

# RESTAURACIÓN Y CAMBIO

Las políticas de comunicación de Macri  
(2015-2019)

Martin Becerra - Guillermo Mastrini (comp.)

Victoria Albornoz Saroff Denise Altieri Antonella  
Arcangeletti Martín Becerra Ana Bizberge Bernadette  
Califano Ornela Carboni Agustín Espada Nadia Koziner  
Alejandro Linares Tomás Marchetta Santiago Marino  
Guillermo Mastrini Martín Razzeto Lorena Retegui  
Ezequiel Rivero Laura Rosenberg Natalí Schejtman  
Florencia Sosa Matías Villalba Juan Martín Zanotti  
Esteban Zunino

# ÍNDICE

Sobre los autores	2
Prólogo	6
Introducción	9
<b>Parte 1. Macrismo y políticas de comunicación</b>	<b>27</b>
Capítulo 1. Restauración transgresora.	
Las políticas de comunicación del gobierno de Macri	28
Capítulo 2. La convergencia en el gobierno de Macri: una mirada limitada	54
Capítulo 3. Políticas para los medios comunitarios e indígenas durante el gobierno de Cambiemos	87
Capítulo 4. La Publicidad Oficial del gobierno de Cambiemos	95
<b>Parte 2. Cambios en la estructura del mercado</b>	<b>119</b>
Capítulo 5. Las dinámicas del mercado audiovisual ampliado entre 2015 y 2019	120
Capítulo 6. La ficción seriada televisiva en Argentina 2016-2019: del recambio político a las nuevas lógicas de distribución	140
Capítulo 7. La plataformización de los contenidos públicos audiovisuales	162
Capítulo 8. Televisión pública-estatal en las provincias: avances y retrocesos en tiempos de Cambiemos	177
Capítulo 9. Medios en crisis. Situación laboral y estrategias de trabajadores y trabajadoras de prensa (2015-2019)	193
<b>Parte 3. Discursos y agendas</b>	<b>219</b>
Capítulo 10. La regulación de la comunicación en la prensa gráfica durante los primeros meses del gobierno de Mauricio Macri	220
Capítulo 11. La construcción mediática de la inseguridad durante el gobierno de Cambiemos	241
Capítulo 12. Gafas violetas para mirar los medios	253
Epílogo	268

## **SOBRE LOS AUTORES**

AGUSTÍN ESPADA es Dr. en Ciencias Sociales (UBA) y Magíster en Industrias Culturales (UNQ). Su trabajo de investigación trabaja sobre las estrategias de adaptación de distintos actores radiofónicos al escenario de la convergencia digital.

ALEJANDRO LINARES es Investigador Asistente en Conicet y se desempeña como profesor adjunto en la Universidad Nacional de Formosa. Es Doctor en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura, y Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA).

ANA BIZBERGE es becaria postdoctoral de Conicet y docente en la UBA y UNSAM. Es Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Industrias Culturales (UNQ) y Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA).

ANTONELLA ARCANGELETTI es Licenciada en Ciencias de la Comunicación y Doctoranda en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo. Es integrante del Observatorio de Medios de esa universidad en la que también desarrolla tareas de docencia.

BERNADETTE CALIFANO es Investigadora Adjunta en CONICET, Doctora en Ciencias Sociales y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Es profesora de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, donde dicta asignaturas de grado y posgrado sobre políticas de comunicación y tecnologías digitales.

DENISE ALTIERI es maestranda en Industrias Culturales: Políticas y Gestión (UNQ). Licenciada en Comunicación Social (UNQ). Docente e investigadora sobre temas vinculados a géneros, medios comunitarios e industrias culturales. Integrante del Observatorio de Medios sobre Agendas, calidad informativa y procesos productivos en medios.

ESTEBAN ZUNINO es Doctor y Magíster en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ), Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA) y Posdoctorado en Ciencias Sociales (UNC). Es investigador del CONICET y docente de la Univer-

sidad Nacional de Cuyo. Actualmente es director de FELAFACS Cono Sur y dirige el Observatorio de Medios de la UNCUYO.

EZEQUIEL RIVERO es Dr. Ciencias Sociales (UBA) y Magíster en Industrias Culturales (UNQ). Investigador Asociado del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (Obitel) y Profesor adjunto en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Investiga sobre industria audiovisual y convergencia digital en contextos periféricos.

FLORENCIA SOSA es Licenciada en Comunicación Social (UNQ), Diplomada en Docencia Universitaria (UBA) y Maestranda en Industrias Culturales: Políticas y Gestión (UNQ). Investiga políticas de comunicación y los procesos de concentración y convergencia en las industrias culturales. Fue becaria de Formación en Docencia e Investigación en la UNQ.

GUILLERMO NÉSTOR MASTRINI es Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Trabaja como Profesor Titular en la Universidad Nacional de Quilmes, donde co-fundó la Maestría en Industrias Culturales. También es Profesor Titular en la Universidad de Buenos Aires. Es investigador adjunto del CONICET. Fue Presidente de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social, y Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires.

JUAN MARTÍN ZANOTTI es Especialista en Gestión y Producción de Medios Audiovisuales, Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea (UNC) y doctorando en Ciencias Sociales (UBA). Se desempeña como docente regular de Periodismo en la UNSL, se dedica a la investigación de políticas audiovisuales y sistemas mediáticos provinciales.

LAURA ROSENBERG es Investigadora Asistente del CONICET y docente de la Universidad Nacional de Avellaneda. Es Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Sociología de la Cultura y el análisis cultural (UNSAM), Licenciada y Profesora en Sociología (UBA).

LORENA RETEGUI es Doctora en Ciencias Sociales (UNQ) y Magíster en Industrias Culturales, Política y Gestión (UNQ). Es Licenciada en Comunicación Social, orientación periodismo (UNLP). Trabajó como periodista en diarios de

La Plata y en prensa de Jefatura de Gabinete de Provincia de Buenos Aires. Es becaria Post-doctoral CONICET-UNQ.

MARTÍN BECERRA es Investigador Principal en Conicet y Profesor Titular en la Universidad Nacional de Quilmes y en la UBA. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona, dirige el Programa de Investigación "Industrias culturales, medios y políticas de comunicación en la convergencia en Argentina".

MARTÍN RAZZETO es Licenciado en Comunicación Social (UNQ). Es Becario de Docencia e Investigación por la Universidad Nacional de Quilmes. Actualmente se encuentra maestrando en Industrias Culturales: Políticas y Gestión (UNQ). Su trabajo de investigación analiza las transformaciones de las ofertas del espacio audiovisual y sus lógicas de mercado.

MATÍAS VILLALBA es Licenciado en Comunicación Social (UNQ). Fue becario de investigación por el Consejo Interuniversitario Nacional.

NADIA KOZINER es Investigadora Asistente del CONICET y directora del Departamento de Diseño, Comunicación e Innovación Tecnológica en la Universidad Nacional Scalabrini Ortiz (UNSO). Es Doctora y magíster en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ). Realizó un Postdoctorado en Ciencias Sociales (CEA-UNC) y es licenciada en Comunicación (UBA).

NATALÍ SCHEJTMAN es Magíster en Medios y Telecomunicaciones (LSE) y doctoranda en Ciencia sociales (UBA) y Licenciada en Letras (UBA). Es becaria doctoral FonCYT-UNQ e investiga sobre prácticas periodísticas en medios públicos y privados.

NATALIA ARUGUETE es Dra. en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ) y Magíster en Sociología Económica (IDAES-UNSAM). Su trabajo de investigación se centra en el estudio de las agendas mediática, política y pública así como en la producción y circulación de encuadres mediáticos en el diálogo entre medios tradicionales y redes sociales.

ORNELA CARBONI es docente e investigadora de la Universidad Nacional de Quilmes y coordinadora académica de la Maestría en Ciencia, Tecnología y So-

ciudad (UNQ). Es Doctora en Ciencias Sociales (UBA) y Magíster en Industrias Culturales (UNQ). Ha sido becaria doctoral y posdoctoral del CONICET.

SANTIAGO MARINO es Dr. en Ciencias Sociales (UBA) y Magíster en Comunicación y Cultura. Es Profesor regular de Políticas de Comunicación (UNQ) y docente de grado y posgrado en UBA, UNQ, UdeSA y USAL. En sus investigaciones aborda las políticas públicas y las lógicas del mercado del espacio audiovisual.

TOMÁS MARCHETTA es Técnico Superior en Periodismo (TEA), Licenciado en Comunicación Social (UNQ) y está maestrando en Ciencia Política (UTDT). Fue becario de Docencia e Investigación del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes.

VICTORIA ALBORNOZ SAROFF es doctoranda en Ciencias Sociales y Humanas (UNQ), Magíster en Industrias Culturales, Política y Gestión (UNQ) y Diplomada en Gestión y Derechos Culturales (UBA). Coordina el área de formación del Centro de estudios Gènera. Investiga temas vinculados a género, trabajo e industrias culturales.

