

El funcionamiento del mercado de trabajo de los periodistas colaboradores en la prensa escrita. La vinculación laboral en un contexto productivo flexible

Laura Henry*

Resumen

Tradicionalmente, los mercados de trabajo han sido conceptualizados desde la economía neoclásica como un espacio donde, a través de un proceso de ajuste entre demanda y oferta, se produce la asignación de los puestos de trabajo en función de un salario de equilibrio. La probada inadecuación empírica de este modelo explicativo para un sinnúmero de casos ha llevado a que los estudios laborales incorporen al análisis de los mercados de trabajo un conjunto de variables tecnológicas, institucionales y sociales que permitan comprender mejor su dinámica y su estructuración.

Utilizando este último tipo de enfoque, en este artículo nos proponemos analizar la configuración y el funcionamiento del mercado de trabajo de los periodistas colaboradores (también llamados *freelance*) de la prensa escrita. Mostraremos que para estos trabajadores -inmersos en un esquema de externalización productiva- cobran especial relevancia algunos mecanismos informales y ciertas prácticas particularistas en el mantenimiento de un flujo regular de trabajo. En términos metodológicos, los resultados del artículo se basan en una investigación de tipo cualitativo, que conjuga una revisión de fuentes secundarias y la realización de entrevistas en profundidad a trabajadores y actores relevantes de la rama de prensa.

Palabras clave: mercados de trabajo; flexibilidad productiva; periodistas colaboradores.

Abstract

Traditionally, labor markets have been conceptualized from neoclassical economics as a place where, through a process of adjustment between demand and supply, the allocation of jobs is accomplished according to an equilibrium wage. The proven empirical inadequacy of this explanatory model for countless cases has led labor studies to incorporate in the analysis of labor market a set of technological, institutional and social variables to better understand its dynamics and structure.

Using the latter type of approach, in this article we analyze the configuration and operation of the labor market of freelance journalists in the press. We show that for these workers -engaged in a productive outsourcing scheme- are particularly relevant certain informal mechanisms and certain particularistic practices in order to maintain a regular flow of work. In terms of methodology, the results displayed in the article are based on a qualitative research, which combines the review of secondary sources and the development of in-depth interviews with workers and other relevant actors of the press industry.

Keywords: labour markets; productive flexibility; freelance journalists.

* Licenciada en Sociología (UNLP), Magíster en Ciencias Sociales del Trabajo (UBA), Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA). Pertenencia institucional: Centro de Estudios e Investigaciones Laborales (CEIL) del CONICET. Correo: mhenry@ceil-conicet.gob.ar Este artículo presenta algunos de los resultados del Proyecto PICT 2011-0351-FONCYT, con sede en el CEIL y dirigido por Andrea Del Bono.

Introducción

Los cambios en la organización de los procesos productivos y en las lógicas de acumulación de las últimas tres décadas han configurado un mercado de trabajo donde la figura del asalariado clásico, estable y protegido es cada vez menos la norma. De esta manera, la articulación entre trabajo y capital adquiere múltiples modalidades a la luz del creciente predominio de las formas de gestión empresarial que ponen énfasis en la optimización de costos y que tienen a la flexibilización como principio rector. Fundamentalmente, a partir de las prácticas de externalización que llevan adelante las empresas de distintos sectores, se asiste a una heterogeneización del tipo de vínculos laborales y se multiplica el número de trabajadores que de forma individual, temporaria y externa se insertan en procesos productivos mayores. De este modo, parece verificarse una tendencia en las empresas pertenecientes a los más variados contextos productivos a organizarse como si fueran tomadoras de “contratistas” antes que como empleadoras.

Estas estrategias que apuntan a flexibilizar el uso de la fuerza de trabajo tienen consecuencias en términos de las estructuras cada vez más segmentadas que adquieren los mercados de trabajo, y suscitan interrogantes en torno a las maneras en que se gestiona el encuentro entre oferta y demanda en estos esquemas productivos tan lábiles y con reglas escasamente formalizadas. Vinculándonos a estas reflexiones más amplias, en este artículo nos proponemos analizar la configuración y el funcionamiento del mercado de trabajo de los periodistas colaboradores (también llamados *freelance*) de la prensa escrita, utilizando para ello un enfoque que combina la sociología del empleo con los enfoques socioeconómicos sobre mercado de trabajo.

En términos metodológicos, este artículo es fruto de una investigación de corte cualitativo que combina dos técnicas principales. En primer lugar, la revisión de documentos y fuentes secundarias varias (informes sectoriales, publicaciones sindicales, documentos empresariales, estatutos, etc.) que permitieron conocer las características que presenta la rama de la prensa escrita en tanto sector económico y cuáles son sus tendencias actuales en términos de organización de la producción. Segundo, y de manera cardinal, nuestros resultados son producto de un acercamiento cualitativo a la

actividad bajo estudio a través de entrevistas semi estructuradas realizadas a periodistas colaboradores y editores¹ en el periodo 2009-2010.

