



# **INFORME 2016**

## Observatorio y alerta laboral de periodistas (FOPEA)

INFORME ESPECIAL

### **Crisis en los medios y situación laboral de los periodistas en 2016**

Por: Gabriel Michi y Vanina Berghella

## **CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES | MARZO 2017**

Este informe fue elaborado por el equipo de trabajo del **Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)**.

### **Contactos:**

Néstor Scлаuzero. Presidente de FOPEA | mail: [nsclauzero@yahoo.com](mailto:nsclauzero@yahoo.com)

Vanina Berghella, Directora Ejecutiva de FOPEA | mail: [vberghella@fopea.org](mailto:vberghella@fopea.org)

La elaboración de este informe contó con la colaboración especial de María cecilia Toledo.

**Info:** [www.monitoreofopea.com](http://www.monitoreofopea.com)

# AUTORIDADES Y EQUIPO DE FOPEA

## **COMISIÓN DIRECTIVA DE FOPEA**

### **Presidente:**

Néstor Sclauzero - Canal 7 (Televisión Pública), Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

### **Vicepresidente:**

Alfredo Zacarías - Diario La República. Ciudad de Corrientes, Corrientes.

### **Secretaria:**

Stella Bin – Periodista Freelance. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

### **Prosecretaria:**

Amalia Eizayaga - Universidad Nacional de Jujuy y UCSE Sede Jujuy. San Salvador de Jujuy, Jujuy

### **Vocales titulares:**

Mariela Arias - Diario La Nación. Río Gallegos, Santa Cruz.

Juan Mascardi - Universidad Abierta Interamericana. Rosario, Santa Fe

Jorge Elías - Radio Continental y Canal 7 (Televisión Pública). Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Hugo Martín Alonso - Diario Río Negro y Periódico La Comuna. General Roca, Río Negro

### **Vocales suplentes:**

José Crettaz - Diario La Nación. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Diego Marconetti - Diario La Voz del Interior. Ciudad de Córdoba, Córdoba

### **Tesorero:**

John Reichertz - Contact Insights. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

### **Protesorero:**

Mariel Fitz Patrick - Canal 7 (Televisión Pública), Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

### **Órgano de Fiscalización:**

Titular: Gabriel Michi - FM Nacional Folklórica. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Suplente: Fabio Ladetto - Diario La Gaceta - San Miguel de Tucumán, Tucumán

## **STAFF FOPEA**

### **Directora Ejecutiva de FOPEA:**

Vanina Berghella

### **Asistente Administrativa:**

Beatriz Pazos

### **Asistente de Comunicación y Medios Digitales:**

María Cecilia Toledo

### **Equipo Multimedia:**

Agustín Tonet – Pablo Hamada - Romina Jorge.

## SOBRE FOPEA

### **EL ORIGEN DE FOPEA**

En julio de 2003, un grupo de profesionales de medios y profesores de periodismo resolvieron impulsar la creación de un espacio de reflexión, de diálogo y de promoción de la calidad de la profesión periodística. Estaban movilizados por el 20° aniversario de la recuperación de la democracia y con la certeza de que la calidad del periodismo es decisiva para la calidad de la democracia.

**FOPEA** se planteó como misión contribuir a mejorar la calidad del periodismo a través de la capacitación profesional, la elevación de los estándares éticos y la defensa de la libertad de expresión. No nació para ocupar el espacio de otras asociaciones, entidades o sindicatos, sino para trabajar en conjunto con todas, sin ninguna exclusión.

Una característica esencial, desde sus comienzos hasta hoy, es la estrecha relación entre los profesionales y los docentes de periodismo. Creemos que mediante esta asociación podemos contribuir a mejorar tanto la práctica profesional como también la enseñanza profesional, la que muchas veces está demasiado alejada de la experiencia periodística real.

Desde FOPEA intentamos que el periodismo argentino, que tanto ha hecho por mejorar la vida comunitaria, también esté a la altura, de lo que la sociedad necesita.

### **OBJETIVOS**

- Promover debates sobre las cuestiones más relevantes de la práctica periodística.
- Promover las prácticas en defensa de la libertad de expresión y denunciar y trabajar contra las restricciones impuestas a este derecho básico de la democracia.
- Promover el diálogo con todos los sectores involucrados en la profesión.
- Promover el diálogo con todos los sectores sociales.