## CAPÍTULO 9

### MEDIOS EN CRISIS. SITUACIÓN LABORAL Y ESTRATEGIAS DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE PRENSA (2015-2019)

Por Lorena Retegui, Laura Rosenberg y Tomás Marchetta

#### 1. INTRODUCCIÓN

Las industrias culturales tradicionales atraviesan fuertes cambios en sus modelos de negocio que sobrellevan una amenaza terminal y el éxodo —todavía incompleto— de sus audiencias hacia nuevas plataformas. Más aún, lo que la llamada revolución digital pone en cuestión es la manera en que se produce, edita, almacena, distribuye, usa y consume la cultura a nivel masivo (Becerra, 2020). La organización del trabajo en los medios fue atravesada por esos procesos, con la particularidad de que en Argentina se dio en un contexto de precarización laboral creciente, desde fines de la década de 1980 en adelante, y acentuado desde 2015, cuando cerraron numerosas empresas periodísticas, se perdieron miles de puestos de trabajo y los derechos y condiciones laborales de periodistas, en general, se vieron más vulnerados.

El primer gran impacto en la configuración del mercado de medios de comunicación durante la gestión de Cambiemos en el Gobierno nacional se vio representado en el Decreto 267/15, que introdujo modificaciones a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), eliminando artículos centrales que establecían límites a la expansión de grandes grupos económicos que concentran la propiedad de los medios en el país (ver Capítulo 1 y Capítulo 2). En simultáneo, el sistema de distribución de la pauta oficial benefició a los medios grandes, al primar el criterio de masividad, en detrimento de los más pequeños y aquellos correspondientes a organizaciones sin fines de lucro (ver Capítulo 4). Entre 2016 y 2019, Clarín estuvo al tope en casi todas las jurisdicciones. Quiere decir que sus medios recibieron pauta aun en aquellos lugares donde no producía contenidos locales (Espada y Marino, 2020).

En este marco, se produjo el vaciamiento y cierre intempestivo de emisoras de radio, revistas, diarios, agencias de noticias, entre otros medios. Como siempre, el hilo se corta por lo más delgado: se perdieron miles de puestos de trabajo

registrados en el sector periodístico y, paralelamente, se intensificó la precarización laboral. En líneas generales, para el período 2015-2019 el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (s/f) informa 5139 puestos de trabajo perdidos en Argentina; mientras que en el rubro prensa, y acorde a las estimaciones del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA)<sup>76</sup>, entre enero de 2016 y junio de 2019 se perdieron a nivel nacional más de 4500 puestos de trabajo registrados. En virtud de lo expuesto, el objetivo de este capítulo es describir la situación laboral en los medios de comunicación durante el período de Cambiemos. Se comprende que los cambios en las relaciones de fuerzas en el campo político impactaron en el espacio mediático, donde se vieron perjudicados no solo los trabajadores y trabajadoras de medios pequeños y afines a la gestión anterior, sino también de grandes grupos mediáticos. De hecho, en estos últimos se asistió a un proceso de despidos masivos y se implementaron retiros voluntarios que redujeron notablemente el plantel periodístico.

El capítulo indaga en los efectos de tales reconfiguraciones, atendiendo tanto a la situación laboral de quienes permanecieron en sus puestos de trabajo como a las estrategias individuales y colectivas desplegadas por periodistas, en aras de conservar su trabajo. Dado que en la Argentina no existen estadísticas confiables y oficiales referidas al sector de la Economía Social (Hopp, 2018), como tampoco datos sistematizados sobre la situación laboral de sus periodistas ni censos profesionales (Amado, 2017), se recopiló información a partir de diez entrevistas con integrantes de cooperativas y miembros de los sindicatos de prensa del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Córdoba, Santa Fe, Rosario y Mendoza y el análisis de fuentes documentales, algunas de las cuales fueron realizadas por gremios y colectivos de prensa.

## **2. FUENTES DE TRABAJO Y CONDICIONES LABORALES POR REGIÓN**

### **2.1. AMBA**

Según el relevamiento realizado por el SiPreBA, el saldo de los cuatro años de macrismo en el Área Metropolitana de Buenos Aires en relación al sector de la prensa gráfica fue de más de diez medios cerrados y 3127 puestos de trabajo perdidos, entre despidos, retiros voluntarios y jubilaciones anticipadas.

---

**76.** Fundada el 7 de junio de 2015, la entidad gremial agrupa trabajadores de medios escritos, radiales y televisivos tradicionales y comunitarios en el ámbito del AMBA, como representación sindical por fuera de la UTPBA (Becerra y Marchetta, 2020).



TABLA 1: PÉRDIDA DE PUESTOS DE TRABAJO EN PRENSA EN EL AMBA, PERÍODO 2016-2019 <sup>77</sup>

Año	Pérdida de fuentes de trabajo
2016	1263
2017	586
2018	990
2019	288

Fuente: elaboración propia en base a información de SiPreBa (10/6/2019).

Los medios (privados y estatales) que más periodistas despidieron fueron Clarín, con 453; Télam, con 357; Radio Nacional, con 214; La Nación, con 210, y Tiempo Argentino, con 205. “Lo que sucedió en (Grupo) Clarín fue paradigmático. Durante el gobierno de Macri, fueron los que más pauta recibieron<sup>78</sup>, pero cerraron DyN (Agencia Diarios y Noticias) y AGR (Artes Gráficas Rioplatenses), y de un día para el otro despidieron a más de 60 trabajadores del diario”, sostiene Matías Cervilla, delegado sindical en Clarín<sup>79</sup>. En el caso de La Nación, la mayoría de los puestos perdidos provino del cierre de sus talleres gráficos (70 operarios) y de retiros voluntarios o despidos directos de periodistas, sin el reemplazo correspondiente. Entre 2018 y 2020, la redacción se redujo en un 20% (Retegui, 2020). El Grupo 23 —de los empresarios Sergio Spolzki y Matías Garfunkel— superó los 400 despidos entre los distintos medios que poseía y de los cuales se deshizo (Cánepa, Baranchuk y De Charras, 2020). A pesar de ser el grupo mediático más beneficiado en la distribución de la pauta oficial durante la gestión de Cristina Fernández de Kirchner, hacia fines de 2015 comenzó el desguace de las empresas que lo conformaban. Sin mediar mayores argumentos que las dificultades fi-

<sup>77</sup>. El informe recopila solo hasta el 31 de mayo de 2019.

<sup>78</sup>. El Grupo Clarín facturó más de 6824 millones (a pesos constantes de 2019) por publicidad oficial. Fue el grupo infocomunicacional que más dinero recibió durante los cuatro años de Cambiemos (Espada y Marino, 2020).

<sup>79</sup>. Entrevista realizada para este capítulo el día 30 de octubre de 2020.

nancieras dadas por el cambio de gestión política, y a pesar de que Macri apenas llevaba diez días ocupando la jefatura de Estado, Szpolski y Garfunkel se desentendieron de los medios que habían creado o adquirido.

Hasta fines de 2015, el Grupo 23 estaba conformado por los diarios Tiempo Argentino y El Argentino, las radios América, Rock & Pop, Splendid y Vórterix, las revistas 7 Días y Cielos Argentinos, y el canal de televisión CN23. Para la primera mitad de 2016 ninguno de estos medios continuaba en manos de Szpolski y Garfunkel, aunque sus trabajadores y trabajadoras no pudieron acceder a la documentación que confirmara los correspondientes procesos de venta. Además del caso de Tiempo Argentino (ver en el apartado “El trabajo asociativo como refugio”), hubo 52 despidos en el portal Infonews y 126 en Radio América. En tanto, el 50% de Vórterix, el diario El Argentino, y el canal CN23 fueron vendidos al Grupo Indalo, liderado por Cristóbal López y Fabián De Sousa. En ese pase quedaron en la calle 123 personas solo del canal de noticias<sup>80</sup>. La venta de las radios Splendid y Rock & Pop a Fénix Entertainment Group acarrió consigo una situación que los sindicatos Aatrac, UTPBA, SAL y Sutep calificaron como de “despidos masivos” en una denuncia realizada ante el Ministerio de Trabajo (Guebara, 2017). Por otra parte, el periódico Miradas al Sur, que pertenecía al Grupo 23 a través de la empresa Ultrakem, había sido vendido en 2014 al Movimiento Evita, pero la publicación cerró sus puertas a finales de 2015 y 24 personas quedaron desocupadas y sin cobrar su indemnización (Cánepa, Baranchuk y De Charras, 2020). Para hacer frente a la situación descrita, en 2016 —en un contexto de crisis económica y aumento del desempleo— los trabajadores y trabajadoras de Tiempo Argentino, El Argentino Zona Norte e Infonews conformaron cooperativas de trabajo. Fueron en total 135 personas, de las cuales cerca de 100 integraron Tiempo Argentino; nació así el medio autogestivo más grande del país.

