la mañana, con oyentes “progresistas” o de “izquierda”, decidió abordar el tema. Rara vez hablan de los pesares y las luchas indígenas. Pero ese día hay sangre en la ruta, entonces está en agenda. Llamaron a un periodista para que salga al aire, que cuente el conflicto, que les resuma el hecho. El periodista les ofrece el número de los dirigentes qom, que están en Formosa y son quienes sufrieron la represión. Nadie mejor que ellos para precisar lo que sucedió. Pero el productor de radio es tajante: “Hay poco tiempo y (el conductor) prefiere que salgas vos, los indígenas tardan en contar”.

Septiembre de 2015. Segunda Cumbre de Pueblos y Naciones Indígenas de Argentina, en el territorio de las comunidades del Pueblo Kolla de las Salinas Grandes (Jujuy). Los reclamos históricos están presentes en el documento final: territorio, salud, educación, autodeterminación, respeto a la consulta libre, previa e informada (los gobiernos deben contar con el consentimiento de las comunidades ante cualquier hecho que pudiera afectarlas). El punto doce es tan novedoso como contundente: “Proponemos la creación de una red de comunicación indígena propia, que nos permita impulsar y fortalecer nuestras luchas desde la cosmovisión de nuestra identidad. Entendemos la importancia de poseer nuestros propios medios de comunicación, ya que los medios

hegemónicos, opositores y oficialistas, son un poder más a la hora de negar, mentir, silenciar, y tergiversar la información de nuestras luchas”.

Despidos y precarización

El último relevamiento del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba) señala que entre 2016 y el primer semestre de 2019 se perdieron 3.100 puestos de trabajo en la Ciudad de Buenos Aires. Y la cifra llega a 4.500 si se contabiliza todo el país, lo que representa casi el 30 por ciento de los puestos de trabajo bajo convenio colectivo. “Es el peor momento para los medios desde la vuelta de la democracia”, afirmó el Sipreba y denunció: “Los empresarios aprovechan la situación crítica para precarizar periodistas bajo la figura de ‘colaboradores’ y ‘free lance’. Es así que violan el Estatuto del Periodista, con la complicidad del Estado, por acción u omisión”.

Respecto a los salarios, el sindicato precisó que los trabajadores de prensa perdieron el 42 por ciento de su poder adquisitivo en las últimas cuatro paritarias, donde los verdaderos representantes de los trabajadores no pueden participar (por la complicidad entre la Utpba, el Gobierno y los dueños de los medios). “Todo esto afecta gravemente el derecho a la información de la ciudadanía y la libertad de expresión”, aseguró el Sipreba.

La situación de los precarizados, bajo el eufemismo de “free lance” o “colaboradores”, es mucho peor. La encuesta del Sipreba publicada en septiembre de 2019 da cuenta de que el 94 por ciento de las y los trabajadores precarizados cobra por debajo de la línea de pobreza (que según el Indec era de 32.000 pesos en mayo de 2019). El 62 por ciento



factura menos de 10.000 pesos al mes y el 17 por ciento entre 10.000 y 14.000 pesos. El 58 por ciento de los trabajadores afirmó trabajar en otro rubro (extra periodístico) porque lo que ganaba en prensa no le alcanzaba para vivir.

A días de que este libro ingrese a imprenta sucedió un hecho inédito. La pandemia Covid-19 paralizó buena parte del mundo, con cuarentenas obligatorias en casas, aislamientos, miles de muertos e innumerables debates.

Al inicio de la pandemia, el presidente Alberto Fernández recibió en Casa de Gobierno a empresarios de los medios de comunicación. Allí estuvieron los dueños y gerentes de *Perfil*, Infobae, América, *La Nación*, *Clarín*, Canal 26, Grupo Octubre y *Popular*, entre otros. Como si fuera una guerra, los empresarios cerraron filas con el discurso presidencial. Días después, el 19 de marzo, esos mismos diarios (y otros de diversas provincias) publicaron la misma tapa, fondo azul, letras blancas y una leyenda: “Al virus lo frenamos entre todos. Viralicemos la responsabilidad”.

La primera firma, al pie de la tapa, fue la de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (Adepa), donde confluyen la mayor parte de los empresarios dueños de los medios.

Esa misma semana, y con la excusa de la cuarentena, comenzó un nuevo ajuste de las empresas periodísticas. Salarios en cuotas en *Clarín*, Editorial Atlántida y Noticias Argentinas, en las radios Metro y Con Vos; falta de pago en *Diario Popular*, despidos en Publiexpress, demora de pagos a colaboradores en *Perfil*.

Ningún funcionario nacional, mucho menos el Presidente, tomó medidas en favor de los trabajadores de prensa.

Pendiente

En los últimos años se discutió quizá como nunca antes sobre medios de comunicación. Quedó en claro que el periodismo de calidad ya no pasa, desde hace años, por los grandes medios de comunicación. Y que esos medios no son importantes por lo que cuentan, sino por lo que ocultan. Kirchnerismo y macrismo tuvieron, respectivamente, su prensa adicta, aplaudidora, cómplice.

La pérdida de credibilidad y calidad de parte del periodismo no es solo culpa de unos “señores malos” que son dueños y gerentes de los medios. Sin dudas que tienen su gran cuota de responsabilidad. Pero también hubo, y hay, responsabilidad de no pocos periodistas, que están dispuestos a seguir las órdenes impartidas por la patronal. Es un espécimen que navega en todas las redacciones. En algunos casos suele incluso ser retribuido con amplios espacios para publicar sus artículos (sin cuestionar la línea editorial) y hasta con rápidos ascensos.

Un argumento recurrente de periodistas para justificar los silencios, cuando no la complicidad con líneas editoriales funestas, es el temor a la pérdida del trabajo. Preocupados más por su situación particular que por la función social que conlleva la profesión que eligieron. Corresponde no engañar ni engañarse: una cosa es con qué dinero se sobrevive y se llena la heladera; otra es hacer periodismo. A ningún periodista se lo obliga a decir lo que no cree.

Sigue pendiente, y urge discutir, el rol individual de los periodistas de los medios comerciales. No sólo de las “grandes firmas”, sino de todos. Falta una autocrítica profunda de los trabajadores de prensa y de cara al pueblo. Sobre todo, se la debemos a quienes padecen la violación de derechos y



no encuentran eco en los periodistas. Y la autocrítica debe llegar a oídos de la nueva generación de colegas, para que tengan claro que los periodistas no deben ser voceros del poder político ni del poder económico.

Crear futuros

El 7 de junio de 2015 se creó formalmente el Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba), luego de un plebiscito masivo (en 2014), con más de 2.000 participantes, en el que quedó de manifiesto la necesidad de una organización participativa y antiburocrática, que esté presente en las redacciones y en las calles.

Luego de décadas, los trabajadores de prensa de Buenos Aires lograron conformar un gremio con bases reales. Con sus contradicciones, debates pendientes y mucho por corregir en el andar, el Sipreba revitalizó la organización y luchas en el oficio. Incluye tanto a periodistas de medios comerciales como de espacios alternativos, cooperativos y comunitarios.

Es difícil pensar en la comunicación como un derecho, en la libertad de prensa y en el periodismo como una herramienta para el cambio social si no se tiene presente la organización de los trabajadores, donde un sindicato es fundamental.

23 de marzo de 2013. Esquel. Diez años del histórico “No a la mina”, cuando la población se organizó y enfrentó al gobierno provincial y a la multinacional minera Meridian Gold. El 82 por ciento del pueblo votó y rechazó el extractivismo.

El décimo aniversario fue multitudinario. Todo Esquel y localidades vecinas estuvieron en la calle recordando la gesta.



Ningún medio “nacional” cubrió el hecho. Algunos condicionados por las publicidades mineras, otros por la alianza con el gobierno nacional.

Un cartel, en la misma marcha, daba clase de periodismo: “Lo que los medios grandes te quieren ocultar, seguro lo encontrás en los buenos medios: los autogestivos, los comunitarios, los cooperativos. Porque los buenos medios tienen un compromiso con vos e informan lo que pasa en las calles”. Firmaba: la FM Kalewche.

Desde hace años se multiplican los espacios de comunicación por fuera de los monopolios y sectores empresariales. La Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) reúne a 45 radios y portales de noticias en nueve provincias. La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc) cuenta en Argentina con 23 radios, en diez provincias. El Foro Argentino de Radios Comunitarias (Farco) reúne a 95 medios en todo el país. También figura el Encuentro Nacional de Diarios Recuperados, que agrupa a una decena de diarios y revistas bajo control obrero.

La Asociación de Revistas Culturales e Independientes de Argentina (Arecia) nació en 2011 y es uno de los espacios más novedosos que reúne a publicaciones de todo el país. En noviembre de 2019 organizó su octavo foro nacional, bajo el lema “somos periodismo autogestivo, expresión de libertad”. Todos los años realiza un censo de publicaciones del sector. En 2019 contabilizaron 78 revistas, de las cuales 40 tienen más de diez años de vida. Juntas sostienen una tirada mensual de 105.000 ejemplares y sus sitios web registran 159.000 visitas diarias.

Aunque ningún gobierno tuvo políticas activas y sostenidas para el sector, los medios comunitarios, alternativos y cooperativos sostienen su trabajo cotidiano, mantienen



el apoyo de sus lectores y plantan bandera: "Diversidad es potencia. Somos presente. Creamos futuro".

A pesar del descrédito que pesa sobre buena parte de la prensa, a pesar de medios que silencian más de lo que dicen y de las dificultades para vivir del oficio, muchos periodistas dan luchas cotidianas para seguir contando lo que pasa, trabajadores de prensa que se manejan por la ética, cuidan la verdad y están siempre del lado de los que sufren. Muchos periodistas que están del "lado Osvaldo Bayer" de la vida.



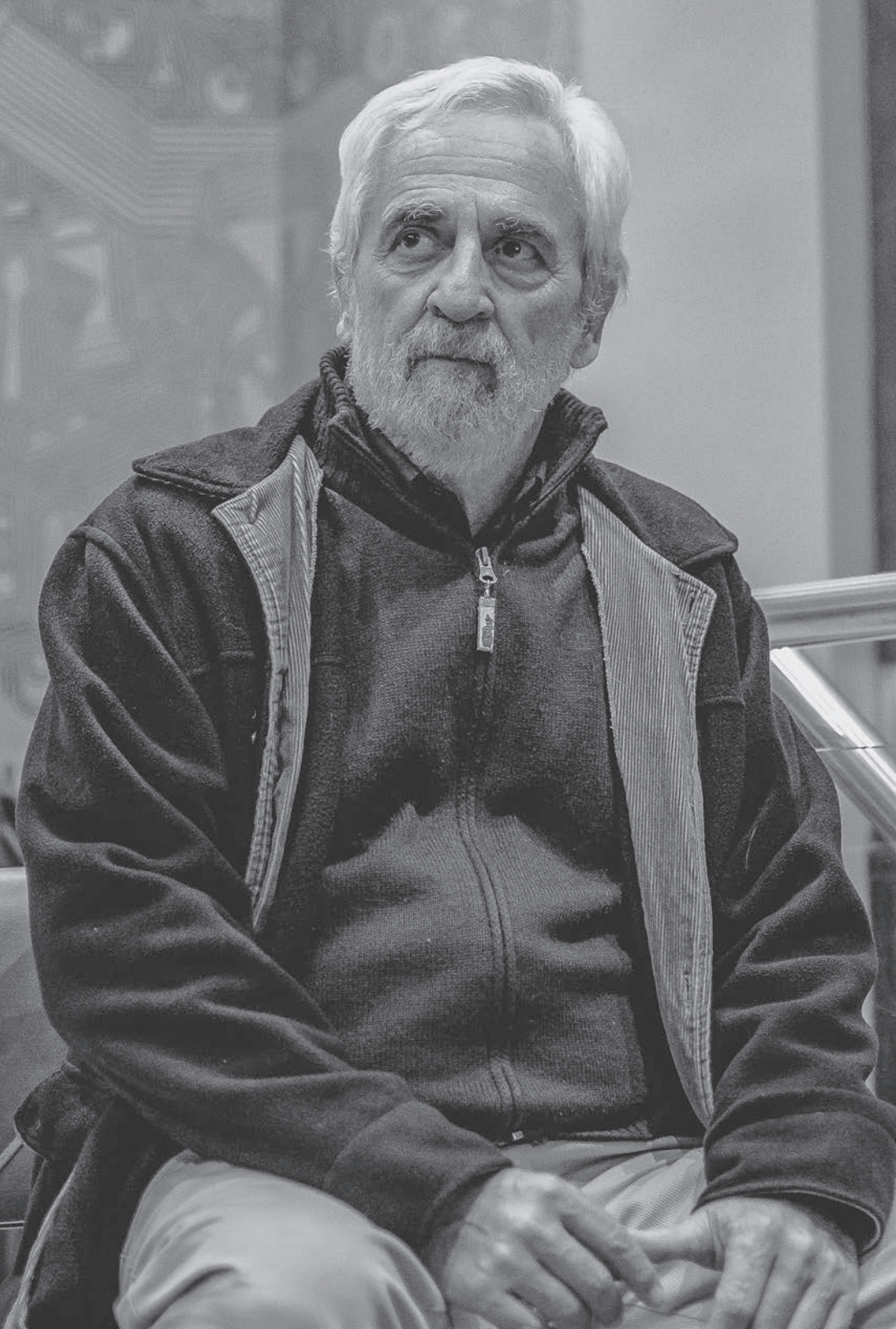


"Siempre del lado de los oprimidos"

Eduardo Duschatzky (Télam)

POR ADRIÁN FIGUEROA DÍAZ

Periodista y militante. Se inició en el oficio en la década del setenta. Entre las notas de esos años, destaca una entrevista a Agustín Tosco en los días de "el Navarrazo", en Córdoba, y la cobertura que hizo del "Operativo Independencia", en Tucumán. Muchos años después, como editor en las agencias de noticias ANSA y Télam, siempre participó de los reclamos de los trabajadores.



Podría decirse que la historia periodística de Eduardo Duschatzky es la de un militante que debió hacer periodismo. Pero no estaría mal si se dijera también que su historia militante fue la de un periodista que eligió la militancia. El ejercicio de la profesión ocurrió en esa dialéctica. Militó en el Partido Comunista (PC) y en la CGT de los Argentinos, cuyo semanario dirigía Rodolfo Walsh. En cada empresa donde trabajó tuvo un cargo con responsabilidad editorial. Pero cuando hubo conflictos acompañó los reclamos de los trabajadores y por ello fue despedido en más de una oportunidad. "Si hay una lucha, estoy del lado de los trabajadores", aclara. En el oficio fue igual: "Como periodista no tengo un punto de vista para el cargo que ocupe y otro para lo que soy. Tengo un solo punto de vista, estar del lado del oprimido".

Duschatzky (para unos "Misterio", para otros el "Cuervo", para algunos "Ducha", para pocos el "Ruso") aprendió el oficio de joven y sin querer queriendo. Fue mientras iba al secundario, cuando su militancia en el PC ya era un compromiso central. A diferencia de ahora, por esos años la formación de los periodistas no estaba masivamente institucionalizada en universidades o terciarios. Una de las excepciones era la Escuela de Periodismo Deportivo y el Instituto Grafotécnico; prácticamente no había otros lugares.

Eran tiempos en que uno aprendía en la literalidad de una redacción, sin apuntes teóricos ni grabadores ni profesores que tomaban examen. Eduardo llegó a una redacción por su militancia en el partido y por su compromiso general en una causa emancipatoria. "El periodismo era un tema secundario", reitera una y otra vez.



“Era un pinche”

El primer paso lo dio casi de comedido durante 1966 en *La Oral Deportiva*, la mítica emisión de Radio Rivadavia liderada en ese entonces por el relator José María Muñoz, junto a un equipo que, al cabo del tiempo, podía calificarse como legendario: Enzo Ardigó, Pedro Valdéz, un joven recién egresado de Ciencias Exactas llamado Adrián Paenza (que “ya tenía una posición de izquierda”) y Dante Zavatarelli, de quien Eduardo guarda un recuerdo especial. “Andaba con su llavero del PS (Partido Socialista) mientras Onganía estaba en el Gobierno. Tal vez ahora eso no tiene mucho significado, pero en esa época lo tenía y yo lo respetaba.”

Entre todos esos periodistas, admite, “Yo era un pinche”. Su labor era recortar del teletipo (la máquina que recibía los cables de las agencias) la información deportiva no futbolística. Seleccionaba los artículos y los entregaba para el segmento de noticias. Duschatzky no salía al aire en el programa que se hacía en la sede de la AFA. Cubría partidos de la B o de equipos “chicos” de la A.

“El periodismo deportivo era una cuestión secundaria. Tenía mi militancia en el colegio y como en esa época se constituyó la CGT de los Argentinos fui como dirigente estudiantil. Es decir que el periodismo era algo que hacía y nada más. No tenía la obsesión ni siquiera de conservar ese trabajo”, reconoce. Estuvo allí un año y medio.

En ese trayecto de definiciones militantes e indefiniciones sobre la profesión, terminó la educación media, comenzó a estudiar historia en la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA y en 1972 le tocó el servicio militar obligatorio, que por entonces corroía con marchas y taconeos el destino de cualquier joven. Lo enviaron a Mar del Plata.



A ese periodismo, que para él era “secundario”, volvió luego de que le dieran la baja en la milicia.

Corría 1972, el año de la Masacre de Trelew, del paraguas de José Ignacio Rucci, de la casa de Perón en Gaspar Campos y de las marchas contra el hambre al final de la dictadura de Agustín Lanusse. En ese contexto, Eduardo se sentó frente a una máquina de escribir para ser redactor de una reversión de *Nuestra Palabra*, el periódico oficial del PC.

Combinaba esa actividad con el estudio universitario y el trabajo en una fábrica de zapatos, por la zona de Parque Rivadavia. El objetivo no solo era laboral sino también formativo, porque desde la militancia era menester conocer la realidad cotidiana de la clase obrera conviviendo con ella. “Era una vida sacrificada, pero me gustaba”, dice hoy.

Las notas dignas

El eje, el epicentro, el yo, el súper yo y el ello de Eduardo era militante. Sus maestros en el oficio lo habían sido: Salvador Marini, secretario de redacción de *Nuestra Palabra* y “notable periodista”; Luis “Tino” Sicilia, que había sido jefe en el diario *La Calle* y “un tremendo profesional”; y Rodolfo Walsh que, “bueno, era Walsh”. Algo así como la totalidad.

El recuerdo de “Rodolfo” es así, con el nombre a secas. Walsh dirigía el periódico de la CGT de los Argentinos, la épica central obrera. “Yo prácticamente vivía ahí. Entonces, la cosa era intentar aprender de él, verlo, escucharlo -aunque no hablaba mucho- y leerlo”, recuerda.

Esa convivencia era una parte nomás, la formación en el oficio se completaba con la lectura de las investigaciones de Walsh. Con “su método de investigación meticulosa, con el



proceso de reconstrucción de los hechos, con el replanteo de los datos". Y, sobre todo, "con su análisis político de lo que ocurría, los puntos críticos que planteaba, su mirada compleja de la historia, el encuadre que hacía. En el PC el clima oficial no era 'andá y leélo a Rodolfo Walsh'. Pero para Marini y Sicilia, la orden era 'andá y leélo a Rodolfo'". Todo eso lo formó a Duschatzky. Y en esa pedagogía surgieron las producciones periodísticas que más recuerda y que él mismo autocalifica como "muy dignas".

En 1974, durante el gobierno de Isabel Perón, Córdoba se sacudió con "El Navarrazo", la intervención que depuso al gobernador Ricardo Obregón Cano. Eduardo fue hasta allí. Esa cobertura lo marcó "muchísimo". Sobre todo, porque incluyó una entrevista al histórico dirigente Agustín Tosco, en el búnker del sindicato Luz y Fuerza. En ese encuentro estuvo acompañado por dirigentes gremiales que más tarde fueron secuestrados por la dictadura.

Pero volviendo líneas más arriba, ¿qué sería una "nota digna"? Duschatzky tiene una definición: "Lo digno es la búsqueda de la veracidad periodística, la honestidad con los hechos, inclusive en la discusión del punto de vista de quien la hace". Pero además de la dignidad, esa etapa de aprendizaje, le dejó una metodología de trabajo, un punto de partida: informarse meticulosamente de lo que ocurrió, analizar esos hechos, trazar una hipótesis para indagar y, por qué no, predecir las consecuencias.

Táctica y estrategia de trabajo

"Hacia coberturas con una hipótesis, me formé así -dice-. Tengo un punto de vista, lo tuve y lo tendré: siempre estoy del



lado de los oprimidos. Los hechos son interpretables, lo que uno no puede hacer es retorcerlos, desaparecerlos o aceptar una parte y la otra no." Con esa mochila viajó a Tucumán por un nuevo desafío: cubrir para *Nuestra Palabra* el denominado Operativo Independencia, un dispositivo represivo puesto en marcha por Antonio Domingo Bussi, con la luz verde del gobierno de María Estela Martínez de Perón, que ordenó "aniquilar el accionar de los elementos subversivos".

La premisa era que lo que ocurriría allí sería algo grande. "Fui con la hipótesis de que lo que iba a haber sería un ensayo de algo más importante. Es decir, lo que finalmente resultó ser el objetivo declarado de la dictadura", revela. A ese supuesto lo confirmó *in situ*, entonces enfocó su trabajo en cómo sería el despliegue represivo. "En la nota hice una descripción del operativo de la compañía de Monte y dije que si uno juzgara por las condiciones tucumanas se podría tener una mirada de la totalidad del país."

"Si uno lo miraba bien, lo que estaba haciendo el Ejército desde la base operativa en Monteros era ocupar todas las zonas obreras de ingenios y talleres ferroviarios de la corriente que fuere", explica. Algo que, meses después, "sería coherente con lo que ocurrió" en fábricas, zonas rurales, escuelas, universidades, barrios y ciudades de todo el país tras el golpe de Estado de 1976, cuando se secuestró, torturó y desapareció a los 30 mil.

En su cobertura periodística esa operación represiva en Tucumán fue narrada "desde el punto de vista de los oprimidos". Hablaron con él obreros, delegados, dirigentes a los que, por obvias razones, nunca citó con nombre y apellido, pero que ahora puede mencionarlos. Y cuando lo hace, se estremece: "A Tafi Viejo me lleva 'Cacho' Rojas, dirigente ferroviario secuestrado y asesinado, y su cuñada "Coca" Cosentino, desaparecida. Una de las responsables de prensa fue Alicia,



secuestrada y desaparecida. En Monteros estuve con Lito Medina, dirigente del PC, secuestrado y asesinado. Entrevisté a Ángel Pisarello, desaparecido y asesinado en el '76 de una forma espantosa; también a Isauro Arancibia, desaparecido. Por supuesto, hubo sobrevivientes, pero los más importantes compañeros que yo vi para esas notas fueron asesinados por la dictadura. Una tragedia”.

Los años más dramáticos

Si bien los aprietes eran generalizados y todos estaban bajo vigilancia, durante esos días Eduardo zafó varias veces y siguió haciendo periodismo. Pero en 1974 tuvo un anticipo de lo que vendría cuando cayó preso, precisamente, durante el ejercicio de la profesión. Fue durante la cobertura de una movilización organizada por la libertad de presos políticos. Vio que detenían a un compañero, se acercó al patrullero y lo levantaron a él también. “Estuve a disposición del Poder Ejecutivo durante un mes, poco tiempo en comparación con otros que se quedaron años”, sopesa.

En 1976, el terror que había predicho en Tucumán golpeó desde la Casa Rosada. Uno de los hechos “más dramáticos”, recuerda, fue el asesinato de su compañero de redacción Román Mentaberry, uno de los 228 periodistas, trabajadores de prensa y estudiantes de comunicación víctimas del terrorismo de Estado.

Por entonces, y como siempre, todos los trabajadores posicionados detrás de alguna causa emancipatoria estaban en peligro. Ergo, Eduardo lo estuvo. En 1977 fue secuestrado junto con tres compañeros. “Nos hicieron un seguimiento muy fácil: dos de la Liga Argentina por los Derechos del



Hombre fuimos al bar 'Los Galgos', de Callao y Lavalle, y apenas nos sentamos una patota bloqueó todas las puertas, nos puso en baúles y empezó un recorrido que, creo, terminó en el subsuelo de la comisaría 5° de la Policía Federal". Luego los separaron. "A dos nos llevaron a Coordinación Federal y los otros quedaron en el subsuelo. Fue una historia de diez días. Poco tiempo en comparación con otros que se quedaron años o que no volvieron", insiste.

Al volver a la redacción lo nombraron responsable de un equipo de seis personas con el que trabajó hasta el final de la dictadura. Durante esos días participó de otras coberturas que lo marcaron. Algunas de ellas fueron la movilización de la CGT en 1982, el desarrollo de la crisis en Polonia y el proceso que derivó en la Revolución Sandinista, en Nicaragua.

También estuvo dos años en la Unión Soviética y vivió parte de la Perestroika, el proceso iniciado por Mijaíl Gorbachov que derivó en la caída del comunismo. Al volver a la Argentina, se había desatado una crisis en el PC y varios de sus referentes habían migrado. Él también se fue. Se acercó a la militancia gremial, escribió para un boletín de los bancarios y con el tiempo la tarea periodística dejó de ser el sustento principal.

Historias de resistencia

Con los días, y a través de la relación con trabajadores de diversos medios, le surgió una oportunidad en la edición para América Latina de ANSA, la agencia de noticias italiana. Le preguntaron si manejaba ese idioma, le tomaron una prueba y entró. "Así fue que ingresé al periodismo formal, tradicional y profesional ya de grande", comenta. Allí hizo todo lo



que podía hacer un redactor y llegó a ser editor.

Terminaba la década del '90 y la crisis inmanejable del menemismo se hacía sentir. Comenzaron los reclamos salariales y los responsables de la empresa le pidieron que pusiera "disciplina" en la redacción. "Yo soy editor, no soy jefe de personal, no lo quiero hacer, no es mi vocación, no soy capataz", les dijo. Lo despidieron. "Ascendí rápido, pero me echaron rápido", sintetiza.

Su despido y el de otro compañero fueron resistidos con una toma de la redacción que duró 15 días. "Recuerdo esa toma por su lucha épica y por un detalle gracioso: el primer día, a Ezequiel Fernández Moores le habían regalado unos vinos muy caros, y él no solo se sumó a la toma sino que ofrendó ese regalo", sonríe.

Esa no fue la primera toma de la que participó, claro. Había hecho otras en empresas y en la facultad. Tampoco sería la última, "pero en ninguna fue comparable la calidad del vino", bromea.

Luego de esa experiencia recibió una llamada de Hugo Muleiro, que había pasado por la redacción de ANSA y ahora trabajaba en Télam. Le dijo que en la agencia estatal de noticias necesitaban un jefe de redacción y allí fue. Era el gobierno de Fernando de la Rúa. Todo transcurrió en armonía hasta que el coordinador ejecutivo periodístico, Rodolfo Pousá, puso en marcha su primer intento de vaciamiento de ese medio público, anunció despidos y el cierre de la agencia.

Como era de esperar, los trabajadores resistieron con una toma de la que Eduardo también participó. "Me decían 'pero vos sos raro'". Es que no es muy común que las autoridades periodísticas de un medio adhieran a una medida de fuerza. Menos común es que participen de la publicación de un servicio



informativo que concitó las alertas de lectores y abonados, como en esos días lo fue el mítico Servicio Rebelde.

“El buen periodismo”

Aquel Servicio Rebelde fue el antecedente inmediato de Somos Télam, el fabuloso dispositivo con que en 2016 los trabajadores de esta agencia comenzaron a resistir el nuevo desguace y los despidos masivos puestos en marcha por el mismo Rodolfo Pousá, esta vez a expensas del gobierno de Mauricio Macri.

Hubo una diferencia, claro. En Somos Télam entraron en juego otras prácticas del ejercicio periodístico: las técnicas multiplataforma y el uso de las redes sociales. Aunque siempre el elemento dinámico clave es el recurso humano. “A Somos Télam lo hizo una generación de pibes y pibas con mucha energía, manejo de las redes y vitalidad para intervenir con esas herramientas”, compara Eduardo.

En todo caso, la similitud con el Servicio Rebelde fue que “las prácticas periodísticas como el chequeo de la información, el rigor, la buena escritura y la contextualización del conflicto, fueron las mismas en Somos Télam”, añade.

Eduardo toma esa comparación para hacer una disquisición sobre un tema que en múltiples aspectos aún es resistido: el uso de las herramientas digitales. Para él, esas tecnologías no van en detrimento del ejercicio profesional. “Es cierto que ahora es más fácil publicar noticias falsas o *fake news*. Pero el rigor periodístico no está en la herramienta, en la tecnología, sino en el profesional”.

“La herramienta puede ser bien usada o mal usada -insiste-. Puede utilizarse sin sacrificar el rigor del buen periodismo. Es



más, es cierto que las redes sociales no tienen editor y que es un terreno fértil para un ejercicio chanta de la profesión, pero también hay lugar para un ejercicio riguroso del trabajo periodístico."

De hecho, añade, hay requisitos técnicos para que una noticia cumpla con los requerimientos de veracidad y para que haya un tratamiento adecuado de la información.

–Entonces, ¿dónde estaría la clave para un buen ejercicio del periodismo?

–En el periodista.

–¿Y qué sería el "buen periodismo"?

–Al buen periodismo lo asocio a la lucha por la emancipación social. Creo que el ejercicio de la práctica periodística se pone en juego en la lucha de clases. Y para mí, el periodismo debe estar a favor de la emancipación social.

"Al despido se lo metieron en el orto"

La resistencia con las tomas, protestas y el Servicio Rebelde hicieron que el gobierno de la Alianza diera marcha atrás con su decisión de cerrar la agencia estatal. Eduardo volvió a su cargo y, a pesar del malestar con la cúpula política de la empresa, tomó las decisiones que debió tomar como editor, aunque éstas rozaran un conflicto de intereses con el gobierno delarruista.

Una vez mandó a cubrir los despidos en Canal 7 y dio órdenes explícitas de hablar con los gremialistas y con los directivos del canal. Desde el gobierno lo "putearon de punta a punta" por haberle dado la voz a los trabajadores que cuestionaban la administración oficial. Así y todo, lo mismo hizo en noviembre de 2000, cuando *Clarín* despidió a más de cien trabajadores. Pero ahí, la cosa fue distinta o peor.



Por su relación y dependencia política con el multimedio, en aquel entonces en manos de Ernestina Herrera de Noble, la decisión de la Alianza fue silenciar esos despidos masivos y todo hecho derivado. No obstante, Eduardo lo mandó a cubrir.

"Me llamó Darío Lopérfido y me dijo 'esa nota no puede salir'. Mi respuesta fue: 'Yo, censura telefónica, ni en pedo. Esto sale en diez minutos. Si querés que no salga, decile al Directorio que me mande un memo pidiéndomelo y ahí veré qué hago, si lo denuncio o qué'".

El cable salió a pesar de la amenaza del influyente secretario de Cultura. Pero la reacción no tardó. Lo citó un miembro del Directorio para pedirle la renuncia y él contestó: "Yo no me voy. Si quieren, me mandan un telegrama con el cual voy a ir a la asamblea a decir que me echan por lo de *Clarín*".

Siguió en su puesto.

El problema fue cuando llegó el gobierno de Eduardo Duhalde. La nueva administración de Télam le envió un telegrama de despido. La reacción inmediata fue una asamblea que repudió la medida. El problema suele ser que, si una asamblea se restringe a la declaración de repudio, la tozudez empresaria no cambia. Y en este caso, efectivamente, no cambió.

La reincorporación de Eduardo a Télam fue en el gobierno de Néstor Kirchner. Lo convocó Alberto Dearriba, el primer director designado durante esa administración. La paz no duró mucho. Cuando Dearriba se fue y en su lugar asumió Martín Granovsky, una de las primeras medidas que se tomaron fue despedir a Duschatzky. "Con Duhalde me echaron por lo de *Clarín* y con Granovsky, por cosas que le habrían dicho de mí, no sé", explica remarcando el uso del potencial.

Su despido derivó en una huelga que paralizó las principales secciones de Télam. Diez días después fue reincorporado. "Al



despido se lo metieron en el orto”, dice satisfecho. Al tiempo también participó de otras medidas de fuerza por algunos despidos que, en un punto, iban a contramano con la posición del kirchnerismo de no despedir.

“Nunca fui kirchnerista, pero voté a Kirchner porque tenía la idea de que la izquierda debía tener una política de unidad de acción con la base más combativa del kirchnerismo y defender algunas de sus políticas”, explica.

Macrismo y final

La despedida final de Télam llegó con el macrismo y con la vuelta de Rodolfo Pousá a la presidencia de un Directorio. Todo empezó por lo mismo: publicar información sensible para los intereses económicos del gobierno.