En cuanto a la estructuración de este trabajo, en la primera parte realizamos una sintética reseña de los enfoques que toman como objeto de estudio a los mercados de trabajo y establecemos nuestro posicionamiento conceptual al respecto. En el segundo apartado, exponemos las características más salientes del trabajo de los periodistas colaboradores, así como su ubicación dentro de los procesos productivos de la prensa escrita. A continuación, nos adentramos en el análisis de la estructura del mercado de trabajo de los periodistas intentando establecer las causas que han llevado a su configuración segmentada. En este punto prestamos especial atención a las estrategias de flexibilización y externalización laboral que impulsan las empresas de prensa como factor decisivo para una conformación de tipo dual. Luego, exponemos un análisis detallado de las dimensiones de acceso, movilidad y contratación a los fines de especificar las lógicas que rigen el funcionamiento del mercado de trabajo de los periodistas colaboradores. Por último, ofrecemos un apartado dedicado a desarrollar las principales conclusiones y reflexiones que se han derivado del caso bajo estudio.

1. Teorías de los mercados de trabajo: naturaleza, estructura y funcionamiento

El análisis de los mercados de trabajo ha sido durante mucho tiempo un área de investigación prioritaria para diversas disciplinas de las ciencias sociales, fundamentalmente porque permite comprender la forma en que las estructuras más amplias de la economía se imbrican y afectan las condiciones de vida de los individuos. En tanto la mayor parte de la población vive de los ingresos que obtiene a partir de la venta de su fuerza de trabajo, es central conocer de qué forma se asignan a través del mercado de trabajo la distribución de la riqueza social y qué clase de desigualdades genera la misma.

Pero también debemos señalar que el concepto de mercado de trabajo tiene muchas connotaciones y es usado de forma intercambiable para denotar, por ejemplo, áreas geográficas específicas así como también grupos ocupacionales particulares. En función de esta polisemia, una primera tarea para nuestro análisis consiste en delimitar

¹ Los nombres de los periodistas colaboradores que nos brindaron sus relatos fueron cambiados por seudónimos para preservar la confidencialidad.

aquello que será objeto de nuestras indagaciones. Para ello, retomamos la propuesta de Kalleberg y Sorensen (1979), quienes definen a los mercados de trabajo como:

(...) las arenas en las cuales los trabajadores intercambian su fuerza de trabajo por salarios, estatus y otras recompensas laborales. Así, el concepto se refiere de manera amplia a las instituciones y las prácticas que gobiernan la compra, la venta y el precio de las actividades de trabajo. Estas estructuras incluyen los medios por los cuales los trabajadores se distribuyen en distintos puestos de trabajo y las reglas que rigen el empleo, la movilidad, la adquisición de calificaciones y capacitaciones, y la distribución de salarios y otras recompensas obtenidas a partir de la participación en el sistema económico (1979:351, la traducción es nuestra).

Vemos entonces que se trata de una definición bastante amplia que permite dar cabida al estudio de distintos sectores de actividad, que demarca ciertas dimensiones de análisis fundamentales (movilidad, calificaciones, acceso, etc.) y que, fundamentalmente, no se restringe a un enfoque estrictamente economicista sino que tiene como punto de partida el reconocimiento de instituciones y normas sociales que regulan el funcionamiento de los mercados de trabajo.

Este último aspecto es importante porque nos distancia de una de las conceptualizaciones más difundidas (y de más larga data) sobre el mercado de trabajo realizada desde la economía neoclásica, la cual concibe al mismo como el “lugar” donde empleadores y trabajadores se encuentran y por medio de un proceso de ajuste entre demanda y oferta se produce la asignación de los puestos de trabajo, todo ello en función de un salario de equilibrio. Para que este proceso de asignación ocurra, el enfoque neoclásico ortodoxo parte de una serie de supuestos: las partes tienen información completa y transparente para decidir la compra y venta de la fuerza de trabajo, existe movilidad geográfica y ocupacional de los trabajadores y ninguno de los actores participantes tiene la capacidad de influir sobre el salario. En suma, el mercado de trabajo se asimila a cualquier otro mercado de la economía y según este enfoque, si se lo deja funcionar sin los “obstáculos” que imponen las regulaciones e instituciones sociales, tenderá de modo natural a una situación de equilibrio.