En líneas generales, las cifras brindadas por SiPreBA sobre la situación de los periodistas en el AMBA refieren a aquellos medios donde el sindicato tiene constituida una comisión interna, por lo que es factible que falte información sobre las problemáticas que atraviesa la totalidad de trabajadores registrados y no registrados en el sector de prensa. En este sentido, Cervilla sostiene que “es probable que sean muchos más los periodistas que perdieron su empleo”. Si-PreBA no es la única organización gremial que nuclea periodistas en el AMBA,

---

**80.** Indalo también despidió a 27 personas de la productora televisiva Ideas del Sur a finales de 2016.

**81.** Se crea el 25 de septiembre de 1986. Nuclea y representa a periodistas, trabajadores de prensa y comunicadores sociales del AMBA (Becerra y Marchetta, 2020)

en tanto el sindicato de prensa con personería gremial es la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA)<sup>81</sup>.

En CABA, el gremio con personería es la UTPBA, un sindicato sin representatividad en los lugares de trabajo, con pocos afiliados y sin delegados gremiales en las principales empresas de medios. Se trata, pese a esto, de la organización que durante los cuatro años de macrismo se sentó en las mesas de negociación colectiva y selló nuestras paritarias. (Comunicación por videollamada con Matías Cervilla, delegado gremial en Clarín por SiPreBA)

La negociación paritaria es un derecho laboral que se desprende del derecho a la libertad sindical y de asociación, consagrado en Argentina mediante la ratificación del Convenio 87° de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Al respecto, vale la pena mencionar que, según la Ley 23.551 de Asociaciones Sindicales, el sindicato con personería gremial, que debería ser el que registre la mayor cantidad de afiliados en el sector, es el único con potestad de discutir salarios y condiciones laborales.

Las paritarias que negoció UTPBA funcionaron como una pantalla en donde los empresarios, sin la voz legítima de sus empleados, son quienes definen las recomposiciones salariales. Este es el modelo que impulsó Cambiemos desde el Estado: la no-intervención estatal como forma de intervención en favor de los empresarios de medios. (Comunicación por videollamada con Paula Sabatés, delegada gremial en Página/12 por SiPreBA)

En rigor, durante el gobierno de Macri<sup>83</sup>, la UTPBA negoció paritarias siempre por debajo de la inflación. Es decir, los trabajadores y trabajadoras de prensa perdieron de modo sostenido su poder adquisitivo por cuatro años consecutivos. De acuerdo a SiPreBA (2019), los y las periodistas perdieron un 41,6% de poder adquisitivo acumulado entre 2016 y 2019<sup>84</sup>.

En otro orden, UTPBA sostiene que los conflictos laborales y salariales del sector de la prensa gráfica no se pueden circunscribir a un gobierno o mandato presidencial determinado, sino que son una cuestión con gran arraigo en el periodismo.

---

**83.** Si bien fueron contactados funcionarios del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (2016-2018), no se obtuvo una respuesta al momento de cerrar este capítulo.

**84.** En 2016, la inflación fue del 35% y el incremento salarial trepó al 30%. En 2017, 37,10% de inflación y 30% de paritarias. En 2018, hubo una inflación del 25,50% y la suba fue del 22,5%. Por último, en 2019, se negoció un 23% de aumento, mientras que la inflación fue del 53,8% (INDEC, 2019).

*“Los conflictos gremiales en prensa que se produjeron durante el mocrismo requieren de una memoria que, aún en lo acotado de un espacio, no pierda de vista la integralidad de una política de una organización como la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires. Imposible creer que todo comenzó bajo un gobierno determinado. (...) lo gremial no sólo se dirime dentro del campo corporativo, sino en un contexto de batalla cultural siempre al servicio del cambio político, social y cultural, que aún es una tarea tan permanente e irrenunciable como compleja”.* [Comunicación por correo electrónico con Lidia Fagale, secretaria general de UTPBA]<sup>85</sup>.

### 2.1.1. MEDIOS ESTATALES

El Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMyCP) fue creado el 10 de diciembre de 2015 mediante el Decreto 12/15, bajo la órbita de Jefatura de Gabinete<sup>86</sup> y conducido a lo largo de los cuatro años por Hernán Lombardi, exministro de Turismo, Cultura y Deportes de la Nación (2001) y exministro de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2007-2015).

Durante este período, los medios del Estado perdieron centralidad y sufrieron una fuerte caída en sus niveles de audiencia (ver Capítulo 7). También se produjeron afectaciones a la institucionalidad, recortes presupuestarios<sup>87</sup> y reducción de la planta de empleados (Rivero, 2018). Respecto a este último punto, SiPreBA (2019) precisó que en Radio Nacional se despidió a 214 trabajadores y en la agencia de noticias Télam 357 personas perdieron su puesto laboral<sup>88</sup>. Lombardi justificó su gestión argumentando que se trató de una necesidad para desmontar el aparato de propaganda kirchnerista y transformar a los medios estatales en un sistema plural, transparente y austero (Rivero, 2018). Sin embargo, Pablo Avello, exministro y luego exsecretario de Cultura de la Nación, puntualizó que, en

---

**85.** Contacto realizado el 23 de agosto de 2021.

**86.** Entre sus funciones el decreto señalaba: “intervenir en la administración y el funcionamiento” de RTA, coordinar con el Ministerio de Educación “el contenido y funcionamiento” de Encuentro, PakaPaka, DeporTV y del Polo de Producción Audiovisual, así como “entender” en la operación del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA) (Linares y Mallimaci, 2018, p.7)

**87.** Para ejemplificar los recortes presupuestarios, Linares (2019) toma la (des)inversión en la Televisión Pública en tres años del gobierno de Macri. El presupuesto asignado de 2016 fue de 207 millones de dólares, el de 2017 de 190 millones de dólares y el de 2018 de 136 millones de dólares. Esto tuvo como consecuencia directa la disminución de la producción de noticias. Incluso se suprimieron los noticieros de fin de semana.

**88.** Los despidos fueron obstaculizados por un plan de lucha de los trabajadores que duró 119 días: lograron que 282 personas retomaran sus puestos. Además, sobre el final de 2019, la Sala V de la Cámara del Trabajo ordenó la incorporación de 68 trabajadores más.

verdad, el objetivo no debió ser la reconversión ni transformación ni modernización, sino su cierre lisa y llanamente<sup>89</sup>.

En tanto, en las señales Encuentro, PakaPaka y DeporTV, la reducción de planta alcanzó al 50% entre retiros voluntarios y despidos, mientras que en la Televisión Digital Abierta (TDA) el número de despidos fue de 180 (Sosa, 2020). Por otro lado, según Linares y Mallimaci (2018), el SFMCP propuso, de modo unilateral, la modificación del convenio colectivo de prensa televisada y del convenio de empresa. Esta propuesta se tradujo en la eliminación de las horas extras y la reducción de hecho de los sueldos en Canal 7, que en algunos casos llegó al 40% del salario. En este contexto, la empresa planteó una negociación paritaria sin aumentos salariales, y alrededor de 200 trabajadores retirados a través de los planes de retiros voluntarios y de jubilaciones anticipadas desde diciembre de 2017, sin la sustitución de esos empleados.

## 2.2. SANTA FE

Ya desde la década de 1990, con el arribo del Grupo Vila Manzano, en la provincia de Santa Fe se registraban altos niveles de concentración de la propiedad de los medios de comunicación (Smerling, 2012). Pero con el cambio de gobierno de 2015 —y específicamente a partir de las modificaciones introducidas con el DNU 267/15— se alcanzaron niveles todavía superiores (Darioli, 2020). La precarización laboral y la pérdida de fuentes de trabajo de quienes se desempeñaban laboralmente en esas empresas se hicieron sentir en la región con cada pase de manos entre los dueños de los medios.

En el período que nos ocupa, la derogación efectuada mediante el citado DNU de las limitaciones para transferir licencias que establecía la LSCA, favoreció a grandes grupos económicos y contribuyó a consolidar la situación monopólica en la provincia. Ello se reflejó en el avance de Gustavo Scaglione y Nahuel Caputo en diferentes empresas líderes desde los multimedios Televisión Litoral y La Capital (Darioli, 2020), gracias a la habilitación dada en el período a los procesos de venta del Grupo Vila Manzano.