Por esos días Duschatzky era editor de temáticas de lesa humanidad y conflictos de tierra. “Un día -cuenta- me comunican que un gerente y un vocero del Grupo Ledesma se habían reunido con el Directorio de la agencia para quejarse sobre el modo en que Télam habría tratado al Grupo en noticias sobre conflictos sindicales y las denuncias de lesa humanidad y, a Blaquier en particular, en noticias sobre conflictos sindicales y denuncias de lesa humanidad.” Horas después las autoridades convocaron a Duschatzky para ponerlo al tanto de ese hecho, aunque, claro, en tono de advertencia. A pesar de ello, siguió escribiendo de la misma forma y tono crítico. “A esa altura de los hechos cualquier cosa que escribiera era para quilombo”, recuerda.

La tensión duró. Eduardo se acercaba a los 65 años, la edad jubilaria. Se lo había avisado a Recursos Humanos, pero le pidieron que se quedara. Al año siguiente, Pousá pisaría



el acelerador del vaciamiento, enviaría 354 telegramas de despidos y abriría en Télam un capítulo más de la resistencia de los trabajadores. A Duschatzky, que ya tenía 66, le enviaron un telegrama intimándolo a iniciar los trámites de jubilación.

El nuevo periodismo

Eduardo acompañó a sus compañeros en el conflicto generado por el macrismo. De esos días recuerda una charla con Eduardo Jozami. “Le decía que cuando miro a la comisión interna de Sipreba le veo cosas en común con aquella generación, de la década del ‘60. Una afinidad que no encontré con otras”.

Y esa afinidad, agrega, no es solo en la militancia sino también en la mirada sobre el periodismo, en el cuestionamiento del statu quo de la profesión. Para Eduardo, que tiene la inclinación a teorizar todo proceso social, las etapas de formación gremial como el actual, con el Sipreba, podrían ser el puntapié de un nuevo modo de ejercer la profesión. “El nuevo periodismo podría surgir de un movimiento de trabajadores de prensa que plantee críticamente su desempeño en los medios comerciales”, arriesga.

Desde ya que los medios autogestivos no quedan afuera de este proceso, aclara. “No creo que sean unos sí y otros no. Son los tres: medios públicos, privados y autogestivos”, asocia. En este marco, el territorio que falta conquistar, como ya se dijo, está en los medios comerciales. “A los medios públicos hay que democratizarlos”, añade. Y para que esa disputa de ideas sea más amplia, también hay que discutir los derechos del editor, “porque el derecho a la información se juega en la adversidad de un debate ideológico con los patrones”.



"Miserias y virtudes"

Durante su trayectoria vio de todo, "virtuosos y miserables". Y en su opinión, "el periodismo se debe una autocrítica completa de sus miserias". ¿Quiénes serían los miserables? "Todos los que asumen los intereses del propietario para ejercer el periodismo. A esos los llamo mercenarios."

A propósito, "en el periodismo más tradicional, las funciones del editor siempre estuvieron en función del accionista, del empresario, del patrón". Y con esa lógica, "cumplen con todas las formalidades del periodismo de rigor, pero son las mismas lógicas que se aplicaron para ser cómplices con el terrorismo de Estado, por ejemplo". Luego, "cuando se los pone en tela de juicio, apelan a la libertad de prensa. En ese sentido es como decía un dirigente radical, 'atacan como partido y se defienden con la libertad de prensa'".

La frase dicha en los '80 por el ex diputado César Jaroslavsky aludía a *Clarín*, un diario que para Eduardo "es ejemplo de las empresas periodísticas que integran el núcleo de la burguesía dominante". "Es que los medios de comunicación comerciales son de la burguesía y, a la vez, una ampliación del Estado. Pero lo que se juega ahí son intereses dominantes y asociados a la burguesía."

En el medio de ese juego, se imparten doctrinas que se creen sagradas en el ejercicio de la profesión y que merecen ser puestas en tela de juicio. Por ejemplo, la objetividad periodística y la lógica de "las dos campanas". Para Duschatzky, "ambas son una mistificación".

"Las dos campanas son un parámetro presuntamente superior al punto de vista fácil. Pero cuando se las hace sonar, es para frenar algo. El ejemplo es el del violador y su víctima; no puede haber paridad de tratamiento. Lo mismo entre el



explotado y el explotador. Sin ir más lejos, en los conflictos con trabajadores de prensa, la empresa periodística ¿cuándo hace sonar las dos campanas? Nunca, porque existe una *omertá* (código de silencio de la mafia) de las patronales.”

“Compañeros a los que me parezca”

Por esas cuestiones que entran en juego, por su historia, por su ideario, por su militancia, por una cuestión de coherencia, Eduardo dice que nunca se propuso ni se propondría ser empresario. “Lo que pasa es que la lógica de la empresa, supongamos de una productora, es obtener publicidad, y la publicidad condiciona.”

No obstante, él reconoce que “puede haber un ejercicio más ‘libre’ entre los trabajadores de medios autogestivos”, pero considera que “tarde o temprano hay una puja por el sostén económico y la ambición de convertirse en pyme”. “Entonces –explica–, no creo que el buen periodismo, la productora y la productora pyme vayan de la mano. Hay excepciones, claro, pero no son prominentes. No caer en la lógica de la explotación ni en los intereses de los auspiciantes, aún para un pequeño empresario, es muy difícil.”

Ahora que está jubilado Eduardo se dedica a otras cuestiones cotidianas. Pero cuando un periodista se jubila, ¿deja de hacer periodismo? “No”, responde. Entre sus planes también está escribir un nuevo libro. Al primero lo publicó en la década del ‘80: *Bolivia, de la resistencia al gobierno popular*, donde cuenta la experiencia que vivió cuando fue a cubrir la asunción de Siles Suazo y participó de un congreso de mineros en el que quedó asombrado por el nivel de discusión histórica y política de los trabajadores.



Ahora su vida porteña transcurre entre su esposa, sus dos hijos y el nieto que heredó ese apellido que su bisabuelo trajo en 1928, desde la Unión Soviética, cuando tenía 11 años y llegó a la Argentina escapando del hambre.

A Eduardo se le pierde la mirada contando ese tramo de su historia y el de su madre, una chaqueña de Campo Largo que llegó a Buenos Aires en una migración interna, también por la hambruna. Hasta que se despabila y dice que uno de sus objetivos de ahora, que está jubilado, es “buscar relación con medios autogestivos”. Aún no sabe en cuál. De lo que está seguro es que, a la hora de elegir, “va a ser uno en donde encuentre compañeros a los que me parezca”. Periodistas y militantes, claro. O viceversa.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en diciembre de 2018.





Fotos: Juan Monasterio.





“El Estado perjudica más de lo que beneficia a espacios como el nuestro”

Hugo Montero e Ignacio Portela

(Revista Sudestada)

POR ROMINA D'ALFONSO

Todavía eran estudiantes universitarios cuando en 2001, en medio de una de las peores crisis económicas y sociales de la Argentina, publicaron el primer número de Sudestada. Revista cultural de zona sur. La hacían y distribuían a pulmón, con trabajos paralelos para generar ingresos. Casi dos décadas después, la revista es también una editorial y un sitio web de la cual pueden vivir. Para ellos, lo que hacen los medios comerciales no es periodismo.



Parida en plena efervescencia social de aquel maldito y bienaventurado 2001 (que se llevó casi todo, pero puso en pie la autogestión), *Sudestada* nació como revista y hoy es también editorial y librería. En sus casi dos décadas de vida, pasó por distintas etapas y sigue en transformación. Ignacio “Nacho” Portela y Hugo Montero, dos de sus fundadores, viven este tiempo como una etapa de transición, de comienzo de algo nuevo, que no saben muy bien qué es, hacia dónde los va a llevar ni cómo lo van a hacer. Porque no son *millennials*. Porque fueron criados en el patriarcado. Porque no nacieron con una pantalla en la mano. Porque tienen cabeza de papel. Porque a los mandatos tienen que superarlos, todavía y a esta edad, a los ponchazos. Sin embargo, tienen al menos una certeza: “El Estado perjudica más de lo que beneficia a espacios como el nuestro”, afirma Hugo. Por eso, desde el comienzo, no reciben fondos públicos.

Nacho y Hugo me reciben en la redacción ubicada en Lomas de Zamora, localidad del sur del conurbano bonaerense, donde habitan, hablan y escriben. Y de donde nunca quisieron moverse. Las paredes están repletas de libros, revistas y más revistas. En el centro, hay una mesa. “Esa mesa humilde, de fórmica, que ves ahí, era donde escribía Andrés Rivera. Nos la regaló el hijo, y la tenemos como la tenía él, en el comedor. Ahí charlamos”, cuenta Nacho.

Allá por el 2001, Nacho y Hugo rondaban los veinte años, eran estudiantes de Comunicación Social en la Universidad de Lomas de Zamora y creían que tenían responsabilidades. Hoy, con un proyecto consolidado y familias gestadas, afirman que no, que se equivocaban, que no tenían ninguna.

– ¿*Sudestada* nació como una alternativa al periodismo comercial o quisieron hacer algo nuevo?

–[Nacho] Queríamos contar procesos culturales y sociales que no eran de gran masividad, a un grupo de amigos con los que compartíamos intereses contraculturales. Nos preguntábamos cómo llevarlos a una edición en papel. Siempre tuvimos claro que queríamos que fuera local. Vivíamos en la casa de nuestros viejos, estábamos terminando la carrera. Nos habíamos conocido unos años antes con Hugo Montero, Diego Lanese y Jaime Galeano, que son los compañeros con los cuales arrancamos el proyecto. Estábamos desganados de la carrera. Decíamos: “¿Queremos estudiar para sentarnos a escribir en *Clarín* o en *La Nación* sobre protestas? No”. Teníamos una idea y dijimos: hagamos algo gráfico, que, en aquellos años, se resolvía con una computadora prestada y mandando a imprimir, que no era un gasto tan grande. Siempre tomamos a *Sudestada* como algo profesional. Porque el lector quiere leer algo bueno.

El primer número salió a la calle bajo el nombre: *Sudestada. Revista cultural de zona sur*, que se mantuvo los primeros tres años. La revista tenía que tener su sello y mirada. Al principio, el dinero ingresaba por trabajos que tenían por fuera de la revista y pensaban que, tal vez, las Secretarías de Cultura se interesarían en apoyar este tipo de proyectos. “Éramos tan ilusos”, dice Nacho. “Lo intentamos en su momento. Por suerte, fuimos rechazados”.

Ahí comenzó a delinearse lo que luego sería su punto fuerte: “Que el Estado haga otras publicaciones. Nosotros, de acá en adelante, nos manejamos solos. No le vamos a pedir plata a nadie”.

– ¿Qué implicó la decisión de no pedir financiamiento?

–[Nacho] Siempre entendimos que el objetivo no era hacer plata, ni que la revista sea comercialmente apta, a pesar de que



entendimos que no podíamos perder dinero. Sabíamos que el costado independiente que habíamos elegido implicaba que nosotros íbamos a definir, distribuir e imprimir. Eso tiene consecuencias y lleva trabajo. Nos organizamos y un porcentaje de las ventas lo recuperábamos para la impresión. De alguna manera siempre conseguíamos el dinero: se le pedía prestado a amigos, a familiares, muchos lectores adelantaban el pago. Desde lo económico, nunca tuvimos problemas, porque el proyecto era humilde, se hacía en casa, computadora y escáner prestado. El costo era mínimo.

– ¿En su trayectoria, llegaron a plantearse que la revista no salga a la calle?

– [Nacho] Sí, pero no por motivos económicos, sino por las etapas de la vida que atraviesa cada uno. Había momentos en que alguno estaba más alejado o bajoneado. En el cuarto año, justo en el número 40 (julio de 2005), se habían desvinculado Jaime y Diego, y otros compañeros estaban entrando. Con Hugo nos vimos en el cierre de ese número, los dos, editando y diciendo: “Si esto es así, si lo vamos a hacer nosotros solos, no tiene mucho sentido”. Nos obligamos a salir hasta diciembre, porque nuestro compromiso era con los lectores y los dos pesos de adelanto que valía la revista en su momento.

Nace la editorial

Trascurría 2005, venían de transitar una crisis interna y decidieron editar su primer libro: *Polo, el buscador. Una mirada sobre la obra de Fabián Polosecki*.¹ En aquel momento no se pensaban

1 - Montero, Hugo y Portela, Ignacio (2005). *Polo: el buscador. Una mirada sobre la obra de Fabián Polosecki*. Buenos Aires: Catálogos.

como editorial, sólo tenían en mente la revista. Comenzaron a incursionar en ferias de libros y a recibir notas e investigaciones que no entraban en la revista. Fueron creciendo e hicieron un convenio con la editorial Continente. “En un comienzo co-editábamos. Ponía el dinero Continente, pagaba los libros, que luego nosotros vendíamos y con eso, recuperábamos plata”, explica Nacho. “Comenzamos a pensar en autores que nos gustaban. Convocamos a Mario Gologoff, que escribió una biografía sobre Julio Cortázar. Luego con Guillermo Pellegrino editamos un libro sobre Alfredo Zitarrosa y, con Marcelo Valko, publicamos la historia de los indios invisibles del Malón de La Paz”. Y se propusieron potenciar esa faceta. Haciendo revistas y publicando libros, ingresaba más dinero. “Básico lo nuestro: no pedir plata y ganar en base a la venta de nuestros productos”, resume Nacho.

Mientras tanto, tejían lazos con los canillitas. Comenzaron a armar un circuito alternativo de distribución a partir de las líneas ferroviarias del conurbano, desde Pilar hasta Alejandro Korn.

“Con la mochila a cuesta, cada uno se cargaba 200 revistas y recorríamos todos los puestos de diarios”, cuenta Nacho. “Algunas veces, alguien ponía el auto de un familiar para el reparto. Por ese trabajo nadie cobraba un peso. Lo hicimos durante mucho tiempo. Pasamos de tener una tirada inicial de 500 ejemplares a publicar, en un momento, siete mil”. Y remarca: “La existencia de la revista sin el vínculo con el canillita no se explicaría”. En aquel momento, la revista costaba entre dos y cinco pesos. Llegaron a abastecer 500 puestos y dejaban diez revistas en cada uno. “Por entonces, estábamos con una neurosis terrible a costas, porque teníamos que llenar 80 páginas con contenido bien hecho y bien diagramado, mientras editábamos y distribuíamos. En ese momento,



tuvimos la lucidez de sacarla bimestral”, recuerda. “Ahora (principios de 2019) *Sudestada* tiene un valor de 100 pesos, ya no vamos kiosco por kiosco y los canillitas están muy desgastados”. En el medio, hubo una crisis del sector, una caída de ventas profunda y puestos de diarios que cerraron. Hoy, toda esa lógica está repensándose. Ya no hablan de tirada, sino de lectores, porque la cultura de consumo cambió. Actualmente cuentan con 100 suscriptores y unos 13 mil seguidores en redes sociales. “Hay una baja en términos de papel, pero hay una explosión en la web que te permite llegar a lugares impensados”, señala Nacho. “Nos reinventamos continuamente y no nos cerramos. Por ejemplo, tuvimos hijos y no teníamos ganas de que consuman las princesas de Disney. Deseábamos que leyeran otras historias. Y salimos con *Antiprincesas*, que hoy se edita bajo el nombre de *Libros Infantiles*”.

– **¿Qué sucedió entre *Antiprincesas* y *Libros Infantiles*?**

– [Nacho] Sucedió que *Antiprincesas* explotó en las redes, y atravesamos un problema interno grave con dos compañeros. Se fueron y eso no fue gratuito.

Avanzaron con los libros infantiles a los tropezones, siguieron con la edición de libros de adultos que llamaron *Cuadernos Sudestada*. A diferencia de otras editoriales, no descatalogan. Quiere decir que se puede conseguir desde la primera publicación hasta a la última en puestos de diarios, librerías o por Internet.

Abrir la cancha

En 2015 decidieron aliarse a un colectivo platense llamado Mascaró. Juntarse implicó compartir tirada con otro medio



alternativo que funcionaba con un *modus operandi* similar al de *Sudestada*: distribución a pulmón y asambleas. "Sumar fuerzas para que una voz se multiplique con la otra", dice Nacho.

Explican que intentan abrir la cancha, defender una mirada amplia y no sectaria. "Esto es un riesgo cotidiano. Vos tenés una idea, algunos te bancan, otros te cuestionan. Muchas veces los que te critican te obligan a cerrarte. Hay mucha gente que nos reprocha las contradicciones o que no tenemos una línea determinada. Para nosotros es una virtud. No somos un partido político, no hay ninguna organización atrás, no tenemos candidato, ni llamamos a votar a nadie".

Afirman que tratan de luchar contra las miradas uniformes y verticales. Y en ese sentido, valoran el aporte del feminismo en este presente político. "Hizo muy bien, dio cachetazos por todos lados", señala Hugo.

– ¿Se sintieron interpelados como machos?

– [Hugo] Nos interpeló como medio, como revista. Y lo resolvimos abriendo el juego. Convocamos a Feminacida, un colectivo autónomo, que hoy tiene en la revista un espacio de privilegio. La agenda y la temática la manejan ellas.

– Mencionan muchos cambios impuestos por la coyuntura. ¿En qué otros aspectos cambiaron como revista?

– [Hugo] No podemos pensar la revista ni la editorial como la pensábamos hace diez años. Seríamos necios. Hoy la revista está atravesada por el feminismo, las luchas sociales y tiene a Facebook como un lugar de denuncia. Eso es algo que hacemos hoy en día: difundimos por las redes sociales noticias que por determinados intereses no aparecen en medios comerciales. A la vez, eso genera un cambio en el público que te lee y compra tus libros. Esas cuestiones han ido cambiando a aquella revista cultural de zona sur en algo más argentino-latinoamericano.

– [Nacho] Nos vamos adaptando a los cambios. Nuestro



diseñador era alguien que estaba medio suelto cuando se fueron los compañeros por el conflicto con *Antiprincesas*. Es un tipo mucho más joven que nosotros y le cambió la estética a la publicación. O el caso de Martín, que trabajaba en una relojería. Frente a la crisis, el dueño para no echarlo le dejó el negocio. Era un lugar (en Capital Federal) que usábamos para la distribución: dejábamos paquetes, los lectores iban a buscar las revistas. Y surgió la idea de poner una librería. Un amigo nos hizo los muebles y la armamos. Fue inaugurada en 2018. El gran logro fue incorporar a un integrante que estaba trabajando de otra cosa. Y el gran hallazgo de Hugo fue Juan Solá. Gran tipo y escritor, que dio impulso a la librería porque todos sus libros se venden muy bien. A partir de la literatura, Solá entra a mundos y públicos a los que nosotros no accedemos desde lo político y social. Tenemos que saber abrir el juego porque el universo de uno es pequeño. No tenemos la cabeza de Cortázar, que tenía seis millones de mundos en mente.

– ¿En qué creen que cambiaron profesionalmente?

–[Hugo] Cuando comenzamos estábamos ligados a hacer algo que nos gustaba. No sabíamos nada. No sabíamos hacer periodismo. No sabíamos escribir. No sabíamos editar. No sabíamos hablar con un imprentero. No sabíamos vender una publicación. Ni hacer una nota de tapa, ni entrevistar a alguien. Íbamos seis personas a una entrevista. Aprendimos de cero porque no éramos periodistas, nunca nos definimos como periodistas.

Nacho cuenta que en los comienzos se les burlaban. “Nos decían que éramos una estudiantina”, recuerda. “Por suerte, fueron cambiando las cosas y hoy hay una reivindicación de lo alternativo. Pensar un colectivo periodístico diez años atrás era un delirio. Era algo marginal, sin intervención concreta, sin posibilidad de desarrollo. Te metían en guetos. Pero hoy



en día, con las redes sociales se rompió esa concepción. Ahora tenés las mismas posibilidades de alcance que los medios comerciales a través de las redes”.

Reconocen que los cambios en la tecnología y los consumos los obligaron (y obligan) a aprender y a reinventarse todo el tiempo. Años atrás, incorporar el color introdujo un gran debate en el colectivo. “Había compañeros que señalaban que si agregábamos color nos convertiríamos en la revista *Gente*”, recuerda Hugo -se miran cómplices y largan la carcajada-.

Ahora, los desafíos son otros. “Le agarrás las mañas a Facebook, pero no, ahora es Instagram. Por eso es tan importante que haya gente joven que te aporte sus saberes y su mirada”, sigue Hugo. “La realidad te puede gustar o no gustar, pero te impone ciertas condiciones. Y vos tenés que sacarle provecho. Si hoy todo el mundo tiene teléfono, puede ser una caída, pero también puede ser una oportunidad para llegar a más personas”.

De todas formas, afirman, hay algo que no cambia. “La adrenalina que sentís cada vez que está por ser publicado un libro o una revista es la misma”, afirma Nacho.

El periodismo

– ¿Qué es el periodismo para ustedes?

–[Hugo] El periodismo es una herramienta de laburo pero también es el modo en que nos expresamos. Hay otros que eligen la literatura, la fotografía o la militancia. Para nosotros el periodismo es todo eso también, es la forma que encontramos para decir lo que deseamos. Es la herramienta para llegar con tus ideas a más personas y, además, es la herramienta que sabemos utilizar. Es una forma de comunicación como puede



ser pararse arriba de un cajón de verduras en Constitución y hablar a los gritos. Tal vez, ahí te escuchen 10 personas y hasta lleguen a pensar que estás loco. Si hacés una revista de 3000 ejemplares, te van a leer y también van a pensar que estás loco.

– ¿Qué opinan del periodismo comercial?

– [Hugo] Para mí es otro oficio. Creo que hacen otra cosa, en la cual una parte es un plantel de laburantes que tendrán sus roles, pero no es lo que hacemos nosotros. Son empresas, muchas corporaciones, que hacen que se utilicen los medios como herramientas de financiamiento y de difusión de intereses. Las empresas están puestas al servicio de esos intereses. Por eso es difícil considerarlo dentro del mapa del periodismo. El periodismo es otra cosa. Ahí adentro debe haber gente valiosa que pueda laburar con mayor o menor libertad, con mayor o menor margen, mostrar o confirmar su capacidad. Pero es una herramienta de publicidad, es una herramienta comercial, de lobby, no es periodismo. Y me parece que está bueno diferenciar al trabajador del patrón, siempre. Pero, a la vez, no confundirse a la hora de cuestionar a *Clarín*, a *La Nación*, porque ellos hace muchísimos años que dejaron de hacer periodismo y su función es otra. El problema radica cuando el lector, el televidente o el oyente no lo comprenden de esa manera. Nuestro laburo es mostrar otro pedazo de realidad, defender otros intereses y hacerlo de la mejor manera posible. Y, además, aclarar que, si bien no tenemos financiamiento, no trabajamos desde un lugar marginal. Al contrario, se multiplica el esfuerzo, se trata de profesionalizar el oficio.

– [Nacho] Hay algunos que sí hacen un laburo parecido al nuestro, pero que han demostrado que cuando vos no tenés el control de hacia dónde va la línea editorial, y un día cambian los dueños, tal vez ese empleador ya no te paga el sueldo. Y



encima acuerda por detrás cuestiones que te degastan. En esa situación, te convertís en alguien servil para él. Por ejemplo, en otra época, muchos idealizaban entrar en *Página12* porque se suponía que era un lugar donde se podía hacer periodismo crítico. *Página12* en cualquier momento cierra porque ya no le dan los números, y sus trabajadores, entonces, se dan cuenta que son parte del engranaje. Las pocas experiencias que tuvimos en medios comerciales fueron horribles.

– ¿Cuáles fueron esas experiencias?

–[Hugo] Escribí unas pocas notas para *Le Monde Diplomatique*. La experiencia de estar en reuniones de sumario, en medio de chetos que acceden a la realidad a través de sus sobrinos, me mostró que son personas a las cuales no les interesa pisar las calles. Un delirio.

–[Nacho] Es muy importante que hayamos mantenido nuestro lugar en Lomas. Lo tomamos como trinchera. Es nuestro primer testeo. No te vamos a ir a buscar a Capital. Si no venís a Lomas, de entrada, te miramos y pensamos: “Ya sé por dónde venís.”

–Frente a notas editoriales como “Niñas madres con mayúsculas” (publicada por el diario *La Nación* en febrero de 2019, en medio del debate por la legalización del aborto) periodistas del mismo medio salieron a criticar el intento de instalar ese concepto. ¿Qué creen que se activa o desactiva cuando en el mismo diario se publican editoriales a favor del genocidio indígena y nadie dice nada?

–[Hugo] Me cuesta pensar en la coherencia de esa gente. Estás en un medio que tiene una línea política social retrógrada, reaccionaria, que va en contra de lo más profundo que puedas sentir y, sin embargo, seguís trabajando ahí. Hay que entender que cuando trabajás, estás vendiendo tu fuerza de trabajo, pero cuando laburás en periodismo estás vendiendo



tus ideas que son tu fuerza de trabajo. La línea es delgada.

– **¿Cómo se define la línea editorial de *Sudestada*?**

– [Nacho] Somos “Titanes en el ring”.

– **¿Quiénes la definen?**

– [Nacho] Nuestra línea editorial siempre va a estar del lado del laburante, de las luchas de los oprimidos.

– **¿Quiénes son sus lectores?**

– [Hugo] Todo el espectro anti-Macri constituye nuestro colchón de lectores.

– [Nacho] Va desde lo que puede ser el kirchnerismo, entendemos que hay kirchneristas abiertos, como también existe una izquierda piola que no es sectaria, movimientos autónomos, anarquistas... no tenemos ninguna línea que responda a ningún partido.

– **¿Cómo se definen: alternativos, autogestionados?**

– [Nacho] Somos una cooperativa (de hecho) de medios alternativos, autogestivos e independientes. Tenemos un poco de todo, no nos define una sola palabra. Porque en cada palabra encontrás algo que te identifica. Somos independientes de la pauta de empresas y del Estado, pero no somos independientes de nuestras ideas y contenidos. Somos autogestivos, pero hay un montón de cuestiones autogestivas que están en la otra vereda porque no les interesa el socialismo, ni la reivindicación de determinadas luchas sociales. Nosotros tratamos de aportar una mirada crítica de la realidad con un perfil socialista, tirando al anarquismo por momentos, por eso cada palabra algo nos representa.

– **¿A quiénes consideran sus aliados?**

– [Nacho] Consideramos un aliado a *La Garganta Poderosa*. De los medios que quedaron y de los que caminaron, *La Garganta* es un proyecto amplio. Estamos todo el tiempo dándonos una mano en la discusión de diversos asuntos. Publicamos, por

ejemplo, la historia de Kevin, un niño de la villa Zavaleta que fue asesinado por la Prefectura.

–[Hugo] Para nosotros el Estado no es ningún aliado. Ningún Estado, incluso cuando había gente piola trabajando en la gestión. Para nosotros es necesario mantener cierta independencia y defender la modesta autoridad que generamos como medio de prensa. Desde ese punto de vista, creemos que el Estado perjudica más de lo que beneficia a espacios como el nuestro.

–¿A quiénes no entrevistarían?

–[Nacho] El tema sería a quién no le haríamos un lugar en la revista. Hacerle lugar a (Rafael) Videla para conocer su opinión no nos parece que sea nuestro aporte. Sí, tal vez, utilizaríamos eso para explicar otras cosas, para cuestionarlos.

–[Hugo] A los falsos más que nada.

–¿Y quiénes serían los falsos?

–[Hugo] Y depende... se me ocurre alguno del mundo artístico.

–¿Se podría dar un nombre?

–[Hugo] No tengo un nombre preciso, a mí me suena que (Hernán) Casciari (fundador de la revista *Orsai*) no es una persona que nos represente como medio alternativo. Y escucharlo dar lecciones de cómo se hace un medio desde la autogestión cuando el proyecto de él está hecho a partir de haber vendido una propiedad y tener recursos, me parece una chantada. Es como si yo me parara delante de los pibes estudiantes de periodismo y les dijera: "Yo tengo el modelo de cómo hacer periodismo autogestivo durante 17 años y se los voy a vender a ustedes". Nosotros no tenemos un modelo. Nos salió a los ponchazos.

–[Nacho] No hay una forma que sea extrapolable a otras. De 2001 a 2006 se vivió en un contexto determinado y el



modelo nacido en aquellos años no creo que sea aplicable hoy. Pasaste siete años de tu vida laburando de otra cosa y en los ratos libres te dedicaste al proyecto, yo no sé quién se la banca cuando no tenés veinte años y no viviste el 2001. Entonces, decirle eso a un pibe es como venderle espejitos de colores.

–[Nacho] O se me ocurre que no entrevistaría a los éxitos mediáticos, los Tinelli. Son sucesos que no nos interesan. Luego, hay un montón de intermedios, que se supone que son exitosos, inteligentes, pero que para nosotros no aportan. El ejemplo es (Mario) Pergolini. Es un tipo interesante para escuchar, que te hace repensar las cosas, pero habla de cliente, de audiencia. No se relaciona con las personas. Tal vez, cuando arrancamos decíamos: “Qué bueno hacer lo que hace él”. Quizás era mucho más interesante lo que hacía Osvaldo Bayer, que era un tipo de perfil bajo, que investigaba y generaba otros mundos.

Presente y futuro

– **¿Cómo está integrada *Sudestada* hoy?**

–[Nacho] Somos cinco personas laburando a *full* de la mañana hasta la noche. Logramos comprar en cuotas una camioneta para poder repartir. Durante todo el año recorremos ferias de libros que van desde Ushuaia hasta La Quiaca. De esos recorridos surgieron personas fanáticas de *Sudestada* que convirtieron muchos lugares lejanos del país en puntos de referencia. Por ejemplo, en Río Gallegos, les mandamos las cosas por expreso y las siguen vendiendo. Tenemos un grupo de hormiguitas, como las de Pocho (Lepratti), laburando para *Sudestada*. Esa maquinaria hace que hoy funcione todo. No le pedimos a la librería que sea autónoma completamente. Intentamos que no pierda plata, pero a la vez los libros sirven



para pagar ese proyecto. Se generó una especie de retroalimentación. Y en el medio vivir. Pero nunca *Sudestada* fue por un afán comercial.

– ¿Viven de *Sudestada* o hacen otra cosa para bancarse?

– [Nacho] Vivimos de *Sudestada* desde hace dos años.

– [Hugo] Hoy somos cinco compañeros que estamos abocados a *Sudestada*. Es un estilo de vida que no sé si le va a un periodista que trabaja en *Clarín* o *La Nación*. Muchos de los que estamos acá podríamos estar ganando mucho más en otro lugar, pero seguramente tendríamos que estar haciendo otro trabajo. O trabajando para un patrón. Entonces vos tomás decisiones... Hace diez años atrás no imaginábamos que hoy cobraríamos un sueldo con *Sudestada*. Nadie lo tenía como parte de este proyecto de vida. Entonces se valora mucho más.

– ¿Se visualizan de acá a diez años?

– [Nacho] Hay un horizonte... con el grupo estamos contentos con lo que hacemos, estamos a la espera de cosas nuevas que nos movilicen y nos gustaría seguir desarrollándonos. Pero no sabemos hacia dónde puede ir la realidad del país. Cuando asumió Macri, era un panorama. Al pasar los años, fue otro. Pero somos medio locos y seguimos apostando.

A principios de 2019, en medio de la crisis económica, estaban a punto de lanzar dos libros y publicar la revista en marzo. "A pesar de que es medio demencial sacarla hoy en día, creo que nos vemos un año más. Se ha diversificado tanto y hay tantos lugares desde los cuales aportar, que se puede", confía Nacho.

– ¿Cómo es la vida de ustedes por fuera de *Sudestada*?

– [Hugo] No hay vida -risas-. Nuestra jornada no tiene horas determinadas. No termina nunca. Cómo le explicás a alguien que a las 3 de la mañana estás respondiendo un mensaje de consulta sobre la compra de un material. O que estás yendo



a una feria en Mar del Tuyú y te quedás seis días durmiendo en una carpa. Es muy difícil transmitir que ésa es tu forma de vida o que hay algo placentero ahí.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en febrero de 2019.

Fotos: Colectivo Matanza Viva.





**“El periodismo tiene
que ver con molestar a
quienes pagan para que
no se los moleste”**

Ramiro Giganti (Anred)

POR MARIA SOL WASYLYK FEDYSZAK

¿Quiénes hacen periodismo? ¿Por qué no se cuestiona que se llame periodista a un operador político pero se duda en llamar periodista a quien trabaja en un medio “alternativo”? Estos fueron algunos de los interrogantes que recorrieron el diálogo con Ramiro Giganti, periodista de Anred, una agencia comunitaria de noticias que se propuso contribuir a la recomposición del tejido social y batallar contra la fragmentación de las organizaciones populares.



En 1999, como integrante de un conservatorio de música, incursionó en la Comisión de Prensa del Centro de Estudiantes. En medio de un conflicto estudiantil comenzó a detectar cómo, por ejemplo, *Clarín* nunca publicaba las gacetillas que mandaban al diario para dar cuenta de la situación que atravesaban las escuelas de arte. Contrariamente, el diario entrevistaba a un funcionario de la institución dándole la última palabra.