# SOBRE EL PROGRAMA DE MONITOREO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LA ARGENTINA

## **OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN**

- Analizar e intervenir ante ataques a la libertad de expresión y asistir a quienes sean víctimas de diferentes tipos de censura
- Establecer una red federal de periodistas que detecte e investigue casos de violaciones a la libertad de expresión
- Elaborar un registro de los casos observados para identificar obstáculos sistemáticos al ejercicio de este derecho
- Trabajar con otras organizaciones o individuos para formular iniciativas de orden público en el área de la libertad de la expresión

## **FUNDAMENTOS DEL PROGRAMA**

El **Monitoreo de la Libertad de Expresión de FOPEA** tiene por fin detectar las limitaciones a la libertad de expresión, muchas de ellas directas y evidentes (agresiones físicas, amenazas, etc.), como así también las más sutiles. Asimismo, nuestra organización es consciente de que muchos casos en los que los periodistas que son víctimas de ataques a la libertad de expresión por parte de gobiernos, organizaciones o privados, no son difundidos precisamente por temor a represalias comerciales, laborales o físicas. Ayudar a vencer esas barreras es un objetivo central del **Monitoreo**. El programa es federal, busca atender casos que ocurren en las grandes ciudades y en los pueblos pequeños de todo el país.

El **Monitoreo**, que existe desde 2008 y se enmarca dentro del **Programa de Libertad de Expresión de FOPEA**, tiene entre sus áreas de trabajo: analizar e intervenir ante ataques a la libertad de expresión y asistir a quienes sean víctimas de diferentes tipos de censura; establecer una red federal de periodistas que detecte e investigue casos de violaciones a la libertad de expresión; elaborar un registro de los casos observados para identificar obstáculos sistemáticos al ejercicio de este derecho y trabajar con otras organizaciones o individuos para formular iniciativas de orden público en el área de la libertad de la expresión.

## PRESENTACIÓN

### A seguir adelante, aún no llegamos a la meta

Por Alfredo Zacarías

**Vice Presidente de FOPEA y miembro de la Comisión del Monitoreo**

Hagamos un breve resumen de lo que más adelante se va a analizar en detalle. 2016 nos dejó, de acuerdo al estudio realizado por el **Monitoreo de Libertad de Expresión del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)**, **65 ataques directos a la libertad de expresión en la Argentina**. Esta cifra implica 29 menos que en el año 2015 y 113 menos que en 2014, cuando los casos treparon a 178.

De los 65 ataques del 2016 investigados y verificados en profundidad, 46 se produjeron en las provincias, 18 en la ciudad de Buenos Aires, en tanto que uno provino del exterior; 15 fueron provocados o llevados adelante por personas ligadas a la política, la mayoría funcionarios públicos; 9 fueron cometidos por efectivos pertenecientes a fuerzas de seguridad; 7 por funcionarios de la Justicia y 5 por propietarios de medios de comunicación. Los ataques fueron desde el hostigamiento con amenazas, en algunos casos de muerte, pasando por la censura, la violencia psíquica e, incluso física.

A simple vista podemos decir que hubo una reducción notable de los casos de ataque a la prensa. Pero debemos preguntarnos si es suficiente o no. Desde **FOPEA** creemos que no, que aún estamos lejos de los estándares que nos puedan hacer sentir orgullosos y seguros en el ejercicio de la profesión que elegimos.

Por ahora estas son solo cifras alentadoras, nada más. El objetivo aún está lejos, y eso nos obliga a redoblar esfuerzos desde **FOPEA** y desde el **Monitoreo de Libertad de Expresión** que reúne, vale la pena recordarlo, un pequeño ejército de voluntarios a lo largo de todo el país, personas que entregan su tiempo y ponen mucho en riesgo no pocas veces, de manera absolutamente desinteresada, con el único objetivo de crear un mejor escenario para la práctica del periodismo en nuestro país.

**FOPEA** constituyó al monitoreo, no nos cansaremos de decirlo, en una suerte de columna vertebral de su accionar, pero no de una acción que lleva a la mera distribución de comunicados de repudio que muchas veces son claramente insuficiente ante un caso de ataque a la libertad de expresión o del libre ejercicio del periodismo.

El **Monitoreo de Libertad de Expresión** funciona en base a un protocolo de actuación reflejo de los más altos estándares de trabajo de organizaciones similares en el mundo. Cada

posición, cada acción del monitoreo está respaldada por una investigación que nos lleva a hablar con todas las partes de cada conflicto mas allá de su posicionamiento ideológico.