Desde los sindicatos de prensa observaron como consecuencias directas del DNU 267/15 un deterioro de las condiciones de trabajo y la disminución de las fuentes de trabajo. En relación a lo último, un primer caso muestra cómo la reforma de la LSCA tuvo también efectos en el manejo de los medios gráficos de la provincia:

Si bien la ley nada decía sobre los medios gráficos, el conglomerado

---

**89.** Avelluto lamenta "no haber hecho más para cerrar" los medios públicos (2 de mayo de 2020). Página/12. Disponible en: [pagina12.com.ar/263381-avelluto-lamenta-no-haber-hecho-mas-para-cerrar-los-medios-p](http://pagina12.com.ar/263381-avelluto-lamenta-no-haber-hecho-mas-para-cerrar-los-medios-p)

empresarial que tomó el control de La Capital estaba formado por el dueño del diario El Litoral de Santa Fe, Nahuel Caputo. Eso hizo que luego de un año en el diario de Rosario, decidieran cerrar la planta impresora de La Capital para imprimir en El Litoral (planta que comparte El Litoral con el Grupo Clarín, 50 y 50), por lo que alrededor de 60 trabajadores quedaron sin trabajo. La Capital quedaba así sin impresión propia después de 150 años. (Comunicación telefónica con integrante del Sindicato de Prensa de Rosario (SPR))

Una situación similar ocurrió con el Diario Uno de Santa Fe: previo a su venta, Vila Manzano cerró su edición impresa, lo cual decantó en la reducción de cerca de 40 puestos de trabajo vinculados a ese formato. En lo que a medios de prensa se refiere, Cristóbal López cerró el diario El Ciudadano que se editaba en Rosario y se reconvirtió en cooperativa (ver apartado “El trabajo asociativo como refugio”).

También la histórica *LT3 –AM 680–* atravesó un proceso de crisis a partir del abandono de su dueño en 2017. Aquel año, Guillermo Whpei vendió la radio a Vórtice Productora Multimédios, a cargo de César Giancrisostemi, en una operación que no fue registrada formalmente en el ENACOM (Couso, 2019; El Ciudadano, 2020), y dejó de pagar los sueldos de los 65 empleados que la conformaban. Desde el Sindicato de Prensa de Rosario manifiestan que hoy en día la radio funciona como una cooperativa ya que en la práctica la controlan los trabajadores. Estiman que cerca de la mitad de los trabajadores que tenía la radio hasta 2017 continúan actualmente.

Otro tanto ocurrió con los medios de gestión estatal: siete despidos que sumaron Radio Nacional Santa Fe (LRA 14) y Radio Nacional Rosario (LRA 5), con el cambio de gestión en 2015 y la nueva incorporación del canal de televisión de gestión estatal 5RTV<sup>90</sup>. El canal forma parte de Radio y Televisión Santafecina Sociedad del Estado, creada por Ley Provincial 13.394 acorde a los lineamientos de la LSCA:

Gracias a la LSCA se creó Radio y Televisión Santafecina. Actualmente van cuatro años del Canal 5RTV, que generó cerca de 100 nuevos puestos de trabajo y producciones locales. Ello explica que en Santa Fe ciudad haya sido bajo el impacto en pérdidas de fuentes de trabajo (...). En general, los medios en Santa Fe se dividen como la provincia: zona sur

---

**90.** El nombre de la sociedad refiere a las cinco regiones en las cuales se organiza la provincia de Santa Fe.

cubierta por canales de Rosario, y zona norte por los medios de Santa Fe. Pero este canal unificó, y tiene noticieros que cubren toda la provincia, con corresponsales. [Comunicación telefónica con Pablo Jiménez, secretario general de la Asociación de Prensa de Santa Fe (APSF)].

Con la creación de otros tres medios en la provincia entre 2016 y 2017 (los sitios web de las radios Aire de Santa Fe y LT9 y de Telefe Santa Fe) también se incorporaron nuevos puestos de trabajo en la provincia, que en total en el período se estima en 110. Es por ello que desde los sindicatos de prensa consideran que se pudo mitigar mejor que en otras regiones del país el impacto de la pérdida de fuentes laborales. No obstante, cabe destacar que, entre cierres de medios y de plantas gráficas, procesos de compra venta, despidos y retiros y jubilaciones anticipadas, en la provincia se perdieron más de 200 puestos, cifra que no incluye aquellos cargos que lograron recuperar las y los trabajadores/as de El Ciudadano y la LT3, tras la crisis generada por los antiguos dueños. El siguiente cuadro sintetiza la información recopilada:

TABLA 2. ESTIMACIÓN DE PÉRDIDAS DE PUESTOS DE TRABAJO Y DE GENERACIÓN DE NUEVOS PUESTOS EN LA PROVINCIA DE SANTA FE (2015-2019)

<b>Pérdida de fuentes de trabajo</b>	Cierre de planta impresora de La Capital y de edición impresa de Diario Uno	<b>100</b>
	Procesos de crisis en El Ciudadano y LT3	<b>50</b>
	Retiros y jubilaciones anticipadas	<b>43</b>
	Despidos en Radio Nacional	<b>7</b>
<b>Generación de nuevos puestos</b>	Creación de 5Rtv y medios digitales de LT9, Aire de Santa Fé y Telefé Santa Fé	<b>110</b>
<b>Puestos generados – puestos perdidos</b>		<b>-90</b>

Fuente: elaboración propia en base a estimaciones brindadas por el SPR y la APSF.

En lo referente a las condiciones laborales, los integrantes del SPR y de la APSF entrevistados para este escrito establecieron una analogía con lo ocurrido en el resto del país: pérdida del poder adquisitivo del salario en comparación con los índices de inflación; eliminación de subsidios y de pauta oficial nacional para medios pequeños; recortes en viáticos, francos, premios e incentivos en forma generalizada, entre otros factores que contribuyeron a graficar un “declive de la actividad periodística”. Para ellos, una frase oída a un empresario de medios en una reunión por paritarias a fines de 2015 condensa el sentido de lo que ocurrió en el período: “Ustedes tuvieron su tiempo. Ahora nos toca a nosotros”.

### 2.3. MENDOZA

Al igual que en la mayoría de los medios de todo el país, en los medios de la provincia de Mendoza también se evidenció un marcado retroceso en materia salarial y en las condiciones de trabajo tanto en grandes medios privados como en los públicos. A las consecuencias de trabajar en uno de los sectores que tuvo mayor caída del poder adquisitivo, se sumó la pérdida de más de 60 fuentes de trabajo (Fiochetta, 2018, p. 2).

TABLA 3: ESTIMACIÓN DE PÉRDIDAS DE FUENTES DE TRABAJO EN LA PROVINCIA DE MENDOZA, PERÍODO 2016-2019

Año	Cantidad de despidos	Retiros voluntarios
2017	9	-
2018	9	30
2019	12	-

Fuente: elaboración propia en base a información del Sindicato de Prensa de Mendoza (SiPreMza).

Como se desprende de la tabla 3, los años 2017 y 2018 fueron los más críticos para el gremio en la provincia, ya que se registraron despidos y más de 30 retiros voluntarios en el Diario Uno —que hacia 2018 cerró su edición papel— y despidos en Los Andes, Sitio Andino, RTA, entre otros medios. El SiPreMza se expresó sobre la situación en un comunicado publicado en 2018:



El golpe más reciente ocurrió en Grupo América Mendoza (Vila-Manzano), con una treintena de trabajadorxs (sic) que tuvieron que optar por su salida del multimedio, aunque los casos se repiten en todo el sector: Los Andes, LV 8 Radio Libertador, Radio y Televisión Argentina (RTA) y LV 4 San Rafael. (Fiochetta, 2018, p. 3)

En el período se ha notado un marcado contraste entre la expansión de la actividad del Grupo Vila Manzano en otras ciudades del país y su retiro del mercado de medios en Mendoza, que incluyó una acumulación de deudas en materia de aportes jubilatorios y cobertura de salud de sus empleados en la provincia:

Realizan los descuentos, pero se quedan con su plata, lo que configura un delito penal. Lo mismo ocurre con los aportes sindicales y convencionales. La mora en el pago de salarios y aportes al sistema de seguridad social también es una constante en Medios Andinos S.A. del Grupo Álvarez. (Fiochetta, 2018)

En el caso del diario Los Andes, perteneciente al Grupo Clarín, se registraron más de 20 despidos durante el lapso analizado, algunos de los cuales fueron fundamentados por necesidades de “reestructuración” (BBL, 2017), según consignaron desde el SiPreMza (BBL, 2017; FATPREN, 2017):

La secretaria general del Sindicato de Prensa de Mendoza (SiPreMza), Marisa Carrizo, agregó que es “el discurso de la necesidad de aggiornamiento de empresas como Los Andes y que esto acarrea la reforma laboral que no es, ni más ni menos, que ajuste, recorte, para que cierre lo que realmente pretenden: la multifunción, para que una persona cumpla las tareas que venían cumpliendo dos o tres y al mismo costo laboral” (...). “Tan claro está que avanzan hacia la precarización que a algunas de las personas despedidas se les ofreció continuar en el diario pero facturando en lugar de estar en relación de dependencia”. (FATPREN, 2017)

Lejos de resultar un caso aislado, la articulación entre los despidos y la precarización laboral apareció en los testimonios de integrantes del Sindicato como parte de un clima de época, en sintonía con lo ocurrido en otros sectores del mercado laboral argentino. Según consignó Mariano Fiochetta, secretario de Prensa y Propaganda del SiPreMza, en una comunicación personal, el “achicamiento de todos los medios” fue una constante, con la sola excepción de la

aparición del medio Memo perteneciente a Mendoza Post hacia fines de 2019. Como reflejo de las nuevas condiciones de contratación, se observó que, a pocos meses de haberse producido los despidos, en Los Andes se incorporaron “factureros”<sup>91</sup> para cubrir los puestos vacantes. Por último, del mismo modo que se registró en otras provincias, desde el sindicato denunciaron que la situación de precariedad en la que se encuentran muchos de los y las trabajadoras de prensa (con contratos temporales, incorporación de *freelance* y de pasantes) dificulta relevar con mayor exactitud la cantidad de puestos perdidos (estimados en 60 durante todo el lustro) así como los creados en el período.