Pero este modelo de mercado de trabajo – único, competitivo, transparente y equilibrado- ha probado ser deficiente como herramienta para explicar el funcionamiento de los mercados de trabajo reales, tanto en lo concerniente a su estructura como a funcionamiento. En lo relativo a la *estructura*, las teorizaciones

posteriores a la neoclásica, han introducido una serie de categorías como mercado dual de trabajo, primario-secundario, interno-externo, núcleo-periferia y un nuevo conjunto de conceptos tales como segmentación, estratificación e internalización. Con estas herramientas analíticas se intentó, fundamentalmente a partir de los años setenta, explicar los problemas de desigualdad, pobreza, desempleo y discriminación de algunos grupos sociales que parecían estar asociados a la existencia de mercados de trabajo no competitivos o estructurados en los cuales no se llegaba a la asignación eficiente de puestos y salarios que predecían los neoclásicos (Villa, 1990). En este sentido, autores dispares como Clark Kerr, Michael Piore, Paul Osterman, Richard Edwards entre otros, comparten la idea de que la población trabajadora se halla dividida en categorías en función de factores sociales e institucionales que deben ser especificados en cada caso.

Vinculado con lo anterior, también han surgido serias críticas al enfoque neoclásico en torno a sus explicaciones sobre la *dinámica* de los mercados de trabajo. En este sentido, se ha hecho necesario incorporar toda una serie de variables extra económicas para dar cuenta de las lógicas de funcionamiento que adoptan los mercados de trabajo. Así, desde la corriente institucionalista se ha enfatizado el papel de las normas institucionales y administrativas que sustituyen a los procesos puramente económicos (Kerr, 1954; Doeringer y Piore, 1985; Solow, 1992). Por su parte, los desarrollos teóricos de la economía política radical han considerado que los rasgos y el modo de funcionamiento de estos mercados se explican por los imperativos de control capitalista y por las relaciones de fuerza existentes en cada caso (Edwards, 1979; Gordon et al., 1982). Finalmente, los enfoques sociológicos de las redes sociales han puesto el énfasis en las relaciones interpersonales como mecanismo interviniente de la relación entre oferta y demanda (Granovetter, 1973; Requena Santos, 1990-1991). Cabe señalar que todas estas variables no son mutuamente excluyentes y, por el contrario, en la actualidad se halla bastante aceptado que un análisis adecuado de cualquier mercado de trabajo necesariamente debe ser multicausal y debe ser lo suficientemente amplio para dar cabida a los múltiples determinantes que operan sobre el mismo.

Luego de este breve recorrido teórico podemos especificar de qué manera el enfoque del estudio de los mercados de trabajo puede ser aplicado a la actividad que hemos tomado bajo estudio. En principio, cabe decir que el campo de las industrias culturales ha sido objeto de distintos análisis sobre el funcionamiento de sus mercados

de trabajo, fundamentalmente a nivel internacional. En todos los casos, el interés analítico reside en conocer de qué forma se produce la venta y fuerza de trabajo en contextos productivos que son eminentemente flexibles, que se hallan atravesados por la innovación permanente y que tienen un alto componente de incertidumbre económica. En general, estos estudios contienen interesantes desarrollos en torno al conjunto de factores específicos que en cada caso explican de qué forma los empleadores se vinculan con una mano de obra temporal, intermitente y especializada, constituyendo así una crítica contundente y empíricamente fundamentada al modelo explicativo neoclásico ortodoxo.

De esta forma, podemos mencionar las investigaciones de Haunschild (2003) sobre el mercado de trabajo en el teatro, de Baumann (2002) y Antcliff et al. (2005) en las industrias audiovisuales, de Aubert (2007) y Ekinsmyth (2002) en la prensa escrita y de Menger (1991, 1999) sobre los artistas en general. En nuestro país es fundamental el aporte de Bulloni (2009a, 2009b, 2010), que ha investigado la organización social del mercado de trabajo en el cine publicitario argentino. Desde un enfoque que apuesta a brindar mayor complejidad a esta área de estudio a partir de la utilización de múltiples variables, la autora ha podido explicar el funcionamiento de este mercado laboral específico, dando cuenta de los variados mecanismos de regulación que lo atraviesan.

2. El trabajo periodístico en las empresas de prensa. La lógica de inserción de los periodistas colaboradores

La selección de los acontecimientos de la realidad social que hacen los diarios y revistas, su presentación bajo la forma de relatos ordenados y reflexivos, la impresión seriada de los ejemplares de papel así como su distribución rápida y amplia, constituyen una serie actividades dispares que deben ser coordinadas de forma precisa por las empresas de prensa. De ahí que podamos considerar a las mismas como organizaciones complejas, que ponen en acto una conjunción específica de recursos humanos, financieros y materiales para llevar adelante su producción. En este sentido, estas empresas requieren de una estructura de producción donde predomine una minuciosa división del trabajo, con funciones específicas para cada uno de los actores que participan de la misma.