En septiembre de ese año realizaron una movilización por el mismo conflicto y fueron invitados al programa "Día D" que conducía Jorge Lanata, en América, pero los planes periodísticos cambiaron: ese día se estrelló el avión de Lapa en Aeroparque. La anunciada movilización estudiantil se realizó dos días después en la puerta del conservatorio. A unas cuadras del lugar se estaba haciendo el velatorio de dos de las personas muertas en la tragedia de Lapa. El periodista y dueño de medios Daniel Hadad había dicho que "un grupo de oportunistas" aprovechaban el dolor ajeno para expresar su reclamo.

Esos acontecimientos marcaron la elección de Ramiro Giganti, periodista de la Agencia de Noticias RedAcción (Anred), por los medios alternativos. Allí estaba la posibilidad de cubrir las acciones de los movimientos sociales, aportar una agenda alternativa y también abordar la agenda de los medios hegemónicos con una perspectiva distinta. En la cotidianidad de Anred sus integrantes también se planteaban el análisis de temas que en determinados momentos aparecían sólo en medios comunitarios, hasta que luego se tornaron masivos.

Ramiro habla de ese viraje: "Tiene que ver con la irrupción o masificación de determinados temas, hablando en términos económicos, de cuantificación. Si tal tema lo van a leer dos millones de personas no es lo mismo que si lo leen 500, y otras veces tiene que ver con la presión de temas que no se



pueden ocultar más. Por ejemplo, hay datos de la Correpi (Coordinadora Contra la Represión Policial e Institucional) que indican que muere una persona por día en casos de gatillo fácil, el accionar de las distintas policías, no solo la Bonaerense o la Federal, sino en todas las provincias, sigue siendo el mismo de siempre, pero eso no sale todos los días en los medios; de hecho, la tendencia parece que fuera ocultarlo. El caso de Santiago Maldonado al principio no salía en ningún lado, hasta que en algún momento se volvió inocultable y los medios reconfiguraron, y también algunos salieron a decir cualquier cosa. El caso de Rafael Nahuel, del Pueblo Mapuche, no tuvo tanta difusión o la tuvo en algún momento. Cuando hablás con la gente de Rafael Nahuel algunos ni saben o te dan la razón, pero cuando se refieren al caso Maldonado dicen que los mapuches son tal o cual cosa... pero es parte de lo mismo. Hubo casos de gatillo fácil que no salieron en ningún lado. Después el tema género, además de que se volvió inocultable, las movilizaciones de mujeres han sido tremendas, muy masivas. Creo que también ha colaborado que algunas periodistas estén en medios hegemónicos”.

Para Ramiro está, por un lado, el peso propio de determinados temas instalados por presión social y, por otro, el cambio de mirada sobre algunos medios de comunicación: “En algún momento parecía que los medios alternativos éramos una secta que vivíamos apartados del mundo y veíamos cosas donde todo parecía machismo y todo parecía extremo, y hoy ves cómo a los medios hegemónicos les es rentable hablar de cuestiones de género, aunque antes no lo era y hasta preferían ocultarlo. Digo rentable ente comillas, hasta cierto punto; hay que ver qué pasa cuando se les vaya de las manos. Igual está buenísimo que trabajen esos temas, por eso está bien seguir analizando desde los medios alternativos ese proceso de viraje”.



Alternatividad

El libro *Contrainformación: Medios alternativos para la acción política*, de Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón, caracteriza el modelo de comunicación alternativa: “Subyace una fuerte crítica al sistema de medios imperante. Crítica a la verticalidad de sus emisiones, a la imposibilidad de una comunicación de retorno, a su anti-pluralismo en la transmisión de mensajes. La ‘otra’ comunicación comienza a definirse así por contraposición a las estructuras piramidales de organización y control burocrático de los medios, tanto privados como de manejo público exclusivista”. La dupla autoral señala sobre la alternatividad: “La democratización de las instancias de producción y recepción de mensajes. En otras palabras, tender a la horizontalización de la producción y circulación de dichos mensajes, facilitando y difundiendo las herramientas y los conocimientos que permitan una multiplicación de los actores que construyen sus propias experiencias comunicativas”.

Ramiro: “El compañero que escribe sobre temas sindicales en Anred trabaja en la línea 60 de colectivos y el otro día se sumó un compañero de él a hacer una cobertura con nosotros. Siempre está el que tiene alguna inquietud y nosotros tratamos de que la desarrolle, para de ese modo ir socializando el conocimiento. En los medios alternativos está presente la educación popular”.

En Anred el proceso de socialización del conocimiento es, por momentos, sistemático, y por momentos no. “Nuestra idea es hacer cada año un plenario político periodístico. Como yo había hecho un curso de periodismo policial y otro compañero había hecho uno de judiciales, la idea era juntarnos a socializar materiales y plasmar lo que se aprendió”.

A lo largo de la charla Ramiro se refiere a “lo alternativo” en



relación a su propio camino, pero señala que “algunos se dicen medios CAP (Comunitarios, Alternativos y Populares)”. Anred “se autodenomina como CAP” y dentro de Sipreba (Sindicato de Prensa de Buenos Aires) integra el espacio de medios autogestivos: “Ahí hay cooperativas, está *Tiempo Argentino*, *Cítrica*, y están los que siempre fuimos de una línea alternativa”.

De la mano de estas otras caracterizaciones acerca de los medios, surge la pregunta sobre el rol de lxs trabajadorxs de los mismos con relación al vínculo entre periodismo y militancia. “Se banalizó mucho el tema del periodismo militante con el gobierno kirchnerista, porque mucha gente que quiere cambiar la realidad desde el periodismo se considera ajena a la militancia y parece que al que hace periodismo militante se lo considera más un puntero comunicacional que un periodista militante. Yo me considero un periodista militante, mi militancia consiste en trabajar con el mayor rigor posible y hacerme de las mayores herramientas para comunicar de la mejor manera posible, lo que implicará seguramente comunicar cosas que no me gusten”.

– ¿Cuáles podrían ser esos temas?

– Por ejemplo, ¿qué hacemos con los casos de denuncia de violencia de género dentro de las agrupaciones de izquierda? Las tenemos que comunicar. O si el que tira piedras en una manifestación es “servicio”, y en otro caso no... Una vez me tocó hacer una cobertura en una cárcel al lado de Américo Balbuena (policía federal que estuvo 11 años infiltrado en la Agencia de Noticias Rodolfo Walsh y que fue descubierto en 2012), creyendo que era un compañero. Informar eso también fue difícil, fue un mazazo a la credibilidad de los medios alternativos. Informar una represión de Patricia Bullrich o Macri es fácil, o no lo es cuando detienen a un compañero. Después hay cuestiones indignantes... teniendo compañeros detenidos,



América 24 insinuaba que eran violentos basándose en una sola fuente: la Policía. El periodista que entrevistaba a los otros preguntando si estaban de acuerdo o no con que pinten el Cabildo, en lugar de preguntarles si sabían dónde se los habían llevado detenidos. Ese es un periodismo político. Yo no voy a considerarlos militantes a esos tipos, sino operadores o mercenarios. La militancia es una opción política. A lo que voy es que la palabra militancia en el periodismo está banalizada. En otros casos hay operadores, porque decirles periodistas es banalizar el periodismo. Chequean una sola fuente cuando saben que tienen que hablar con más fuentes para chequear una info. Un tipo como Fernando Carnota, que dijo que Santiago Maldonado estaba en Chile porque una mentalista dijo que tuvo una visión... y lo dice en un programa del *prime time*. Entonces, ¿por qué se considera periodista a esa persona y no a alguien que está en un medio alternativo chequeando fuentes, tratando de estar en el territorio? Obviamente que hay toda una gama de grises, hay muchos periodistas trabajando en esos medios haciendo lo que pueden, y conozco gente que está ahí muchas veces llorando de la indignación. Entonces, ¿quiénes son periodistas? Esa sería la pregunta: ¿quiénes hacen periodismo?

La organización

Ramiro estudió sociología, pero dice que siempre tuvo esa vocación de la prensa en la militancia. Antes de llegar a Anred estuvo cinco años en Indymedia, entre 2005 y 2010. Actualmente sus ingresos provienen de su trabajo en un hotel en San Telmo, lo que le permite hacer lo que quiere a nivel periodístico.



Anred se organiza de la siguiente forma: un grupo de compañeros cubre a la mañana temas hegemónicos (de la agenda de los medios comerciales) y después el resto se enfoca en distintas cuestiones, como “represiones que no salen en ningún lado”. Ramiro explica: “Tenemos un compañero que cubre la pata sindical, los paros que a veces no salen; las muertes laborales, que es un tema muy silenciado y muy grave. Dos compañeras trabajan el tema género y otros el tema territorial. Un compañero, que es profe de lengua, escribe sobre obras de teatro que no son tan de la agenda cultural hegemónica y otro compañero aborda cuestiones estudiantiles. Somos entre 15 y 18 orgánicos y otros compañeros colaboradores, que son más, que están en distintas partes del país, y un grupo que hace fotografía. En mi caso, escribo sobre medios, cultura y deportes. Cuatro o cinco nos ocupamos más de temas de edición. Hay mucha libertad y mucho trabajo colectivo. Cuando aparece una temática y sabemos que tal persona sabe más de eso tratamos de que lo escriba”. Agrega que “hay un compañero que es albañil, que escribe sentado en un andamio, y después se necesita alguien sentado en una compu para editar. Nos vamos apoyando de esa manera, editándonos y procesando el material”.

Actualmente Anred no tiene espacio físico;¹ alguna vez lo tuvieron y es algo que querrían concretar. Se comunican por Telegram (aplicación de mensajería móvil), hacen un plenario por mes, a veces se juntan en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Hay integrantes que son de zona sur del Conurbano y otros de La Plata.

1 - Al momento de imprimir este libro, mayo de 2020, Anred había logrado alquilar un espacio físico para cumplir las veces de redacción y lugar de encuentro.



Anred funciona como sitio web y en las redes sociales. Cuentan con 40 mil seguidores en Facebook y 15 mil en Twitter. Todos los días publican notas y a veces filman videos cortos y los circulan por WhatsApp.

“Anred nace en la década del ‘90, era más para comunicación de radio. Lo que se hacía era armar casetes con cables de noticias y los hacían circular por las radios de zona sur o juntaban gacetillas que se distribuían en casetes. También se llevaba el material a los medios comerciales. Entre 2003 y 2004 ya empieza a funcionar el sitio web que hoy sigue online (www.anred.org). Hay compañeros que pasaron por Anred y luego trabajaron en otros medios comerciales”, señala.

Ramiro relata que a veces algunos medios comerciales levantan algo de lo que Anred publica o los citan como fuente. Tratan de trabajar el estilo de una manera que les permita ampliar el nicho: “Queremos que nos lean los militantes, lo hacemos todo el tiempo, pero queremos ampliarnos para que nos lean otros. Por ejemplo, está el tipo que le gusta el jazz pero le sacaron el canal de arte de cable barato y está indignado porque prende la tele y ve a Tinelli con su humor o reggaeton, y está podrido y busca un medio que le sirva. O el tipo que ve que la escuela de sus hijos se está cayendo y nadie lo publica. O los chicos que tomaron una escuela y los están criminalizando. Que llegue también a esas personas. Ahí está la alternatividad”.

Anred se sostiene con el aporte de sus integrantes: “Hacemos actividades para financiarnos, hemos vendido publicaciones, pines, y estamos todo el tiempo planteando eso para ver si encontramos alguna línea más sólida de financiamiento. Por ahora lo que se obtiene es para estar mejor equipados o tener un chaleco o pechera que diga ‘Prensa’ para que no nos maten en las represiones, o para pagar algún viaje



para hacer una cobertura, y después lo pensamos para poder abocarnos de lleno a esto. Ojalá. Yo a veces estoy haciendo notas a escondidas en mi trabajo, pero eso baja la calidad”.

Entre los objetivos originales, Anred se propuso crear una red comunitaria de noticias que contribuyera a la recomposición del tejido social y batallara contra la fragmentación de las organizaciones populares.

– ¿Está vigente ese objetivo?

– Sí, doy fe de que era así antes, a pesar de que yo no estaba. Hoy seguimos manteniendo esa línea, cuando hay conflicto entre organizaciones no lo difundimos. No publicamos las internas que se dan en espacios de género, por ejemplo, nos parece que las organizaciones deben debatirlo internamente.

– ¿Pero ese objetivo original no tenía que ver también con contrarrestar el ejercicio del Estado de tratar de cooptar a algunas organizaciones? ¿Con qué organizaciones se alían ustedes o quiénes son sus aliados?

– Sí. Primero, donde hay una situación con trabajadores que luchan por sus derechos o luchan contra despidos u ocupan una planta para defender su trabajo, van a ser nuestros aliados, estén o no organizados, más allá de que haya tal o cual agrupación metida. Lo mismo en el ámbito barrial, donde hay cortes de luz y la gente reclame. Obviamente, cuando vemos que un reclamo en la calle o en una manifestación es discriminatorio o con consignas de mano dura, que con el tema de la inseguridad pasa mucho, esos no son nuestros aliados. Es aliado cualquier sector que esté siendo víctima de algún tipo de represión o que tenga un trabajo o actividad concreta valiosa. Con la gente de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP) somos aliados, aunque no quiere decir que siempre pensemos igual en todos los temas. Con el Frente de Organizaciones en Lucha (FOL) somos aliados. Lo



mismo con algunos diputados que tienen posturas valiosas o interesantes.

–Con respecto a las organizaciones que tienen un trabajo comunicacional como tienen ustedes, ¿cómo articulan?

–Tratamos de relacionarnos con todas las organizaciones que hacen el mismo trabajo que nosotros. Sabemos que estamos en una situación de inferioridad en cuanto a recursos o posibilidades, y tratamos de juntarnos y colaborar. Después hay matices porque, por ejemplo, hay organizaciones que tienen un trabajo periodístico que nos gusta y eso nos interesa, y quizás no siempre coincidimos con el enfoque y tratamos de laburar en lo que coincidimos. Si podemos transmitir experiencia lo hacemos o llevamos la discusión al respecto. Hay distintas formas de alianza. Participamos dentro de la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA, nacida en Neuquén, en octubre de 2004; es un colectivo de radios y televisoras comunitarias, portales de noticias y publicaciones impresas de distintas partes de la Argentina que aportan “con su militancia a un proceso de transformación social” y se define como “una red anticapitalista, antiburocrática y antipatriarcal”). Se hace un encuentro nacional todos los años que es itinerante y siempre hay varios integrantes de Anred participando. Después hay plenarios internos. Como hay muchas radios comunitarias en el interior a veces hay plenarios por Skype y siempre desde Anred tratamos de estar, a veces con dificultad, a veces se hacen coberturas conjuntas. Otras veces levantamos noticias citando la fuente de otro medio de la red. Dentro de la RNMA habrá unos 40 medios de distintas partes del país.

–Y en el marco de la RNMA, en todos estos años, ¿hubo logros, avances a partir del trabajo en conjunto?

–El principal logro que yo veo es haber nucleado a un montón de espacios independientes de todo el país, de lugares



muy remotos. Me viene a la mente la radio El Algarrobo de Andalgalá, que hace unos años logró romper un cerco mediático y difundir lo que no se difundía, lo que estaba pasando con las mineras. Y así hay un montón de radios en Chaco, Santiago del Estero, Formosa, la Patagonia... Esos son unos logros de unidad, de poner una luz sobre temas que no se difundían. Ahora la RNMA está con algunas dificultades, pero hay un programa que se llama "Enredando las Mañanas", que sale de lunes a viernes, cada día lo saca una provincia distinta y se retransmite por varios radios de la red.

–La afiliación al Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba) ¿trajo alguna discusión particular en Anred?

–Dentro de Anred no, sobre todo después de la modificación del estatuto. Después estuvo el proceso personal, porque hay compas afiliados por sus trabajos a otros sindicatos. Lo que no podíamos era garantizar desde Anred pagar la cuota de todos. Eso lo paga cada uno. Es una decisión. Hoy más de la mitad de los orgánicos está afiliado.

–De los encuentros e intercambios con periodistas que trabajan en espacios hegemónicos ¿cuáles fueron y son las impresiones?

–Más allá del Sipreba, en todos estos años hubo momentos de roces y momentos de alianzas con trabajadores de prensa; roces desde hacer una cobertura y que un camarógrafo de TN te diga "correte que estoy para televisión" en una movilización, y después quizás publique o juegue en contra de la movilización; hasta un periodista con quien se tiene bastante afinidad y se le diga "che, está pasando tal cosa" o que nos conozca y nos consulte por si tenemos el contacto de tal o cual organización. Están las dos situaciones. Hay compañeros que están en el Sipreba que han pasado por medios alternativos y hoy están en los medios hegemónicos, y muchas veces



difundimos cuestiones que ocurren en esos medios, porque obviamente la patronal no va a difundir que los trabajadores están en contra del medio. Siempre estuvimos a disposición, es ver con quién se puede. Por otro lado, como bien dice el Sipreba, los trabajadores no son la línea editorial.

– ¿Cuál creés que es la mirada que se tiene sobre los medios alternativos?

– Hay distintos prejuicios que se tienen sobre los medios alternativos, que tienen que ver con cierta displicencia de la cuestión periodística o cómo producir, o cierto rechazo respecto del profesionalismo, que nadie tiene muy en claro qué quiere decir porque algunos lo asocian a la cuestión comercial. Para mí lo comercial no necesariamente va a la par de la excelencia en el trabajo o en la idoneidad. Hay errores de comunicación en medios masivos que son garrafales. A veces tiene que ver con un cerco mediático o a veces se ve a periodistas que no saben lo que está pasando o no saben cómo interpretarlo, o cuando hay una movilización no saben cuál es el reclamo, el tema de fondo.

– ¿Cuáles son las cuestiones que tensan internamente en un medio alternativo?

– Mirá, hay un compañero nuestro que inventó un concepto: DEMA, que es el Déficit Estructural en los Medios Alternativos y explica por qué hay medios alternativos que se desgastan, se disuelven. Mucho de eso tiene que ver con lo económico, la falta de recursos, ya que hay momentos en que se puede volver muy frustrante. Hoy, por el contexto, es mucho esfuerzo pagar las cuentas y encima tener que darle un montón al trabajo que hacemos por fuera para sostenernos. También puede ser que después alguien saque una nota que a otro no le gustó o que alguien escribe algo que después otro no publicó. Contener a cada compañero y compañera es todo un tema, es algo



de lo que tenemos que hablar mucho. También hay debates sobre cómo encarar un tema o cómo comunicar. Por ejemplo, decir “enfrentamiento” en una represión ya es algo que está saldado, pero a veces hay que buscar la forma de comunicar con rigor periodístico, como en el caso de Carla (Soggiu), la chica de Pompeya²; sabés que la mataron, pero informarlo es distinto porque sabés que falta una prueba concreta. Ahí está el tema de cómo escribirlo, pero fue un tema de discusión, y eso a veces genera tensiones.

Coherencia periodística

Cuando se le pregunta a Ramiro por la mirada sobre los medios hegemónicos, la respuesta recorre varias aristas: por un lado, el hecho de que el periodismo y los medios no quedaron exentos del ajuste económico estructural que viene desde hace años. Luego, la incidencia de las nuevas tecnologías y las modificaciones en las formas de leer contenido por parte de lxs destinatarixs o el uso reciente del lenguaje inclusivo en medios comerciales, mientras que medios como Anred lo discutían hace tiempo. Por otro lado, también refiere al recorte de personal en distintas secciones, la baja en la calidad de ciertas coberturas internacionales, no por falta de recursos humanos con conocimiento en nuestro país, sino porque no los contratan; y los enfoques reduccionistas de las noticias que tienen como fin los consumos masivos.

Ramiro agrega un factor fundamental: la coherencia y la falta de ella. “Hubo en algún momento un gran enfrentamiento

2 - Joven de 28 años desaparecida en enero de 2019. La búsqueda duró cinco días. Su cuerpo fue hallado en el Riachuelo.



entre el Gobierno y un medio de mucho poder, acompañado por algunos periféricos, y eso generó que si vos querías ver una noticia la veías en un medio y en otro no, pero vos sabías que lo que veías era parcial, y eso fue bueno porque salieron algunos trapitos al sol. Para algunos medios solo hay represión en Santa Cruz y para otros en todas partes menos en Santa Cruz y en Venezuela. O para un medio que una persona le tire piedras a la policía en Venezuela está bien, pero la misma situación acá no. Eso nos tiene que servir para ver si hay cierta bajada de línea editorial y que no están informando correctamente. Si critico el modelo de la soja o el modelo extractivista en Argentina, ¿cómo no voy a cuestionar que pase lo mismo en el Orinoco en Venezuela? Los medios alternativos, populares, comunitarios siempre hemos sido críticos. Siempre con autonomía, con independencia. Y nos han criticado por todos lados, y así también me tenés a mí laburando en la recepción de un hotel, que por lo menos tengo ese trabajo y puedo seguir molestando, si no quizás no podría.

–Y entonces, ¿hacia dónde creés que va el periodismo?

– ¿El periodismo o los medios? Porque el periodismo es un oficio. Yo no voy a dejar de considerar periodismo lo que considero periodismo, quizás a lo que va es a una forma de protegerse y de querer sobrevivir. Después te puedo dar una respuesta distópica respecto de hacia dónde van determinados medios hegemónicos y qué posibilidades hay de ver cómo determinados temas pasan a ser públicos. Vemos que la comunicación en algunos canales está peor, que internet democratiza, por un lado, pero está este campo de las *fake news* (noticias falsas) y lo que pensábamos que nos iba a dar más información genera más confusión. Ojalá que siga existiendo el periodismo que tiene que ver con indagar, con investigar, que tiene que ver con los intereses de la mayoría. Ojalá que el

periodismo vaya hacia eso. Creo que hay muchos compañeros y compañeras en medios alternativos y en los hegemónicos, haciendo lo que pueden, que van a intentar ir para ese lado.

–De las historias que escribiste, ¿cuál te movilizó y cuál te queda pendiente?

–Me la paso quejándome de no tener tiempo y a veces mucho tiempo después puedo abarcar el tema. Me impactaron varias. Te hablé mucho del caso de Luciano Arruga. Esa nota, que me valió una amenaza, fue muy leída. Cuando fui a Lomas del Mirador me encontré con un montón de otros casos que no conocía, que se habían conectado con la familia de Luciano. Me impactó la cantidad de nombres y apellidos. Saqué fotos a cada una de las caras y anoté los nombres para poder dedicarle, después, aunque fuera un párrafo a cada una de esas historias. Me impactan mucho los casos de gatillo fácil, de desapariciones en democracia. El caso de Santiago Maldonado pasó a ocupar el lugar que ocupaba para mí el de Luciano Arruga. El de Luciano, además, en un contexto donde los medios hegemónicos iban para otro lado. Difundían a Susana Giménez, que pedía pena de muerte, y se militaba la baja en la edad de imputabilidad, y pasa justo lo de Luciano Arruga. Sentí mucho compromiso de tener que difundir ese caso y lo seguí mucho. El de Luciano y el de Santiago Maldonado son dos casos que pudieron romper un cerco mediático. Después hay un montón de temas que me interesan. Hubo algunas notas de cuestiones culturales. Cuando se cumplieron 20 años de la muerte de Kurt Cobain escribí una nota que me gustó muchísimo hacer porque me puse a escribir sobre mi generación, la de los adolescentes en los '90, y me puse a hablar del fin de la Guerra Fría y del fin de las ideologías. Recabé información de una movilización en contra de la Guerra de Irak en Seattle, de unas 2000 personas, donde se estaba construyendo un foco



de resistencia. A pesar de que era una nota sobre rock terminó contando que esa década finalizaba con los movimientos en Seattle (contra la globalización). Y en esos movimientos nace Indymedia. Y hablo del surgimiento de los medios alternativos con esa generación, que no era la de los '60 y '70. O sea, era un tema que me gustaba en la adolescencia con la música, pero le puse un contenido político. Siempre les digo a mis compañeros militantes que la clase trabajadora ve fútbol y escucha mucha música, así que por eso me interesa mucho escribir sobre esas cuestiones

– ¿Cuáles son tus referentes dentro del periodismo?

– Hay muchos periodistas que por la exposición mediática que tienen a veces dicen cosas valiosas y los seguimos de una forma crítica. Yo veo el canal de La Nación, a Maria O'Donnell, no siempre coincido. Leo a Carlos Pagni, aunque no estoy de acuerdo políticamente, pero muchas veces hay información muy concreta. A Alejandro Bercovich lo vemos, y seguimos otros medios: Cosecha Roja, Anfibia, levantamos información de la agencia Presentes, Punta Querandí, que es de pueblos originarios; seguimos muchas radios comunitarias. Un compañero lee las crónicas de Ryszard Kapuscinski, yo leo a George Orwell, Ricardo Ragendorfer, Rita Segato y, obviamente, a Osvaldo Bayer, Roberto Arlt, entre otros.

– ¿Cómo debo presentarte en esta nota? ¿Cómo periodista? ¿Periodista político?

– Creo que como un tipo molesto. Vos me preguntabas por referentes en el oficio y yo te nombré a Orwell. Bueno, creo que la función del periodismo tiene que ver con molestar, pero molestar en determinados lugares, porque algunos malinterpretan eso y molestan a cualquiera. El periodismo no tiene que ver con molestar a una familia que no tiene recursos. El periodismo tiene que ver con molestar a quienes pagan para



que no se los moleste, no con molestar a las víctimas. Y quería agregar también que nos apoyan muchos movimientos sociales y sindicales, territoriales, espacios que nosotros buscamos. Buscamos acercarnos y recibimos el apoyo de los movimientos. El periodismo tiene que ver con contar lo que nos pasa y lo que les pasa a las personas que están a nuestro alrededor.

Las entrevistas para este artículo se realizaron entre diciembre de 2018 y enero de 2019.





Fotos: Juan Monasterio.





“El periodismo tiene mucho de estar en el lugar y eso lo hacen los medios alternativos”

Néstor Llido (Diario Popular)

POR EVA AMORÍN

Valora sus años de cronista en el suplemento zonal como los más importantes de su vida. Reivindica a los medios y periodistas que salen de las redacciones y reportan desde las calles. Redactor de policiales del Diario Popular, Néstor Llido describe la transformación de esa sección en la cobertura de femicidios y la violencia institucional. Y cuenta la lucha de los últimos dos años por los recortes e intentos de despidos en el tercer diario más vendido de la Argentina.



Olor a goma quemada. Ollas populares. Cortes a lo largo de toda la Ruta 3. Cada tarde, a las 19 horas puntual, una asamblea de más de cincuenta delegadas y delegados de barrios flacos de hambre se reúne en la ruta para decidir cómo sigue el plan de lucha. Las voces de quienes han sido despedidos de Acindar y La Vasconia se plantan contra los cierres de fábricas. Docentes de toda la zona oeste organizan caravanas contra el ajuste educativo. Corren 1990, 1995, 2001, 2003. En La Matanza nadie se queja de problemas de tránsito. Evalúan que con esos bolsones de fideos no alcanza para las setecientas familias del barrio, que ya no quedan más fábricas que cerrar, que los cortes deben ser ahora, acá y allá, y allá y allá. Néstor Llido tiene veintipocos años de edad y cubre todos y cada uno de estos hechos. Escribe, también, lo que pasa en el Concejo Deliberante, las movidas de la sociedad de fomento y los partidos de Deportivo Laferrere. Lo conoce todo el mundo, pero nadie sabe su nombre. De lejos, le gritan: “¡Eh!, ¿qué hacés ‘Popu’?” No es Néstor, es “Popu”. Y le encanta.

A casi tres décadas de distancia, recuerda esa época y se emociona: “Durante diez años trabajé en el suplemento zonal de La Matanza del *Diario Popular*, y eso me dio mucho territorio. El zonal no existe más, pero fue una experiencia impresionante”.

– ¿Por qué?

– Éramos tres personas que hacíamos todo. Un auto del diario buscaba las notas para llevarlas a la redacción, en Avellaneda; todavía usábamos máquina de escribir. Y después las mandábamos vía módem, que era un dolor de cabeza porque se cortaba la transmisión a cada rato. Lo más importante de hacer periodismo lo aprendí todo ahí, en esos años de trabajo en el zonal.



–La Matanza fue semillero de muchos protagonistas de la política nacional de los años posteriores...

–Conocí a los líderes de los movimientos de desocupados, Luis D'Elía, Juan Carlos Alderete (líderes de las organizaciones FTV y CCC, respectivamente), a monseñor Bufano, a la dirigencia docente con Mary Sánchez. Y las asambleas en la Ruta 3 eran increíbles. Los delegados de Acindar, unos oradores que después escuchabas un debate en el Congreso Nacional y te parecía muy berreta.

–¿Tenías conciencia de que estabas cubriendo un momento histórico?

–Para mí fue muy importante también porque no los cubría nadie. Allá, en los cortes de ruta no había puteadas porque el colectivo se tenía que desviar. Había mucha solidaridad. Y existía un auténtico debate... No es que se hacía lo que decían Alderete y D'Elía, participaban muchos delegados, hablaban de la situación de los barrios. La gente pasaba hambre. Veías la necesidad extrema. Y casi no había periodistas cubriendo, sólo radios locales, de vez en cuando móviles de Crónica, no estaban los grandes diarios.

–Sin embargo, tu trabajo más conocido no es ese, sino las coberturas para la sección Policiales del *Popular*. ¿Qué pasó?

–Como ya tenía cierta antigüedad en el diario, una categoría, me sacaron del zonal y me mandaron a la redacción.

–¿Vos querías?

–A mí me mató. Perdí el territorio. Además, el "Popu" está en Avellaneda, lejos de mi casa. Y el trabajo de diario era muy distinto, muchas horas adentro de la redacción. Cuando se hizo una vacante en Policiales, ahí me tiraron. Al principio, no quería saber nada.

–¿Por qué?

–Cubrir robos, asesinatos, no me interesaba. Con el tiempo



le fui encontrando la vuelta. Sigo todo lo que es violencia institucional, gatillo fácil, acompañó a las familias, sostengo el contacto con las organizaciones de derechos humanos.

Varones deconstruidos

La sección Policiales del *Diario Popular* es una *rara avis* dentro del periodismo local. Y dentro del mismo diario. Por un lado, porque históricamente las secciones de policiales suelen abordar los temas vinculados a delitos contra las personas o sus bienes -como su nombre lo indica- desde la perspectiva de los uniformados. Por otro, porque el “Popu” es un diario con mucha llegada en el conurbano y un precio más económico que el del resto de los medios, lo que significa que es un diario para los pobres, lo cual para el sentido común dominante es sinónimo de crónica roja. Sin embargo, los dos trabajadores que cubren policiales en el “Popu”, Néstor Llido y Maximiliano Montenegro, son reconocidos por su perspectiva de género y compromiso con los derechos humanos.

Llido cuenta: “Antes, para no quedarnos sólo con la fuente policial, usábamos el telexplorer, una técnica para buscar direcciones cercanas al lugar de los hechos en la guía telefónica. Por ejemplo, te avisaban de un asesinato en Muñiz 2728, Grand Bourg. No había para viáticos, no podíamos ir. Entonces poníamos en el telexplorer la dirección más cercana, Muñiz 2730, y saltaba si había un teléfono de línea. Llamábamos para que el vecino nos contara lo que sabía del crimen y así no quedarnos sólo con la versión policial”.

– **¿Por qué?**

– A partir de la especialización de las fiscalías y de la renovación generacional en los juzgados empezaron a hablar



más con la prensa. Y, además, junto a mi compañero Maxi Montenegro impulsamos un cambio de enfoque. Hicimos talleres, nos capacitamos. Los dos participamos en la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género. Hoy miro para atrás y reconozco que en un montón de cosas estuve ahí, en los mandatos del patriarcado.

– ¿Hay notas que cubrirías diferente?

–Montones. En el *Popular* se desterró lo de “crimen pasional”, pero yo he escrito notas que decían “la agresión surgió durante una discusión”. O ponerme a buscar la motivación del crimen, ponía: “La mató por celos”. Hacer capacitaciones, aprender, te hace cambiar. La lucha ahora es modificar la mirada adentro de la redacción.

– ¿Y qué pasa en la redacción?

–El “Popu” es un medio tradicional, para cambiar las cosas los procesos son largos. Empezó a modificarse a partir de que se fue renovando un poco el staff, gente más joven, con otra visión. Lo que no hay para nada es igualdad de género en la redacción. De 100 laburantes, sólo doce son mujeres, la mayoría colaboradoras. En la web, que compartimos oficina, hay algunas más. En la redacción tenemos una sola compañera, somos todos varones. Al diario no entra gente hace tiempo, pero cuando hay pasantías también son varones. Y los “varones deconstruidos”, como nos dicen, seríamos tres, Maxi, un compañero de economía y yo. Quizá un factor sea que no hay jóvenes; el promedio tenemos 45 años para arriba.

El lector

–El *Popular* tiene periodistas de policiales muy reconocidos por su compromiso con temas de género.



Maxi Montenegro es uno de los impulsores de la ley Brisa¹, vos recibiste premios de organizaciones de derechos humanos por tus notas sobre violencia institucional. Pero, a la vez, todos los días el diario tiene una mujer desnuda en la contratapa. Es el único diario que mantiene algo así.