#### 2.4. CÓRDOBA

A semejanza de lo que ocurrió en otras regiones, tanto periodistas en relación de dependencia como del sector autogestionado sufrieron las consecuencias de las políticas económicas y regulatorias de la administración de Cambiemos. Sin datos oficiales sobre el número de puestos de trabajo de prensa perdidos, destacamos el nivel de desafiliación al Círculo Sindical de la Prensa y Comunicación de Córdoba (CISPREN)<sup>92</sup>, en el período 2015-2019, que ilustra, en parte, la crisis en el sector. Mientras que hasta el año 2015 había cerca de 1800 afiliados, a finales de 2019 esa cifra bajó a 750. Es decir, el gremio perdió un 58% de afiliados en cinco años. Las bajas, por año, se distribuyen de la siguiente manera:

---

**91.** Se trata de una modalidad de contrato por la cual la empresa obliga a los colaboradores a facturar como monotributistas, bajo la figura de “proveedores de servicio”. Sin embargo, es un método de flexibilización y que oculta altos niveles de subordinación operativa con las empresas editoras (Henry, 2013). Esa situación convierte a los llamados “freelance” en el eslabón más débil de la cadena periodística: deben pagarse su obra social y hacer sus aportes, pero no cuentan con la posibilidad de ser “protegidos” por los sindicatos. Al mismo tiempo, enfrentan ciertas exigencias de calidad del producto, de exclusividad y de plazos de entrega de las notas. Esa relación es asimétrica e injusta, porque los colaboradores deben lidiar con la caída del valor por nota, el retraso en las fechas de pago, la falta de reembolso de sus viáticos, teléfono, conexión a Internet. Más información: <https://www.sipreba.org/gremial/emergencia-laboral-de-colaboradores-y-freelance-de-clarin-ole-y-revistas-de-agea/>

**92.** El Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN), con Personería Gremial 601, forma parte de la Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN).

TABLA 4: ESTIMACIÓN DE DESAFILIACIONES EN PRENSA EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA, PERÍODO 2015-2019

Año	Total de Pérdidas	Por empresa	Directo	Jubilaciones
2015	52	29	22	1
2016	49	38	10	-
2017	527	78	382	67
2018	48	34	14	-
2019	29	22	6	1

Fuente: elaboración propia en base a datos aportados por CISPREN/FATPREN.

En promedio, durante el lapso de cinco años, el 61,56% de las bajas perteneció al sector autogestionado (directo)<sup>93</sup>, mientras que un 28,51% de quienes se desafiliaron pertenecían a medios de comunicación del sector privado que fueron despedidos o tomaron el retiro voluntario, y “no tenían otra opción, por eso desde el sindicato le llamamos involuntarios, porque cuando el patrón quiere que te vayas se hace muy difícil seguir en la empresa” (María Ana Mandakovic, secretaria de FATPREN-Córdoba, comunicación por videollamada). Por último, el 9,78% de las desafiliaciones fueron por jubilaciones.

Entre los principales motivos a la desafiliación, entre asalariados, figuran los despidos en medios importantes de la provincia como es el caso de La Voz del Interior (Grupo Clarín), cuyo punto álgido se dio en enero de 2017 cuando la empresa cerró la planta gráfica y fueron despedidos 400 trabajadores entre ope-

---

**93.** Como se observa en el cuadro, durante 2017 se dio el mayor porcentaje de desafiliados de periodistas de medios autogestionados. Ello estuvo vinculado, principalmente, a un re-empadronamiento que hizo FATPREN aquel año, tras las elecciones del sindicato y el cambio de autoridades.

rarios y periodistas. En Córdoba se repitieron los retiros “voluntarios” y el cierre de empresas y publicaciones, entre las que se destacan *La Mañana de Córdoba*, con la desaparición de 60 puestos de trabajo (ver próximo apartado), y la edición impresa de *Día a Día* (Vía Córdoba) en diciembre de 2017.

Por otro lado, entre los trabajadores y trabajadoras vinculados a la autogestión, las desafiliaciones estuvieron motivadas principalmente “por no poder abonar las cuotas sindicales a causa de la precarización laboral”, aclara Mandakovic. Cabe destacar que el desarrollo de medios autogestivos tomó impulso en Córdoba con la creación del CISPREN<sup>94</sup>. A su vez, junto a Buenos Aires, es la región con más medios comunitarios, populares y alternativos actualmente operativos (Segura et al., 2018) y, en relación a la cantidad de habitantes, es la provincia con mayor cantidad de cooperativas de comunicación del país (Rossi y Oddone, 2021).

Las políticas del gobierno de Cambiemos se caracterizaron por la persecución, el ahogo financiero y desprestigio de los medios autogestionados, como también incumplimientos legales con ellos (Longo et al., 2017), por ejemplo, en la suspensión por parte del ENACOM de la apertura de nuevas líneas de fomento y el incumplimiento de pagos de proyectos adjudicados (ver Capítulo 3 de este libro). Esto afectó sustancialmente la sostenibilidad institucional de radios y emisoras comunitarias y, por tanto, la situación laboral de sus trabajadores y trabajadoras (Bilbao y De Toni, 2020). En los medios de prensa escrita, el principal condicionante fue la discrecionalidad en la pauta publicitaria que perjudicó especialmente a los medios de menor escala. La gestión de Cambiemos en Córdoba incrementó el gasto en pauta oficial en un 87% de 2016 a 2019, y los medios del Grupo Clarín en esa provincia fueron los más beneficiados (Espada y Marino, 2020).

En cuanto al número de medios de comunicación creados durante el periodo de análisis, es significativa la comparación que arrojan estudios anteriores (Bilbao y De Toni, 2020; Bilbao y Traversaro, 2018 y Longo et al., 2017) respecto a emisoras comunitarias (televisivas y radiales) en la provincia, antes y post Cambiemos. Entre 2008 y 2015, desde el comienzo del debate parlamentario y la plena vigencia de la LSCA, nacieron 22 nuevos medios comunitarios en Córdoba. Finalmente, entre 2016 y 2018, con la LSCA intervenida por los DNU, solo hubo dos nuevos medios de este tipo en dos años. Es decir, que en el marco de la LSCA, nació el triple de medios por año que en la época que la ley se modificó por los DNU<sup>95</sup>. Esto

---

**94.** Sobre el recorrido del CISPREN en Córdoba y la incorporación de trabajadores autogestionados desde 2002 a partir de la modificación por estatuto de la estructura gremial, ver Segura (2011) y Bilbao y De Toni (2020).

ejemplifica la pérdida de poder relativo y valor del sector en el nuevo contexto político y legal, por eso la sostenibilidad institucional de los medios comunitarios fue debilitada entre 2015 y 2019 (Bilbao y Traversaro, 2018).

### 3. EL TRABAJO ASOCIATIVO COMO REFUGIO

El cooperativismo asomó como alternativa comunicacional pero también como defensa de puestos laborales en el universo periodístico. Según el informe del programa Facultad Abierta de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA (2017), de las 23 empresas recuperadas durante los años 2016-2017, seis corresponden a medios de comunicación. En un contexto de debilidad de todos los indicadores económicos y sociales, la autogestión resultó una necesidad para muchos periodistas. Como señalamos anteriormente, uno de los casos más resonantes del período fue el de Tiempo Argentino. La decisión de convertirse en cooperativa cobró fuerza a partir de la edición especial que lanzaron en conmemoración del 40º aniversario del último golpe cívico militar el 24 de marzo de 2016, de la cual vendieron en mano más de 30 mil ejemplares. Esta respuesta social llevó a los y las trabajadoras a definir una salida colectiva ante la incierta situación en la que se encontraban por los manejos fraudulentos de la sociedad de Szpolski y Garfunkel, y por el *lock out* emprendido por Mariano Martínez Rojas, empresario que supuestamente había comprado el medio y que continuó con el legado de incumplimiento de los pagos de insumos, salarios y aportes.