En dicha estructura, el periodista es el trabajador que desde el ámbito de la redacción lleva adelante el proceso de elaboración de los mensajes informativos. Es quien selecciona, evalúa y contrasta los datos acerca de un hecho o proceso social y los organiza en un relato sintetizando los elementos más importantes. Pero las empresas editoras no solo utilizan redactores de planta para generar sus contenidos, sino que también tienen la opción de recurrir a periodistas colaboradores.

Como primera caracterización, podemos señalar que los colaboradores son periodistas que venden unidades de trabajo (artículos, notas) a uno o varios compradores, en este caso diarios o revistas. Existen básicamente dos estrategias por medio de las cuales logra vender su trabajo: una forma consiste en presentar “sumarios” en distintos medios, esto es, resúmenes acerca del contenido de las notas, que si eventualmente le interesan al editor las comprará; otra posibilidad es que el editor le encargue las notas al colaborador, lo cual generalmente sucede cuando ya existe cierta vinculación duradera de intercambios. En ambos casos, el editor de cada sección (política, deportes, espectáculos, etc.) o suplemento es la persona que, a nombre de la empresa, se encarga de asignar qué contenidos serán realizados por el personal de planta y cuáles serán provistos por colaboradores. Asimismo, es quien negocia con los colaboradores los plazos de entrega, los pagos y cuestiones referidas al estilo y temática de los artículos.

3. Trabajo y empleo de los periodistas en la prensa escrita argentina. Un mercado laboral segmentado

La descripción del apartado anterior permite comprender por qué cuando se emprende el estudio del trabajo de los periodistas de prensa, una de las cuestiones rápidamente observables tiene que ver con la existencia de dos modalidades principales de ejercer la actividad, con condiciones laborales muy diversas para cada caso. Por un lado, existe aquel conjunto de periodistas en relación de dependencia que se desempeña al interior de las redacciones, que goza de seguridad en el empleo y en sus ingresos, de perspectivas de carrera y protecciones sociales. Adyacente a este grupo hay otro cada vez más numeroso y heterogéneo de periodistas bajo la modalidad de colaboradores, que realizan la actividad de forma externa a las empresas, cobrando por unidad de trabajo y con trayectorias laborales signadas por la intermitencia.

Estas dos formas de ejercer el periodismo, según Aubert (1997), pueden ser interpretadas bajo la teoría dualista del mercado de trabajo desarrollada por Piore y Doeringer (1985). Según este enfoque, existen casos donde el mercado laboral se encuentra segmentado en una misma actividad, generándose la conformación de submercados con características y reglas de funcionamiento diferenciales. Por un lado, encontramos el mercado primario, que se caracteriza por elevados salarios, buenas condiciones de trabajo, estabilidad en el empleo, posibilidades de ascenso y equidad en la aplicación de las reglas de trabajo. Por otro lado, se halla el mercado secundario, que se caracteriza por remuneraciones más bajas, malas condiciones de trabajo, una elevada rotación, la existencia de relaciones altamente personalizadas entre trabajadores y empleadores (que favorece la arbitrariedad de estos últimos) y, especialmente por la existencia de inestabilidad laboral.

Ahora bien, es fundamental en cada caso indagar cuales son las causas de esta división y en qué condiciones se sostiene la misma. Para el caso del mercado de trabajo de los periodistas de prensa, consideramos que el origen de esta segmentación se halla en por lo menos tres factores: el uso de tecnología, la naturaleza de las regulaciones de la actividad y las estrategias de flexibilización encaradas por las empresas. Veamos entonces cada una de ellas.

La aplicación de las nuevas tecnologías en los procesos productivos de la prensa: la reestructuración productiva que la prensa escrita ha sufrido en las últimas décadas ha sido viable en gran medida por el enorme desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's). Las mismas han encontrado una aplicación natural, rápida y amplia en el sector de los medios de comunicación. Particularmente, han permitido la reingeniería de los procesos de producción, ampliando las posibilidades de trabajar autónomamente y a distancia de las empresas, como en el caso de los periodistas colaboradores (OIT, 2000).