–Es una lucha que venimos dando hace rato. La gente no lo sabe, pero desde la asamblea –que es la forma de expresión sindical interna del diario– siempre planteamos que saquen la foto. Proponemos que, si quieren poner una foto, pongan del seleccionado argentino. Pero es imposible. Para la patronal la foto de la chica semi desnuda es la marca del diario. Te vienen con que el diario *The Sun* de Inglaterra la quitó por un día, pero fue tal la presión de los lectores que la tuvieron que poner otra vez. Nosotros contestamos que hagamos la prueba, porque viejos pajeros deben quedar cada día menos para que llamen a pedir que la pongan de nuevo... Pero su argumento es que van a bajar las ventas del diario.

–¿Coincidís en que es una marca?

–Sí, es innegable. Vas a muchos lugares y al “Popu” lo conocen por eso. Igual, ya hubo cambios: ahora está en la contratapa del suplemento deportivo, porque hubo una queja de un monseñor platense. Adentro de la redacción, una parte importante está en contra de la foto, pero todavía hay resistencias.

–¿Cómo es el lector del *Popular*? ¿Quiénes leen el diario?

–El lector del *Popular* es muy particular: lo reconocés de una franja etaria grande, de 55 años para arriba, que tiene todavía teléfono fijo en su casa y que te puede llamar para

1 - Ley Nacional 27.452 o “Ley Brisa” (Régimen de Reparación Económica para niñas, niños y adolescentes) otorga una reparación económica para hijas e hijos víctimas de femicidios equivalente a una jubilación mínima.



comentarte algo que escribiste o una cosa que pusiste mal, para corregirte. Eso no pasa más en la mayoría de los diarios. Y, encima, lo atendés vos directamente. El *Popular* publica los teléfonos de la redacción y suena en la redacción, no hay recepción. Te llaman para decirte: “Acá publicaron que mataron a María Lucero y no se llama María, se llama Graciela la señora”. A todos los atendés vos. Suena en tu interno. Ese contacto con los lectores a veces te hincha las pelotas, porque estás laburando, pero a veces te sirve. Te llaman y te dicen “acaban de matar al chino del supermercado, entró una barrita”. Vos tenés el dato y lo tenés que chequear, y ahí sí llamás a la cana y chequeás, y después al fiscal. No te quedás sólo con la cana, porque siempre te van a vender “ya los agarramos”.

El diario que peor paga

Néstor Llido dice que, a pesar de ser un diario que da ganancias, en materia salarial el *Popular* siempre fue el peor empleador de los matutinos nacionales. El sueldo a marzo de 2019, de un cronista o redactor, es un básico de entre 18.000 y 22.000 pesos. Sin embargo, es un diario que en los últimos años no tuvo despidos. Por eso, en general no protagonizó los conflictos sindicales que sí hubo en otros medios. Hasta fines de 2017. En ese momento, la patronal comenzó a aplicar un ajuste encubierto, que consistió en no reconocer feriados, francos trabajados, horas extras, ni premios. Para los feriados de Carnaval de 2019, por primera vez en la historia del *Diario Popular*, se hizo un quite de colaboración masivo y nadie fue a trabajar. El diario salió hecho sólo por diez editores.

—¿Hubo algún hecho puntual que haya llevado a ese quite de colaboración masivo?



–A partir de los últimos años la gerencia de recursos humanos cambió mucho. Además de lo económico, tiene un maltrato humano tremendo. Es muy difícil. Te dicen una fecha de cobro y después no la respetan. Por ejemplo, pasé las vacaciones, me tomé a fines de diciembre y cuando voy a reclamar “ah, se me pasó, te las deposito la semana que viene”. No tenés previsión, porque no sabés cuánto te van a pagar. Antes, vos decías “si laburé dos francos, metí cuatro colaboraciones en los zonales e hice seis horas extras voy a cobrar 40.000”. Y resulta que te pagan 32.000.

–¿Cómo lograron organizarse?

–El hecho de que nunca hubo despidos, en el contexto de los últimos años, hacía que la mayoría se conformase. Hasta que a fines de 2017 empezaron a sacarnos los francos, que eran “conformados salariales”, un acuerdo para mejorar el salario. Y ahí nos tocaron el bolsillo a casi todos, incluso a editores. Yo estaba frizado hacía años, cero colaboraciones, viajes, nada. Todos castigos por haber sido delegado años atrás. A partir de la destrucción de los “conformados salariales” empezamos a hacer asambleas autoconvocadas, se armó una comisión por sección con representantes de las cinco secciones (Zonales, Deportes, Espectáculos, Regionales y Web) que íbamos a hablar con el gerente de Recursos Humanos, que era un ex comisario y suegro del director del diario.

Y, en forma paralela, empecé a participar de las reuniones de delegados en el Sipreba (Sindicato de Prensa de Buenos Aires), a pesar de que no era delegado. Nos dimos un proceso de afiliación, hicimos algunas reuniones en el sindicato con unos cuatro o cinco compañeros muy activos y decidimos formar una comisión interna en el *Popular*. Nadie se animaba, hasta que empezamos a hacer un laburo con dos compañeros más jóvenes, con poca antigüedad, uno kirchnerista y otro



trosko, y a fines de 2018 se hizo la elección. Logramos tener comisión interna.

El contexto es de una empresa que siempre mantiene los sueldos a la baja. No es que falten recursos. Los dueños actuales (la familia Fascetto) son una familia de dinero.

– ¿Y por qué mantienen el diario?

– Creo que por mandato familiar y, fundamentalmente, porque es negocio. El *Popular* vive de la venta al lector, de la pauta estatal porque siempre están bien con todos los gobiernos provinciales, nacionales y de la Ciudad de Buenos Aires, y de todos los arreglos extras que tienen, lo que nosotros llamamos “la caja negra” del *Popular* que siempre ha existido. Nadie que trabaje dentro del periodismo se va a espantar por estas cosas, sabemos que estas cosas pasan. Lo que te permite el “Popu” es tener más cercanía con esas cosas porque es muy chiquito todo. Y te dicen: “Reescribime esto que mandaron”. Y es una gacetilla de un intendente que pone pauta y pone plata por abajo, así que para los dueños es el mejor alcalde de la zona oeste. Nada que no pase en otros medios. Yo no me peleo con eso, porque es lo peor que podés hacer. Que no me gusta, claro que no me gusta, no lo comparto, desde ya, pero es como se maneja el periodismo. Son cosas que pasan siempre. Entonces, lo peor que te puede pasar es que te toque hacer esa gacetilla que mandó un municipio que pone plata.

– ¿Pero sentís que eso no te impide escribir lo que querés?

– Exactamente. Es esa dualidad. Tenés que tragarte ese sapo, pero al mismo tiempo podés proponer bastantes temas con independencia y te lo publican. Tengo el orgullo de haber sido del primer diario que publicó el caso de Luciano Arruga,²

2 - Luciano Arruga estuvo desaparecido desde el 31 de enero de 2009, tras haber sido detenido por la policía bonaerense en Lomas

una página completa un domingo, y en ese momento el diario estaba muy bien con la Provincia y esa fue una nota contra la Bonaerense. Y todas mis notas de Luciano Arruga fueron contra la policía, contra la complicidad. Entonces, lo que tiene el diario es que tenés los sapos de los que pagan para que se publique determinada nota, que no le gusta a nadie, pero también la independencia para poder publicar otras cosas. Hoy día, el que trabaja en periodismo sabe que esto es así. Vos me decís, ¿por qué se permite esta dualidad? Posiblemente porque lo que yo propongo tiene menos peso que la línea que marcan los negocios de la empresa, posiblemente es por eso. Hoy el que está laburando y piensa que el oficio es la independencia o que el periodismo son las declaraciones de Fopea (Foro de Periodismo Argentino) está equivocado.

–Es algo mucho más contradictorio, complejo, cargado de intereses económicos.

–El *Popular* fue perfeccionándose en estos vínculos con el poder, pero siempre se depende de las pautas, los arreglos, o de jugar con alguien políticamente. Lo del periodismo independiente es una mentira. El mito es que el “Popu” siempre está a favor del pueblo, porque nuestro eje es la canasta básica, los precios, los sufrimientos del pueblo. Es cierto, vos le publicás una nota a Polino³ sobre la canasta básica y después catorce páginas con Ritondo⁴ derribando bunkers de droga y a María

del Mirador, donde vivía, hasta el 17 de octubre de 2014, cuando apareció su cuerpo enterrado como «NN» en el Cementerio de la Chacarita. Luciano se había negado a robar para la policía y por ese motivo había sido torturado meses antes de su desaparición.

3 - Héctor Polino, titular de la ONG Consumidores Libres.

4 - Cristian Ritondo, ministro de Seguridad de Buenos Aires durante el gobierno de María Eugenia Vidal.



Eugenia Vidal⁵ inaugurando cualquier cosa. Tiene esa dualidad el diario. Así que la tensión es esa, renegás y te quedás afuera. O te quedás adentro y das la pelea para ir marcando un poco la agenda. Es claro que tenés que laburar, sustentarte si querés vivir de esto... Siempre digo que somos la última generación de relación de dependencia en el periodismo.

Un vaciamiento progresivo

A principios de 2020 la patronal del *Diario Popular* presentó un Procedimiento Preventivo de Crisis para que le permitan hacer reducciones salariales de entre el 50 y 70 por ciento, despidos con indemnizaciones menores a las correspondientes y suspensiones. Lleva demoras de hasta cinco meses en el pago de salarios y colaboraciones. La excusa: que adeuda un juicio por 1.800.000 dólares a un abogado por cuestiones empresariales de años atrás. “No podemos seguir siendo las y los trabajadores las variables de ajuste”, dice el comunicado emitido por la asamblea de trabajadores.

El conflicto laboral que se inició en 2017 no hizo más que agudizarse. En 2019, por primera vez en los cuarenta y cinco años de existencia del “Popu”, toda la redacción hizo paro durante cuatro días.

– ¿Cómo fue ese paro?

–El paro de Carnaval fue una medida histórica. No fuimos a trabajar ninguno de los cuatro días. Fueron los editores y quienes hacen la web; ellos aceptaron ir porque son otra empresa. Y nosotros no aceptamos eso en la redacción. Eran 20

5 - Gobernadora de la provincia de Buenos Aires de 2015 a 2019.



para hacer el diario. ¿Cómo salió el diario? Igual que siempre, no en calidad, pero sí en cantidad de páginas. Carnerearon mal. A uno le dije: "Hiciste mucho más de lo que te pidieron. ¿Cuántas páginas hiciste ayer? ¿Ocho, nueve? ¿Y cuántas hacés siempre? Dos. ¿Vos te pensás que te van a dar un premio? Nadie te va a dar un premio".

– ¿Por qué pensás que estos compañeros de cargos jerárquicos, editores-jefes, no se pliegan a los paros?

– Creo que hay un poco de miedo de quedarse sin laburo, hay compañeros grandes, de 60 años. Y después hay una cuestión cultural, una cosa más de ideología, putean contra los piqueteros, contra los paros. Y hay otros jefes que creen que por ser jefes no pueden decir que no a nada. Al ser un diario tan chico, es un vínculo muy familiar entre colegas, a veces tenés treinta años de compañerismo.

– ¿Cómo es el día a día en el diario?

– Sigue siendo un diario muy de "culo en la redacción", de hacer la jornada entera. Algunos mandan notas desde la casa. Yo entro a las tres de la tarde y salgo a las nueve de la noche. Esto es algo que no se usa más casi, y el *Popular* lo sigue manteniendo. No se actualizó. También es verdad que los pibes mandan desde la casa, pero no es el promedio. El diario tiene 32 páginas, más las 24 de deportes. Y eso es un mundo aparte. Turf y Lotería son dos secciones muy pesadas, son públicos muy fuertes del diario. En general son gente grande y varones.

Lo que sí debo reconocer del diario es la posibilidad de proponer temas y hacer cosas. Obviamente, sabemos que hay cosas que son inconvenientes. Hay un poco de autocensura... vos decís "para qué me voy a poner a trabajar con esto que después no me van a dejar publicar". Sabemos que hay temas que son complejos, por arreglos con políticos de turno y de distintos colores partidarios. Pero, por ejemplo,



se llevaban muy bien con el gobierno bonaerense de Daniel Scioli e igualmente he hecho notas pegándole a las cúpulas policiales, denunciando la corrupción.

–Se dice que es el tercer diario más vendido del país.

¿Es así? ¿Cómo le va en los puestos de diarios?

–Les va bien. Deben devolverse 5000 diarios, sobre una tirada de 65 mil. Es un diario que podemos decir más barato que el resto, sale casi un setenta por ciento menos que los otros. Es un público de sectores populares, que todavía lo puede comprar, clase media baja. Los domingos se vende mucho más que otros días. Está el lector que compra porque gana Boca o los martes están los que seguro lo compran por la sección “Suerte” o los jueves por las carreras. El diario se vende, podemos decir que bien. Y por eso no le da pelota a la publicidad comercial. Porque tiene la venta y después la pauta, que con el gobierno de Mauricio Macri se incrementó mucho. El diario hizo, declarado, 18 millones en el primer semestre de 2018.

–¿Y por qué les escatiman los sueldos?

–La lógica dice que si tenés un plantel muy reducido, que te hace un producto medianamente exitoso, que se vende bien... tratá bien a la gente, no le faltes el respeto. Pero no, tienen esta impronta de “don patrón”. Pero pueden hacerlo porque la gente que trabaja en el “Popu” tiene muy puesta la camiseta. Ojo, yo tampoco reniego de eso eh, pero sé que cuando llegan las regalías no me dan nada.

–Es muy complejo el tema de la camiseta.

–Viví mucho lo de la pertenencia y la identificación cuando estaba en los zonales. Uno iba caminando y la gente te gritaba “Ehhh, ‘Popular’”. No saben tu nombre, pero para esos lectores vos sos “Popular”. Y eso es muy emocionante, te hace poner la camiseta, inconscientemente. Pero después,



esto no viene de la mano del reconocimiento económico y de los derechos laborales.

Desobediencias

–En los últimos tiempos vemos actos de desobediencia muy fuertes e interesantes por parte de los trabajadores de prensa ante sus patronales cuando los posicionamientos editoriales tienen una fuerte impronta violatoria de los derechos humanos, como ocurrió con el editorial de *La Nación* que reivindicaba la dictadura o el que defendía que hubiera “niñas madres”. ¿Por qué no se produjo hasta ahora esta misma reacción unificada ante la legitimación del gatillo fácil o el asesinato de líderes indígenas?

–Me parece que hay algo de la posición de clase. La violencia institucional, el gatillo fácil, están relacionados con gente muy pobre. Y, en general, las y los trabajadores de prensa nos sentimos más identificados con las preocupaciones de la clase media. Es vergonzoso el fallo por el asesinato de Kevin Benegas⁶, el niño asesinado en la Zavaleta, y el caso tiene un gran respaldo de los medios alternativos, pero ninguna redacción se va a sacar una foto “Todos somos Kevin”, aunque sería deseable. Cuesta más una identificación generalizada en estos casos. En cambio, los temas de derechos humanos y de género sí pueden unirnos. Y es muy saludable, porque cinco años atrás era impensable.

6 - Kevin Benegas o Kevin Molina murió por una bala perdida durante un enfrentamiento entre bandas. Por el crimen, el prefecto Daniel Andrés Stofd, responsable del operativo que liberó la zona, fue condenado en abril de 2019 a pagar una multa de 12.500 pesos y fue inhabilitado solo por un año para ejercer como funcionario público.

– ¿Con qué relacionás que hoy suceda esto?

– Con la reorganización sindical. En la década de 1980, principios de 1990, la Utpba (Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires) nos aglutinó. La verdad fue una gran expresión sindical. Pero después hubo muchos años de vacío. Hasta que finalmente se conformó el Sipreba, que vino a reunir a una generación joven con esa otra que nos habíamos quedado sin representación. El bache en el medio tiene que ver con la falta de representación sindical, porque en realidad la mayoría siempre estuvimos en la calle, en las marchas nos encontramos, sueltos, porque no teníamos una columna propia. Y ahora hay algo que sí nos aglutina, más allá de que se puedan o no tener críticas. Y también hay otros fenómenos: el Ni Una Menos, que arrancó con un gran impulso de compañeras de prensa, talleres de escritura que dan colegas y que generan redes a partir de ese espacio. Además, está todo el movimiento que generaron los medios alternativos, que muchas veces no se visualiza el impacto que tienen en el conjunto del gremio.

– ¿Por qué?

– Hoy vas a cualquier conferencia de prensa en el conurbano y siempre te encontrás con un medio alternativo, un periodista que frena su changa de laburo y pone el grabador. Algunos dicen: “No se capacitó, no es periodista”. La verdad, yo estudié en el Círculo de Periodistas Deportivos. En la materia troncal el profesor era el jefe de redacción de revista *Gente*; para aprobar, había que escribir perfiles de personalidades. Y después mi trabajo fue hacer crónicas con los desocupados en el barrio La Juanita de la Matanza, que es una forma totalmente diferente de producir la nota. El periodismo tiene mucho de estar en el lugar y eso es lo que hacen los medios alternativos.

– ¿El crecimiento de los medios alternativos tiene relación con la falta de credibilidad de los medios masivos?



–Antes si alguien decía “lo escuché en la radio” o “lo leí en el diario”, eso era “La” verdad. Hoy está en cuestionamiento. Todos pueden encontrar páginas web, redes sociales, medios alternativos vecinales, un grupo de Facebook que genera información, y en muchos casos tienen más data que las fuentes convencionales. Por ejemplo, la cobertura periodística sobre el problema ambiental del río en Vicente López del diario *La Nación* o el *Popular* siempre tendrá la fuente del funcionario público, mientras que el zonal o el medio alternativo van a consultar a la sociedad de fomento, a los vecinos organizados alrededor del balneario. Es una diferencia importante.

–Muchas veces pienso que la organización de base en las redacciones y los actos de rebeldía colectiva ante líneas editoriales conservadoras existen porque parte de esa militancia de prensa alternativa de 2001 luego ingresó a trabajar en los medios masivos. Y los revolucionó.

–Y sí. Además, ese ingreso de jóvenes empezó a marcar otra agenda.

–Organizarse para hacer la foto contra la línea editorial de la patronal, ¿tendrá que ver también con un cambio en el estatus de las y los periodistas, con haber pasado de ser el cuarto poder a unas condiciones laborales bastante precarias, similares a las de toda la clase trabajadora?

–Te lo voy a sintetizar con un ejemplo de un compañero del *Popular* de esos que se sienten profesionales, que cuando le decís “laburante de prensa” se brota. El tipo expuso en la asamblea su preocupación, porque históricamente el redactor ganaba diez y el gráfico seis. Y hoy el gráfico está arriba de nosotros. Estaba escandalizado. No se reconocía como laburante sino como periodista. Hubo todo un proceso de precarización, salarios bajos, cambio en el sistema de contratación por el cual las nuevas generaciones se sienten más



laburantes, por la realidad misma. El periodista en relación de dependencia de menos de treinta años de edad casi no existe, son todos monotributistas, facturan, empezaron a trabajar en otra realidad. Y eso horizontalizó el periodismo.

–Cuando vos empezaste en la profesión, ¿había otro “halo” alrededor del oficio?

–Todavía te daban la matrícula. Había tipos que iban todos los años a renovar la matrícula de una profesión que no está colegiada. ¡Al pedo! Yo fui a hacerlo, tenía cinco años de recibido, era un carnet ridículo, sólo servía para el libre tránsito, pero era un “sentirse parte”. Hoy se vive con más naturalidad, el periodista se siente un trabajador, que su lugar en la sociedad es comunicar con cierto profesionalismo. Y eso lo puede hacer un periodista asalariado, un colaborador o un tipo de un medio alternativo.

Burocracia sindical vs un gremio que lucha

–Hablaste de lo que significó la Utpba a fines de la década de 1980, ¿qué pasó con esa organización?

–No encuentro un hecho bisagra. Hay quienes dicen que se vendió al kirchnerismo, pero para mí viene de antes. En 2000, 2001, en el “Popu” nos llegaron a pagar la mitad del sueldo en patacones y la mitad en pesos. Y no hubo una sola asamblea. La Utpba fue cerrándose sobre sí misma, los dirigentes siempre los mismos. No impulsaron más campañas de afiliación ni asambleas en los lugares de trabajo. En 2007 tuvimos un conflicto grande por una guita que nos debían, estábamos casi de paro, éramos treinta tipos reunidos en el bufet haciendo “jornada de reflexión”. Hicimos una gestión para que vinieran de la Utpba, vino sólo un compañero que en vez de



hablar con nosotros fue primero a la gerencia. La gente estaba recaliente, terminaron casi pegándole. Tuvimos que sacarlo porque lo querían cagar a trompadas. Fue la última aparición de la Utpba. Ellos están en lo internacional, en los congresos de Felap (Federación Latinoamericana de Periodistas), pero hace demasiado tiempo que abandonaron las redacciones.

– ¿Cómo se sumaron a Sipreba?

–Hicimos algunas reuniones previas con compas del *Popular*, para ir ablandando y que vieran que podíamos afiliarnos. Fue un laburito de unos seis meses, para que dos se convencieran de ser delegados. Son dos compas jóvenes, uno trosko y uno kirchnerista, se pelean entre ellos, pero van muy bien. Yo estoy súper satisfecho.

– ¿Qué opinión tenés sobre las denuncias de machismo en el Sipreba?

–No sabía, me cuesta creer que en un sindicato como éste haya denuncias de este tipo, creo que son actitudes individuales. No veo que sea un sindicato machirulo, la actitud de uno o dos no me parece que lo haga un sindicato machista. Sipreba impulsa muchos temas de género, y es una transformación en marcha, que se está dando.

– ¿Qué aporta la existencia de Sipreba para ustedes?

–Aporta tener una organización. Y si bien hay muy pocos afiliados en el "Popu", ante cualquier problema contás con un abogado para consultar. No pueden accionar directamente por la jurisdicción, pero nos ayuda a estar muy al tanto de lo que pasa en los otros medios, los conflictos, estamos en relación con los otros delegados, qué movimientos hay, solidaridad, una foto, una campaña. El gremio es una herramienta muy importante.

Después, al Sipreba le falta todo un caminar, desde el reconocimiento en Provincia (Buenos Aires) hasta poder sentarse



a firmar una paritaria, que hoy la firma la Utpba o Fatpren (Federación Argentina de Trabajadores de Prensa). Al Sipreba le falta un montón de cosas, porque recién arranca. Pero ojalá su camino sea como el de los metrodelegados.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en marzo de 2019.





Fotos: Juan Monasterio.





“Lo que no puede volver a pasar es que haya un periodismo muy oficialista”

Julia Izumi (Tiempo Argentino)

POR MARIANO PAGNUCCO

La biografía periodística de Julia Izumi es la de una obrera del gremio: se formó al lado de colegas con experiencia, integró redacciones célebres, se quedó sin trabajo, participó de huelgas, conoció de cerca el poder político y mediático, volvió a quedar desocupada. Hoy le toca el aprendizaje de la autogestión en Tiempo Argentino. Una excusa para renovar su pasión por el periodismo.



Si hay una biografía personal que sirva para pensar las complejidades y los vaivenes del periodismo argentino en la transición del siglo XX al siglo XXI, esa biografía es la de Julia Izumi. Considerada ella misma como una “obrero” de la redacción, integrante del inmenso batallón de laburantes que sostienen la maquinaria de los medios de comunicación sin reclamar medallas ni asomarse al reconocimiento público con participaciones estelares en el *prime time* televisivo, la carrera profesional de Julia condensa las luces y las sombras del periodismo gráfico de la década de 1980 en adelante: comenzó con tareas menores haciendo escuela junto a gente con mayor experiencia, habitó redacciones colmadas de firmas destacadas que para ella eran un faro, participó de experiencias periodísticas que son parte de la historia grande del oficio, conoció el desprecio de los patrones que de un día para otro dejan a cientos de personas en la calle, se hermanó con sus colegas en procesos de lucha colectiva, tuvo participación gremial, se quedó más de una vez sin trabajo y volvió al ruedo para seguir haciendo periodismo.

En ese periplo de más de 35 años, la etapa más reciente de su vida la encuentra metida de lleno en la autogestión de *Tiempo Argentino*, el lugar donde Julia elige estar para seguir aprendiendo sobre comunicación, pero también sobre procesos políticos, solidaridad social y dignidad trabajadora.

El comienzo de este camino hay que situarlo a fines de la década de 1960. La de Julia era una familia típica de clase media que vivía en el conurbano bonaerense sur, con mamá empleada municipal en Lomas de Zamora y papá trabajador textil en Capital Federal, más un hermano varón casi dos años mayor. En ese hogar “atento a la política”, tanto simpatizante de la Revolución Cubana y del Che como anti-peronista, recibió a temprana edad estímulos de lectura por parte de padres y abuelos.



Por el lado materno, su abuelo asturiano era un hombre culto con afición por los libros. La rama paterna, la del apellido Izumi (quiere decir “fuente” o “manantial” en japonés), viene de un abuelo emigrado del Japón continental que fue chofer personal de la escritora Victoria Ocampo. Sobre el linaje femenino, dice: “En mi familia las mujeres eran fuertes: somos fuertes y nos bancamos cualquiera. El gesto del feminismo era ése, la independencia económica y ser fuerte”.

A pesar de que vivían a la vuelta del Pozo de Banfield, uno de los centros clandestinos de detención y tortura que funcionaron durante la última dictadura cívico-militar, Julia reconoce que su familia era ignorante del horror cotidiano. La etapa oscura del país la vivió durante la escuela secundaria y con la apertura democrática llegó también una nueva etapa personal: la Universidad de Lomas de Zamora.

La Gaceta de Hoy: periodismo en la calle

Mientras trabajaba como empleada administrativa en la Municipalidad de Lomas de Zamora, a través de dos compañeros de facultad logró una oportunidad en *La Gaceta de Hoy*, un vespertino que pertenecía a *Diario Popular*. Corría 1985.

Durante varios meses, Julia compartió vagones del ferrocarril Roca con obreros madrugadores. Trabajaba de 6 a 12:30. La primera tarea que le tocó fue atenderle el teléfono a Román Lejtman, quien le dictaba su columna parlamentaria. La redacción semi vacía empezaba a llenarse al mediodía, cuando llegaba el staff del *Popular*.

“Ahí estaba Néstor *Michi* Ruiz -recuerda-. Yo tenía todo por aprender, muchas ganas, cortaba cables de los teletipos, lo que fuera. Aparentemente laburaba bien, porque me daban



bastantes tareas en un mundo machista como el de las redacciones. Le propuse un día a *Michi* ir a hacer la típica nota al Borda, porque se estaba haciendo un plan de reformulación del hospital. Fui con un fotógrafo". El detalle menos agradable de ese recuerdo es que la nota, tipeada con esfuerzo y entusiasmo en su propia máquina de escribir Olivetti, se extravió en la redacción. La segunda (versión) fue la vencida y una mañana de 1986 el público lector de *Diario Popular* vio por primera vez la firma impresa de Julia Izumi.

La camada joven de la redacción recibía en un sobre el pago por sus colaboraciones. Cuando estaban por superar el límite de 24 notas anuales permitido por el Estatuto del Periodista Profesional para esa categoría, la dirección del diario decidió cesantearlos. Ahí apareció Jorge Grecco, con quien Julia se cruzaría varias veces a lo largo de su carrera, para marcarles los pasos a seguir: "Vayan al gremio". Ahí llegó su primera indemnización ("monedas") y también su acercamiento a la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (Utpba), donde militó hasta el conflicto de *Tiempo Argentino*, treinta años más tarde.

– ¿Cómo fue esa primera experiencia en una redacción y qué relación tenían los jóvenes con los más grandes? ¿Había un ejercicio de la autoridad del tipo "servime el café"?

– No, no. Eran las gacetillas y el aprendizaje, porque entre lo que veíamos en la facultad y el día a día en la redacción había diferencias. Nosotros veníamos de los debates sobre la comunicación y en la redacción había que escribir "la pirámide invertida".¹

– En esa época el periodismo tenía toda una mística

1 - Formato tradicional de redactar una noticia, con lo más importante al inicio.



de las charlas después del cierre, las salidas a los bares y otros aprendizajes que se hacían fuera de la redacción. ¿Qué recuerdos tenés de eso?

—Yo era muy jovencita, vivía en provincia, viajaba bastante, así que no me quedaba mucho. Pero sí había reuniones, charlas de bar. Las notas había que salir a hacerlas afuera, no había tanto periodismo de escritorio. Por eso los medios tenían autos y choferes propios, había toda una estructura. Volvías y tenías la duda de qué iba a contar el otro, pero hasta el día siguiente no sabías qué publicaba. No es como ahora, es otra lógica. No hay forma de comparar las épocas. Ahora se hace más periodismo de escritorio, pero a veces no te queda otra. Para la demanda de información inmediata de cuatro párrafos, ¿qué vas a hacer? ¿vas a mandar a alguien? Podemos discutirlo, no es lo ideal, pero antes no había teléfono celular.

La Razón: aprendizaje para la vida y el primer conflicto gremial

Al primer empleo periodístico le siguió la primera decepción, pero en esa época todavía nacían publicaciones y posibilidades de trabajo. Julia supo que se estaba armando la redacción de *Hoy y Mañana*, un diario alternativo que iba a lanzar *La Razón* en una época en la que Jacobo Timerman comenzaba a desligarse de su rol de mando. “Era rojo y negro, un diario policial que duró tres meses”, dice Julia. Si bien ella no estaba en los planes iniciales, se dedicó a “hinchar las pelotas” para poder entrar, y lo logró.

Hoy y Mañana ocupaba un pequeño sector de la redacción del matutino principal donde escribían Jorge Rial, Ariel Scher, Alejandro Pairone y Daniel Aller, entre otros y otras:



"Hacíamos de todo ahí. Agarrábamos un auto, un fotógrafo y recorríamos el conurbano buscando muertos en hechos policiales. Así era, estábamos conectados a la radio de la Policía, salíamos corriendo a cubrir inundaciones, lo que fuera. No medías los horarios, era todo para crecer".

El proyecto duró tres meses, pero Julia y un grupo de colegas fueron absorbidos por *La Razón*. "Esa redacción era una especie de seleccionado. Estaban Sergio Ciancaglini, Claudia Acuña, Luis Majul, Pablo Mendelevich, Jorge Grecco, Gustavo González, Osvaldo Pepe, Julio Petrarca, Gustavo Béliz, Eduardo Rafael, Carlos Bonelli, creo que estaba Daniel Das Neves en Deportes, Manrique Salvarrey, Salvador Benesdra, Ernesto Schoo", enumera con entusiasmo.

"Después vino el cierre de *La Razón*, el primer cierre, el segundo cierre, la primera toma, la segunda toma. La segunda toma me agarró embarazada de mi primera hija. Cuando nació ella ya no volví, era una toma que llevaba 100 días. Fue una época tremenda, porque en el primer cierre la toma duró 23 días en el que estaba todo este *dream team*. Muchos de ellos después se fueron, la vieron venir y pidieron retiros voluntarios. La mayoría quedamos, obviamente, pero ya no estaban tanto las figuras que hoy son más conocidas, porque periodistas buenos había un montón".

Esa época fue para ella de las más felices que recuerda: "Como aprendizaje para la vida fue espectacular. Era durísimo, estábamos sin laburo, pero la forma de articular el conflicto con la patronal, las actividades para visibilizar el conflicto, todo eso... Yo veía cómo convocaban a artistas para que vinieran a traer cosas, generando actividades para matar la angustia del tiempo muerto. Las situaciones de conflicto, las tomas, son duras pero enriquecedoras. Hacés un vínculo con el compañero que no se parece en nada a ir a laburar todos los días a un lugar y volver a tu casa".



Las agencias de noticias y los periodistas estrellas

Con la llegada del menemismo al poder, Julia se estrenó en la maternidad y también en un nuevo ámbito profesional: las agencias de noticias. En 1992 ingresó a Interdiarios, un emprendimiento compartido entre los diarios *Los Andes* (Mendoza), *Diario de Cuyo* (San Juan) y *El Atlántico* (Mar del Plata). El proyecto culminó con un cierre repentino en 1995 y su siguiente trabajo fue en la agencia Diarios y Noticias (DyN), también cubriendo las novedades de Bolívar 50.

–Al haber estado acreditada en Casa Rosada, ¿te llevaste algún desencanto con el periodismo? ¿Hay algo de esa relación cercana con el poder político que no te haya gustado?