En abril de 2016, trabajadores y trabajadoras del diario votaron la conformación de la cooperativa para editar Tiempo Argentino con el apoyo de sus lectores, de quienes provino el mayor porcentaje de ingresos para sustentar el medio durante el período (Tiempo Argentino, 2016). En contraste con la gestión de Szpolski-Garfunkel, coincidente con la etapa kirchnerista en la cual el Grupo 23 fue el mayor beneficiario en la distribución de la pauta oficial (Becerra, 2015b), en esta nueva etapa el diario no se sostuvo gracias al Gobierno nacional sino más bien a pesar de él. La inacción del Gobierno frente al vaciamiento del Grupo 23, primero, y a la violenta irrupción de Martínez Rojas en la redacción del diario, después, contrastó con las constantes referencias que hacía Macri a la defensa de la libertad de expresión. Frente a ese hecho de violencia empresarial que dejó varios daños en la redacción de la calle Amenábar en la madrugada del 4 de julio, el

---

**95.** Al finalizar el año 2020, Córdoba contaba con 29 medios comunitarios en funcionamiento (con personería jurídica), distribuidos de la siguiente manera: seis radios en Córdoba Capital, y 22 radios y una televisora en el interior cordobés (Bilbao y De Toni, 2020).

presidente se limitó a decir que “nadie tiene derecho a usurpar lo que no es de uno”, en referencia a los y las periodistas que se encontraban en el inmueble para defender sus puestos de trabajo (La Nación, 2016).

La cooperativa Por más Tiempo fue sostén durante todo el período de colectivos de periodistas que enfrentaron la desocupación con la decisión de autogestionarse. En ese contexto, acompañaron a varios diarios en su formación y en 2018 conformaron el Encuentro Nacional de Diarios Recuperados. Desde las cooperativas consultadas para este artículo<sup>96</sup> coincidieron en que sin el asesoramiento del medio y sin apoyo del tejido comunitario (lectores, ONG, gremios) hubiera sido imposible sortear las dificultades durante los cuatro años de gestión macrista.

Además de los porteños Tiempo Argentino, La Vaca y Cítrica (revista integrada por los ex trabajadores y trabajadoras del diario Crítica de la Argentina, cerrado en 2010), el Encuentro Nacional de Diarios Recuperados congregó a profesionales de El Independiente (La Rioja), La Nueva Mañana (Córdoba), Comercio y Justicia (Córdoba), El Diario del Centro del País (Córdoba), El Ciudadano (Rosario), El Correo de Firmat (Santa Fe) y Pulso Noticias (La Plata). También se unieron La Portada de Esquel (unión de dos diarios cerrados en esa ciudad) y medios digitales nativos como Infonews; todos ellos vigentes al cierre de estas líneas. Seis de esos doce medios recuperados corresponden a medios comerciales que cerraron sus puertas durante el periodo 2015-19.

El caso de El Ciudadano de Rosario es también representativo del sector autogestionado durante la etapa de análisis. Fue fundado como medio privado y con fines de lucro en 1998 por Orlando Vignatti, un empresario de Rosario que buscaba lanzar un diario que compitiera con La Capital. El proceso, desde entonces, atravesó diferentes etapas, con varios pases de manos propietarias. Apenas dos años después de su nacimiento, el medio tuvo su primera crisis y un centenar de periodistas quedó en la calle. “Hicimos de todo, desde llevar el reclamo a recitales, a tomar la Secretaría de Trabajo”, recuerda Silvina Tamous, actual jefa de redacción, síndica de la cooperativa y una de las periodistas que está desde el número cero (comunicación por videollamada). Con cambios en el producto, la reapertura llegó al mes, hasta que en 2001 el dueño pasó a ser Eduardo López, expresidente de Newell's también vinculado a los negocios del bingo. Luego devino otra etapa con Vignatti, y en 2015 el diario fue vendido, junto al diario porteño Ámbito, al Grupo Indalo, del empresario Cristóbal López.

Como tantos otros medios, el principal respaldo económico era hasta ese mo-

---

**96.** Estas son: La Portada de Esquel (Esquel), La Nueva Mañana (Córdoba) y El Ciudadano (Rosario).

mento la pauta publicitaria que distribuía, de manera discrecional, el Gobierno nacional en la gestión de Fernández de Kirchner. Cuando en 2015 el oficialismo perdió las elecciones frente a la coalición Cambiemos, El Ciudadano cerró, sus trabajadores fueron indemnizados y un total de 60 periodistas decidieron reconvertirse en un medio cooperativo, en un proceso de sinergia entre el diario papel y la web. Así lo cuenta Tamous:

Creímos que era el momento oportuno para armar la cooperativa, porque teníamos mucho apoyo de organizaciones. En noviembre de 2016 nos constituimos como cooperativa y si bien el macrismo hizo todo lo posible para que no sobrevivamos, lo hicimos. Se llegó a un punto en el que no te daban ni una nota. Una cosa muy difícil durante el macrismo era conseguir datos e información nacional, entonces nos apoyábamos mucho en los compañeros de Tiempo. (Silvia Tamous, periodista, comunicación por videollamada)

Las trabas burocráticas durante el periodo de Cambiemos hicieron que el seguro de desempleo para la autogestión, vía Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), se pudiera cobrar recién a finales de 2019, tres años después de la conformación de la cooperativa. Tampoco recibieron publicidad oficial del Gobierno nacional durante todo ese periodo. La distribución de pauta oficial de Provincia y Municipio (diferente tinte político a Cambiemos), sumado a la publicidad del sector privado, sostuvieron el proyecto.

El caso de La Mañana de Córdoba tiene sus similitudes y matices. Como medio privado nació en 1997 con la impronta del empresario periodístico Julio Ramos, fundador de *Ámbito Financiero*. Luego de que Ramos vendiera el diario en 2004, por la redacción de calle Maipú pasaron varios propietarios hasta su cierre definitivo, en junio de 2016. En la semana del periodista de aquel año, los hermanos Raúl y Eduardo Varetto, los últimos dueños de esa cadena de desmanejos, cambiaron el domicilio legal de la empresa, impidieron a sus periodistas ingresar a la redacción, donde había funcionado el diario por casi 20 años, y 61 familias quedaron en la calle:

Todo lo que teníamos quedó tirado en el estacionamiento. No se fundieron, no nos despidieron. Desaparecieron de un día para el otro. Yo desisté de hacer juicio pero hay compañeros que lo hicieron y no pudieron cobrar porque no había nada de dónde cobrar. Tenían el medio para tener pauta publicitaria y llegó un momento en que no pudieron sostenerlo porque dependían de eso. (Gabriela Yalangozian, comunicación por videollamada)

En La Nueva Mañana tuvieron que arrancar de cero, teniendo en cuenta que ni siquiera tenían un espacio físico donde reunirse. Fue el Círculo Sindical de la Prensa y Comunicación de Córdoba el apoyo emocional y material para quienes pensaron el trabajo asociativo como una alternativa. Allí construyeron su redacción, donde funciona en la actualidad, y 29 periodistas firmaron el acta fundacional en junio de 2016 (actualmente son 19 asociados). La base económica para el proyecto provino de la propia organización de esos periodistas, de artistas locales que participaron en una peña a beneficio en el comedor de la Universidad Nacional de Córdoba, y de organizaciones sociales y políticas. “El armado de la cooperativa fue un proceso larguísimo, porque nadie del gobierno le daba importancia al INAES. Sin papeles, no podíamos facturar publicidad”, recuerda Yalangozian. Finalmente, La Nueva Mañana salió a la calle 16 de septiembre de 2016 y recién ocho meses más tarde pudieron cobrar su primer —y modesto— “anticipo de retorno”<sup>97</sup>.

Una situación similar a la que cuenta Gabriela vivieron las trabajadoras y trabajadores de prensa de Esquel, cuando cerraron casi en simultáneo los diarios El Oeste (el más antiguo de la ciudad) y Páginas del Sur. Esa conjunción dio lugar a La Portada, el primer medio autogestivo de la región. Durante parte de 2015 y durante todo 2016 sus periodistas coincidieron en un escenario de sueldos impagos, vaciamiento, cierre y escepticismo<sup>98</sup>. “Un día nos encontramos con que teníamos menos mobiliario, al otro día nos cortaron el gas y luego nos retiraron la llave de la redacción”, recuerda Eva Herrera, una de las experiodistas de Páginas del Sur, actual integrante de la cooperativa (comunicación por videollamada). De un total de 30 personas entre ambos medios, solo ocho decidieron embarcarse en el desafío del primer medio cooperativo de la región.