El marco regulatorio: el periodismo tiene una larga tradición de trabajo *freelance*, tal como ocurre en otras industrias culturales, y el recurso a esta figura laboral no es un fenómeno nuevo. En este sentido, el Estatuto del Periodista Profesional (EPP)² contempla la existencia de los colaboradores pero con carácter de excepción:

² La ley 12.908, sancionada en 1946 y conocida como el Estatuto del Periodista Profesional, regula las condiciones laborales para el trabajo en empresas periodísticas, revistiendo un carácter más protectorio que lo establecido en la legislación laboral vigente para la generalidad de los trabajadores. Esto se deben a

personas requeridas transitoria o accidentalmente para generar la información sobre acontecimientos determinados y que serán remuneradas por cada crónica o comentario (artículo 65). Aquí debemos señalar dos cuestiones importantes: primero, la labor de estos trabajadores debe corresponder a tareas *no habituales* de la empresa y segundo, vinculado con lo anterior, el EPP pone como límite para las empresas que estos periodistas solo puedan escribir hasta veinticuatro colaboraciones anuales. Una vez que supera ese número de notas, el trabajador adquiere la calidad de “colaborador permanente”, que implica una relación de dependencia con su empleador, permitiéndole acceder a todos los beneficios del contrato de trabajo y del EPP. De esta forma, si bien el periodista sigue cobrando por pieza de trabajo, bajo esta nueva categorización puede acceder (entre otros beneficios) a una indemnización en caso de no ser requerido por su empleador. Esto le provee cierto grado de certidumbre acerca de su futuro laboral.

De esta manera, el EPP buscó contemplar aquellas situaciones donde las empresas tuviesen que contratar periodistas para cubrir hechos puntuales o necesitasen de informadores conocedores de temas específicos en una coyuntura dada. Pero en un contexto de mayor propensión a la externalización, la categoría profesional de colaborador en el EPP se ha vuelto un encuadre contractual “listo para ser usado” por las empresas para establecer vínculos no salariales y precarios. Así, es frecuente que los colaboradores sobrepasen el límite mencionado de las veinticuatro colaboraciones al trabajar de forma asidua para una publicación, sin que ello signifique un cambio en su estatus laboral. Se trata entonces de la aplicación desvirtuada de una figura del Estatuto, que por su preexistencia no es percibida como altamente disruptiva respecto a los arreglos vigentes.

Las estrategias de flexibilización empresarial: los dos factores mencionados anteriormente son condición necesaria pero no suficiente para explicar la segmentación del mercado de trabajo de los periodistas de prensa. Consideramos que este fenómeno tiene como impulso decisivo los procesos de flexibilización que han encarado las empresas periodísticas en el último tiempo con el objetivo de reducir sus costos de funcionamiento. Básicamente, el sistema de remuneración por unidad de trabajo propio de los periodistas colaboradores les permite adaptarse a las fluctuaciones de la actividad y reducir los costos fijos que implica una plantilla de redactores estables. En este

que el EPP reconoce los fuertes componentes constitucionales en la profesión y la alta exposición e influencia social de la misma (Arese, 2004).

sentido, esta estrategia puede inscribirse en la lógica de la sub contratación o externalización ya que apunta a que los equipos de redacción permanentes sean cada vez más restringidos. Veamos estos aspectos con mayor detalle a continuación.

4. Externalización y flexibilidad numérica en la prensa escrita argentina: el uso de periodistas colaboradores

Los medios de comunicación representan uno de los sectores más dinámicos de la economía actual debido a la enorme demanda de bienes culturales e informacionales que se ha registrado en las últimas décadas. Esto los ha convertido en espacios privilegiados de inversión empresarial, con perspectivas de crecimiento sostenida y de diversificación permanente. En este marco, se han registrado una serie de procesos vinculados a la consolidación y modernización de estas actividades en todo el mundo. En el caso de nuestro país, fue principalmente durante la década de 1990 que tuvo lugar una profunda reconversión de todos los segmentos de los medios de comunicación en el marco de una fuerte desregulación de la actividad, de fusiones y adquisiciones empresariales así como de incorporaciones importantes de tecnología en los procesos de producción. En lo referente a la estructura de propiedad, cabe resaltar que el sector dejó de estar únicamente formado por empresas monomedia con un capital de origen local y que fueron conformándose grandes grupos multimedia que operan en distintas ramas (prensa gráfica, mercado editorial, mercado discográfico, radio, producción y distribución de cine, conectividad a Internet, etc.) y que responden a una unidad central de decisión, la cual define la estrategia del grupo (Mastrini y Becerra, 2006).

Mediando todos estos procesos económicos estuvo el fuerte avance tecnológico registrado en el periodo. El gran desarrollo de las TIC's modificó profundamente los procesos de producción y dinamizó el sector en su conjunto haciéndolo más atractivo como espacio de inversión. Así como la estructura de propiedad concentrada borró las barreras existentes entre distintos mercados de medios, la convergencia tecnológica hizo posible la unificación de medios y productos.