Muchas veces ese trabajo minucioso que sólo busca la acción más efectiva en salvaguarda de quienes son atacados, no es cabalmente comprendido. No siempre un pronunciamiento público es útil a la hora de enfrentar un ataque a la libertad de expresión. Hay ocasiones donde gestiones silenciosas dan un mayor marco de seguridad a nuestros colegas que la difusión de un comunicado.

Las urgencias de las demandas, más cuando son asumidas desde la distancia, muchas veces no están regidas por la serenidad del análisis de una acción y sus consecuencias, algo de lo que desde el Monitoreo de **FOPEA** intentamos no apartarnos nunca.

Es filosofía inquebrantable del Monitoreo además que a la hora de analizar cada caso no existan barreras ideológicas de ningún tipo. El protocolo se aplica a todos por igual y solo hay urgencia cuando la vida o la seguridad física de un colega está en riesgo. Estos aspectos deben ser comprendidos por quienes quieran interpretar nuestras acciones que no apuntan a otra cosa que a hacer de la Argentina un país más seguro para la práctica de la profesión y la libertad de expresión.

Todos estos factores, entendemos, constituyen las principales fortalezas del **Monitoreo de Libertad de Expresión de FOPEA**: su independencia, la minuciosidad de sus investigaciones, la solidez de sus pronunciamientos y la transparencia de nuestros posicionamientos.

Vaya una vez más, como cada año, el agradecimiento a la legión de voluntarios que de norte a sur, y de este a oeste de la Argentina asumen el desafío de trabajar para el Monitoreo con los riesgos que eso implica muchas veces, mas aún en las ciudades chicas.

A los colegas de todo el país, el aliento a seguir en la práctica del periodismo sosteniendo y respetando valores éticos y el mensaje de solidaridad y apoyo que siempre van a encontrar en **FOPEA** y en su **Monitoreo de Libertad de Expresión**.

Acá estamos, y acá seguiremos estando.

# INFORME ESPECIAL – Crisis en los medios y situación laboral de los periodistas en 2016

## El periodismo argentino afectado por la crisis de los medios

**Por Vanina Berghella (Directora Ejecutiva de FOPEA) y Gabriel Michi (Miembro de la Comisión Directiva de FOPEA)**

La industria de los medios a nivel mundial está transitando una fuerte crisis estructural desde hace 10 años. La debacle financiera que se inició en el año 2008, y que impactó especialmente a los Estados Unidos y Europa fue la punta del ovillo para que los medios -ahora con enfoque multiplataforma-, comenzaran a revisar sus modelos de negocios y sus modelos organizacionales que heredaron de una industria de medios, mayoritariamente gráfica.

Los reportes de la época indican que entre 2008 y 2009, en Estados Unidos unos 35.000 periodistas quedaron sin trabajo a raíz de despidos por reducción de planta o cierre de medios, algunos de ellos centenarios. Sólo a modo de ejemplo, en España, entre 2008 y 2016 cerraron 375 medios de comunicación y perdieron su empleo cerca de 12.000 periodistas. Una realidad nada lejana a lo que ocurre en otros países de Europa.

Pero la crisis financiera y económica global no fue el único motivo por el que los medios hicieron este feroz ajuste, las transformaciones tecnológicas a partir de la fuerte penetración de Internet impactaron de lleno en la industria de los medios de comunicación tradicionales. Por un lado, cambiaron los hábitos de consumo de los contenidos noticiosos por parte de las audiencias dispersando su atención a través de múltiples plataformas digitales –muchas de ellas no dedicadas a contenidos informativos- y por otro lado, también se requirió un cambio en la producción de contenidos.

En este sentido, con la incorporación de nuevas plataformas de distribución existe la necesidad de introducir nuevas habilidades a la producción de contenidos en los medios, antes exclusivamente gráficos o audiovisuales; ahora híbridos y diferentes con la suma de nuevas herramientas y modos de publicar los contenidos. Adicionalmente, gran parte de los medios de comunicación que acompañaron este proceso de transformación capacitando a sus periodistas y ahora pretenden generar adaptaciones impetuosas y cambios drásticos. Aún así, estos cambios son inexorables y los periodistas que no fueron parte de estos procesos de transición con el acompañamiento de los medios, o que no se prepararon de forma personal, hoy se ven afectados de forma ineludible.