–No me gusta cuando hay privilegios en el acceso a la información. Esto de quedarse todos los medios con la ñata contra el vidrio al ver cómo Menem hacía entrar a los periodistas que cubrían Gobierno para *Clarín*, *Página 12* o *La Nación*. Porque sabés que sos marginal. A mí siempre me tocó laburar en medios satélites. Esa disparidad de acceso es muy injusta, porque no es que vos no te estás rompiendo para conseguir información. Esa prerrogativa construyó carrera de mucha gente que hoy está en el *prime time* televisivo porque tuvo la posibilidad de trabajar en medios del *starsystem*². Eso te abre puertas. Ahora, conozco también a miles de compañeros que son obreritos y rompen las guindas hasta que consiguen la información. El

2 - Concepto originado en la industria cinematográfica, que se utiliza para referirse a periodistas estrellas de los medios audiovisuales, quienes cobran sueldos muy por encima del promedio de sus colegas.

hecho de que muchas veces los funcionarios de cualquier color y cualquier rango tengan debilidad por el medio al que también critican, para mí es desparejo. Eso siempre me molestó, porque es muy difícil lidiar con la frustración de creer que sos vos el que no lo consigue. Ese tipo de cosas te determinan, según dónde te toque laburar, no el éxito, porque para mí no es ser exitoso, sino mayor o menor visibilidad.

–¿Para vos el reconocimiento en el periodismo pasa por una cuestión de visibilidad social o más bien de aceptación entre colegas?

–Pasa por la coherencia. A mí me tocó muchas veces empezar de cero. Fui subeditora por primera vez en mi vida a los 45 años y conozco cantidad de gente que lo fue a los 35. Eso, en términos salariales, de decir “puedo dejar de hacer la guardia en la calle como cuando tenía 20 años”, en algún punto a mí me hinchaba las pelotas. Pero llega, llega. No hubiera dejado de hacer nada del tipo gremial por ganarme ese espacio, eso lo tengo claro. Tampoco hubiera hecho nada para ascender en la carrera en términos de visibilidad, solamente lo hablo a veces en términos económicos. El obrero de la redacción, como digo, muchas veces no tiene acceso a los mejores sueldos. Hay excepciones, pero en general es mucho laburo.

***Perfil*, el kirchnerismo y el equilibrio en el manejo de las fuentes**

En 1997, mientras cubría en Venezuela una gira del presidente Carlos Menem, Julia recibió el llamado de un viejo conocido: Jorge Grecco. Su antiguo compañero de redacción le proponía sumarse al equipo del diario *Perfil* que estaba gestando Jorge Fontevecchia.



La inminente salida de una nueva publicación generalista generó un cimbronazo. Por un lado, desató una diáspora de periodistas de otros medios tentados por un proyecto que se presentaba como muy ambicioso y donde los sueldos duplicaban o triplicaban a los salarios promedio. Por otro lado, y como consecuencia de lo anterior, forzó a los otros diarios a mejorar las condiciones económicas de su staff para lograr retenerlos. Julia se sumó como redactora especial de Política.

El diario *Perfil*, que venía a revolucionar el *status quo* del periodismo argentino, duró apenas tres meses de 1998. El final de esa aventura se dio de un modo curioso: cuando la edición que sería la última salió a la calle, el equipo de redacción -que se había ido a su casa como un día más- se encontró con una contratapa firmada por el director titulada "Hasta pronto".

"No tengo ninguna empatía con Fontevecchia porque fue lo más traidor que te puedas imaginar con relación al proyecto, lo que prometió y lo que terminó siendo. Con el resto de los empresarios ves venir la debacle, porque empezás a cobrar atrasado y se dan ciertas características generales. Este tipo nos despidió con una contratapa después de haber cerrado el diario. A mí me despertaron a las cuatro de la mañana para avisarme. Lo primero que dije fue "¡otra vez!". Yo venía del cierre de Interdiarios, del cierre de *La Razón*. ¿Otro más? ¡*Perfil*! Que había armado una redacción de lujo y tenía en el edificio los pedazos del Muro de Berlín".

Después de un nuevo parate, Julia pasó a trabajar como corresponsal en Buenos Aires para los diarios *La Voz del Interior* (Córdoba) y *Los Andes* (Mendoza), controlados por la Compañía Inversora en Medios de Comunicación (Cimeco) del Grupo Clarín. Fue su lugar de trabajo con mayor permanencia, entre 1999 y 2010. También desde el cierre de *Perfil* se convirtió en colaboradora permanente de la revista *Trespuntos*.



Esos años de actividad periodística coincidieron con una transición política que dejó una huella profunda en la historia argentina, y a Julia le tocó contarlo: el final de la gestión de Fernando de la Rúa, la debacle socio-económica de 2001, el período de Eduardo Duhalde y luego la llegada del kirchnerismo con la presidencia de Néstor Kirchner y la primera gestión de Cristina Fernández.

En ese devenir histórico y periodístico, apareció en escena la Resolución Nacional Nro. 125, de 2008, que buscaba modificar el esquema de retenciones a las exportaciones agrícolas. Ese episodio que enfrentó a la entonces presidenta Cristina Fernández con los sectores más concentrados del campo argentino, fue también una prueba profesional para Julia: “Yo era corresponsal en Buenos Aires de un medio de Córdoba, que después me entero que tenía una gran cantidad de periodistas que tenían guita puesta en *pooles* de siembra. Nosotros no claudicamos, mi compañera y yo lo contamos desde Buenos Aires como lo queríamos contar. Lo hacías recurriendo a herramientas que te permitieran no traicionar tu línea; si no, no la firmabas. Si tenés editores piolas lo podés hacer. A veces siento que hay una fantasía de que viene el editor y te cambia todo y le pone tu firma a otro texto. Me gustaría toparme con mucha gente a la que le hayan hecho eso muy brutalmente. Es más solapado”.

–Tal vez opera más la autocensura.

–No sé si autocensura, porque autocensura sería “no lo publico”, que puede haber, porque vos sabés que no vas a proponer algo que no va a ser publicado. Me parece que hay como un control... reducción de daños, le llamaría. Uno aplica la reducción de daños. Como no querés que te la anulen ni te la toqueteen demasiado, la tratás de escribir de cierta manera, tratando de que sea un texto publicable para el medio en el que vos sos consciente que estás laburando.



El regreso a las redacciones y la etapa empresaria de *Tiempo Argentino*

Después de un largo período de trabajar sin escritorio propio, entre la corresponsalía para los diarios provinciales y las colaboraciones para la revista *Trespuntos*, Julia iba a volver al entorno ruidoso y amigable de una redacción. Roberto Caballero, uno de los cerebros de *Tiempo Argentino*, la convocó para que se sumara como subeditora de Política en el diario que vio la luz por primera vez el 16 de mayo de 2010.

Tiempo Argentino recibió en su nombre la herencia de otro diario, que circuló en el país entre 1982 y 1986, pero las circunstancias de su aparición eran muy diferentes. El nuevo *Tiempo* era hijo del debate que se produjo en 2009 en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (“Ley de Medios”), sancionada en el Congreso en octubre de ese año, y hermano de la batalla que el kirchnerismo -ahora con Cristina Fernández en la Presidencia- había librado contra el Grupo Clarín para evitar la concentración mediática.

El Gobierno confió en Sergio Szpolski, el empresario al frente del Grupo 23, para crear un diario que contribuyera a reforzar la trinchera mediática opuesta a *Clarín*, que después del conflicto por la Resolución 125 se había posicionado abiertamente en contra del kirchnerismo. Un enfrentamiento que se profundizó tras la aprobación de la LSCA.

–¿Cómo manejaban la bajada de línea en un medio que estaba muy ligado al Gobierno?

–Era más difícil hacer ese medio que el que hacemos ahora³. Era más difícil porque nosotros teníamos cierta coincidencia con

3 - Se refiere a la etapa posterior del diario, ya gestionado por una cooperativa.

lo que se estaba haciendo en el Gobierno de Cristina, entonces teníamos la sensación de “¿qué más quieren?”. La bajada de línea se notaba más en época electoral, en el cuidado de las menciones de algunas personas. El tema Nisman fue fatal.⁴ El vínculo de Szpolski era justamente con un sector muy vinculado a la construcción de la causa del Memorándum: Jaime Stiuso, Javier Fernández, Darío Richarte. Ése fue un punto en que no bajaba directamente a la redacción, pero sé por los jefes, por los secretarios, que estaba sacado. Pero después si te tengo que decir, de los seis años que estuvimos, el 80 por ciento de las veces los contenidos los proponían los compañeros.

–¿Pero retrospectivamente no sentís que hubo algo que se filtró que a vos te avergüence?

–Debe haber habido algo que me avergüence seguro, pero no lo hicimos nosotros en la sección. Nos hemos negado a hacer cosas. Tengo que ponerme a pensar alguna nota que haya dicho “¡qué vergüenza!”. Debe haber ocurrido.

–¿Y esas notas salían sin firmas?

–Salían sin firma o le buscábamos la vuelta, salía firmado como “Equipo de Política”, por ejemplo. Pero no fue la regla, una cosa generalizada. Fueron los vaivenes de la relación de Szpolski con el Gobierno, que no son tan lineales, con cada jefe de Gabinete fue distinto. No teníamos acceso a primicias. No nos pagaban los viajes para cubrir a Cristina, hicimos pocos viajes. Teníamos una acreditada en Gobierno, Anita Pérez

4 - Se refiere al fiscal Alberto Nisman, quien apareció muerto en su domicilio el 18 de enero de 2015, lo que alimentó sospechas sobre un posible asesinato debido a su participación en la causa del atentado contra la sede de la AMIA y a su denuncia contra Cristina Fernández por la elaboración de un Memorándum de entendimiento con Irán para aportar datos a aquella causa.

Cotten, que hacía un laburo bien discreto, normal, tradicional. No tenía ninguna prerrogativa. Yo no me sentaba nunca con Cristina ni nadie.

–Sí te tocó cubrir giras.

–Me tocó cubrir el G20 y ella estaba, pero me recibía con *Clarín*, con *La Nación*, pero bueno, es un Gobierno que siempre estuvo más preocupado por lo que salía en *Clarín* o *La Nación*. Yo creo que no era el proyecto de ella *Tiempo Argentino*, sino de Néstor Kirchner. Por lo tanto, lo hereda, es entendible que no lo haya sentido propio, que no sintiera ese apego. El anecdotario dice que cuando estaba Kirchner, le quemaba la cabeza a Szpolski, lo boludeaba y lo cargaba.

–¿Hay alguna autocrítica que ustedes se hagan sobre la etapa Szpolski, algo que se reprochen de haber concedido a nivel periodístico?

–No. Nosotros trabajamos en esa etapa con plena conciencia de dónde estábamos trabajando. Como casi todos los trabajadores, peleamos, resistimos algunas decisiones que por ahí estaban por encima nuestro, pero teníamos antes un par de filtros por parte de los jefes de redacción, del director. La verdad que, en ese punto, para cuando llegaba a nosotros, llegaba filtrado. Y tenía más que ver con algunas cuestiones judiciales que estaban vinculadas con la composición societaria del diario. Así y todo, tuvimos quilombos, Szpolski me ha llamado a mi casa preguntando por qué habíamos publicado tal cosa. Nosotros a veces nos mandábamos. Su cuestión de negocios era tan oscura que no podíamos ejercer ni autocensura, porque no sabíamos quiénes eran hasta que tuvimos clara la composición.

Durante la etapa empresaria de *Tiempo Argentino*, Julia llegó a ser la editora jefa de Política. La relación entre el kirchnerismo y Szpolski era tan estrecha, que el fin del ciclo kirchnerista

sacudió el bolsillo del patrón. A comienzos de 2016 -ya con Mauricio Macri en el poder-, el staff dejó de cobrar sus sueldos y comenzó una etapa de lucha que llevaría a Julia y a todo el grupo de trabajo a un destino inesperado para la mayoría.

La autogestión, una invitación a repensar el oficio

La decisión colectiva fue permanecer en la redacción de *Tiempo* hasta que Szpolski se hiciera cargo de las deudas contraídas. En medio del conflicto, el diario pasó a manos del empresario correntino Mariano Martínez Rojas. Las trabajadoras y los trabajadores hicieron festivales y diversas actividades para visibilizar la problemática, en paralelo a las guardias de 24 horas que incluían dormir en el piso, entre escritorios y computadoras. Esa vigilia tuvo un punto de inflexión en marzo de 2016.

–Seguramente cuando estuviste en la toma de *La Razón* no aparecía como posible formar una cooperativa y hacer un medio autogestionado.

–Siempre estuvo. Pero incluso cuando lo planteamos en *Tiempo* se dijo “che, no vengan con la idea de la cooperativa que eso es de estudiante de Comunicación”. Hasta yo decía al principio “eso es para cuando tenía 20 años”. Nunca me opuse, estuve en el grupo que lo gestó, pero en paralelo empecé a buscar laburo. Después surge hacer el diario del 24 de marzo, que hay que reconocer que lo propuso Gustavo Cirelli. Él era el director del diario. Nos prendimos a la idea y después vimos la recepción que tuvo.

–La gente les sacaba el diario de las manos.

–Con eso pagamos el primer ingreso de 2.000 o 3.000

pesos cada uno, no me acuerdo. Lo primero que detectamos es que había un público. Recién había cambiado el Gobierno (Mauricio Macri había asumido la Presidencia cuatro meses antes). Como diría la izquierda, se dieron las condiciones perfectas para prosperar como cooperativa. Era un diario que estaba condenado, obligado a ser opositor, que venía de una herencia que era pertenecer a un Gobierno que no hizo nada para salvarlo y al mismo tiempo había una caída de fuentes laborales. Tuvimos la clara conciencia que la situación era: "No va a haber laburo para nadie". Salíamos a buscar y no había nada. Lo que me quedaba era ir a ver a Jorge Grecco y preguntarle qué lugar tenía para mí. No quería hacer nada que no tuviera que ver con lo que compartía. Porque no nos vamos a engañar, la mayoría de la redacción compartía la línea de apoyo al Gobierno de Cristina. Guardamos una guita del 24 y eso fue fundamental, porque nos la podríamos haber repartido entre nosotros, pero decidimos guardar. Teníamos guita para imprimir tres números, salió y no paramos más. Después se hizo larguísimo, complejo. Fue lo mejor que me pasó en la profesión, sin dudas, o una de las mejores cosas que me pasaron.

Después de la edición especial que se agotó entre la multitud que salió a la calle a recordar el 40° aniversario del golpe de Estado genocida, 125 personas reunidas en asamblea votaron por la conformación de la cooperativa "Por Más Tiempo". La primera batalla que tuvieron que dar fue con el cuerpo, ya que en la madrugada del 4 de julio una patota dirigida por Martínez Rojas entró al edificio del diario para destrozarnos equipos e ilusiones. Los agresores salieron escoltados por la Policía luego de la resistencia que opuso la cooperativa en medio de una lluvia torrencial.

Desde el domingo 24 de abril de 2016, *Tiempo Argentino*



empezó a salir a las calles con una edición semanal. También se generó un sistema de suscripciones para que el público lector apoye esta experiencia autogestiva, la primera de su tipo en el país en cuanto a una publicación de alcance nacional.

–¿C cambió la agenda política de *Tiempo* desde que es un medio cooperativo sostenido por el público lector?

–Por lo general, tratamos de tener una agenda de carácter nacional. Si hablamos de política hablamos de política nacional, tratamos de que tenga una agenda de estas características. No dejamos de cubrir peronismo o de hacer notas sobre Cristina, pero contamos también lo que está pensando Macri o Fulano y tenemos algunos columnistas que provocan un poco. Una de las cosas que nos planteamos es que el diario tiene que seguir gobierne quien gobierne.

–No resignar la agenda ni los valores del medio si hubiera un Gobierno con características más nacionales y populares.

–Sí, permitimos ser críticos. Hay algo que no puede volver a pasar y ojalá no pase: que vuelva un periodismo muy oficialista. Podés apoyar un proyecto y estar en un 40, 50 o 60 por ciento de acuerdo, pero no ser complaciente. Ser un poquito más exigentes. Y si sos exigente vas a publicar notas donde quede claro que estás exigiendo alguna cosa más. Hay que ver quién viene. Para la redacción va a ser un desafío.

–Eso se charla en la redacción.

–Sí, se charla. Todo el mundo sabe que a nosotros no nos pueden bajar instrucciones, y en el anterior *Tiempo*, obviamente, eso existía. Al dueño le daban instrucciones. Ahora no y lo saben, por eso tampoco tenemos un apoyo económico brutal. No es tan fácil, no es que de golpe tenemos a todos los sindicatos apoyándonos. No es que hay un acuerdo en el sector popular, nacional, progresista o centro-izquierda que

diga "pongámosle un palo todos los meses a *Tiempo Argentino* para apoyarlo". Eso, que era la fantasía nuestra, no existe.

– ¿Cuáles son los principales apoyos que reciben?

– El Estado no es el problema, porque la Defensoría del Pueblo, la Ciudad, la Nación, eventualmente Provincia o los intendentes, con eso tenemos bastante cubierto. ¿Pero el sector privado quién es, el Banco Credicoop? No podríamos decir que es el sector privado. Cada tanto puso una publicidad el Banco Santander, una vez Quilmes, una vez el Personal Fest. El único sindicato que pone regularmente cuando sacamos la *Revista T* es Comercio, (Armando) Cavalieri; no me preguntes por qué, porque no le hacemos ningún favor. Después, cuando los convocamos, la CTA nos puso, ATE nos puso. Te quedan los lectores, es lo que dijimos desde el día uno. Si tenemos 5.000 socios digitales, más la estructura actual con un ingreso de pauta promedio, zafamos. Todo es más lento, más trabajoso, les tenemos que ofrecer algún beneficio, la revista trimestral que nos sale guita. Es ir más lento, pero por otro lado es mejor para la construcción de largo plazo que estamos haciendo.

– ¿Te pasó cuando entrás a la redacción de pensar "esto lo conseguimos nosotros"?

– Sí, es cambiante. Para nosotros que nos vaya bien es habernos podido pagar medio aguinaldo, de sueldos precarizados, pero medio aguinaldo. Que todos los meses podamos pagar los sueldos. Eso es importante. Nosotros tenemos una asamblea mensual en la que cada área presenta los números. Todo se piensa, todo se discute ahí.

– ¿Sentís que esta etapa de autogestión te ayudó a repensar el periodismo, para qué hacen lo que hacen?

– Sí, sí, todo. Todos los aportes más fuertes son de esta última etapa. Ahora veo al periodismo como algo más que la edición de notas de una sección. Lo estoy mirando de una



manera completa, no estoy mirando solamente el hecho de ir, salir a hacer una nota, escribir, ver si me leen o no. Hoy es juntarnos a ver unas fotos para ver qué producto vamos a hacer para el 24 de marzo, hablar con el abogado a ver qué contratos tenemos que hacer con alguna gente que nos está haciendo algunos aportes para legalizar... tenemos un producto propio, tenemos que explotarlo.

–¿Qué te dio el periodismo en tu vida?

–Casi toda mi vida social, casi todas mis amistades, también por la carrera. Me siento periodista, me siento eso. Nunca fui investigadora ni académica, a pesar del título universitario. Siempre elegí las redacciones.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en enero de 2019.

Fotos: Juan Monasterio.





“Por más bloqueo informativo empresario que haya, existe una realidad que se revela desde las calles”

Maximiliano Goldschmidt (Revista Cítrica)

POR NAHUEL LAG

Maxi Goldschmidt atravesó casi todas las experiencias laborales que puede vivir un trabajador de prensa: pasante, empleado de medio comercial, periodista autogestivo y colaborador. Fue parte de la histórica asamblea de Crítica de la Argentina y estuvo en el origen de la revista Cítrica. Propone fortalecer los medios autogestivos y la organización sindical para generar fisuras comunicacionales al sistema de medios empresarial y estatal.



“La tarea del periodismo es la de encontrar las fracturas, las ranuras por donde comunicar”. Maxi Goldschmidt nació en 1981, se recibió en la Escuela de Periodismo DeporTEA en 2001 e inició su carrera profesional en paralelo a través de pasantías. Siempre en democracia. Sin embargo, su preocupación principal es que la información circule. “Para un periodista es difícil comunicar dentro de las estructuras preformateadas de los medios estatales y empresariales, hay que encontrar las fisuras”, advierte el periodista y cofundador de *Cítrica*, una revista cooperativa que tuvo una explosión de audiencia en 2017, a partir de la cobertura de la desaparición de Santiago Maldonado.¹ Fueron los primeros en llegar al territorio mapuche en Cushamen, Chubut, puntapié de lo que se transformaría en una cobertura colectiva autogestiva junto a las revistas *Mu* y *La Garganta Poderosa*, el diario *Tiempo Argentino* y FM Alas. “Demostramos que tenemos la capacidad de instalar un tema en la agenda, que, por más bloqueo informativo, filtros y trolls que se quieran imponer, hay una realidad que se revela desde las calles y el territorio, a través de las redes sociales reales”, destaca.

Sus reflexiones resultan de haber vivido tanto la experiencia del expulsivo *starsystem* mediático como la autogestión. En los comienzos de su carrera, en la revista *El Gráfico*, realizó todas las tareas de un periodista de planta a precio de pasante. Cuando en 2006, tras cuatro años de precarización, con sus compañeros intentaron organizarse para reclamar por sus derechos laborales, terminaron en la calle. Deambuló como

1 - Santiago Maldonado desapareció el 1 de agosto de 2017 en Chubut, luego de que la Gendarmería reprimiera una protesta de una comunidad mapuche en Cushamen, a la vera de la ruta Nacional 40. Su cuerpo apareció 78 días después, en el río Chubut.

monotributista escribiendo colaboraciones hasta que, en 2009, entró al diario *Crítica de la Argentina*, la última aventura de Jorge Lanata en el periodismo gráfico, financiada por la empresa española Marsans.

En esa experiencia de corto aliento pulió su oficio por compartir redacción con quienes considera periodistas de una nueva generación, pero, sobre todo, aprendió de solidaridad y organización gremial.

Con el cierre de *Crítica*, en 2010, se abrieron dos caminos paralelos en la carrera de Maxi. Uno fue el de redactor en *Crónica* (diario en el que reubicaron a una parte de los trabajadores de *Crítica*), donde fue testigo de carteles en las paredes que decían: "No se puede hablar de:" con una lista de nombres censurados, de sumarios extorsivos para conseguir pauta publicitaria de municipios, y de acuerdos con funcionarios nacionales para imprimir suplementos. Esa experiencia terminó en 2016 y marcó el final de su carrera en los medios empresariales.

El otro camino fue la revista *Cítrica*, anagrama de *Crítica*, que surgió al calor de los meses de lucha ante el inminente cierre del medio, del acercamiento a la federación de medios cooperativos Fadicra y del contacto con experiencias de empresas recuperadas por sus trabajadores, como el Hotel Bauen.

Cuando lo echaron de *Crónica*, en 2016, *Cítrica* llevaba seis años en marcha. Fue el momento de transformar un espacio de comunicación en fuente de trabajo genuino. En la actualidad, *Cítrica* sostiene un staff de diez personas y una red de colaboradores.

"Si no aparecen experiencias como las de las revistas autogestivas parece que existe una sola manera de hacer periodismo. Pero los medios autogestivos abren una realidad comunicacional en la que no se depende de que un empresario negocie tal o cual acuerdo, una realidad en la que se puede



discutir qué es lo que decís, por qué lo decís y cómo hacés para que se sostenga económicamente.”

La confianza de Maxi está puesta en el protagonismo de los medios autogestivos, los pares de los medios comerciales que no participan de operaciones ni obedecen bajadas de línea y el rol del nuevo Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba). Apuesta por “un proyecto comunicacional de la clase trabajadora”, que incluya a las universidades, los organismos de derechos humanos, los sindicatos y los movimientos sociales.

“La comunicación está cambiando muy rápido tanto para nosotros como para los medios comerciales y los grupos de poder, que cada vez nos dejan más lugar para presentar otras agendas. Ellos tienen el pulso de las encuestas y los *focus group*, pero nosotros tenemos los vasos comunicantes con la sociedad, las organizaciones, el pulso de la calle. Hay muchos proyectos periodísticos, mucha gente trabajando en las organizaciones de base y sindicales, que, si se juntan, se tejen alianzas, se puede generar una gran potencia. Nosotros somos el multi-medio, no ellos.”

La redacción de los trabajadores. La bienvenida

La primera experiencia fue una pasantía. StarMedia se llamaba el portal en el que tenía que trabajar muchas horas por poco dinero. No se cumplía ni el estatuto del periodista ni el objetivo de la práctica laboral de aprendizaje. La redacción estaba en Puerto Madero. A pocas cuadras, en la Plaza de Mayo ocurría diciembre de 2001.

El siguiente paso sería *El Gráfico*. Llegó con el grupo de compañeros de TEA con los que aprovecharon la libertad para



escribir, entrevistar y proponer, pero de derechos laborales, poco. Ingresaron después de que la revista pasara de manos de Atlántida a Torneos y Competencias, después de que dejara de ser semanal para transformarse en mensual, después de un tendal de despidos. Habían quedado menos de diez periodistas de la histórica revista y el resto de la redacción fue cubierta con pasantías de bajo costo.

“Laburábamos mucho y nos pagaban poco, por eso nos empezamos a organizar. Los periodistas que habían quedado de planta nos decían: ‘No llamen al sindicato porque es para quilombo’”. De todas maneras, decidieron afiliarse a la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (Utpba) y solicitar su intervención. Se convocó a la empresa a una audiencia en el Ministerio de Trabajo y se les reconoció la necesidad de recategorizarlos y aumentarles los salarios. “Fue una victoria, pero quedamos marcados”. Pasados los seis meses de conciliación fueron despedidos.

De sus años de trabajo en los medios privados, recuerda: “Vi a pibes bancarse laburar en negro, en gris o gratis durante años, sin conciencia de lo que les correspondía por estatuto, porque entendían que era su única puerta de entrada al periodismo”. Y señala: “Es algo muy macabro que hay que abordar desde las escuelas de periodismo, porque es explotado por las empresas periodísticas”.

Tras ser despedido de *El Gráfico* comenzó a colaborar para una revista del grupo Fox, que pagaba fuera de término, y a cubrir partidos desde su casa para el diario *Perfil*, a pedido del editor de Deportes, Marcelo Rosasco. “Cuando me enteré que en *Perfil* estaban de paro y por eso me pedían colaboraciones me negué a seguir haciéndolo.” Maxi tenía un hijo de siete años. El periodismo dejó de ser una opción por un tiempo.



Una asamblea crítica

Volvió a las redacciones en 2009. La nueva oportunidad laboral fue una vacante en la sección Deportes de *Crítica*. El diario había comenzado en marzo de 2008, con el capital del empresario Antonio Mata, titular de Marsans, firma recordada por la privatización y vaciamiento de Aerolíneas Argentinas. Cuatro meses después, el gobierno de Cristina Kirchner estatizaba la aerolínea.

El año de ingreso a *Crítica*, Maxi lo recuerda como de total libertad y aprendizaje. Lanata ya había abandonado el diario y la empresa dejaba autonomía a los editores para manejar la agenda.

Sin embargo, en marzo de ese año ya habían comenzado los reclamos por la recomposición de los sueldos. Mata mantuvo el diario a flote mientras intentó usarlo como puente para conseguir rutas aéreas para un nuevo emprendimiento llamado Air Pampas. Sin obtener las rutas y con poca pauta estatal, decidió dejar de publicarlo en abril de 2010.

Ante eso, la asamblea resolvió tomar la redacción. Serían cinco meses de lucha. "Había que organizar los turnos para quedarse a dormir, la comida y acordar cómo gastar el fondo de huelga. ¿Para quién iba? Había compañeros con problemas de salud, con embarazos, con obras sociales que se caían. Las prioridades iban apareciendo y las soluciones de manera colectiva también".

Alrededor de 50 trabajadores fueron el núcleo de aquella pelea que encabezó la Comisión Interna integrada por Martina Noailles, Alejandro Bercovich, Edgardo Imas y Luis María Herr. Para Maxi, el contexto de la pelea entre el gobierno de Cristina Kirchner y el Grupo Clarín por la ley de medios y la explosión de las redes sociales fue clave para que el conflicto



se masifique y contara con nutridas actividades públicas y asambleas en la puerta de la redacción a la que concurrían periodistas de otros medios.

“Fue el germen del Sipreba”, señala al repasar la solidaridad entre colegas de distintas redacciones y la aparición de periodistas jóvenes liderando la protesta, pero también porque, durante el conflicto, la Utpba dio otro paso hacia el fin de su representatividad. Cuando la asamblea de *Crítica* solicitó que se convoque a un plenario de delegados de todas las redacciones para iniciar medidas conjuntas, el gremio se negó y abandonó el reclamo.

Luego de cinco meses de lucha, el Ministerio de Trabajo reubicó a los trabajadores que aún mantenían la toma en los medios comprados por el Grupo Olmos (*Crónica*, *BAE* y revista *Veintitrés*) o en dependencias de la propia cartera nacional. Otros periodistas ya se habían ido a la revista *El Guardián* y a *Tiempo Argentino*, de Sergio Szpolski.

Crónica de un negocio político

El destino de Maxi fue *Crónica*, que ya se había mudado de la emblemática redacción de la calle Garay y preparaba una segunda mudanza. El histórico diario de Héctor García había pasado a manos del Grupo Olmos en 2005, mientras que, en 2011, se quedarían con un 51 por ciento del canal, donde aún García mantenía un cargo. El grupo empresario de Ricardo y Alejandro Olmos se quedaría con el total del canal en diciembre de 2016, meses después de despedir a la mitad del plantel del diario.

“Cuando llegué, *Crónica* ya no era aquella escuela periodística. El diario salía con fritas, no había tiempo para profundizar



en la producción de las notas y cada redactor cerraba más de una nota por día."

Los Olmos contrataron a una agencia centroamericana para aplicar el nuevo modelo de producción de la empresa a fin de explotar la multiplataforma. La idea era que cada periodista hiciera una nota para el diario, otra para la web y, a veces, llevar el micrófono para hacer una entrevista para el canal, además de utilizar sus redes sociales para difundir las noticias. "Éramos bastantes los compañeros que veníamos concientizados por la experiencia de *Crítica* y nos opusimos a cumplir todas esas tareas sin siquiera renegociar las condiciones laborales".

En las paredes de la sección de Deportes había listas pegadas que recordaban: "No se puede hablar bien de...", "No se puede hablar mal de..." y "Antes de hablar de... consultar si se puede o no". Entre los vetados del diario del Grupo Olmos estuvo el ex presidente de Independiente Javier Cantero y, entre los intocables, el ex presidente de la AFA Julio Grondona. En la sección Política, la línea editorial también era expuesta de manera explícita: durante la campaña presidencial de 2015, solamente se podían poner declaraciones de Cristina o Daniel Scioli. "Era todo muy burdo, no existía el criterio periodístico. Un día venía un funcionario del Gobierno y, al otro día, se imprimía un suplemento sobre la actividad de su ministerio. Si estaban por acordar pautas con un intendente pedían sumarios de notas críticas. Cuando arreglaban con el intendente, te decían: 'Eso no se hace más, ya arreglamos'".

Las discusiones por las notas eran cuerpo a cuerpo: pelear para que se respete lo escrito o pedir que la firma del periodista en desacuerdo fuera quitada de la nota. Al mismo tiempo, la pelea por las condiciones laborales continuaba en pie. "Para sacarnos de la redacción inventaron una tarea que llamaron

‘cazadores de noticias’. Nos pedían un sumario y nos aprobaban notas para hacer sin ir a la redacción. Reclamamos viáticos para hacerlo y dijimos que íbamos a seguir yendo a la redacción. Éramos muy conscientes de la importancia de defender el laburo estando en el lugar y laburando. Si uno empezaba a trabajar desde su casa, rompíamos la organización.”

Un día se cortó la luz en la redacción. Los editores fueron a cerrar la edición a un nuevo edificio, aún sin terminar, que la empresa construía para aplicar el nuevo modelo de convergencia.² Al día siguiente, la mitad de la redacción fue convocada a ese edificio para firmar un contrato por el que pasaban de ser empleados de la Editorial Sarmiento a quedar contratados por Aconcagua S.A. “Por presión, muchos cedieron. Los que se negaban fueron mandados de nuevo a la vieja redacción. A los que nunca nos lo ofrecieron fuimos los que más participábamos de las asambleas. Los que no participaban se transformaron en los nuevos delegados. La Utpba los reconoció.”

La empresa quitó tareas a los que estaban aislados en la vieja redacción e inició un proceso calcado en BAE, el otro diario del grupo. En poco tiempo, los excluidos de las dos redacciones fueron reunidos en un edificio en Pompeya, donde había máquinas rotativas. “Mientras la empresa nos tiraba a menos y nos calificaba como quienes no entendíamos el nuevo periodismo, nosotros decidimos laburar a buen nivel y exigir que nos den trabajo. Les demostramos que la separación era simplemente entre los que nos sindicalizábamos y los que no”.

Cuando cambió el gobierno y Mauricio Macri asumió como presidente, los Olmos comenzaron a recibir menos pauta publicitaria y le fueron quitados beneficios impositivos. Después de

2 - Integración de las redacciones de noticias para las distintas plataformas (diario, web, canal de televisión) en una sola.

dos años, el dueño de la empresa se presentó para blanquear el recorte que se venía.