La prensa escrita ha sido parte de estos procesos de modernización, acompañando la evolución del sector y sus lógicas centradas en la eficiencia comercial. Por un lado, las empresas de diarios y revistas han dejado de ser empresas atomizadas y se han ido concentrando e integrando con otros medios de información y entretenimiento

(Postolski et al., 2007). Por otro, las empresas editoras han introducido la flexibilidad productiva con el fin de maximizar el uso de sus factores productivos, de elevar sus tasas de rentabilidad y de adecuarse a las transformaciones de la demanda, tanto en el aspecto cuantitativo (oscilaciones en las ventas) como en el cualitativo (diversidad y novedad).

En este esquema de renovación permanente, uno de los puntos que las empresas de prensa buscan adaptar a sus necesidades es su dotación de fuerza de trabajo y la utilización que hacen de la misma. Particular atención merece la flexibilidad de tipo externa o numérica impuesta por las empresas a partir de la creciente utilización de figuras atípicas y temporales que les permiten una provisión de mano de obra a bajo costo y que pueden aumentar o reducir a discreción con mínimos impedimentos. Tal es el caso de los denominados colaboradores o periodistas *freelance*, que son remunerados por artículo y que han ido ganando un peso creciente dentro de los procesos productivos de la prensa escrita como componentes esenciales de los mismos.

En nuestro país no existe todavía ningún registro exhaustivo sobre la dimensión del empleo -formal o informal- de la prensa escrita y este vacío estadístico es casi total en el caso de los periodistas colaboradores, donde las condiciones en las cuales desarrollan sus tareas (ausencia de registro, intermitencia, eventualidad) impiden efectuar mediciones concretas. De todas formas, el sindicato de la actividad (UTPBA, Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires) y nuestros informantes claves han ratificado la realidad de esta tendencia referida al crecimiento de la proporción de colaboradores por sobre los periodistas estables, en base a indicadores indirectos tales como la reducción del empleo en blanco en el sector y el achicamiento progresivo de las redacciones.

A continuación, emprenderemos un análisis pormenorizado de las condiciones que conlleva la modalidad de trabajo de los periodistas colaboradores y acerca del funcionamiento del mercado laboral en el cual se hallan insertos. En este sentido, mostraremos que la dinámica del mismo debe ser comprendida a partir de la interacción de mecanismos sociales, institucionales y económicos, que solo pueden ser captados a partir de una mirada microsociológica capaz de aprehender las prácticas reales de los sujetos en contextos limitados y concretos.

5. El funcionamiento del mercado de trabajo de los periodistas colaboradores

En este apartado analizaremos cómo funcionan y qué contenidos tienen distintas dimensiones del mercado de trabajo de los periodistas colaboradores. Aquí cabe realizar dos puntualizaciones. Primero, nuestro interés en este segmento externalizado no ignora las conexiones que puedan existir con el segmento interno de periodistas asalariados, en términos de condicionamientos mutuos y de los posibles trasvases de trabajadores entre uno y otro. Sin embargo, aquí nos concentraremos en el estudio del primer segmento mencionado ya que el mismo pertenece a una modalidad laboral como el *freelancing*, que se halla escasamente estudiada en el medio local tanto en términos de las condiciones de trabajo que conlleva como en lo referente a las prácticas y normas (formales e informales) que les son propias.

Segundo, quisiéramos retomar algunas de las cuestiones teóricas referenciadas en el apartado inicial de este artículo y volver a señalar que el concepto de mercado de trabajo se caracteriza por su alta abstracción en el sentido de que no existe en la realidad como algo directamente mensurable u observable. De ahí que su estudio deba emprenderse a partir del análisis de una serie de dimensiones que sirven a modo de operacionalización empírica de dicho constructo más amplio. En este sentido, la literatura sobre mercados de trabajo ha propuesto distintas dimensiones como objeto de análisis de este enfoque: la distribución de recompensas, la movilidad, la configuración de la jornada laboral, la formación- calificación de los trabajadores, la remuneración, entre otros. En función de nuestros objetivos, nosotros hemos seleccionado tres dimensiones para indagar en el mercado de trabajo de los periodistas colaboradores: las condiciones contractuales, el acceso y la movilidad. Veamos entonces cada una de ellas.

La puerta de entrada a la actividad

Un primer aspecto que se vuelve evidente al estudiar el trabajo de los periodistas es que su mercado laboral no se rige por elementos de naturaleza institucionalizada tales como certificaciones académicas o escalafones bien definidos y ello permite la gran influencia que adquieren los mecanismos de regulación de tipo *informal*. Estos últimos tienen una enorme eficacia en las industrias culturales, tal como Bulloni (2009a, 2009b) ha mostrado extensamente en su investigación sobre la organización del mercado de trabajo en el cine publicitario argentino. La autora explica de qué forma en un contexto

productivo descentralizado y con contrataciones temporales la compra y venta de fuerza de trabajo se rige eminentemente por mecanismos sociales e informales.