Lo cierto es que este complejo escenario demoró algunos años en reflejarse por completo en la Argentina. Una razón tuvo que ver con la brecha tecnológica, ya que en nuestro país el acceso a Internet y la adopción de nuevos dispositivos de conectividad no se generó con tanta velocidad

como en otras regiones y eso permitió que los medios tradicionales mantuvieran durante muchos años el liderazgo ante las audiencias.

Y como segundo factor determinante para que este proceso de reestructuración impacte hoy en la Argentina, y no años antes, se hace obligatorio mencionar el reparto inusitado de publicidad oficial, que el Estado -en sus diferentes niveles y sectores-, efectivizó desde 2003 hasta fines de 2015 beneficiando especialmente a medios afines al Gobierno de turno. Más aún, gran parte de estos medios fueron creados especialmente como parte de una estrategia de comunicación oficialista que funcionó como usina informativa de los temas de interés de dichos gobiernos. Este factor ayudó a sostener medios de forma artificial en un contexto adverso a nivel global.

### **Los efectos negativos del reparto discrecional de pauta oficial**

En el marco del contexto señalado, el periodismo argentino atraviesa una crisis laboral como nunca ha visto en su historia. Y que responde a causas exógenas como los cambios producidos a nivel mundial por las transformaciones tecnológicas que tienen su principal impacto en los medios gráficos por las alteraciones en los patrones de consumo del público a través del uso de Internet. Pero también su realidad laboral fue afectada por cuestiones endógenas, que se dieron en forma casi excluyente en nuestro país.

En este panorama ha calado en forma particularmente profunda la implosión provocada por la desarticulación de la burbuja artificial de la publicidad oficial. Este fenómeno que caracterizó a los gobiernos kirchneristas que durante años alimentaron a fuerza de recursos públicos la existencia y proliferación de medios afines a su pensamiento, con un sesgo discriminatorio hacia aquellos que no compartían su ideología y que eran críticos de su gestión, desapareció o se redujo en forma abrupta con el cambio de administración en la Casa Rosada, el 10 de diciembre de 2015.

Esa herramienta se utilizó sin ningún criterio de transparencia y lógica para comunicar a una mayor cantidad de ciudadanos las campañas públicas del Estado, favoreciendo en particular a grupos empresarios que sólo les interesó el dinero, sin preocuparse por el ejercicio del periodismo. Ese modelo nacional se replicó también en gobiernos provinciales y municipales (de diferentes partidos políticos) como una forma de mantener empresas privadas de medios afines a sus administraciones.

La falta de un compromiso serio con el fomento del periodismo profesional por parte de ciertos empresarios de medios (sobre todo los advenedizos que sólo buscaron un rédito económico o fomentar otros tipos de intereses -políticos, de influencia, o lo que fuera-, con una mirada cortoplacista) fue determinante en el deterioro de la calidad de la información y también en la credibilidad de la sociedad en la prensa, principal sostén de su existencia. Lo mismo ocurrió en muchos casos en los medios públicos (nacionales, provinciales y municipales) que fueron interpretados por las autoridades de turno como simples órganos de publicidad encubierta. Es decir como medios gubernamentales, en lugar de medios públicos.

### **El caso del Grupo 23**

El caso más emblemático en el ámbito privado, por dimensiones y características, fue el del denominado "Grupo 23" en el que confluían las radios América, Splendid, Vorterix y Rock&Pop, la señal de noticias CN23, los diarios Tiempo Argentino, El Argentino -en su versión nacional y sus ediciones locales-, Buenos Aires Económico y Diagonales -La Plata-, el sitio de noticias Infonews, el semanario Miradas al Sur y las revistas Veintitrés, 7 Días, Newsweek, Forbes, AutoBild, Lonely Planet, Cielos Argentinos, entre otros.

El grupo, cuyos dueños visibles eran Sergio Szpolski y Matías Garfunkel, primero fue desprendiéndose de algunos de esos medios -incluso antes de la derrota del kirchnerismo- y después, con el cambio de gobierno, directamente abandonó las empresas dejando prácticamente en la calle a 800 trabajadores de prensa. En algunos casos los periodistas crearon cooperativas de trabajo para poder subsistir (como por ejemplo en Tiempo Argentino e Infonews) y en otros aún hoy están a la espera de una solución.