“Fueron asambleas durísimas. Decidimos que antes de aceptar las indemnizaciones íbamos a exigir la reabsorción en otras empresas del grupo de los compañeros que querían seguir”, cuenta Maxi recordando la alta actividad gremial de aquella Comisión Interna integrada por Andrea Salmini, Nancy Acosta, Hernán Zyseskind, Jorge Torres Fariña, Cristian Vilardo. La mayoría aceptó las indemnizaciones. Quienes habían sido retomados en la nueva redacción de *Crónica* y en Revista *Veintitres* fueron despedidos poco tiempo después de que cerrara la redacción de Pompeya. “De ese grupo de 30 trabajadores de prensa que éramos, soy el único que sigue trabajando en periodismo.”

La autogestión

“¿Por qué no hacemos un diario si es lo que sabemos hacer?” La idea surgió en los meses de toma del edificio de *Crítica de la Argentina*. El financiamiento llegó de agrupaciones sindicales solidarias. La distribución fue a pulmón: universidades, subtes, sindicatos y la multitudinaria convocatoria por el Bicentenario del 25 de mayo. “Volvíamos a la redacción con mucha recaudación para el fondo de huelga”, recuerda Maxi sobre las tres ediciones autogestivas de *Crítica de los Trabajadores*.

“Luego de esa experiencia, comenzó a surgir la idea de autogestionar el diario a través de una cooperativa. Pero en la asamblea no se llegó a tratar porque se esperaba que aparezca un grupo empresario para gestionar el diario o se le reclamaba una solución al Estado. Ese debate que no se llegó a dar en *Crítica*, después se planteó en *Tiempo Argentino*”.



Entre las agrupaciones gremiales que colaboraron con la lucha de *Crítica* hubo empresas recuperadas por sus trabajadores, entre ellas el Bauen, la Federación Asociativa de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la República Argentina (Fadiccra) y la Confederación Nacional de Cooperativas de Trabajo (CNCT). El Bauen sería el lugar de reunión para aprender de las experiencias de la Fadiccra y tejer una propuesta editorial nueva. En el hotel recuperado también estaría la oficina/redacción por gentileza de la CNCT. La publicación llevaría la marca del conflicto, sería un anagrama: *Cítrica*.

Alelú Alegría Cuba, Paula Buentes, Luis Quaglia, Miguel Grinberg, Pablo Bruetman, Agustín Colombo, Diego Paruelo, Diego Pintos, Nicolás Peralta, Emiliano Gullo y Maxi integraron aquel grupo original que creyó en un proyecto autogestivo cuando el sector privado los expulsaba. La revista nació a propuesta de los diarios cooperativos de la Fadiccra. *El Independiente* de La Rioja, el *Diario de la Región* de Chaco, el *Diario del Centro del País* de Villa María, *El Eslabón* de Rosario salían en sus ediciones dominicales con la revista *Rumbos*, editada en conjunto por *Clarín* y *La Nación*. *Cítrica* buscó reemplazarla.

Esa primera experiencia se extendió por diez ediciones. “Los primeros años fueron de juntarnos para pensar la revista y la página web, pero cada uno seguía con otros trabajos. Ninguno tenía experiencia en números, en costos de papel o de traslado. Nuestros clientes eran los diarios recuperados y cuando uno no podía comprar la revista un mes, el esquema de negocios -que era básicamente sostener la siguiente impresión- se caía. El camino hacia el profesionalismo fue lento”.

Desde aquel primer número editado en septiembre de 2012 hasta la edición de abril de 2019, pasaron 63 números de *Cítrica* circulando de manera gratuita en las calles y del colectivo integrándose a las redes del cooperativismo y de

la autogestión, como la Asociación de Revistas Culturales e Independientes de Argentina (Arecia). La agudización de la crisis del sector de medios con el gobierno de Mauricio Macri fue el momento del salto a la madurez de *Cítrica*. “Tras los primeros años en los que *Cítrica* funcionó como un espacio para escribir lo que no podíamos publicar en otros medios y para mantener el grupo humano que habíamos formado en *Crítica*, llegamos al punto en que logramos tener los papeles de la cooperativa en orden y los ingresos comenzaron a ser constantes. A mí me despidieron de *Crónica*, a otros de *Tiempo Argentino*, a otros de Infonews. Empezamos a apostar en la cooperativa como una salida laboral”.

En el camino el staff creció: Mariana Aquino, Jessica Farias, Karen Elizaga, Horacio Dall'Oglio, Victoria Cuomo, Lorena Tapia Garzón, Nicolás Cardello, Mariano Pagnucco, Laura Litvinoff, Estefanía Santoro, Lautaro Romero y Juan Pablo Barrientos (fotógrafo detenido por la Policía de la Ciudad en febrero de 2019 junto a su colega Bernardino Ávila cuando cubrían una protesta de la imprenta recuperada Madygraf) se sumaron al equipo. Lejos del “no se puede” o de la mirada marginal del cooperativismo, *Cítrica* es el principal ingreso de sus integrantes y paga colaboraciones a muchos otros columnistas que ven en la revista cooperativa un espacio donde hacer periodismo con dignidad.

“En algún punto, el periodismo es romper lo que hay y hacer algo distinto. No existía Ancla (Agencia de Noticias Clandestina), Rodolfo Walsh la inventa. Nosotros, en algún punto, estamos intentando crear los medios autogestivos porque no nos alcanza con los medios empresariales”.

–El caso de Santiago Maldonado puso definitivamente a los medios autogestivos en la disputa de la agenda mediática, ¿estás de acuerdo?

–En el ejercicio periodístico y como sociedad habíamos llegado al punto de que en la Argentina hubiese un desaparecido, con la carga que tiene esa palabra en nuestra historia reciente, y no se hablara, no salieran corriendo los medios en conjunto al lugar. Los primeros en llegar desde Buenos Aires fuimos las revistas *Cítrica*, *La Garganta* y *Mu*. Trabajamos en conjunto con la radio comunitaria local FM Alas, con *Tiempo Argentino*, y con los organismos de derechos humanos. Logramos instalar en la agenda algo de lo que no se quería hablar. Una vez que el tema se instaló, el Gobierno y los medios hegemónicos pusieron toda su maquinaria en marcha y ganaron. Lamentablemente, hay mucha gente que cree que Santiago se ahogó. Sin embargo, esos mecanismos se pueden contrarrestar.

–¿De qué manera?

– Lo que pasó con Santiago nos demostró que hay que ir a donde están pasando las cosas, que hay que cagarse en la agenda de los medios empresariales y hay que construir la propia. Que hay que relacionarse con la gente del territorio, cosas que en *Cítrica* aprendimos de *Mu* y de *La Garganta*, medios que mantienen la relación con las personas afectadas por sus notas. Esa relación te complejiza el abordaje, pero te da más legitimidad, más fuerza. Lo otro es ir a un lugar, contar un hecho e irte. Eso es extractivismo periodístico. Llego, veo si me sirve, cuánta gente lo vio en las redes sociales y la web, evalúo si sirve o no, no me importa si es periodismo, pero vende. Cuando la Prefectura asesinó a Rafael Nahuel,³ nos

3 - Rafael Nahuel, joven mapuche, fue asesinado por la Prefectura el 26 de noviembre de 2017. Recibió un disparo por la espalda durante una represión en Río Negro, en un conflicto por tierras aledañas al Lago Mascaradi que Parques Nacionales mantiene con la comunidad.

organizamos para rotar e ir una semana cada medio, y realizamos una cobertura conjunta con *Mu* y *Tiempo Argentino*. Los medios autogestivos compartimos la información y no competimos. A muchos medios y periodistas les interesa más que se sepa que son los dueños de una nota, de una primicia. Pero creo que somos más los que queremos otra comunicación.

–¿Cómo operan las redes sociales en la disputa por la agenda mediática?

–Hoy las redes permiten filtrar la información que es bloqueada por los medios empresariales y la tarea del periodismo es encontrar las fracturas, las ranuras, por donde poder seguir llevando el mensaje. Por eso, aunque para algunos las redes sociales transformaron al periodismo en algo de escritorio, alejado de la calle, los medios autogestivos tenemos que utilizarlas para dar el debate.

–¿En qué casos lo notaron además del de Santiago?

–Cuando la Policía persigue a la comunidad senegalesa, cuando se reprime a los mapuches, cuando se reclaman cuestiones de género, cuando se fumiga con agrotóxicos, todos temas que son tapados en los medios comerciales, pero que existen y demostramos que la gente quiere saber sobre ellos.

–En los últimos tiempos asambleas de trabajadores de medios empresariales salieron a diferenciarse de la línea editorial de los diarios para los que escriben, ¿crees que influye la cuestión de clase en esas reacciones o en la construcción de las agendas?

–La cuestión de clase está muy presente, en el peso de la firma, en los temas que se hablan también. En ese sentido, *La Garganta* movió el avispero, porque no existía una visión de periodistas villeros. Hace poco se viralizó un video con imágenes del funeral de un pibe en la villa, donde era despedido con disparos. Todos necesitaron decir algo sobre eso, incluso

los progresistas. Pero todos los días en los que un pibe se está muriendo por el paco, porque no tiene escuela, porque no tiene contención, no es noticia. La dirección de la comunicación y el periodismo en la Argentina y, por lo tanto, del sindicato también, es de clase media. Por eso, la política comunicacional es de clase media, pero la Argentina no es un país de clase media, hay sectores populares que no están representados ni en los medios ni en los sindicatos.

–Más allá de las cuestiones de clase, en el caso de quienes trabajan en relación de dependencia, también deben enfrentarse a los intereses del medio en el que trabajan.

–Siempre estuve en contra de los que te marcaban por la empresa en la que trabajás. Una cosa es un laburante, que recibe muchas presiones y cumple con su laburo, comprometiéndose a no reproducir operaciones u otras cosas aberrantes. Otra son los operadores que se llaman periodistas. Se suben a personajes, ganan guita y tienen mucho laburo a partir de operar con la información. ¿Qué se hace? ¿Son parte del gremio? ¿Cómo hacemos para que entiendan que lo que hacen no tiene nada que ver con el periodismo? ¡Manejamos información! Y hay que dar el debate del cómo lo hacemos, incluso entre quienes nos consideramos trabajadores.

–Hay un debate pendiente respecto de quiénes somos los trabajadores de prensa, quienes se dicen periodistas, como una categoría aparte, y quiénes no consideran periodistas a quienes trabajan en los medios autogestivos.

–La separación entre los periodistas de las empresas periodísticas y los “alternativos” es un logro de los empresarios. Mantenernos separados es perder fuerzas, como lo que lograron al separar a los trabajadores de prensa de los



trabajadores gráficos. Por eso, la idea de que un sindicato sólo tiene que pelear contra un patrón, sin pensar en la pelea por la comunicación en general, o sea, la idea de un sindicato clásico, fue una discusión que desde los medios autogestivos dimos para poder ingresar al Sipreba.

– ¿Qué les puede ofrecer el sindicato a los medios autogestivos?

– Es la herramienta que tienen los periodistas autogestivos para seguir luchando por derechos. Cómo hacer para que puedan acceder a una cobertura de salud, a una jubilación digna, que tengan, en momentos de tanta persecución, una cobertura judicial. Pero también hay debates más amplios que dar dentro del gremio, por ejemplo, cómo hacer para que los medios autogestivos tengan acceso a la pauta u otras facilidades. Un caso es el de la ley de revistas culturales, representada por Arecia, que apunta al sector gráfico que quedó fuera de la ley de medios.

– ¿Con qué estrategias vencieron el prejuicio de que no es viable un medio cooperativo?

– Creatividad, diversidad de fuentes de ingresos, pauta oficial,⁴ proyectos presentados a gremios, organizaciones sociales o fundaciones. Depender de un grupo empresario o de un acuerdo político, como sucedió recientemente con algunos medios durante la etapa del kirchnerismo, es atarte. Generar una diversidad de fuentes de ingreso, sin duda, implica mucho trabajo. Otro punto importante es la creación de una comunidad de lectores que respalde económicamente al medio. Los ejemplos locales pueden ser *Mu* o *Tiempo Argentino*. En el

4 - En el caso de Cítrica, a través del programa de Medios Vecinales del Gobierno porteño y por negociación colectiva de Arecia con el Estado nacional.

exterior, hay experiencias exitosas como la de *La Diaria*, en Uruguay, la revista 5W o eldiario.es en España.

– ¿Qué otras alternativas de financiamiento exploraron desde *Cítrica*?

– Otra pata que hay que ir a buscar es la de los sindicatos. Tiene que haber un proyecto comunicacional de la clase trabajadora, de las universidades, desde la salud, desde la educación. Esos proyectos tienen que confluir con los de comunicación autogestiva, popular, alternativa para poder obtener financiamiento. Algunas veces, lo político/partidario interfiere en esas alianzas. Durante el kirchnerismo hubo fondos para medios empresariales y para organizaciones con el objetivo de generar un multimedio K (que en algún punto continúa), que restó amplitud por una mirada de bajar línea político/partidaria. Y en los sindicatos suele aparecer la lógica de la alineación, de “bancar a los compañeros”. Si los aportes son porque “le cae bien” no tiene sentido.

– ¿Cómo sería ese otro modelo de comunicación que genere una alianza entre los trabajadores de la comunicación con el resto de los trabajadores?

– Los medios empresariales cada vez nos dejan más lugar porque las corporaciones inciden cada vez más en los contenidos, otro caso de extractivismo periodístico. Cada vez son menos los temas que los medios comerciales pueden tocar. Entonces deberíamos pensar dos o tres temas que nos atravesasen como sociedad (el agronegocio, la violencia institucional, los femicidios) y plantear una estrategia comunicacional entre periodistas, organizaciones sociales y sindicatos, en particular el de prensa, que podría tener su propio medio de comunicación, con una red de periodistas en todo el país. Las empresas periodísticas tienen que repetir un mismo mensaje en sus distintas plataformas y medios, tienen bajadas de línea



política y económica, estructuras burocráticas. Mientras que nosotros podemos publicar y replicar contenidos en radios, programas, webs, redes sociales, sindicatos, escuelas. Si se teje, se puede generar una gran potencia.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en marzo de 2019.

Fotos: Juan Monasterio.





“El periodismo se utiliza con otros fines, no para hacer periodismo”

Juan Pablo Piscetta (Infobae)

POR LUCÍA GUADAGNO

Desde la redacción del portal de noticias más leído del país, Juan Pablo Piscetta describe la “máquina de hacer chorizos” en que se convierten los medios cuando se rinden ante la lógica del efectismo y los clics. Cuenta sobre el teléfono negro en la mesa de editores de Infobae. Y considera la organización gremial y la participación de los periodistas en consejos editoriales como caminos posibles para recuperar la calidad periodística y garantizar la libertad de expresión.



Juan Pablo Piscetta aprendió el oficio en Infobae, donde trabaja desde hace siete años. Egresado de Ciencias Políticas de la UBA, entró a la redacción en 2012, con 23 años. Vivió desde adentro la transformación de esta empresa, que pasó de ser un portal más a convertirse en el sitio de noticias más leído del país. Y desde ese lugar afirma que el periodismo está dominado por la lógica digital: efectismo, clics y enamoramiento de las posibilidades técnicas del medio. “La actividad periodística se convirtió en un medio para otra cosa, no para hacer periodismo”, afirma.

Fue designado delegado paritario del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba) en 2013 y dos años más tarde, sus compañeros lo eligieron delegado gremial. Considera que uno de los principales desafíos de los trabajadores de prensa es que cada medio tenga un consejo editorial con participación de los periodistas en la definición de la agenda y la línea editorial. También, órganos para denunciar casos de censura y presiones. A los dueños de los medios -señala- les molesta que los trabajadores hagan paro por salarios, pero más les duele que sus propios empleados expongan de manera pública las operaciones de prensa y los silencios.

Sostiene que el mal de los periodistas es el individualismo.

La singularidad de Infobae en medio de la crisis

La pérdida de empleo en los medios de comunicación es tan dramática como silenciada. Entre fines de 2015 y abril de 2019, en la Argentina se perdieron casi 4000 puestos de trabajo en el sector. En este contexto, la realidad de Infobae es singular. A contramano del ajuste general, entre 2014 y 2019 aumentó su planta de personal y pagó salarios por encima del promedio



de sus competidores, como *Clarín* o *La Nación*. En 2012, tras vender la mayoría de sus medios (entre ellos Radio 10 y C5N) el empresario Daniel Hadad se concentró en el portal digital. Comenzó a incorporar periodistas con experiencia -muchos de ellos retirados o despedidos de otros medios-, sumar tecnología y un robusto equipo comercial. El principal ingreso es la publicidad. En 2017 llegó a facturar 130 millones de pesos, según un informe de *Tiempo Argentino* y *Reporteros Sin Fronteras*. A los anunciantes les ofrecen desde avisos tradicionales hasta contenido de marca ("branded content", publicidad en formato de noticia), secciones especiales y organización de eventos. En 2018 Tomás Eurnekian (Corporación América) compró el 20 por ciento de las acciones de la empresa.

Más allá de la situación de Infobae, Piscetta reconoce que hay una crisis en las empresas de medios a nivel mundial, y sostiene que en la Argentina golpeó fuerte por dos motivos: la falta de vocación política de los tres poderes del Estado -que no movieron un dedo para conservar puestos de trabajo- y la fragmentación de los sindicatos de prensa. "A nivel gremial lo único que hubiese puesto un límite (a los despidos) hubiese sido un sindicato nacional con fortaleza. Pero, en cambio, tenemos una fragmentación total no sólo a nivel de la prensa escrita sino también radial y televisiva, y disparidad de convenios", señala.

Periodismo para generar audiencia y tener status

En un bar de avenida Córdoba y Fitz Roy de la Capital Federal, a pocas cuadras de la palermitana redacción de Infobae, Piscetta explica la lógica digital en la cual quedó



entrampado el periodismo. “Se trabaja pensando en el ‘clickrate’ (cantidad de clics o visitas a las notas), en que la noticia sea multimedia, en vincular distintos tipos de plataformas. Hay un enamoramiento del medio, se piensa más en las posibilidades técnicas que en la profundidad de las historias. Y lo hacen tanto los empresarios como los periodistas. Falta cabeza propia a la hora de pensar las noticias. Se utiliza a la actividad periodística como un medio para otra cosa, no para hacer periodismo”.

– ¿Un medio para qué?

– Hay rutinas en las redacciones, sobre todo en los medios digitales, que responden a la lógica de generar audiencias todo el tiempo. Generar una audiencia a partir de cualquier hecho que sea. El interés es: cómo hago para que esta nota tenga mayor repercusión, para que sea más exitosa. También se ve que muchos trabajan para pertenecer al medio. En términos académicos se hablaría de *status*. Y le pasa tanto al periodista raso como al más estrella. Y se acentúa mucho más cuando el medio es más grande o tiene más alcance. Se quiere estar porque el medio es importante y no porque la actividad o el oficio es importante. Y en general esto tiende a agudizarse porque las condiciones de trabajo cada vez son peores y se extiende el pluriempleo.

– Además de despedir trabajadores, la estrategia de muchos medios ante la crisis fue virar las noticias hacia el entretenimiento y el contenido patrocinado, ¿qué pensás sobre esa decisión?

– Ante la caída de la rentabilidad y la crisis del modelo de negocios la estrategia es cada vez más la mercantilización y monetización de la información. La mirada fácil de los editores o del área comercial es creer que los lectores van a consumir lo más rápido, simple, entretenido y digerible. Algo que va

en paralelo con la precarización del trabajo: producir más en menos tiempo. Y ahí aparece el redactor que produce "chorizos". Un tipo de puesto que no te permite dar el salto de calidad, te prepara solo para producir en masa y luego es difícil salir de esa lógica. Se cree que hacer una cobertura de un viral de Twitter te va a generar mucho más rendimiento que una nota profunda, investigada.

—¿Y es así?

—No, no es así. Esa es la trampa que en el momento de crisis algunas empresas atraviesan. Lo que veo en Infobae es que cuando empezamos a producir notas de más calidad hubo más visitas al sitio. Lo que genera permanencia, que el lector vuelva, es que se encuentre con buena información. Pero hay un problema y es que en la medida en que los medios sólo *rutinicen* la forma de trabajo *copy-paste* (copiar y pegar), los periodistas incorporan esa lógica y es más difícil que aprendan a hacer otra cosa. Eso a mí me pasó y les pasa a muchos compañeros con los que hablo.

Agendas orquestadas y rol de los empresarios

Daniel Hadad visita la redacción una docena de veces al mes. Tiene su oficina en otro piso. Cuando va, suele hablar con algunos jefes de sección. Hay casos en los que pide cambios en títulos y notas. En la mesa de editores hay un teléfono negro, que suena distinto al resto, al que sólo llama él. Como el rojo de los presidentes, pero negro.

Si bien reconoce que hay un control sobre las noticias, Piscetta -al igual que muchos periodistas que habitan redacciones- le baja el precio a la idea de que todo el tiempo hay una conspiración para ocultar hechos y manipular estratégicamente



la información. En esa línea, algunos colegas señalan que hay temas que no se cubren por simple desidia, pereza, ignorancia o porque el editor quiere irse temprano a su casa. Piscetta, por su parte, lo atribuye más a la pluralidad ideológica del sistema de medios.

– ¿Creés que los diarios comerciales a nivel nacional, como *La Nación*, *Clarín* o *Infobae*, cuentan lo que pasa?

– Están contando algo de lo que pasa. Lo hacen, en general, de una manera condescendiente o acrítica. Como si lo que sucediera fuera el orden natural de las cosas o una situación mecánica de las fuerzas del mercado. O hay un mayor sesgo a contarlo como si fueran razones políticas derivadas del gobierno kirchnerista. Son lecturas. Creo que, en general, todos los medios grandes tocan los temas más relevantes de la agenda. Pero, por supuesto, lo que suele pasar es que se sobrestiman unos temas por sobre otros. En mi visión creo que debería darse muchísima más relevancia a los perjudicados de la crisis económica. Pero me parece, al menos en los medios grandes, que es menos problemática esta cosa del mentir y adulterar información. Desde el punto de vista de nuestro gremio creo que hay una sobrestimación al decir: “esto es una operación” cuando vemos que se ocultan algunos hechos o se menosprecian. Me parece que es un poco inevitable. Al tener pluralidad ideológica, a cualquier medio lo vas a poder correr con lo mismo, depende de si está más de acuerdo con tu línea o más en desacuerdo. Se le podía decir lo mismo a *Página12* y *Tiempo Argentino* durante el gobierno de Cristina Fernández, que ocultaba cosas. No quiero decir con esto que tengo una postura equidistante. Pero sí creo, simplemente, que hay que asumir que siempre va a existir el sesgo ideológico, el sesgo informativo, y siempre va a haber una vocación política de los medios. Y hay que aceptarla dentro de esas reglas de juego.



Sin embargo, advierte sobre una práctica que sí considera preocupante: la coordinación de agenda y bajada de línea entre medios supuestamente competidores en relación a temas específicos. “En esos casos ya ni siquiera cuidan su quinta, ahí están realmente operando, jugando como un partido político. Eso sí es para llamar la atención”, señala. “Que algunos grandes medios masivos tengan la misma línea, la misma agenda y lo cubran todo de la misma manera significa que se están poniendo de acuerdo, no es que piensan más o menos lo mismo.”

– ¿En qué temas viste eso?

– En la cobertura de Santiago Maldonado¹, por ejemplo. Ahí veías que había tres o cuatro medios que iban todos en la misma línea y no había ni una voz disidente. Ese tipo de cosas son preocupantes, no se está haciendo ningún beneficio a la pluralidad informativa ni al acceso al derecho a la información; ahí se está siendo irresponsable. Ahí hay que decir: jugá políticamente como medio todo lo que quieras, pero mantené una mínima responsabilidad ciudadana de cara al lector o a las audiencias. A nivel de cámaras empresarias hace falta que asuman más políticamente y cívicamente el rol que tienen los empresarios de medios. Y que no terminen siendo lo que son hoy en día: factores de poder para incidir en una disputa política, sobre todo cuando se tocan temas sensibles.

– ¿Cuál sería el rol de un empresario responsable?

1 - Santiago Maldonado desapareció el 1 de agosto de 2017 en Chubut, luego de que la Gendarmería reprimiera una protesta de una comunidad mapuche en Cushamen, a la vera de la ruta Nacional 40. Su cuerpo apareció 78 días después, en el río Chubut. Buena parte de los medios de comunicación nacionales se limitaron a difundir la versión del gobierno nacional, que protegía a la Gendarmería. Y también, en muchos casos, a atacar a la familia de Maldonado.

–Hacer que el periodista, en tanto individuo o colectivo, dependiendo del caso, tenga garantizado su canal para expresarse. Después, el empresario como editor, termina definiendo el lugar que se le da a una cobertura. Pero sí me parece fundamental que haya una preocupación para que se garantice esa pluralidad de voces y una preocupación por cuidar la información. Si vas a estar a favor de un gobierno, un partido o lo que sea, que haya honestidad intelectual.

–En la cobertura del caso de Santiago Maldonado, por ejemplo, ¿qué pasó?

–Se eligieron a determinados periodistas para hacer la cobertura del hecho. Que casualmente eran los que daban la visión oficial. Hubiese sido interesante que hubiera algún periodista que tenga una distancia crítica, que se permita dudar al menos. Mucho de lo que faltó también en esos medios fue el reclamo mapuche, que fue el telón de fondo del conflicto. La postura editorial y la cobertura siempre estuvo predeterminada. A la hora de dar una columna o un editorial, que el medio se reserve el derecho a marcar su elección; si los quiere poner a (Jorge) Lanata o a (Eduardo) Feinmann a decir alguna barbaridad, que lo haga. Pero a nivel de cobertura, faltó mucha responsabilidad y honestidad intelectual.

Rol de los periodistas

En este escenario, Piscetta sostiene que es a partir de la organización gremial de los periodistas que es posible construir mecanismos para garantizar la libertad de expresión y evitar presiones o censuras. “En mi modelo imaginario me encantaría que los trabajadores sean partícipes o tengan representantes en la construcción de una línea editorial en cualquier tipo de



medio. Pero bueno, eso hay que hacerlo y hay que ver si es posible hacerlo.”

– ¿Qué es lo posible hoy?

– Los consejos editoriales son posibles, que haya algún tipo de voz y representación de los trabajadores en la mesa editorial. En principio hay que ponerse objetivos de mínima, que ya es mucho si se logran. Que nosotros como trabajadores, como sindicato, podamos tener espacios aceitados de debate y participación en los cuales se puedan discutir temas vinculados a la actividad periodística sería un paso gigantesco.

– ¿Y eso hoy no está?

– No, en general no está. Y cuando está, forma parte de un espacio de asamblea en el cual se discute todo (en especial, salarios).

La propuesta, explica Juan Pablo, es construir espacios específicos dentro de los medios para discutir periodismo, órganos que tengan una metodología y agenda propias. Apunta que para hacerlo se necesita el compromiso y la vocación de las compañeras y los compañeros de trabajo y advierte que eso es lo más difícil. Pero, al mismo tiempo, considera que es el desafío más importante que tienen por delante. “Se pueden hacer paros y protestas bien ruidosas por reclamos salariales. Pero a la patronal lo que más le duele es que le toquen la línea editorial”.

“¿Qué pasaría si se generan esos órganos de seguimiento de casos de censura o de ‘mejor consultá a esta fuente, mejor hablá con este’? ¿Qué pasaría si empezamos a difundir todo eso?”, se pregunta. “Entra en tensión el sistema”, se responde. “Por eso, para ir a esa pelea tenés que generar una organización fuerte. Lo que más capacidad tiene de dañar a un medio, personalmente creo, es eso. Es decirle que está censurando,



que está operando, que está bloqueando información, que no está cubriendo determinados hechos.”

–Y que sus propios trabajadores lo denuncien.

–Exactamente. Y si eso va de la mano de medidas de fuerza, bueno, ya estamos hablando de otra cosa. Ahí ya sos mucho más potente. Pero, insisto, no se puede hacer de cualquier manera y es algo que lleva tiempo.

–Desde tu lugar como delegado, ¿por qué crees que es difícil la organización de los trabajadores de prensa?

–Primero, por el tipo de personal que reclutan los medios. Es una subjetividad y una forma de pensar el mundo individualizante. Se piensa en la proyección y la carrera personal. No es algo exclusivo de los periodistas, pero sí creo que la posibilidad de tener cierto cartel público profundiza esa lógica. “Si le pongo pilas, si me esfuerzo y si soy capaz, me va a ir bien”. Hay un mito detrás de eso, un mito que es fuerte porque hay gente de carne y hueso a la que le pasó. Gente que tiene su propia marca como persona. Lo ven y el modelo es ese. El modelo no es la organización gremial, la lucha colectiva y la mejora profesional junto a otros. Si hago la mejor entrevista, si consigo la mejor fuente y si, también, me peleo lo menos posible con la empresa, hay una creencia de que me van a dar mejores coberturas. Y eso es un factor que las empresas usan.

–¿Las empresas premian a los obedientes?

–Se premia al obediente. Pero nosotros siempre decimos: mirá que en el mediano o largo plazo terminás cobrando dos pesos como yo. Te dan la palmadita en la espalda, pero...oh, casualmente le dieron la cobertura a otro. Hiciste todo lo que pudiste y encima no te alcanzó. Tratamos de hacer siempre esa pedagogía. Pero el mito es más fuerte. Y lo que sí pasa en todas las empresas es que el activismo se castiga. Si trabajás en algún puesto técnico no es tanto problema porque cumplís una función y la vas a seguir

cumpliendo igual. Lo único que pesa ahí es la posibilidad de un ascenso. Pero si sos periodista te van a empezar a poner palos en la rueda, no te van a dejar salir, te *freezan*, y eso es un mecanismo poderoso que tienen las empresas para debilitar la agremiación. Y ya desde el vamos el trabajador que estudió periodismo o hace una función periodística no es como un trabajador de la UOM (metalúrgicos) o un sindicato fuerte en el cual se ven tangiblemente los logros colectivos. No, nosotros hace años que estamos en un proceso de construcción de una subjetividad colectiva, y es algo que hay que hacer y seguir haciendo. Pero bueno, hay que decir que pasa también en otras actividades intelectuales, como los artistas, los docentes o los científicos. Si uno analiza la historia de nuestro gremio de prensa, el que siempre empujó fue el obrero gráfico, que está desapareciendo por la lógica del sector empresario.

Colegas recomendados, colegas antimodelo

– ¿A quién de tus compañeros lees más?

– Leo mucho a Fernando Soriano, a Gisele Sousa Dias, a Federico Fahsbender, Federico Mayol, Martín Angulo, Patricia Blanco, Miguel Prieto.

– ¿Y de otros medios?

– A Alejandro Bercovich, en sus columnas de los viernes (en *BAE Negocios*), a Carlos Pagni, Gabriel Sued (*La Nación*), Noelia Barral Grigera (*El Cronista*, *BAE*), Mariano Martín (*Ámbito Financiero*).

– ¿Y medios comunitarios?

– No. Generalmente los sigo en las redes sociales, pero no los leo regularmente.

– ¿Por qué?



–No tengo dudas de que hacen una labor fundamental. Pero al estar más vinculados a la coyuntura de lo que pasa en su comunidad o barrio tiende a faltarle profundidad a las historias. Hay algunos que sí lograron hacerse su espacio, como *La Garganta Poderosa*. Debe haber muchos más. Pero suele pasar que, cuando un hecho puntual escala, lo terminan tomando los medios privados, profesionales, y ahí, salvo algún caso excepcional, me da la impresión de que los terminan desplazando como fuente de información.

–¿Cuándo hacés la diferencia entre profesional y no profesional o comunitario a qué te referís?

–La impronta que tiene un medio alternativo o comunitario es mucho más activista o más cercana a la lógica del activismo y el voluntariado que a la cuestión más profesional. Es decir, en cierta medida, el periodismo más profesional o tradicional te exige poner un poco de distancia. Si bien uno nunca abandona una visión, una mirada y siempre la termina reflejando, necesita despegarse y tal vez consultar a fuentes con las que no está de acuerdo. Y me da la impresión de que el método de trabajo en general de los medios alternativos es justamente darle la voz a los que no tienen. No se le va a dar la voz a un funcionario, salvo a algún caso excepcional. Se intenta cubrir otras voces, otro tipo de agenda. Inevitablemente –y no está mal, lo reivindico– el periodismo más barrial, comunitario, alternativo tiene un sesgo y está bien que lo tenga. Hay una elección de las fuentes, qué comunicar, de qué forma. Esa es su fortaleza, pero también es su debilidad en otro sentido. Es lo que le limita también su masividad y termina siendo siempre de nicho.

–¿Creés que los medios comerciales no tienen un sesgo?

–Sí, claro, todos lo tienen. Pero me parece que el medio alternativo, comunitario, al tener una mayor escasez de recursos,

ya sea técnicos como periodistas, prioriza. Entonces, el sesgo es mayor, es mucho mayor. Porque si fueran 100 compañeros y compañeras trabajando en un medio comunitario, sí tenés la posibilidad de cubrir todo. Pero por lo general son cinco o menos. Hay un sesgo a nivel de agenda. Todos los medios tienen sesgo, tienen una mirada, tienen una línea editorial, sin duda, pero en estos casos, por su magnitud, porque es todo a pulmón, porque no es lucrativo, el sesgo se nota más. Está más claro. Y está bien que así sea. Porque cumplen otra función, que es tan importante como la de los medios masivos.