Algo similar ocurre en la rama de prensa, donde las recomendaciones de colegas, amigos y ex compañeros son factores claves que le permiten al periodista colaborador acceder a ciertas publicaciones y entrar en vinculación con los editores. En este punto es importante destacar que si bien los periodistas colaboradores llevan adelante su trabajo en condiciones de mucha individualidad y por fuera de las empresas, el suyo no constituye un mundo estrictamente atomístico y su actividad debe ser debidamente situada dentro de un entramado de relaciones personales.

En este sentido, el acceso a la actividad no parece transcurrir por medio de canales formalizados de reclutamiento tales como la presentación de un currículum, la difusión de convocatorias para cubrir puestos o la realización de selecciones estandarizadas. Antes bien, los colaboradores que hemos entrevistado relatan sus diversas formas de entrada en la prensa a través de algún “contacto”:

“Primero y principal, vos tenes que llegar al medio. O sea, tenes que conocer a alguien adentro que te reciba lo que vos le vas a mandar. Sea editor, sea fotógrafo, sea alguien que vos sabes que tiene llegada al editor. Porque es amigo, porque es buena onda, por lo que sea. Por eso te digo, es una relación muy interpersonal la de este medio”. (José, colaborador)

En suma, la dimensión del acceso está estrechamente asociada a mecanismos informales, donde los contactos y las relaciones interpersonales juegan un papel sumamente importante. Asimismo, se verifica un alto componente de iniciativa de parte de los trabajadores para poder ingresar en la actividad y “hacerse un lugar en el medio”.

Escribir para distintos medios. Gestionando la movilidad y la continuidad laboral

Al igual que para el acceso, la inscripción de los periodistas colaboradores dentro de redes sociales vinculadas a su profesión les permite gestionar su movilidad y afrontar con mejores recursos los riesgos e incertidumbres propias de su actividad. Es fundamentalmente a través de estas relaciones informales que acceden a la información sobre nuevas fuentes de trabajo.

“¡Si! nos recontra conocemos entre todos. Porque todos sabemos quiénes somos, con quienes trabajamos. Tratamos de ayudarnos. Yo creo que es un ambiente bastante... si bien es competitivo también es bastante colaborativo”.(Miriam, colaboradora)

En este proceso de movilidad horizontal, las redes sociales constituyen un sostén muy importante con el que cuentan estos trabajadores a la hora de moverse en una actividad tan poco formalizada. De esta manera, la reputación y las referencias ofrecidas por colegas y amigos a los editores son imprescindibles para que los colaboradores vuelvan a ser contratados y mantengan así un cierto nivel de actividad.

“Hay mucha información dando vueltas entre colegas. Cuando yo cuando me estaba por ir del diario ya había sondeado a mis amigos para ver quien necesitaba laburar y quien daba más o menos con ese puesto”.(Diego, colaborador)

“Yo creo que a los colaboradores no se los busca de la manera formal. No hay una manera formal de buscarlos. Tiene que ver con personas que sabes que están disponibles, que lo harían bien, que sabes que han trabajado en tal lugar y que se darían maña para hacerte una nota para vos”. (Miriam, colaboradora)

Sin embargo, el éxito de esta estrategia para gestionar la inestabilidad laboral es variable, en tanto el nivel de actividad de cada colaborador depende de diversos factores tales como su capital social, la viabilidad económica de las publicaciones para las cuales escribe, los ciclos estacionales, entre otros. En este sentido, el principal problema que aqueja a estos trabajadores es la incertidumbre originada en la imposibilidad de prever si podrán mantener un flujo de trabajo regular en el mediano-largo plazo. Lógicamente, estas circunstancias generaran en ellos sensaciones de angustia y ansiedad, que contrarrestan las pretendidas ventajas de mayor libertad y variedad que implica desempeñarse como *freelance*. Las salidas y entradas en el ejercicio de su actividad, la sucesión o simultaneidad en la prestación de sus servicios para diferentes empresas y la ocurrencia de periodos de inactividad son situaciones que los periodistas colaboradores relatan como parte inherente de su condición.

Vínculos mercantilizados y desregulación general de la actividad

A partir del diálogo con distintos colaboradores, surge en todos los casos que el vínculo que establecen con las empresas puede ser clasificado, en principio, como de tipo mercantil. Como explicábamos al inicio, los colaboradores son periodistas que se caracterizan por vender unidades de trabajo (artículos, notas) a uno o varios compradores, en este caso diarios o revistas. La forma en que se efectiviza este lazo -y que ya conforma una práctica ampliamente instalada- consiste en pedirles a los colaboradores que emitan facturas en calidad de proveedores monotributistas.