Nuevamente, la distribución de la pauta oficial era lastre y justificación de cierre para los empresarios mediáticos. Hubo reclamos gremiales, con retención de tareas, movilizaciones en la calle e instancias legales; sin embargo, solo los periodistas de El Oeste pudieron cobrar una fracción de lo adeudado. Sobre el proceso que siguió al cierre, la periodista destaca lo siguiente:

---

**97.** Es el equivalente en la cooperativa del salario individual de cada trabajador. Los asociados de las cooperativas no poseen como objetivo el obtener ganancias repartibles, como en las sociedades comerciales. En ese sentido, perciben una porción de los excedentes repartibles, figura que se conoce como retorno a los asociados. “Ese excedente tendría que ser anual, cerras balance y repartís, pero para hacerlo mensualmente utilizás el anticipo de retorno”, aclara Gabriela.

**98.** El Oeste y Páginas del Sur eran propiedad de los empresarios locales Agustín Morán y Urbano Fleibani, respectivamente.



Nunca se había visto en Esquel que los trabajadores de prensa estuvieran en la calle tocando el bombo por el derecho al salario (...). Tuvimos mucho apoyo de la comunidad, tanto en la etapa de retención de tareas como en el proceso de formación de cooperativas. Sin el apoyo de la gente y de las organizaciones sociales y gremiales no lo hubiéramos conseguido. (Eva Herrera, comunicación por videollamada)

La Portada de Esquel salió a escena tanto en papel (semanario) como en la web el 7 de junio de 2017, en el día del periodista. El viejo edificio donde funcionaba El Oeste no era propiedad de los antiguos dueños, sino un inmueble en alquiler que su dueño cedió de modo gratuito hasta que pudieran acomodarse. Escenas de colaboración como esa hicieron que la autogestión se convirtiera en el sistema de organización social y económico para esas familias esquelenses.

En la ciudad bonaerense de La Plata se destaca el caso del cierre del Diario Hoy, tras 25 años de circulación y convertirse en la mayor competencia editorial para el centenario diario El Día. Con sus dueños detenidos por lavado de dinero, el Hoy cerró sus puertas en noviembre de 2018 y dejó en la calle a unas 200 personas (entre periodistas, operarios y administrativos), según datos del Sindicato de Prensa Bonaerense. De ese universo, un puñado de 20 periodistas del diario y de la Red 92 (la emisora que pertenecía al grupo) decidieron conformar la cooperativa Pulso Noticias Ltda, editora del diario digital Pulso Noticias, el 7 de junio de 2018.

Las cooperativas de trabajo y las pymes conforman uno de los sectores más afectados durante el periodo de Cambiemos. Durante 2015-2019, los datos del INAES muestran que no solo se desatendieron las necesidades de las cooperativas, sino que se canceló la mitad de las matrículas del sector (Stagnaro, 2020). Por otro lado, la situación económica de ese periodo (aumento de tarifas, contracción del mercado interno, apertura indiscriminada de importaciones) derivó en bajas de producción y pérdida de puestos de trabajo. Hasta diciembre del 2015 se registraba un panorama de expansión del número de empresas y trabajadores, pero en el 2017 se observa una disminución absoluta de 1400 puestos de trabajo (Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 2017). La política implementada fue de menor ejecución de los programas de subsidios del Estado y trabas burocráticas para el cooperativismo. En suma, un desfinanciamiento desde el Estado hacia ese sector.

#### **4. LECTURAS FINALES**

En este capítulo brindamos un panorama sobre la situación de los medios de comunicación, las condiciones laborales de sus periodistas y las estrategias que

implementaron esos trabajadores y trabajadoras de prensa, golpeados por una crisis que no es sólo local ni del pasado reciente, pero que sí se acentuó durante la gestión de Cambiemos (2015-2019). Aunque no fue posible rastrear datos oficiales y precisos sobre la cantidad de puestos de trabajo perdidos a nivel nacional, la información aportada por integrantes de CISPREN, FATPREN, SiPreBA, SiPreMza, SPR y APSF y de las cooperativas, nos permitieron validar y complementar trabajos previos sobre el escenario crítico que atravesó el sector en las regiones más pobladas (AMBA, Santa Fe, Córdoba y Mendoza).

Sin perez alguna para cambiar las reglas de juego en políticas de comunicación, Macri barrió los principales puntos de la LSCA en el primer mes de su mandato y eso impactó en los procesos de compra-venta de canales y señales de TV, a partir de los cuales salieron favorecidos los grandes grupos mediáticos. Sumado a ello, la discrecionalidad en la pauta oficial perjudicó especialmente a medios de escala pequeña y sin fines de lucro. Con esa plataforma se produjo el vaciamiento y cierre de emisoras de radio, revistas, diarios, agencias de noticias, entre otros medios, y la consecuente eliminación de fuentes de trabajo y profundización de la precarización laboral.

Solo en la región del AMBA, según datos del SiPreBA, se perdieron más de 3000 puestos de trabajo de prensa gráfica. Se trata de un número que desde el propio gremio reconocen incompleto porque contabiliza solo los medios donde el sindicato tiene constituida una comisión interna. En Santa Fe se estima un saldo de, al menos, 90 puestos eliminados, sin contabilizar los periodistas que decidieron apostar al cooperativismo de prensa como modo de supervivencia, tras el cierre de las empresas en las que se desempeñaban. De igual manera, en Mendoza se calculan 60 puestos de trabajos perdidos en el lapso de tres años, de los cuales la mayoría resultaron de multimedios como el Grupo América Mendoza (Vila-Manzano) y Los Andes (Grupo Clarín), y en medios públicos como LV 8 Radio Libertador y LV 4 San Rafael. En Córdoba, una muestra de la situación crítica en el sector periodístico fueron las solicitudes de desafiliación sindical: más de la mitad de los trabajadores y trabajadoras de prensa registrados en CISPREN dieron de baja su condición de afiliado durante el periodo 2015-2019, al no poder sostener la cuota sindical o haber perdido su fuente laboral.

En suma, los números reflejan de modo parcial el panorama de los medios y de sus periodistas durante el macrismo, porque fueron más los que quedaron a la deriva que aquellos que pudieron sobrevivir, con tanta cuota de esfuerzo como de incertidumbre. Además, se destaca la falta de precisión en las

cifras de puestos eliminados, lo que demuestra, una vez más, la inexistencia de censos periodísticos (Amado, 2017) que permitan obtener un “mapa” de la profesión a nivel nacional y conocer cuáles son las condiciones laborales del conjunto de periodistas.

Salida, alivio o refugio, las cooperativas se convirtieron en la nueva forma de sobrevivir al oficio. Sin embargo, la lógica pro-mercado, que caracterizó al gobierno de Macri, condicionó la organización productiva y financiera de los medios cooperativos. Por ejemplo, la burocracia administrativa alargó los plazos para la conformación legal de esos sectores, a la vez que paralizó concursos, subsidios y el pago de publicidad oficial. Los testimonios de integrantes de diarios autogestivos coinciden en las serias dificultades que atravesaron para hacer frente a los costos de impresión y distribución, o solventar alquileres y servicios de luz, gas e Internet para el funcionamiento básico de una redacción. La mayoría vio tarde y deslucido su “retorno de asociado” (el equivalente a un sueldo), y resistió porque tenía otra fuente laboral que les permitió “banca” la cooperativa durante meses. Fue el sacrificio de cada periodista, el apoyo de los gremios, movimientos y ONG y, como quedó plasmado en las entrevistas, de los lectores y audiencias, lo que permitió que esos medios autogestivos, nacidos en crisis durante el macrismo, pudieran perdurar.

La eliminación de fuentes de trabajo no cabe solo en el universo de medios de pequeña escala o críticos a la gestión de Cambiemos. En la calle quedaron, también, periodistas de grandes y tradicionales grupos mediáticos; medios que, a pesar de haber sido los más beneficiados por el Gobierno que les permitió expandirse como pocos en un mercado sumamente concentrado, achicaron sus plantillas, tal como se observa en el número de despidos de Clarín y La Nación. Esto supone una mayor precarización de las condiciones laborales al interior de las redacciones, con salarios por debajo de la canasta básica, mayor sobrecarga laboral, aumento del pluriempleo y de la polifuncionalidad, entre otros rasgos que no son novedosos en el periodismo local, pero que sí se profundizaron durante el último lustro (De Charras, Lozano y Baladrón, 2020).