– ¿A qué periodistas no recomendás leer o seguir?

– Son lugares comunes, ¿no? Pero algunos de los que no están haciendo periodismo, sino otra cosa, como Claudio Andrade (*Clarín*) o Eduardo Feinmann. O el caso de (Alejandro) Fantino², ¿hace periodismo? En el caso de Fantino, para entre- tener termina siendo algo que es efectista, poco profundo, que va a la anécdota, que subestima a la audiencia en general. En el caso de Feinmann es directamente transmitir información que es falsa o que no está chequeada o que hay un sobre exceso de la *editorialización* por sobre el hecho noticioso. Y también, como estrategias en general, esto de ponerse como representante de una voz general, de un público general, que es una mentira, es una falta de honestidad intelectual total. Profesionales de ese nivel ya deberían tener claro que cuando uno pregunta lo hace porque cree que es interesante esa pregunta y no porque es interlocutor o vocero de otros.

– ¿Y en el caso de Andrade?

– Es importante tener una visión lo más ética posible sobre lo que se está contando. Si vos creés que tal es un asesino o la peor

2 - Al momento de realizarse la entrevista, Alejandro Fantino aún conducía el programa televisivo *Animales Sueltos*, por canal América.

persona del mundo, está bien que sostengas esas opiniones, que las respaldes, pero tiene que existir un respeto frente a eso. Me parece que en el caso de Andrade (en la cobertura del caso Santiago Maldonado) cruzó límites al atacar a las partes (la familia de Maldonado y a la comunidad mapuche) a través de un medio. Cuando es un hecho controvertido, que está en discusión, que tenés distintas visiones y no podés definir si fue una cosa o la otra, deberías exigirte una mínima distancia crítica de lo que estás contando. Por más que uno crea más una versión que la otra, algo que nos pasa a todos, tiene que haber un tratamiento responsable de esa información. Más cuando son temas tan sensibles. No estás hablando de la mejor carta gastronómica de Palermo. No. Estás hablando de gente que está sufriendo, de muerte, de violencia. En eso hay que manejarse con respeto. Y en eso, Andrade es el antimodelo. Además, cuando uno usa las redes sociales, las usa públicamente. No se puede dividir lo que hacés a nivel profesional de lo que hacés en tu cuenta de Twitter. Y en sus redes hay como un morbo o una exaltación de lo que él cree. Cubre (temas) policiales y hay como un regocijo de la violencia sobre el otro. Y eso no puede suceder cuando, justamente, tratás esos temas. No podés zapatear arriba de una víctima, o de una muerte, por más que repudies a ese muerto o a ese torturado.

–¿Y en Infobae?

–Lo más problemático que veo en Infobae es cuando hay coberturas y bajadas sobre notas o hechos que te das cuenta que no están obedeciendo a nada que sea informativo o periodístico. Y ahí no importa quien lo hace. Eso existe, eso está, y no importa si lo hace el editor, el subeditor o el redactor Jorgito Pérez que acepta hacerlo. El problema es que te das cuenta que cualquiera puede caer en esa lógica. No veo que haya un periodista que todo lo que hace es repudiable, sino que el



medio manda a alguien a hacer algo. Y eso es pura vocación editorial, se está buscando una maniobra política con respecto a eso. Y para hacer esa maniobra no cuidan nada, no importa nada: si la información es falsa, si contrastás con una parte que está perjudicada o no, lo dan igual. En Infobae no repudiaría a una persona en particular, pero sí a esa práctica, que está.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en enero de 2019.





Fotos: Juan Monasterio.





“La dictadura de los clics y la inmediatez van en detrimento del periodismo de calidad”

Natalia Iocco (Diario Clarín)

POR FRANCO CIANCAGLINI

¿Quién dice que en Clarín no se puede hacer periodismo? La joven Natalia Iocco no deja de cuestionar los tejes y manejes de la empresa donde trabaja, pero también se pregunta sobre cómo romper los prejuicios. De la “dictadura de los clics” a los viajes para publicar sobre femicidios y gatillo fácil en la sección Policiales del matutino más vendido. De los despidos recientes a la organización feminista que promete cambiar al “gran diario argentino”.



Entrevistar a una periodista es quizá una de las tareas más difíciles para otro periodista, por dos sencillas razones: conocen el terreno, desconocen los horarios. Entre encuentros a contrarreloj y un intercambio epistolar 2.0 se fue tejiendo esta entrevista a partir de una pregunta compartida: ¿Quiénes hacen periodismo?

Pero antes, ¿a qué le llamamos periodismo hoy?

Natalia viaja en el tren Roca de martes a sábado uniendo su Lomas de Zamora natal con Constitución, la tierra del diario *Clarín* y de varios de los medios del grupo (TyC Sports, Canal 13), y, antiguamente, de muchos otros medios gráficos que se han ido mudando hacia la zona norte de la Ciudad. Sobre la calle Tacuarí quedó *Clarín*, en un edificio ni tan nuevo ni tan viejo, gris claro, que ocupa media cuadra y tres plantas de alto.

Natalia pisó allí por primera vez en 2011, cuando firmó contrato para comenzar a trabajar en los suplementos zonales del sur del Conurbano. Tenía 24 años, acababa de dejar su trabajo de vendedora de celulares y había terminado hacía poco la carrera de Comunicación Social en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Gracias a un programa de articulación universitaria y a su buen desempeño académico obtuvo una pasantía en “El Grupo”, donde comenzó a trabajar de forma permanente, pero con contratos semestrales. “Firmaba contrato cada seis meses y uno de los primeros reclamos de la comisión fue regularizar esa situación”, recuerda. “En una de esas tandas me efectivizaron. Esa situación atravesaba a muchos compañeros desde hacía muchos años y generaba una incertidumbre entre todos, pero estaba naturalizado”.

Su salto a la planta permanente es uno de los hitos gremiales recientes de *Clarín*, que estuvo acéfalo de Comisión Interna durante catorce años. Natalia tenía 13 años cuando, en noviembre de 2000, el grupo de Noble-Magnetto despidió a



117 trabajadores de *Clarín* y *Olé*, entre ellos a toda la Comisión Gremial Interna, reprimidos luego por el gobierno de Fernando de la Rúa. Hasta 2012 AGEA-Clarín no tuvo delegados. Y recién en noviembre de 2014 los trabajadores de prensa del diario volvieron a votar a sus representantes. "Tener una comisión interna en *Clarín* es un logro de un montón de compañeros que trabajaron mucho para llegar a esto y que lo sostienen con mucho amor y compromiso", dice Natalia, cuyo primer contacto con la comisión fue un volante que la invitaba a una reunión cuasi secreta en la Asociación de Reporteros Gráficos de la República Argentina (Argra). "Descubrí a un montón de personas que estaban trabajando medio en secreto para que volviera a haber comisión interna y se reconozcan derechos básicos. Y se logró".

Los tiempos del periodismo

Natalia entró en 2016 a planta permanente de *Clarín* y, desde entonces, está afiliada al Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba). Cuenta que está leyendo *Magnetizado*, de Carlos Busqued, un libro que compila una larga entrevista a un asesino serial de taxistas de Mataderos por los años '80. Su lectura es coherente u obsesiva: Natalia trabaja en la sección Policiales.

El capricho que separa Policiales de Sociedad o de Política hace que Natalia deba escribir sobre robos y tiroteos, pero también que siga casos de gatillo fácil y femicidios. "Trato de tener cuidado porque la vida de la gente está en juego. A veces es más rápido decir que alguien es un ladrón, pero después no resulta así. No hay buenas víctimas, no hay buenos victimarios: los tiempos de una investigación son los tiempos del periodismo", dice.



Ella practica un extraño vicio periodístico, poco común en estos tiempos: viajar, salir de la redacción, cubrir juicios y casos en otras provincias. Dicha actividad contrasta con otra de las modas que visten a la redacción: "El Grupo" incorporó auriculares con micrófonos para que sus periodistas puedan hacer notas telefónicas sin contraer dolores cervicales.

Frente al periodismo *call center*, Natalia anduvo por Tucumán cubriendo dos casos que marcan su línea dentro de la sección: el gatillo fácil del joven Facundo Ferreira y el femicidio de Paulina Lebbos. Dos casos que ella asumió como propios y por los que "pelea" para publicar.

Natalia caracteriza a la redacción de *Clarín* como "con mucha vida", donde "todo el tiempo hay gente parada y charlando" y donde cualquiera puede sumarse a la ronda; aunque en general, admite, son hombres hablando de fútbol. Asegura haber aprendido más en la redacción que en la universidad. "Mirando a mis compañeros, escuchando a mis entrevistados y releendo mis textos. También peleando con mis editores y leyendo, leyendo mucho lo que me gusta, pero sobre todo lo que no me gusta. Es un momento raro en el que las redacciones tienden a desaparecer, entonces indefectiblemente esto va a cambiar, pero yo me formé así y me intriga saber en qué va a mutar este oficio y cómo se va a reproducir".

– ¿En qué ves que está mutando el oficio?

– Creo que el periodismo cambió porque caducó el modelo de negocios de las empresas de medios. Creo que Internet nos atropelló como Napster atropelló a las discográficas. Y siento que hay que surfear la ola y ver cómo nos paramos ante eso. No dejó de existir la música porque se dejaron de vender discos, pero sin dudas algo cambió y en eso estamos. No lo digo con nostalgia, digo que somos, soy, de una generación intermedia que llegó a conocer la importancia del papel y vimos su



lento y progresivo deterioro. No sé si lo veo como algo malo, me entusiasma pensar cómo vamos a hacer para que nos lean, cómo mostrar periodismo en medio de este bombardeo de clics, virales y videos de gatitos. Y yo amo los gatitos, eh. Pero no los quiero ver en un diario.

– **¿Hacia dónde pensás que va el oficio en esa mutación?**

– No tengo ni idea. A veces me da un poco de pánico eso. Somos jóvenes para tener un oficio en retirada. Pensar que vamos a tener que convertirnos en *influencers* para que a alguien le interese lo que tenemos para decir me hace hiperventilar. Sí creo que no escribo para que alguien diga: “¡Mirá Natalia, cuántas notas que publica en *Clarín*! ¡Qué bárbaro!”. Lo hago pensando en la información y en lo que me parece que hay que decir. Aunque sea desde el escritorio, me gusta poder hacer llamados, chequear datos, hablar con fuentes. Pero no alardeo de eso. Muchos hacen ese trabajo, que debería ser la norma. ¿Por qué no lo es? Intento ponerle un foco diferente a lo que dicen los canales de noticias en *loop*, aunque no lo firme, porque odio no poder ir a los lugares. No entiendo cómo hay personas que dan clases de periodismo en redes sociales y viven de picar cables. Porque eso es lo que les mandan a hacer. No, no y no. No podemos dejar que eso nos coma, porque te come el alma y no somos torneros. En eso pienso cuando digo que esta crisis se sortea con periodismo. No sé, creo que tardar por chequear un dato es resistencia cuando la máquina de subir algo rápido te está presionando de atrás.

La dictadura de los clics

La mutación de la que habla Natalia está en pleno proceso y ya se cobró algunas vidas. Incluye despidos, convergencias,



más trabajo y menos periodismo en los términos en los que lo plantea la entrevistada: más presión para publicar, más impacto para obnubilar, menos tiempo y rigor para trabajar.

Julio Blanck, uno de los editores históricos del diario (fallecido en 2018, famoso por ser el autor de la tapa "La crisis causó dos nuevas muertes"), calificó el rol del Grupo durante el kirchnerismo como "periodismo de guerra". Sus secuelas persisten en la redacción de Tacuarí. Natalia lo explica así: "*Clarín* es parte de un grupo de medios poderoso y con mucha influencia en nuestra realidad. Es uno de los diarios más leídos del país y lo que se publica acá tiene una carga y un impacto. El contexto de los últimos años, la dinámica interna y los intereses de la empresa pusieron en debate qué se publica, por qué y qué intención puede haber detrás. Más allá de que puede estar bien que nos cuestionemos quién dice qué y con qué interés, a veces se sobredimensiona esa suspicacia. Se busca una segunda intención en todo lo que publica *Clarín*. Los trabajadores estamos en la mira y se nos mira con resaltador en mano, esperando la falla. No digo que no sea justo, porque hay muchas cosas que ameritan ese análisis. Pero muchas veces aquello que se marca o que se cuestiona es producto de un sobreanálisis. Hay errores o publicaciones que no son más que la consecuencia de una forma de producción que ha deteriorado la rigurosidad periodística. La dictadura de los clics, la convergencia y la inmediatez que requiere la web van en detrimento de lo que entendemos que es el periodismo de calidad. Pero eso pasa en todos los medios. Es algo que los trabajadores de prensa venimos resistiendo y discutiendo hace rato".

Es llamativo: Natalia piensa que muchas veces, al decir que trabaja en *Clarín*, "arranca en menos uno". Hasta la década del '80 y parte de los '90, ser periodista de *Clarín* era sinónimo de respeto y calidad. Lo que pasó en el medio, en gran parte,



está asentado en los dos tomos que Martín Sivak le dedicó a la historia de “el gran diario argentino”. El segundo, *La era Magonetto*, termina haciendo de perfil del CEO del Grupo, Héctor Magonetto, a los fines de comprender su intrincada estrategia de negocios -no de periodismo- para llevar al diario a lo más alto del poder real.

En el libro, Magonetto confiesa estar “orgulloso de lo que somos” y Sivak cuenta que su hija revela un apodo familiar: “Zapata, si no la gana la empata”. De algún modo intrincado, lo que enorgullece a Magonetto es ese “periodismo de guerra” que mostró un diario plantado y con poder pero que puertas adentro, donde se hace periodismo, los heridos resultaron ser los trabajadores: “No es lo mismo una nota publicada en *Clarín* que en otro sitio”, insiste Natalia. “No es lo mismo un periodista de *Clarín* que se quiere juntar con una fuente que uno de *Página12*. No le encuentro la lógica a esa realidad, pero es así. También pasa que fluye la indignación cuando en *Clarín* se publica algo que está mal, pero no sé si esa misma gente lee *Clarín* o se detiene en los buenos textos. O al menos eso después no se ve reflejado con la misma intensidad. Entonces es medio raro que te juzgue gente que no consume el medio en el que trabajás, que no tiene idea de lo que hacés, pero a su vez tenés que aprender a lidiar con la carga que eso implica. Es un equilibrio que aprendemos a hacer”.

El problema para Natalia es que “los otros, los que le faltan el respeto a este oficio, gritan más fuerte, hacen más ruido”. Y tiene razón. Lamentablemente son más conocidos y hasta ganan premios periodistas de “El Grupo” como Claudio Andrade -corresponsal de *Clarín* en Bariloche quien (en)cubrió el caso Maldonado- y Daniel Santoro -presunto integrante de una red de espionaje y extorsión que incluye servicios de



inteligencia, abogados truchos, fiscales y políticos-. "Lo que ocurre es que cuando ocurre en *Clarín* es siempre una operación. Y capaz fue alguien que pegó un cable o levantó de la tele, hizo una versión rápida y ya está: operación, conspiración, muerte. Todo esto lo digo sin ánimo de victimizarme ni de defender al 'Grupo'. Digo que es una realidad con la que convivimos muchos periodistas que trabajamos acá y que estamos viendo qué se hace con eso".

- ¿Qué se hace?

- Arriesgarse a hablar y cubrir los temas que a mí me interesan y que pueden hacer la diferencia. Incluso aunque no los firme, porque creo que eso es hacer trinchera y sostener la producción periodística a pesar de todo, a pesar de lo malo. También para lidiar con la culpa que a veces nos da contar historias, tocar el nervio más íntimo de alguien para escribir e irnos sin dejar nada, o dejando poco. No es "empeño" la palabra, lo que quiero decir es que a veces es mucha presión cumplir con los parámetros de la idealización que construí alrededor del oficio, en lo más íntimo. Hay muchos que se dedican a señalar el trabajo del otro y en vez de hacer periodismo se la pasan criticando porque nadie lo hace suficientemente bien. Trato mucho de que este sea mi oficio y liberarme de la carga para poder hacer más y mejor mi trabajo.

Ser periodista hoy

Una de las utopías de Natalia es tener y administrar una posada en El Bolsón, pero para eso -dice- falta. Eso sí: no se ve trabajando toda la vida de periodista. "¿Se puede?", vuelve a preguntar.

La duda de "si se puede ser periodista toda la vida" nace por



la intensidad (ella dirá "obsesión") con la que Natalia concibe su trabajo y su vida en relación al oficio: "Ser periodista es que veamos movimiento de gente en esa esquina y nos acerquemos a ver qué pasa", define. Cabe agregar aquí un elemento personal: su compañero de vida, Nicolás Sagaian, también es periodista y cuesta imaginar una charla hogareña alejada de los temas de actualidad. Ella tiene una teoría sobre esto: "Cuesta mucho reconocerse como trabajador siendo periodista. Pero no somos accionistas. Tengo problemas como cualquier trabajador hoy en este país, pero nos hicieron creer que somos una superespecie: por eso nos vinculamos entre nosotros".

Si se le pregunta a Natalia si el periodismo es una profesión o un oficio, no duda: oficio. Pero su respuesta en este caso no es obvia, porque Natalia -como es periodista- también cuestiona: "Pero ojo: a veces la idealización del periodismo termina siendo el enemigo del periodismo. Creo que ese es uno de los problemas que podemos tener al preguntarse sobre quiénes hacen o no periodismo."

Le digo, con sinceridad, que no sé si me importa el mote de periodista, pero que sin dudas tiene mucho de este cuestionamiento permanente, de esta frontera entre lo que hacemos y lo que queremos hacer. Por algo de esta no idealización del oficio, también de cierto realismo que no limita los sueños, por la posibilidad de seguir contando historias, pero sobre todo por la duda misma, es que Natalia no firma muchas de sus notas. Convive con esos miedos: "Comparto la nota cuando quiero que se difunda el caso o si me gusta cómo quedó escrita. Escribo de gatillo fácil y por ahí llego a una señora que apoya la mano dura: mi trabajo en todo caso es cuestionar a esa persona. Es el espacio que tengo, al público al que le llega mi información. Por ejemplo, no puedo escribir con 'e', pero en el 8M la tapa de *Clarín* fue una trans. ¿Eso no es un avance? ¿Nadie habla de

eso? No podemos negar el mundo en el que vivimos. Habrá lectores de *Clarín* que piensen 'eso es un tipo', ok, entonces no puedo usar términos como 'cuerpo gestante', sino hay una desconexión entre el medio y el lector. Es un ejercicio de conciencia que tenemos que hacer todos, todo el tiempo".

Mientras hablamos, están abiertos los retiros voluntarios del diario:

– **¿La pensás?**

– Todo el tiempo.

– **¿Hiciste cuentas?**

– Obvio.

– **¿Por qué no?**

– ¿Y qué hago?

Aquí se abre entonces la otra veta, quizá la verdadera, que separa, no a los medios independientes de los comerciales, tampoco la que divide a los periodistas éticos de los mercenarios, sino una más definitiva y personal, que tiene que ver con los parámetros de felicidad y "éxito" que cada uno crea. "No sé si tenemos que tener en cuenta eso. Creo que no. Eso es ser periodista. Para tener los 'me gusta' tenés que bancarte los 'no me gusta'. Para que se lea más tenés que levantar el perfil. Ahí está el negocio, ¿no? Nunca voy a tener éxito".

Producto entre otras circunstancias de los retiros de voluntarios, Natalia define que en la calle Tacuarí se vive un "clima incómodo". "No es para nada grato que ofrezcan plata para que te vayas vos o tus compañeros. Además, siempre se van los buenos; los ajustes son así e implican también que vos vas a tener que laburar más o peor: no es que va a haber menos volumen de trabajo".

Parece preparada para lo que venga.

Al momento de la charla existían conflictos en todos los diarios comerciales y el número de despedidos se elevaba a



más de 4500 en el gremio de prensa, según Sipreba, el 30 por ciento de los puestos bajo convenio colectivo. Natalia: “No me puedo quejar. Como dicen acá en la redacción: hace frío afuera”.

Al mes de esta entrevista, el Grupo decidió echar a 56 trabajadorxs.

Lo que viene

El calor que encuentra Natalia dentro de *Clarín* está entre sus compañeras mujeres. En uno de los correos me escribe:

“Estamos en medio de un cambio de paradigma. La lógica heteropatriarcal resiste en todos los ámbitos. Los medios no escapan a esta manera de ejecutar el poder y de encasillar a las mujeres. Pasa en *Clarín*, pero también me pasa en tribunales o cubriendo un operativo de la cana. Me pasa cuando mi papá me llama indignado porque hice una nota que le parece peligrosa para mí.

Estamos haciendo fuerza y ganando confianza para construir medios atravesados por la perspectiva de género, no quiero un periodismo de género, que nos aparten a una sección como si fuéramos la renovación del suple Mujer.

Somos un montón pero muchxs eligen no vernos. Están los que creen que el feminismo es fanatismo y se resisten a cuestionar lo que antes parecía incuestionable. Y también están las compañeras que creen que porque trabajamos en una empresa como esta no podemos ser feministas, no les parece suficiente nada de lo que hacemos, aunque sea el resultado de nuestro trabajo y nuestra lucha. Y nos miran con prejuicio. Es un proceso que estamos atravesando y que me entusiasma. Creo que tenemos una oportunidad de juntarnos, de hablar y de hacer fuerza para que se entienda que hay cosas que



no se toleran más. También de buscar herramientas que nos ayuden a contar el mundo con una lógica más equitativa. Ahora estamos trabajando fuerte en el desarrollo de un espacio de mujeres y es hermoso. Los detalles me los guardo para la construcción interna y veremos cómo crece y qué pasa con eso. Me entusiasma ser parte, y que seamos cada vez más”.

Es de noche en Constitución y las sombras cruzan de acá para allá, yendo y viniendo a sus casas, bares o a dormir en la calle. Y es cierto: en la uniformidad de cuerpos que esperan el colectivo, caminan al subte y corren al tren, lo único que se destaca son decenas de pañuelos verdes que vuelan atados a las mochilas, como el de Natalia, antes de subirse a un vagón del tren Roca rumbo al sur.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en marzo de 2019.

Fotos: Nicolás Ian.





"La Academia crea opinólogos"

Carlos Rodríguez (Diario Página12)

POR FEDERICO PATERNO

Lleva más de 30 años en las redacciones y aún lo indignan las injusticias en el oficio. Siempre intenta viajar al lugar de los hechos e insiste en que los protagonistas de las noticias no son los funcionarios de gobierno. Vivió todas las épocas de Página12. Reivindica la humildad y maestría de Bayer y Soriano. Y cuenta que a pesar de ser un diario "progre", sus más destacadas firmas sólo defienden los intereses de la empresa y menosprecian la lucha de los trabajadores por mejoras salariales.



Hay periodistas en la redacción de *Página12* que aún creen en el oficio y en que es necesario embarrarse los zapatos. Hay una figura que atraviesa de forma transversal a las "grandes firmas" y a los trabajadores. Se trata de Carlos Rodríguez, que hace 30 años es parte del diario y une la vida gremial y la profesión. Un referente del oficio para muchos, periodista desde los 18 años, pero con un sueño que no llegó a cumplir: ser crítico de cine. Hoy, a más de tres décadas de la salida del primer número de *Página12*, Rodríguez reflexiona: "El gran error de muchos periodistas es ponerse por encima de las noticias".

En su infancia la lectura ocupaba gran parte de sus días. Su madre le pedía que salga a jugar a la calle, con poca suerte. Carlos tenía otras prioridades. De muy chico se encontró influenciado por la lectura y el cine.

El cine francés es de sus preferidos, sin dejar de lado el cine nacional y a directores como Pino Solanas y sus películas históricas. Supo de memoria la sinopsis de decenas de películas, llegó a ver hasta las que no quería. Pero era "sapo de otro pozo", según su definición, en el ambiente del cine. El elitismo de ese sector lo convenció por otro rumbo, prefirió ser un trabajador de prensa con la tarea de cumplir con postulados básicos del oficio: recorrer el lugar donde sucede la noticia y no convertirse en un opinólogo.

"Carlitos Rodríguez", como se lo conoce en el gremio, con sus 69 años, lleva casi cincuenta años en el oficio y en la militancia sindical.

De Neuquén al barrio Zavaleta

Rodríguez cree que es fundamental que el periodista esté en el lugar de los hechos. No ser periodista de escritorio.

En esa línea, recuerda la cobertura del caso Carrasco, el soldado asesinado a golpes en 1994 por sus superiores en Neuquén. El crimen puso fin al servicio militar obligatorio. En ese año Rodríguez había pasado de la sección Política de *Página 12* a Sociedad, donde los editores eran Eduardo Blaustein y Sergio Resumil, a quienes recuerda con aprecio. Ellos le propusieron viajar a Neuquén por tres días. Pero terminó quedándose un mes. Esa época la recuerda como el momento en el que pudo volver a escribir de los temas que le interesaban.

Seguir una conducta en este oficio es mucho y mantener una agenda de temas también. La violación de derechos humanos y las torturas por parte de las fuerzas de seguridad en democracia son parte de la agenda de Rodríguez.

Kevin Molina fue asesinado en 2013 por una “bala perdida” durante un enfrentamiento entre bandas en la villa Zavaleta sin que la Prefectura interviniera, dejando hacer. El juicio oral fue público. El único trabajador de prensa que asistió, de medios comerciales, fue Carlos Rodríguez.

–¿Cómo ves al periodismo y la forma en que hoy se ejerce?

–Creo que el periodismo es la calle, el periodismo telefónico para mí no va. Por otro lado, muchas veces los medios menosprecian al pobre, que es el verdadero generador de la cultura. Vos y yo entrevistamos gente de barrios populares y damos a conocer un montón de cosas. Esas personas son fundamentales porque cuentan lo que pasa y casi nunca están en los grandes medios.



En dictadura

Rodríguez es de la camada de periodistas que ejerció el oficio bajo la dictadura cívico-militar. Relató su experiencia en un detallado artículo¹ para el Sindicato de Prensa de Buenos Aires. Y él mismo lo sugirió para esta entrevista.

Su relato se remonta a los años previos al golpe de Estado. Detalla que entre 1969 y noviembre de 1974 trabajó en la Editorial Atlántida, en la revista de espectáculos *Canal TV*, donde intentaba ser cronista de cine. En ese último año ya era delegado gremial. Antes de la muerte de Perón, trabajaba en el proyecto de *Revista Somos*, que tenía como fin respaldar a la democracia. Los editores principales eran José María Pasquini Durán y Carlos Somigliana. Muerto Perón, el 1 de julio del '74, la familia Vigil (dueña de la editorial) desactivó el proyecto y *Somos* salió a la calle después del golpe de Estado, pero como sostén de la dictadura. Ocho de los nueve delegados sindicales fueron despedidos, Rodríguez entre ellos.

Recaló en la Agencia de Noticias Saporiti, "dónde íbamos los desheredados del sistema", sonríe. Y recuerda que el gobierno de Isabel Perón intervino uno de los gremios de prensa, la Asociación de Periodistas de Buenos Aires (APBA), que agrupaba a la izquierda, al peronismo combativo y a sectores progresistas.

Lo sindical siempre fue parte de la vida de Rodríguez. De ahí que recuerda bien uno de los últimos plenarios de APBA, antes de la intervención peronista, donde participó el delegado de *El Cronista Comercial*, Héctor "El Negro" Demarchi, secuestrado y desaparecido en agosto de 1976.

1 - <https://www.sipreba.org/sindicato/periodistas-rigurosamente-vigilados/>

Precisa que había otros dos gremios, además de APBA. Figuraba también el Sindicato de Prensa, que en esos años estaba copado por gente cercana al oficialismo peronista de derecha. "Ellos quedaron como única referencia sindical hasta después del retorno de la democracia. Luego de la asunción de Raúl Alfonsín hubo un cambio en el Sindicato de Prensa y fue así que se unificó con la APBA y crearon juntos la Utpba (Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires), que después todos sabemos en qué terminó, una burocracia que sólo sirve a las patronales", resume.

El tercer espacio de aquellos años era la Asociación de Periodistas Profesionales, que agrupaba "a tipos como Mariano Grondona, Bernardo Neustadt, dueños de la *Revista Extra*, y a otros propietarios de medios".

En su escrito, Rodríguez precisa que meses antes del golpe del '76 ingresó a trabajar en la agencia Télam, en el turno noche. Las asambleas eran permanentes. Todo cambió luego del 24 de marzo. Había que llenar un formulario hasta para poder salir a tomar un café. Se acabaron las asambleas y era asfixiante la presión sobre los trabajadores, en especial para los que tenían familiares presos o desaparecidos, o los que contaban con antecedentes políticos o gremiales.

Para escapar de los temas políticos se concentró en reescribir despachos que enviaba un acreditado en Tribunales.

Harto de Télam, renunció y volvió a la vieja Saporiti. En pocos meses la agencia se mudó del sucucho que tenía en Florida y Diagonal Norte a la planta baja del Palacio Barolo, en Avenida de Mayo. Estaban en "una pecera", detrás de una vidriera, expuestos a la mirada de los transeúntes. Afirmo que la agencia había sido copada por agentes de la SIDE (Servicio de Inteligencia del Estado).

Rodríguez era, junto con Mauricio Crea y Hernando

Albornoz, representantes de los trabajadores de Saporiti en la Comisión Pro-Recuperación del Gremio de Prensa. Lamenta que no fue mucho lo que pudieron recuperar. Sólo organizaron reuniones para intercambiar información sobre lo que pasaba en los medios y sobre lo sucedido con compañeros presos y desaparecidos.

A fines de 1979 su amigo Osvaldo Gazzola lo llevó a la agencia Noticias Argentinas (NA), en la vieja redacción de avenida Córdoba y Florida. “Teníamos la libertad de hablar cualquier tema, sin censura”, resalta. Y recuerda que el director de NA, Horacio Tato, comentaba en algunas ocasiones los cables de Ancla (Agencia de Noticias Clandestinas), espacio creado por Rodolfo Walsh. En NA conoció a Nora Cortiñas y se vinculó luego con las Madres de Plaza de Mayo, en particular con María del Rosario Cerruti, con Hebe de Bonafini, con Juana Meller de Pargament (Juanita). Con ellas participó en las marchas que comenzaron a crecer en el reclamo por los desaparecidos.

En NA se difundían casos de desaparecidos, pero no todo salía en los diarios que eran abonados al servicio o accionistas de la agencia. Precisa que en algunas ocasiones se publicaba sobre desaparecidos en *La Arena* de La Pampa o en el diario *Río Negro*, el más vendido de Patagonia Norte.

En 1980 Adolfo Pérez Esquivel lo invitó a colaborar en la revista del Servicio Paz y Justicia (Serpaj). Ese año estuvo en Bolivia en la reunión de la Organización de los Estados Americanos (OEA) que se hizo en La Paz, en la que se presentó el informe sobre el genocidio en la Argentina. Cuando volvió al país, su casa de San Justo fue violentada. Nunca pudo confirmar si se trató de un mensaje militar o una casualidad.

En 1984 comenzó a escribir “La Galería de los represores”, columna que durante quince años firmó en el *Periódico de las*

Madres de Plaza de Mayo. Lo señala como el lugar donde logró “escribir lo que quería y lo que pensaba”.

En 1987, cuando comenzó *Página12*, quiso hacer algo similar pero la respuesta fue lapidaria: “Este diario no es el periódico de las Madres”.

Nuevo gremio

Si hablamos de gremialismo en *Página12* aparecen dos nombres inmediatos a la cabeza de cualquier integrante de esa redacción: Fernando “Tato” Dondero y Carlos Rodríguez, ambos históricos delegados sindicales.

En 1984, con el nacimiento de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (Utpba), se produjo una renovación de dirigentes gremiales, delegados y autoridades. “Ahora la Utpba es sólo un sello, pero sigue discutiendo paritarias por todos nosotros. Muchos pensaban que ellos seguían siendo compañeros... son unos traidores que iban a Cuba y hablaban maravillas de la revolución, pero acá no te iban nunca a un paro, no se metían en ningún conflicto. La desmovilización de tantos años en el gremio es por culpa de la Utpba”, denuncia.

El Sindicato de Prensa de Buenos Aires (Sipreba) nació en 2015, un gremio que retoma la lucha sindical. Reúne a delegados de los medios de comunicación de la Ciudad de Buenos Aires. Una de las mayores marchas del sector la convocó y organizó el Sipreba, con más de 3000 trabajadores y trabajadoras de prensa en las calles, para el día del periodista, 7 de junio de 2016.

Una característica que tiene el nuevo gremio es la suma de los medios de comunicación autogestivos y populares. Muchas veces relegados por la burocracia sindical.



Compañeros o carneros

Sobre la redacción de *Página12* está el imaginario de ser progresista o de izquierda, sobre todo por el vínculo con los Derechos Humanos. La sorpresa aparece cuando los periodistas no son consecuentes con lo que pregonan en las notas que firman.