Pero este caso tuvo otras particularidades que lo volvieron aún más emblemático: los empresarios en cuestión no tenían prácticamente ninguna experiencia en medios, creaban nuevos emprendimientos aparentemente por el simple hecho de tener más "ventanillas" por donde recibir publicidad oficial y, pese a que la mayor parte de sus ganancias provenían del Estado, no tributaban al fisco ni hacían los aportes previsionales de sus trabajadores siendo que sí le hacían sus descuentos en cada salario. Esta situación fue denunciada por los trabajadores pero las autoridades públicas nada hicieron al respecto, pese a que el propio Estado era uno de los damnificados, además de todos los empleados.

El Grupo 23, el que más dinero recibió de publicidad oficial durante los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner, llegó a facturar unos 814 millones de pesos sólo entre 2009 y 2015, cifra que llegaría hasta los 2.000 millones si se computa desde 2003. Sin embargo, ni siquiera ofreció pagar las indemnizaciones correspondientes cuando abandonó a los cientos de trabajadores a finales de 2015.

Este caso es el más emblemático pero no fue el único. El mismo patrón se repitió en varios otros a lo largo y ancho de la Argentina. Por ejemplo, en el diario La Mañana de Córdoba se conjugaron condiciones similares afectando a decenas de trabajadores.

### **La situación actual en la Argentina**

Como se destalla en este informe la combinación de diferentes causas, externas e internas, desencadenó la peor crisis de los medios vivida en la Argentina y que impacta de forma directa en el trabajo de los periodistas.

Por supuesto que anteriormente, se pueden señalar otros ajustes realizados por las empresas de medios que han perjudicado de forma sustancial la calidad del trabajo de los periodistas.

Durante la década del '90, se extendió con la crisis de 2001 y se profundizó en los últimos años, la precarización laboral y el achicamiento de ingresos obligó a los periodistas a conseguir diferentes empleos para garantizar parámetros mínimos de supervivencia.

El multiempleo se generó por el cambio de las reglas laborales que se dieron en los medios, donde la exclusividad pasó a un segundo plano junto a la garantía de que con un solo trabajo el

periodista podía sobrevivir con cierta dignidad. Los medios comenzaron a utilizar cada vez más mecanismos de contratación a través de la facturación de los trabajadores como si fueran simples proveedores de servicios, pese a que se pudiese demostrar una continuidad y permanencia laboral encubierta.

Otra modalidad, que se dio particularmente en las radios, fue la de reducir cada vez más sus plantas de trabajadores formales, vendiendo los espacios a periodistas que debían conseguir publicidad para poder tener sus programas, con todo lo que eso implica. Esa práctica se extendió a medios ya instalados como también a nuevos, a lo largo de todo el territorio argentino. Y no fue exclusivo de las radios, también ganó terreno en la televisión.

En el caso de la TV ha tenido sus propias dificultades en cuanto a la cuestión laboral de los periodistas. En un informe presentado por **Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)**, en noviembre de 2015, sobre el "Estado de situación del periodismo televisivo en la Ciudad de Buenos Aires"<sup>1</sup> se identificaron varias de esas problemáticas que, a su vez, se replican y multiplican en todo el país. Desde la cobertura de los denominados "chivos" o "Sale o sale" (porque no había posibilidad de no hacerlo), en muchos casos como publicidad encubierta de políticos o empresas que eran presentados como informes periodísticos, hasta la utilización cada vez más extendida de cámaras sin cronistas, son sólo algunas de las cuestiones que emergieron en ese diagnóstico y que afectaron la calidad y la cantidad de trabajo de los periodistas.

Todo este panorama se agravó no sólo por el multiempleo de los periodistas sino también por la multitareas. Los periodistas se vieron obligados cada vez con mayor frecuencia a realizar más tareas, a veces netamente periodísticas y otras que no, para poder mantener sus empleos. En los mejores casos esas tareas extras fueron reconocidas en los salarios pero en la mayoría de las experiencias eso no ocurrió. O sea, se tuvo que cumplir con más funciones por el mismo salario. Lo que afecta nuevamente la calidad de su trabajo y las fuentes laborales para otros colegas.

Lamentablemente este panorama se acentuó con el paso de los años y se mantiene hasta la actualidad.