El panorama descrito coincide con una etapa de fuertes cambios en los procesos productivos y del trabajo en el sector periodístico a nivel global. Aunque no fue propósito de este capítulo, es necesario enmarcarlo en un escenario convulsionado para las industrias culturales tradicionales, porque atraviesan una crisis de naturaleza tecnológica, económica y cultural, con impacto en las condiciones laborales y en la forma de sentir y transitar el periodismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amado, A. (2017). Las periodistas desde los estudios del periodismo: perfiles profesionales de las mujeres en los medios informativos. *Cuestiones de género, de la igualdad y la diferencia*, 12, 325-346.
- Becerra, M. (2015a). Cultura y comunicación: la revolución digital con final abierto. *Fibra. Tecnologías de la Comunicación*, 1(4), 24-29.
- Becerra, M. (2015b). De la concentración a la convergencia. Buenos Aires: Paidós.
- Becerra, M. (2020). Medios en quiebra. Transformaciones, cambios en el ecosistema y nuevos actores en la era de la digitalización de los flujos de información y comunicación. En L. Africano (Ed.), *La vida digital de los medios y la comunicación*. Editorial Granica.
- Becerra, M., y Marchetta, T. (2020). Anexo documental. Los medios de comunicación, sus dueños, organizaciones empresarias y sindicales. En R. Sietecase (Ed.), *Periodismo: instrucciones de uso* (pp. 155-178). Buenos Aires: Prometeo.
- Bilbao, C., y De Toni, B. (2020). Trabajadoras/es de medios comunitarios, alternativos y populares de Córdoba: entre la mejora de sus condiciones laborales y la sostenibilidad de las emisoras [Tesis de grado de la Licenciatura de Comunicación Social]. Universidad Nacional de Córdoba.
- Bilbao, C., y Traversaro, N. (2018). Mapeo y descripción general de los medios sin fines de lucro de la provincia de Córdoba. XX Congreso REDCOM, Universidad Nacional de Villa María, Córdoba.
- Cánepa, A., Baranchuk, M., y De Charras, D. (2020). Conflictos laborales en los medios de comunicación: cuando gobierna el patrón. En D. Loreti et al. (Eds.), *Futuro por pasado: regresión de derechos en las políticas de comunicación del gobierno de Mauricio Macri*. Buenos Aires: IEALC.
- Carboni, O., y Retegui, L. (2018). El lento y sostenido sangrado de Télam. *Letra P*. Disponible en: <https://www.lettrap.com.ar/nota/2018-4-15-10-12-0-el-lento-y-sostenido-sangrado-de-telam>
- Couso, L. (18 de agosto de 2019). Casa nueva, problemas viejos. Redacción Rosario. Disponible en: <https://redaccionrosario.com/2019/08/18/casa-nueva-problemas-viejos/>
- Darioli, J. P. (1 de septiembre de 2020). Por qué compra todo el matrimonio que devora medios en Rosario. *Letra P*. Disponible en: <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-9-1-12-45-0-por-que-y-para-que-se-compra-todo-el-matrimonio-que-devora-medios-en-rosario>
- De Charras, D., Lozano, L., y Baladrón, M. (2020). Cuatro años de precarización

institucional, concentración y regresividad. En D. Loreti et al. (Eds.), *Futuro por pasado: regresión de derechos en las políticas de comunicación del gobierno de Mauricio Macri*. Buenos Aires: IEALC.

- Despidos masivos en diario Los Andes (17 de agosto de 2017). BBL. Disponible en: [https://bbl.com.ar/nota\\_3347\\_despidos-masivos-en-diario-los-andes](https://bbl.com.ar/nota_3347_despidos-masivos-en-diario-los-andes)
- Espada, A., y Marino, S. (7 de febrero de 2020). Pauta oficial: radiografía de una distribución discrecional y electoralista. *Tiempo Argentino*. Disponible en: <https://www.tiempoar.com.ar/politica/pauta-oficial-radiografia-de-una-distribucion-discrecional-y-electoralista/>
- Facultad de Filosofía y Letras de la UBA (2017). Datos preliminares del informe de situación de las empresas recuperadas por los trabajadores a fines de 2017. Disponible en: <http://www.recuperadasdoc.com.ar/preliminar2017.pdf>
- Federación Argentina de Trabajadores de Prensa (FATPREN) (17 de agosto de 2017). Mendoza: Repudio por despidos en Los Andes. Disponible en: <https://fatpren.org.ar/repudio-por-despidos-en-el-diario-los-andes/>
- Fiochetta, M. (2018). La realidad crítica de las y los trabajadores de prensa mendocinos. *SIPreMza*. Disponible en: <https://sipremza.com.ar/la-realidad-critica-de-las-y-los-trabajadores-de-prensa-mendocinos/>
- Guebara, I. (15 de noviembre de 2017). Fénix vuelve a tomar el control de Rock and Pop. *Silencio*. Disponible en: <https://silencio.com.ar/noticias/lo-ultimo/fenix-vuelve-tomar-control-rock-pop-25909/>
- Hopp, M. V. (2018). Sostenibilidad y promoción del trabajo asociativo, cooperativo y autogestionado en la Argentina actual. *Otra Economía*, 11(20), 156-173.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2019). Índice de precios al consumidor (IPC), 34 (1). Disponible en: [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc\\_01\\_20578B3E8357.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_01_20578B3E8357.pdf)
- Linares, A., y Mallimaci, M. (2018). Los medios estatales de Argentina a partir de la asunción de la alianza Cambiemos en el Gobierno nacional (2016-2018). *Question*, 1(61). Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4985/4464>
- Linares, A. (2019). Medios públicos en el macrismo: ajuste, vaciamiento y resistencia.
- Letra P. Disponible en: <https://www.letrap.com.ar/nota/2019-11-11-16-50-0-medios-publicos-en-el-macrismo-ajuste-vaciamiento-y-resistencia>
- Longo, V., Segura, M. S., Villagra, E., Hidalgo, A., Traversaro, N., Linares, A., Kejval, L., y Vinelli, N. (2017). *Regresión. Las nuevas políticas para medios comuni-*

tarios en Argentina. Logos, 24(1), 37-51. Disponible en: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/28266/21304>

- Los trabajadores de LT3 recuerdan que Whpei no es ningún “empresario ejemplar” (24 de julio de 2020). El Ciudadano. Disponible en: <https://www.elciudadanoweb.com/los-trabajadores-de-lt3-recuerdan-que-whpei-no-es-ningun-empresario-ejemplar/>
- Media Ownership Monitor Argentina (2019). El poder de los medios: ¿quiénes son los dueños de los medios en Argentina? Tiempo Argentino, Reporteros Sin Fronteras. Disponible en: <https://argentina.mom-rsf.org/es/>
- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (s/f). Situación y evolución del trabajo registrado. Disponible en: <http://www.trabajo.gob.ar/estadisticas/trabajoregistrado/index.asp>
- Qué dijo Macri sobre el ataque a la redacción de Tiempo Argentino (7 de julio de 2016). La Nación. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/politica/que-dijo-macri-sobre-el-ataque-a-la-redaccion-de-tiempo-argentino-nid1916224/>
- Quien nos banca (4 de junio de 2016). Tiempo Argentino. Disponible en: <https://www.tiempoar.com.ar/nota/quien-nos-banca>
- Retegui, L. (2020). Métricas y cuantificación del rendimiento individual de los periodistas: un estudio al interior de una sala de redacción. Austral Comunicación, 9(1), 45-67. DOI: <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0901.ret>
- Rivero, E. (2018). La mala hora: Cambiemos y su política de medios públicos. Fibra. Tecnologías de la Comunicación. Disponible en: <http://papel.revistafibra.info/la-mala-hora-cambiemos-politica-medios-publicos/>
- Rossi, D., y Oddone, M. (2021). Evolución de las cooperativas TIC en Argentina. Distribución territorial y servicios ofrecidos. Serie Estudios Situados de Conectividad, de la Cátedra Libre de la Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <http://catedraconectividadunlp.com/>
- Segura, S., Linares, A., Espada, A., Longo, V., Hidalgo, A., Traversaro, N., y Vineλλι, N. (2018). La multiplicación de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo, 9, 88-144. DOI: 10.15304/ricd.2.9.5530
- Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA) (10 de junio de 2019). Relevamiento de situación laboral en los medios de CABA durante 2018-2019. SiPreBA. Disponible en: <https://www.sipreba.org/secretarias/asuntos-profesionales/relevamiento-de-situacion-laboral-en-los-medios-de-caba-durante-2018-2019-sipreba/>

- Sosa, F. (2020). El Cambio en los medios: lo que Macri nos dejó. 25 horas. Disponible en: <https://25horas.com.ar/el-cambio-en-los-medios-lo-que-macri-nos-dejo/>
- Smerling, T. (2012). La concentración de la propiedad de los medios en Rosario: 1997/2007. La trama de la comunicación, 16. Universidad Nacional de Rosario.
- Stagnaro, R. (10 de mayo de 2020). Mario Cafiero: "El macrismo cometió un cooperativicidio". Tiempo Argentino. Disponible en: <https://www.tiempoar.com.ar/nota/mario-cafiero-el-macrismo-cometio-un-cooperativicidio>