“Hay tipos que nunca se pliegan a reclamos, ni siquiera retiran su firma cuando en asamblea se decide esa medida de fuerza. Por ejemplo, Santiago Rodríguez (editor jefe de la versión web del diario). Cuando eran más pichones eran críticos. Y nosotros como Comisión Interna peleábamos por sus sueldos, pero cuesta muchísimo en un diario como este, más progre, los avances en los salarios, las condiciones dignas de trabajo”, explica y deja al descubierto un hecho muy conocido en el gremio, pero no tanto para los lectores: los periodistas más conocidos rara vez son buenos compañeros y mucho menos luchan por sus derechos de forma colectiva.

Recuerda que hubo momentos dentro de *Página* donde los propios editores eran quienes proponían las asambleas para dar la disputa por mejoras laborales y salariales. “Después se fue desinflando con el manejo de la empresa y la aceptación de muchos compañeros de acomodarse con un plus salarial”, lamenta. Un caso de alguien que salió de abajo es el de Alfredo Zaiat, hoy editor jefe de Economía. “No solo no quita la firma en un reclamo al diario, sino que critica y cuestiona el accionar gremial. Cuando empezó en este diario lo verduguearon como la mierda. Acá hay gente que tiene un pasado de sacrificio y maltrato, y después cuando llegan a determinado nivel se olvidan de todo. Es una vergüenza”, se indigna.

Es regla: los que llegan a jefes se ponen la camiseta de la empresa y nunca se pliegan a los reclamos de los trabajadores.

La historia eterna dentro de un medio comercial es el pago mínimo que se ofrece a los pasantes. Rodríguez afirma que en el caso de *Página12* los editores del diario, no todos, menospreciaban a los pasantes, pero recurrían a ellos al momento de producir notas. Precisa el suplemento cultural del diario, *Radar*, donde los editores creen ser los intelectuales de la redacción. "Viven al margen, no se sienten trabajadores de prensa. Tenés que dividir los que son los editores y los que son los laburantes que hacen las notas. Esa es la diferencia, claro. Los editores viven en otro mundo, escriben mirándose el ombligo. Uno sigue siendo el boludo que cuando escribe piensa que tiene que ser para todos", destaca.

También hay espacio para los buenos: "Entre los compañeros que mejor recuerdo y de mayor humildad están el gran Osvaldo Bayer y Juan Gelman. Ingresaban a la redacción y saludaban a todos. Muy humildes".

Del grupo inicial de *Página12* resalta la figura de Osvaldo Soriano: "Fue el único que nos dijo cómo teníamos que escribir, qué idea tenía del diario. Creo que, además, aunque nadie se lo reconoce, el tema de los títulos viene en gran parte por él: si uno lee a Soriano, en los cuentos te das cuenta que tiene mucho que ver en la idea con los títulos de *Página*. Hizo escuela entre nosotros, que éramos la tropa, y también entre los editores. Para mí Soriano fue quien le dio el estilo a *Página*".

Rodríguez es docente en la escuela de periodismo Taller Escuela Agencia (TEA). Varios de los estudiantes que asisten a sus clases enfatizan en Jorge Lanata al hablar de *Página12*. Ante ello, Rodríguez precisa una anécdota de la redacción, cuando se votó en asamblea para que Lanata, el director de diario, esté sentado en la redacción, y no en su oficina aislada, en un extremo del edificio. Lanata aceptó el desafío, pero estuvo solo una semana en la redacción. Se iba temprano, a

las 19, mucho antes del cierre. Y una semana después volvió a su oficina, lejos de los periodistas rasos.

“Lanata es un gran vendedor de humo. Suele decir ‘yo hice *Página12*’. Nadie puede decir eso porque nadie hace un diario sólo, lo hacemos nosotros, los que laburamos todos los días; ni siquiera las grandes firmas, porque hacen solo una nota por día”, asegura.

Pensar en los mejores momentos periodísticos del diario es un ejercicio de memoria para Carlos, pero asegura que fueron dos o tres años después del nacimiento. También recuerda algunos momentos durante el menemismo, la etapa de Laura Vales en la cobertura de los movimientos sociales previo a 2001, cuando no se entrevistaba al personaje reconocido sino a quienes sufrían las políticas económicas. Le vuelve al presente las inundaciones en Santa Fe. “Me pedían que entreviste al gobernador Carlos Reutemann y les decía que no, que eso salía en todos lados. Yo había ido para entrevistar a los inundados”, aclara.

¿Nuevo periodismo?

Roberto Arlt, Rodolfo Walsh y Osvaldo Bayer son algunos de los grandes del oficio que encarnan el periodismo. No hay, según Carlos, un nuevo periodismo; ya existía, y ejemplifica con esos tres históricos del oficio.

Para poder cambiar el discurso establecido, ese que hoy tanto aparece con ejércitos de opinólogos a través de la televisión, es necesaria la dosis de periodismo de investigación. Rodríguez explica: “Hay que contextualizar las notas, tenés que dar información, hay que hablar de todo, el porqué de las cosas”.

En TEA, reflexiona y debate con alumnos y docentes, y



suele patear el tablero con algunos planteos. Entre ellos: toma distancia del llamado “nuevo periodismo” de Tom Wolfe², ya que no cree que haya sido algo “nuevo”.

“Hay gente que se cree que inventó el periodismo o el cine, y no, ya estaba todo inventado”, resume. Al mismo tiempo que sí resalta la figura de otros periodistas, como la de Rodolfo Walsh.

En sus clases remarca que no hay que ver el género de opinión como un modo esencial de hacer periodismo. “La función del periodista es informar, no opinar. La Academia y las escuelas de periodismo crean opinólogos”, asegura Rodríguez. También tiene un momento para sus colegas docentes: “Hay tipos que dan clase en TEA que no escribieron nunca nada. Si no laburaste nunca en una redacción, cómo vas a enseñar lo que es el oficio”.

Lo que vale la pena

Desde los grandes medios hay una concatenación de notas que aseguran hechos que no son reales, son hechos ficcionados para que se conviertan en algo real, o al menos que

2 - Tom Wolfe fue un reconocido periodista estadounidense fallecido en 2018. En la década del '60 unió la crónica periodística con la técnica literaria y dio origen a un formato por muchos considerados disruptivo, que se acuñó como “nuevo periodismo”. Otro referente, por muchos considerados como el iniciador de esa tendencia, fue el también estadounidense Truman Capote. El “nuevo periodismo” se enseña en las universidades y es ponderado por el establishment mediático. Por otro lado, existen sectores críticos que afirman que otros periodistas habían realizado esa mixtura de periodismo-ficción-literatura mucho antes. Sin bombos ni platillos y sin erigirse como inventor, Rodolfo Walsh escribió “Operación Masacre” en 1957, casi una década antes que Capote y Wolfe.

lo parezcan. Los últimos años inundaron las pantallas, los diarios y las radios ese estilo de “periodistas”, los Majul, los Leuco, los Del Moro, los Fantino.

El rol del trabajador de prensa es otra cosa. Es tener un trabajo de campo, fuentes, chequear información, viajar al lugar del hecho. Ofrecer al lector ese rompecabezas que hay que armar para que la noticia llegue y sea visible, saber por qué ocurrió, el contexto, el lugar, todos los condimentos que enfundan a la noticia. Ese trabajo, Rodríguez lo lleva con la mayor humildad.

–¿Cuáles son los medios de referencia que tenés para informarte?

–Me gusta Cosecha Roja, *Cítrica*, *Anfibia*, la *Mu*, Anred, lo que hace Ancap³ también me gusta. Lo que hacen todos ellos es contrarrestar esa idea que nos quieren imponer, eso que dice que “la gente no quiere leer”. Hoy tenés a la televisión con la primicia y estos medios son los que cuentan lo que pasó, y muchas veces no tiene nada que ver con la primicia que dio la televisión. Si vos lees a *Cítrica*, los despachos que mandan son largos, tiene mucha extensión, vale la pena leerlos. Ese es el periodismo que vale la pena, lo que sirve”.

Rodríguez reconoce que supo ser lector de “El gran diario argentino” (*Clarín*), cuando “se podía leer e informarse con sus noticias”. Entre los periodistas que recuerda con respeto están Oscar Cardoso y Carlos Eichelbaum. Lamenta que ese periodismo haya desaparecido hace largo tiempo del diario del CEO Héctor Magnetto. “El periodismo se fue degradando a partir de la dictadura, a partir de la complicidad de *Clarín*, *La Nación* y *La Razón* con la dictadura, cuando ellos consiguen quedarse con

3 - Agencia de Noticias de Comunicación Alternativa y Popular (<https://noticiasancap.org/>)

acciones de Papel Prensa a un precio muy barato", denuncia.

A la hora de reconocer a colegas aparece el periodista y escritor Luciano Monteagudo de *Página12*, dedicado a la sección de críticas de cine, "es un capo en lo que hace y es muy sencillo". Recuerda también a Osvaldo Bayer: "Sus notas estaban bellamente escritas, te daba gusto leerlo... eso se perdió. Acá en *Página* escribía Camilo Sánchez, era una maravilla. Toda la etapa de Laura Vales cubriendo los movimientos sociales fue brillante".

El periodismo vive una crisis, no solo en lo laboral, sino también en su manera de informar. Aparece la idea en muchos medios, sobre todo en los llamados comerciales, de escribir estilo telegrama y precarizado. De achicar en un solo trabajador la forma de escribir, sacar fotos, hacer videos y publicar todo. Rodríguez rechaza esa forma de querer formatear al trabajador de prensa. Y su mejor forma de explicarla es con su otra pasión, el cine. "Hay una película que se llama *Para nosotros la libertad*. El concepto de la película es hacer una fábrica donde las maquinas hagan todo, mientras los trabajadores bailan. Es una utopía. Por supuesto. Pero el poder echa a la mierda a los trabajadores y cierra la fábrica. Los empresarios siempre quieren que los laburantes hagan todo y ellos, los capitalistas, disfrutar de los beneficios".

Hecho anecdótico, pero que lo muestra tal cual es: se negó durante muchos años a tener WhatsApp y al uso de redes sociales: "Hay quienes creen que están militando al poner me gusta en Facebook... ¡tenés que participar de la marcha que reclama derechos, estar en la calle, eso es militar!"

Son 50 años en el oficio, un paso firme por el gremio de prensa, una sinfonía de notas que muestran que aún se puede



hacer periodismo. Una mirada humilde ante sus pares y un cálido profesor a la hora de enseñar el oficio. Quiso ser crítico de cine y no pudo, pero demostró en una redacción que todavía es posible romper el aislamiento y sentir la satisfacción moral de un acto de libertad.

Las entrevistas para este artículo se realizaron en abril de 2019.

Fotos: Juan Monasterio.





“El lugar del periodismo es la sociedad y no la empresa de donde cobramos el salario”

Claudia Acuña (La Vaca)

POR AILÍN BULLENTINI

Cofundadora de la cooperativa La Vaca y la revista MU, Claudia Acuña sostiene que este oficio no se puede ejercer sin entusiasmo. Eligió ese camino tras haber pasado años en las redacciones de La Razón, Página12 y Clarín, donde sentía que la obediencia, el silencio y la resignación le “oprimían el alma”. Cuenta que La Vaca nació del deseo (y no del hartazgo) y afirma que el cooperativismo y la autogestión son una constante creación de posibles.



Claudia Acuña eligió hacer periodismo un par de años antes de retomar el secundario. Y si bien tuvo otros laburos como para poder comer lo mínimo y necesario, desde entonces dedicó un porcentaje de sus días a la tarea de recoger historias de la calle y transmitirlas. Hoy, dice, se cree más una *medium* que una periodista: alguien con “el poder de saber detectar necesidades sociales y *linkearlas* con ideas y procesos y personas”. “Tengo cierto saber ahí, a esta altura de mi vida”, defiende.

Esta altura de su vida, 2019, 60 años, la encuentra sobrevolando a la distancia el funcionamiento aceitado de la cooperativa La Vaca, que fundó junto a su compañero Sergio Ciancaglini y les periodistas Judith Gociol y Diego Rosenberg cuando el país había sido arrasado por la crisis de 2001. De allí, de la autogestión, no se fue más. Anda también escribiendo un libro; participando de cuanto colectivo que emprenda batallas culturales desde “lo nuevo” se le cruce por el camino y peleándose con todos.

“Yo elegí hacer periodismo. Cuando pisé *Página12* y después cuando pasé por *Clarín*, no me fijé con quiénes lo hacía, pero después sí. De ahí me fui porque entendí que yo era periodista y que no estaba equivocada, que estaba en el lugar equivocado”, recuerda.

Antes de *Página12* compartió redacciones con integrantes de los servicios de inteligencia en la Editorial Perfil y con “mostros” y “mostras” del periodismo cultural en *La Razón*. Después de *Clarín*, donde dirigió la revista *Viva* en sus primeros años, fundó la revista *Trespuntos*. De allí se fue a trabajar en comunicación para una empresa de publicidad, el primer paso que dio fuera del periodismo masivo, hegemónico. El otro paso la ubicó en el mundo de la autogestión, con la fundación de La Vaca y su periódico *Mu*.

“Entré al periodismo sin saber algunas cosas previas. Yo

militaba", recuerda Acuña. Nació en La Matanza, se crio con su mamá (cocinera del hospital Posadas, militante sindicalista y peronista) y una red integrada por prostitutas y travestis (sus tías y vecinas), que le marcaron un camino de alianzas que la acompaña hasta hoy. En sus palabras: "Mi mundo es un mundo guaraní", define, con la memoria de sus abuelos paternos en la sangre, en la piel, en el corazón. Y en el nombre: Claudia lleva el nombre de su abuela paterna, Adelina, una "cacique guaraní de trenzas negras y comida cocinada al fuego directo". Un mundo, el de ella, "lleno de personajes mujeres que se arriesgaron a todo porque no les quedaba otra. A través de ellas descubrí el mundo, nunca a través de los libros. Diría que los libros me fueron explicando, le fueron poniendo palabras a las cosas que viví".

Durante su primera adolescencia, en los primeros años de secundaria, comenzó a militar en el centro de estudiantes. La Triple A y luego la dictadura dividieron a su familia, la obligaron a esconderse, a abandonar por un tiempo los estudios.

A los 20, y con el secundario por la mitad, decidió que "era la comunicación" lo que le interesaba. No como fin, sino como "medio para". No tenía la fantasía de "ser pluma" de un diario. No eran las "redacciones" lo que le quitaba el sueño. "Lo que quería era hacer comunicación en el sentido más social del término, y en ese hacer me parecía muy interesante la calle". En un secundario nocturno de la Ciudad de Buenos Aires rindió los tres años que la dictadura no le permitió completar a tiempo y luego se metió a estudiar periodismo en el terciario que ofrecía el Instituto Grafotécnico.

Dentro de la comunicación define al periodismo como una herramienta. "Es la herramienta que yo tengo. Y es noble si se utiliza para el bien. La creo una herramienta en tanto trabaja con el lenguaje y creo en el lenguaje, en el poder de las palabras



que tienen fuerza, en el poder de las imágenes”, concluye.

Su primer artículo fue publicado en la revista *Pelo*. Era una entrevista a León Gieco cuando el artista recién comenzaba su carrera. La hizo en sus ratos libres: comía de las migajas que le pagaban por su trabajo de auxiliar contable en un estudio.

Su primer trabajo pago en el mundo del periodismo fue en la revista *Libre* de la Editorial Perfil. Una amiga del Grafotécnico le dijo que estaban tomando gente. Año 1982. Febrero. Cuando se enteró de la búsqueda trabajaba en una casa de revelado de fotos, puesto que tardó en dejar ya que cobrar un sueldo por ser periodista era, cuanto menos, inestable. Finalmente se quedó en esa redacción donde se mezclaban periodistas de renombre, servicios de inteligencia y *gruppies* de Pappo.

Odiaba estar en la redacción, recuerda, los “tiempos muertos” de esa especie de oficina. Le gustaba estar en la calle. “Nunca conviví con tanta gente garca como en una redacción. La redacción de *Página12* me agotó por eso durante la época del menemismo”. Para Acuña, el menemismo fue “el virus” que se comió al periodismo. Pero para eso todavía falta.

De la revista *Libre* se fue a *La Razón*, el diario para el que Jacobo Timerman, su director, contrataba periodistas durante 28 días y al día 29 los echaba para no tener que pagarles indemnización. Había vuelto la democracia y ella, con la ayuda de la jefa de la sección Cultura de *La Razón*, Blanca Rébora, y su destreza para encontrar un “nicho” de cobertura que la volviera necesaria en un equipo de “plumas”, logró convencer a Timerman de que la empleara más allá del día 29. Cubrió para esa sección todo lo relativo a la televisión, pero no solo en cuestión de contenido, sino también a nivel de políticas públicas.

Un tiempo más y *La Razón* comenzó a hundirse. Timerman vendió el diario y comenzaron los problemas. Finalmente, el



medio fue tomado en defensa de los puestos de trabajo. Era 1990. Una toma que duró más de un mes, en la que no solo hubo ollas populares, sino también charlas de referentes de la política y de la cultura. "Fue histórica", asegura. Lograron revertir los despidos, pero cuando la toma se levantó las cosas ya no fueron iguales.

Su próximo paso fue en *Página12*, que la sumó cuando la dirección del diario, a cargo de Jorge Lanata y Ernesto Tiffenberg, decidió empezar a publicar una edición los domingos. Eran las puertas de los '90, una época que significó "el fin del periodismo convencional, tal como se lo conocía hasta entonces". Allí, en *Página*, vio por primera vez funcionar la precarización dentro de una redacción. Explica: "La precarización es el huevo de la serpiente que termina comiéndose la ética del oficio, todos los códigos, es el principio del fin".

Recuerda por entonces la comisión *ad hoc* que integró junto al periodista Marcelo Zlotogwiazda para negociar con la empresa el blanqueo de aquellos trabajadores que estaban mal contratados. Sin embargo, un elemento nuevo comenzó a mermar en la ética periodística, para peor: la firma. Acuña lo traduce como "la competencia por el espacio". "Hubo una transfiguración que tuvo mucho que ver con la llegada de la universidad, en especial la UBA, a las redacciones. La idea de 'prestigio' comenzó a ganarle al código de la calle que imperaba, se transformó en el 'quién la tiene más larga'. Cambia la ética de la profesión, empieza a ganar la ética del estrellato, del ego.

¿Y cómo se relaciona esa lógica creciente con la precarización? En *Página12* fue testigo de cómo una empresa empezó a canjear "prestigio" por trabajo. Mientras fue editora de Cultura y Espectáculos del diario, última etapa como empleada de la empresa, solía recibir ofertas de notas por las que sus autores solo esperaban que se publiquen con firma. Las rechazaba. "Con



la precarización se perdió la conciencia de laburante de los periodistas colaboradores. Si no sabés que sos un trabajador, no podés ser periodista. Si no podés tener un conocimiento de vos mismo, ¿cómo podés pretender comprender cosas más complejas? No importa que escribas bien", asegura.

Fue Jorge Lanata quien la despidió cuando estaba embarazada de su primer hijo. Antes, la degradó: "No podés seguir siendo editora porque cuando tu hijo tenga fiebre vas a faltar", recuerda. Vivió en España, donde trabajó para la revista *Claudia*; participó del nacimiento de la revista *Viva*; fundó *Trespuntos*, la primera revista política de Capital Intelectual (la editorial del empresario farmacéutico Hugo Sigman quien, junto a su esposa Silvia Gold, fundaron Chemo y luego el Grupo Insud).

Antes de fundar La Vaca interpretó encuestas para una agencia de publicidad vinculada a los capitales del diario *La Nación*. Ahí descubrió que "en la basura que genera la propia sociedad, en lo que genera y expulsa a los márgenes, está todo".

Hacia años, no obstante, que Acuña consideraba que el periodismo tal como lo había conocido se estaba muriendo, estaba dejando de existir: "Y yo soy periodista. ¿Qué hago? Porque suicidarme no puedo". Empezó entonces a observar aquellos márgenes, de donde justamente ella provenía: "Desde allí puede venir la solución. Creo que La Vaca es un poco la búsqueda de eso: lograr a través de la difusión de las luchas y de la participación en esas luchas, determinadas soluciones. Fuimos parte de un montón de movimientos. Y creo que un poco es parte de lo que aprendí a hacer en esa primera época de la democracia cuando había que sacar un país de la dictadura. No con notas, no importaba sobre qué escribiéramos. Con el cuerpo, con los vínculos, con la fuerza, de a muchos".



"La Vaca nace del deseo, no de una necesidad. Nace de un proceso", asegura.

Amplíe, Acuña:

—El deseo no tiene justificación ni explicación. Diría que es como las ganas de orinar: no aguantás. No nace del basta, del no, sino del desborde y el sí. Podría justificarlo diciéndote que es deseo de libertad, de hacer periodismo, de cambiar este mundo horrible, pero la verdad es que fue por ganas, puras ganas. Era muy aburrido para mí estar en una redacción y demasiado interesante, apasionante y adrenalínico lo que pasaba en la calle. Tenías ganas de hablar con esa gente, de escuchar, de mirar. Y nada de eso podías hacerlo en ese momento en una redacción, quizás también porque ya estaba en un lugar muy burocrático (había pasado por los puestos de edición y también los de dirección general de medios). Un embole.

La columna que sostiene a la Cooperativa es la comunicación, lo cual no significa que sólo se dedique al periodismo, ya que cuenta con otra columna: la autogestión. A mediados de 2002 sus integrantes fundaron la Agencia de Noticias de Libre Circulación y Reproducción, el medio germen del periódico *Mu*, que se sostiene hasta nuestros días y que nació en 2006, con fondos generados por la Cooperativa a partir de cursos de crónica y periodismo autogestionado (que se dictaban en la Universidad de La Vaca) y el aporte de lectores: "Si le parece interesante este proyecto, suscríbase por los siguientes seis números. Si conseguimos la cantidad suficiente para financiar el costo de impresión, los recibirá en su casa por correo. Si no, significa que no pudimos sumar los lectores necesarios para sostener esta revista y le devolveremos el dinero", decía el mensaje que acompañó el primer número de la revista. La Cooperativa también edita libros, sostiene un programa de radio que se distribuye en varias emisoras de la Red Nacional



de Medios Alternativos y mantiene un punto de encuentro: Mu Trinchera Boutique.

“Siempre nos preocupamos por generar recursos que permitieran sostener al medio”, remarca. Asegura que no sabe “cómo hacer plata”, pero sí subsistir: “La Vaca siempre fue sostenible, siempre encontró un equilibrio. Llegamos al punto de equilibrio y no hacemos un mango más”.

En la actualidad *Mu* está prácticamente hecha por pibes y pibas de veinte/treintipico entre los que se encuentran los dos hijos de la dupla que Acuña integra desde siempre con Sergio Ciancaglini. Ellos dos sobrevuelan, obvio, nunca dejan de estar, pero el colectivo se fue renovando.

– ¿Cómo se discute la agenda de *Mu*? ¿Hay un debate permanente? ¿Cómo juega la censura y la autocensura en un medio autogestivo como *Mu*?

– Todo el tiempo tenemos que plantearnos qué no hacemos, pero básicamente porque no podemos hacer todo. Tenemos límites y tenemos ganas y eso juega mucho a la hora de definir qué hacemos y qué no. En general seguimos temas y cada uno tiene su pasión puesta en algún lado y eso va generando “la agenda”. No saltamos de un tema a otro porque eso no nos permitiría profundizar, aprender, entender. No podemos entonces hablar en términos de censura o autocensura, me parece. No es ese nuestro límite. Sino de enfoque, de posibilidades, de qué podemos sumar al debate de un tema que no esté dicho –y muchas veces mejor– por otros medios.

Para Acuña es desde la autogestión que el periodismo sí tiene posibilidades de transformar la realidad: “El lugar desde donde uno/una hace periodismo cuenta muchísimo, pero ese lugar no lo define la empresa, sino la ética. Es decir, no es



un espacio físico, sino un lugar desde donde plantarse para mirar la realidad y producir con esa mirada una voz propia. No me gusta juzgar -para eso están los tribunales- pero, si algo puedo transmitir desde mi experiencia, es que el lugar desde dónde hacer periodismo es la sociedad y no la empresa donde cobramos el salario. Y eso significa una constante batalla. He discutido siempre con jefes, colegas y compañeros por este tema. Es una discusión que me importa dar, sin pensar en el costo, pero la verdad es que nunca me fue mal por darla sino todo lo contrario. Me ha servido para pensar mejores argumentos, mejores notas, mejores relaciones, sacarme de encima gente con la que me hace daño trabajar. No en el sentido de maltrato, sino en sentido existencial: me afecta mucho que mi entorno no tenga esperanzas, sueños, ganas, ideales. Me oprime el alma la obediencia, el silencio, la resignación. No se puede hacer buen periodismo sin entusiasmo”.

La autogestión, dice, le interesó como “un lugar desde donde pensar los medios de producción, las relaciones sociales, los recursos que las sostienen”. Pero le sacó un poco más de jugo: las múltiples posibilidades que ofrece la autogestión, algo que marida perfectamente con el entusiasmo. Su definición de periodismo autogestivo y cooperativo, mecha ambos conceptos: “Es una constante creación de posibles. Todo lo que pensás que no se puede hacer, se puede. ¿Entonces?, ¿qué hacemos? Ahí empieza esa aventura de crear con lo que hay. Y nunca alcanza eso que hay, así que en la misma medida que creás una nota, una foto o un video tenés que crear las condiciones para hacerlo”.

“El periodismo empresarial está muriendo”, decía, dijo, dirá. Insiste en la idea, así como también insiste en que “no hay que gastarse” en reconstruir esos modos de hacer. Vuelve a reivindicar la autogestión en ese universo de maneras: “Creo



que el periodismo puede salvar el pellejo, que es cada vez más finito, si sigue aportando a la comprensión de un mundo tan complicado, con tanto ruido, tan complejo y tan agobiante. Se sufre mucho hoy. Y para nosotros es realmente una preocupación encontrar y hacer ver opciones posibles de futuros mejores que esta pesadilla. Formas diferentes de hacer, de ser, de relacionarse, de crear. Pequeñas ideas que te sirvan para pensar 'con esto yo puedo hacer otra cosa'".

Las entrevistas para este artículo se realizaron en diciembre de 2018.

Fotos: Lina Etchesuri.



Autoras/es

Adrián Figueroa Díaz (1973). Periodista en el diario Página12, editor en la Agencia Universitaria de Noticias y Opinión (AUNO) de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, y docente de la Escuela de Comunicación ETER.

Romina D'Alfonso (Chacabuco, Buenos Aires, 1973). Estudió Comunicación Social en la UBA. Fue socia de la Cooperativa La Vaca. Colaboró en el diario Crítica. Realizó investigaciones periodísticas para diversos libros. Vive en la ciudad de Buenos Aires

Maria Sol Wasylk Fedyszak (1980). Del conurbano sur. Estudió Periodismo y Comunicación, entre otras cosas. Colaboró con la revista Rumbos, Acción, Artemisa, Las12, Soy, La Vaca y Anred. También dio clases. Le gusta trabajar con amigxs. Participó del libro de fotos "La Gran Casa", que muestra las vivencias del Centro Monteagudo, junto a Cecilia Antón y Walter Sangroni. Es feminista. De alma viajera, vivió y trabajo en Chos Malal (Neuquén) y Bolivia. Añora volver a trashumar.

Eva Amorín (1972). Es periodista y trabajadora social. Durante la década de 1990 trabajó donde pudo (desde Página12 hasta la revista Impacto, pasando por Télam, Tercer Sector y revistas de tecnología y modas). Integró la revista Proyectos 19/20, a la que recuerda como la más bella propuesta periodística colectiva y, además, una experiencia bisagra en su vida. Desde 2003 aporta a las estrategias de prensa de organizaciones sociales. Es coautora de los libros "Entre jóvenes. Comunicación y VIH", "Un movimiento de tacones altos" y "Prácticas de trabajo en drogas", entre otros. Forma parte de la Campaña Nacional contra las violencias hacia las mujeres.



Mariano Pagnucco (1983). Divide su pasión por la escritura entre el periodismo y el guión radiofónico. Le gusta contar historias sobre los dolores y las esperanzas de la Argentina profunda. Formó parte de la emisora comunitaria Radio Sur (FM 88.3), da clases de guión de radio en el ISER y actualmente es editor en la autogestiva y cooperativa Revista Cítrica.

Nahuel Diego Lag (1986). Es periodista y licenciando en Comunicación Social de la Universidad de Lomas de Zamora. Trabaja en Página12 desde 2010, tras atravesar las primeras experiencias laborales como pasante. Es cofundador del colectivo NAN, que editó la web y revista homónima entre 2007 y 2018, y publicó el trabajo de investigación “Papelitos, 78 historias sobre un Mundial en dictadura”. Fue presidente y secretario de prensa de la Asociación de Revistas Culturales Independientes de la Argentina (Arecia). Se desempeñó como docente en la escuela de periodismo ETER.

Lucía Guadagno (Rafaela, Santa Fe, 1985). Periodista. Colaboradora del periódico cooperativo Pausa, de Santa Fe, y del diario La Nación. Fue redactora del diario La Voz del Interior, de Córdoba, productora de radio y docente en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE). Vive en Buenos Aires.

Franco Ciancaglini (1990). Se crió en redacciones y hace periodismo desde que salió de la secundaria en diversos proyectos autogestivos. Actualmente es editor de la revista MU y hace años que está a punto de recibirse de la carrera de Letras de la UBA. Fue profesor de los terciarios periodísticos ETER y el Centro de Estudios River Plate, club del cual es fanático. Vive junto a su gato Manteca en Parque Chacabuco.



Federico Paterno (1983). Es redactor y miembro fundador de la Agencia de Noticias de Comunicación Alternativa y Popular (Ancap), fue columnista en la FM comunitaria Radio Sur y conductor del programa “La Trinchera de las Palabras” en FM Compartiendo y FM Riachuelo. Es coordinador de Taller de Radio y Comunicación Popular en la Unidad 24 de Florencio Varela.

Ailín Bullentini (Lanús, 1985). Es periodista y docente. Es cofundadora, editora y redactora de NAN. Escribe en Página12, en la sección de política nacional, tras haber pasado por algunas otras. Da clases en la carrera de Periodismo de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Juan Monasterio (Vedia, Buenos Aires, 1979). Operador técnico de radio, editor de sonido y fotógrafo. Trabaja en Radio Madre y en la Escuela del Círculo de Periodistas Deportivos. Colaboró en cooperativas como La Vaca y Mate Amargo. Participa de diferentes proyectos audiovisuales y comunicacionales de radio y digitales. Vive en la ciudad de Buenos Aires.

Darío Aranda (1977). Del sur del conurbano bonaerense y con raíces repartidas entre Corrientes y Chaco. Escribe sobre extractivismo, pueblos indígenas, campesinos y asambleas socioambientales. Trabajador precarizado del diario Página12 desde 2003. Colaborador de la cooperativa de periodismo La Vaca y de FM La Tribu. Fue columnista de FM Kalewche (Esquel) y la Cooperativa de Comunicación La Brújula (Rosario). Autor de los libros “Argentina Originaria” y “Tierra Arrasada”. Afiliado 794 de Sipreba. Papá de More Lilén.



Once periodistas de a pie, lejos de las estrellas mediáticas y de los despachos del poder, son entrevistados por diez colegas del mismo perfil. No se codean con el establishment ni salen en televisión (tampoco lo pretenden). Sus fuentes son organizaciones sociales, trabajadores, familias de barrios populares, pueblos indígenas, comunidades campesinas. No aplauden a funcionarios ni son voceros de empresas. Mucho menos, soldados en los enfrentamientos entre gobiernos y monopolios mediáticos. Desde diferentes medios y con miradas diversas, ejercen la profesión con dignidad.

¿Quiénes hacen periodismo? aborda muchas de las aristas del quehacer del oficio: temas de investigación, fuentes, censuras, colegas respetados, carneros y mercenarios, la autogestión, la ética, la precarización y los despidos, la organización sindical, el rol de la academia, la dictadura de los clics, el respeto por el público lector, los aprendizajes, el periodismo de escritorio y el que se hace desde la calle, los caminos que falta recorrer en la profesión, los sueños por cumplir.

¿Quiénes hacen periodismo? es también -o intenta ser- una interpelación para pensar y debatir sobre quiénes, cómo y desde dónde se construyen las noticias y los temas que dominan la agenda pública.

Eduardo Duschatzky (Télam). Adrián Figueroa Díaz. Hugo Montero e Ignacio Portela (Sudestada). Romina D'Alfonso. Ramiro Giganti (Anred). Maria Sol Wasylyk Fedyszak. Néstor Llido (Popular). Eva Amorín. Julia Izumi (Tiempo Argentino). Mariano Pagnucco. Maximiliano Goldschmidt (Cítrica). Nahuel Lag. Juan Piscetta (Infobae). Lucía Guadagno. Natalia Iocco (Clarín). Franco Ciancaglini. Carlos Rodríguez (Página12). Federico Paterno. Claudia Acuña (La Vaca). Ailín Bullentini. Juan Monasterio. Darío Aranda.

CON EL APOYO DE