## **2016 año negro para el periodismo argentino**

En este contexto, en el cual la conflictividad laboral se profundizó durante 2016, **FOPEA** creó el **Observatorio y alerta laboral de periodistas**<sup>2</sup> a través del cual se registraron los casos relativos a despidos y reducción de planteles periodísticos producidos por esta crisis laboral y de transformación estructural de los medios del país.

A través de esta herramienta de monitoreo se registraron unos **1499 puestos de trabajo que se perdieron en los últimos años en la prensa argentina**. Este relevamiento toma como fuente las denuncias realizadas por los propios trabajadores, los delegados gremiales en los medios y los sindicatos.

---

<sup>1</sup> Informe del Estado de Situación del Periodismo Televisivo en Ciudad de Buenos Aires <http://monitoreolde.com.ar/15/casos-2015/informe-televisión-2015/>

<sup>2</sup> Observatorio y alerta laboral de periodistas <http://www.fopea.org/observatorio-laboral-periodistas/>

Sin embargo, hay versiones de diferentes gremios periodísticos que señalan que esa cifra rondaría los 2.500 casos y hasta los 4.000 en todo el país, datos que no han podido ser comprobados a través de este informe.

En cuanto a los motivos y causas de los despidos o recortes registrados en este informe se pudieron determinar mayoritariamente las siguientes razones: **Vaciamiento/venta fraudulenta del medio, recorte de planta de trabajadores, falta o recorte de pauta publicitaria, crisis financiera de la empresa y cambio de modelo y frecuencia de publicación.**

En cuanto a la ubicación de los medios, la mayoría está o estaban radicados en la Ciudad de Buenos Aires, aunque algunos de ellos son de provincias como Córdoba, Catamarca, Santa Fe, Misiones, Mendoza y las localidades de Mar del Plata y Bahía Blanca en la provincia de Buenos Aires.

Respecto a la forma de cese de contratación la modalidad es diferente en cada caso. En algunos casos los periodistas fueron indemnizados, en otros no y se encuentran tramitando juicios y otros tanto, aceptaron los denominados retiros voluntarios otorgados por la empresa. Es importante señalar que durante el relevamiento realizado por **FOPEA** esta información no se ha logrado obtener en la totalidad de los casos.

Entre los medios con conflictos los hay de todas plataformas disponibles: televisión, radio, prensa gráfica y digital.

<b>Observatorio y Alerta Laboral de Periodistas - Foro del Periodismo Argentino</b>					
<b>Puestos de trabajo perdidos durante 2016</b>					
<b>Cantidad</b>	<b>Medio</b>	<b>Motivos de las cesantías</b>	<b>Forma de despido o definición contractual</b>	<b>Distrito/ Provincia</b>	<b>Localidad</b>
40	360 TV	Sin información	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
4	Agencia de noticias Nodal	Recorte de planta de trabajadores	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
120	AM 1190 - LR9 - Radio America	Vaciamiento/venta fraudulenta del medio	Despido sin indemnización	CABA	Ciudad de Buenos Aires
41	Ámbito financiero	Crisis financiera de la empresa	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
10	ARG Noticias	Cierre del medio	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
27	Atlántida-Televisa	Crisis financiera de la empresa	Despido con Indemnización	CABA	Ciudad de Buenos Aires

50	BAE	Falta o recorte de pauta publicitaria - Persecución sindical	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
20	Buenos Aires Herald	Cambio de modelo y frecuencia de publicación	Despido con Indemnización	CABA	Ciudad de Buenos Aires
4	C5N	Crisis financiera de la empresa	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
51	Canal 26	Recorte de planta de trabajadores	Despido con Indemnización / Retiros voluntarios	CABA	Ciudad de Buenos Aires
15	Canal 9	Recorte de planta de trabajadores	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
180	Clarín	Recorte de planta de trabajadores	Despido con Indemnización/ Retiros Voluntarios	CABA / Otras provincias	Ciudad de Buenos Aires
102	CN23	Recorte de planta de trabajadores	Despido con Indemnización	CABA	Ciudad de Buenos Aires
24	Crónica TV	Falta o recorte de pauta publicitaria	Retiros Voluntarios	CABA	Ciudad de Buenos Aires
17	Diario Crónica	Recorte de planta de trabajadores	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
1	Diario Crónica - Editorial Sarmiento	Falta o recorte de pauta publicitaria	Sin información	Mendoza	Mendoza
4	Diario Veloz	Crisis financiera de la empresa	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
3	DYN	Crisis financiera de la empresa	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
13	El Argentino	Vaciamiento del medio	Retiros Voluntarios	CABA	Ciudad de Buenos Aires
10	El Argentino Córdoba	Vaciamiento del medio	Sin información	Córdoba	Córdoba
6	El Argentino MDQ	Vaciamiento del medio	Sin información	Buenos Aires	Mar del Plata
6	El Argentino zona Norte	Vaciamiento del medio	Sin información	Buenos Aires	Gran Buenos Aires
8	El Argentino zona Sur	Vaciamiento del medio	Sin información	Buenos Aires	Gran Buenos Aires

109	El Ciudadano de Rosario	Cierre de medio	Sin información	Santa Fe	Rosario
12	ESPN	Recorte de planta de trabajadores	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
25	FM Identidad	Cambio de propietarios o autoridades	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
25	Infojus Noticias	Cambio de propietarios o autoridades	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
100	Infomedia Producciones (Infocampo, El Federal, El Gourmet y Bacanal)	Cierre del medio	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
45	Infonews	Vaciamiento del medio	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
32	La Mañana de Córdoba	Vaciamiento del medio	Sin información	Córdoba	Córdoba
26	La Nación	Recorte de planta de trabajadores	Despido con Indemnización / Retiros Voluntarios	CABA	Ciudad de Buenos Aires
33	La Nueva	Crisis financiera de la empresa	Retiros Voluntarios	Buenos Aires	Bahia Blanca
10	La Unión	Cierre de medio	Sin información	Catamarca	Catamarca
7	LU2 Radio Bahía Blanca	Crisis financiera de la empresa	Retiros Voluntarios	Buenos Aires	Bahia Blanca
25	Miradas al Sur	Cierre del medio	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
3	Misiones Cuatro (web)	Recorte de planta de trabajadores	Sin información	Misiones	Posadas
4	Playfútbol	Cierre de medio	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
2	Publiexpress	Crisis financiera de la empresa	Retiros Voluntarios	CABA	Ciudad de Buenos Aires
26	Radio Madres	Falta o recorte de pauta oficial	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
15	Radio Rivadavia	Crisis financiera de la empresa	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires

15	Radio Vorterix	Sin información	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
12	Revista 7 Días	Vaciamiento del medio	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
29	Revista Veintitrés	Cambio de modelo y frecuencia de publicación	Retiros Voluntarios	CABA / Córdoba / Santa Fe	Ciudad de Buenos Aires / Córdoba / Rosario
6	Revistas Cielos Argentinos y Forbes	Vaciamiento del medio	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
182	Tiempo Argentino	Vaciamiento del medio / Venta fraudulenta	Sin información	CABA	Ciudad de Buenos Aires
<b>1499</b>	<b>Total de puestos de trabajo perdidos</b>				
<b>Fuentes:</b> Observatorio y Alerta Laboral de Periodistas de FOPEA / SiPreBA / Periodistas despedidos / Delegados sindicales de diferentes medios periodísticos					

Esta claro que este relevamiento es apenas una fotografía de un escenario complejo que se profundizó especialmente durante 2016 pero que parece no detenerse. En algunos casos por cuestiones económicas o intereses políticos y en otros por causas de transformación de cada medio, lo cierto es que cientos de periodistas quedaron sin su fuente de trabajo y ante un panorama de ecosistema de medios donde cada vez es más complicado reinsertarse. Esta herramienta de **FOPEA** se mantendrá activa para detectar y registrar cualquier otro hecho que afecte la tarea y el estado laboral de los periodistas.

### **FOPEA ante este escenario**

Si bien el **Foro de Periodismo Argentino** no es un sindicato, en más de una ocasión encendió su luz de alerta por este tema (con comunicados públicos, actividades y otros instrumentos de acción) porque la precarización y el deterioro de las fuentes laborales en los medios afectan no sólo a los propios periodistas, sino que tiene consecuencias en la Libertad de Expresión y en la calidad de la información que se brinda a los ciudadanos. Y eso constituye una potencial amenaza contra el sistema democrático.

En cuanto a la Libertad de Expresión vale decir que la desaparición de más voces, más enfoques sobre la realidad y más actores en el periodismo es una cuestión central para su sostenimiento. Si esas miradas no existen se empobrece la pluralidad que tanto se pregona en la democracia. Si, además, hay menos fuentes laborales, los periodistas se ven obligados a aceptar condicionamientos mayores por parte de sus empleadores (públicos o privados) ante la posibilidad concreta de perder su trabajo en un mercado donde justamente lo que prima es la escasez. Y eso afecta criterios de independencia profesional y de libertad de conciencia por parte de los periodistas.

Por otro lado hay un perjuicio claro en la calidad de la información a la que acceden los ciudadanos a través de los medios. Los periodistas deben aceptar condiciones laborales que, en muchos casos, lo obligan al multiempleo, lo que lleva a que no puedan dedicarle todo el tiempo necesario a profundizar sus notas y eso empobrece el resultado informativo de su tarea.

**FOPEA** considera que la defensa y el reclamo sobre condiciones laborales dignas y adecuadas son parte de su preocupación ya que hacen a la ética profesional.

## Los desafíos

Los desafíos son múltiples y para todos los sectores. Por su parte, hacia fines del año 2016, el Estado ha dado un paso positivo al impulsar un proyecto que regula la publicidad oficial que fija criterios de distribución. El proyecto que fue aprobado por el Senado, y que aún debe ser tratado por la Cámara de Diputados, propone entre otros aspectos la creación del Registro Nacional Público de Publicidad Oficial (RENAPPO) órgano donde deberán inscribirse los medios y productoras que soliciten publicidad del Gobierno. Asimismo se fija un 20 % de pauta para medios del interior, universidades nacionales, centros comunitarios, organizaciones de pueblos originarios, de cooperativas y comerciales. Esta norma, de ser aprobada, esta legislación buscará transparentar la distribución de la pauta oficial para que no se transforme, una vez más, en un dispositivo de control, presión y condicionamiento para los medios. Cabe mencionar además, que anteriormente la Secretaría de Comunicación Pública firmó una resolución para reglamentar el uso de publicidad oficial que define actualmente su alcance, destinatarios y modos de aplicación.<sup>3</sup>

A su vez, los medios tienen el desafío de seguir buscando nuevos modelos de negocio que les permitan ser independientes, sustentables y con redacciones de periodistas profesionales y bien remunerados. No pueden depender del flujo de la pauta del Estado ya que no es su razón de ser el sustentar a los medios y las empresas corren el riesgo de quedar condicionados en su modo de informar. Asimismo en el devenir de las transformaciones propias de la industria, tienen la obligación de acompañar a sus trabajadores en este proceso. La capacitación permanente es uno de los aspectos que mas valoran los periodistas en función de poder ejercer de mejor forma su tarea.

En cuando a los periodistas, que hoy se enfrentan a un nuevo modo de ejercer la profesión, además de mantener el rigor profesional que esta tarea requiere, deben sostener los más altos estándares éticos y de calidad de su trabajo. El ecosistema de medios ya no es el mismo que años o décadas atrás, la forma de consumo de contenidos por parte de las audiencias no es el mismo, con lo cual es también un desafío para ellos, encontrar otros modelos para ejercer la profesión. Son los propios periodistas los que además deben aggiornarse adoptando el uso de nuevas herramientas y adquiriendo conocimientos acerca de las características de las nuevas audiencias y sus hábitos de consumo de noticias, entre otras cosas

Con el objetivo de acompañar este proceso nuestra organización desarrolló el **MediaLab FOPEA**<sup>4</sup> que pretende incentivar y acompañar a los periodistas en esta transición digital y

<sup>3</sup> Resolución para reglamentar el uso de publicidad oficial  
<https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/151727/null>

<sup>4</sup> MediaLab FOPEA <http://www.fopea.org/medialab-fopea/>

cultural mediante apoyo para la realización de investigaciones periodísticas y capacitaciones, entre otras actividades y proyectos.

Buscar nuevos modos de hacer el trabajo periodístico también representa una nueva motivación y los periodistas tienen la responsabilidad de involucrarse en la búsqueda de nuevas alternativas. Puede ser a través del periodismo colaborativo, del emprendedorismo o de otros modelos por fuera de las estructuras de los medios tradicionales que se encuentran en una fase de crisis sistémica. En este sentido existen diferentes programas y proyectos impulsados por organizaciones locales e internacionales que trabajan apoyando estas iniciativas.