“No sos un empleado. Yo le facturo a diario Perfil y a la revista Veintitrés como si fuera la proveedora de gas... un proveedor de servicios...”(Ana, colaboradora)

Dicha naturaleza mercantil del vínculo se origina en el hecho de que los periodistas colaboradores se desempeñan como individuos física y legalmente externos a las empresas. Así, la consecuencia más notable de este esquema productivo es que quedan por fuera de las normas que rigen el trabajo de los periodistas (EPP y Convenio Colectivo de Trabajo) y que, por ende, la dimensión contractual se halla enteramente desregulada y sujeta a los acuerdos particularistas que puedan producirse entre colaboradores y editores.

Naturalmente, es cuestionable que pueda establecerse una relación en pie de igualdad entre estos dos actores, esencialmente por su posición estructural diferenciada en el proceso de producción: el editor representa los intereses de una gran empresa y tiene la capacidad de otorgar trabajo e ingresos, mientras que el colaborador se halla en condiciones de extrema individualidad y fragilidad para negociar sus intereses. Como señala Bulloni (2010), si bien en muchos casos pueden darse vinculaciones de confianza y de reciprocidad en los ámbitos laborales, los vínculos interpersonales que allí se construyen indefectiblemente se hallan atravesados por las asimetrías de poder en las que se inserta toda relación laboral capitalista, por lo cual el poder no desaparece sino que adopta formas más sutiles. Esto se acentúa en el marco de contrataciones temporales y precarias, donde las presiones para realizar un buen trabajo, responder a las demandas de los empleadores y “cuidar la reputación” son muy elevadas dado que de ello dependen las futuras contrataciones (Bulloni, 2010).

“Cuando vos vas a negociar tu laburo estas vos frente a una mega empresa siempre. Porque es el editor... pero el editor es la mega empresa y estás en una situación híper desigual y es re complicado. ¡No terminas negociando nada!”(Natalia, colaboradora)

Asimismo cabe señalar que, aunque el vínculo formalmente se muestre como de tipo civil- comercial, debería reconocerse el carácter de relación laboral a un sinnúmero de situaciones existentes donde se puede verificar una prestación regular de tareas de los periodistas colaboradores y donde existe un fuerte elemento de subordinación funcional y económica respecto de las empresas. Nuestro caso de estudio es entonces un ejemplo de las diversas formas en que trabajo y capital se articulan en los contextos productivos

flexibilizados, dando lugar a empleos que a través de la externalización salen de la esfera laboral y son lanzados a la esfera del mercado, con las condiciones de precariedad que ello implica³.

Esta estrategia de deslaboralización es utilizada por las empresas por los menores costos que les implica, ya que evitan cotizar a la seguridad social, pueden descargar sobre los trabajadores parte de los riesgos de la actividad y quedan en condiciones de desvincularlos con mínimos obstáculos legales y dinerarios, ya que no deben abonar una indemnización por despido. Asimismo, se abastecen de trabajadores con una menor tendencia a la sindicalización, lo cual los hace más vulnerables a las exigencias de producción y a las arbitrariedades del empleador.

Reflexiones finales

En este artículo hemos expuesto los aspectos más salientes del trabajo de los periodistas colaboradores, prestando especial atención al funcionamiento del mercado laboral en el cual se insertan. Para ello, hemos optado por un enfoque que se distancia de las concepciones ortodoxas, puramente economicistas y más simplificadas de los mercados de trabajo y, por el contrario, hemos priorizado un tipo de análisis sociológico que nos ha permitido identificar la existencia de una estructura segmentada para el caso bajo estudio, así como la vigencia de mecanismos institucionales, sociales e informales que explican la dinámica efectiva de este mercado de trabajo.

Este último tipo de mecanismos cobran especial relevancia en contextos productivos flexibilizados como el de la prensa escrita, donde las empresas delegan la creación de parte de sus contenidos a personal externo y profesionalizado, que participa de forma intermitente en los mismos. En este sentido, hemos visto de qué forma la vinculación entre periodistas colaboradores y empresas transcurre por canales informales, escasamente estandarizados y donde la temporalidad laboral se encuentra apoyada sobre redes sociales subyacentes que sostienen el funcionamiento de la actividad en el tiempo.

Sin embargo, lejos de considerar estas prácticas como algo dado y detenernos en un nivel meramente descriptivo, hemos intentado situarlas en un marco más amplio, problematizando, primero, los factores que se hallan detrás del origen de este tipo de

³ Las condiciones laborales que se generan en el marco de estos arreglos productivos han sido objeto de especial atención en nuestras indagaciones (Henry, 2010, 2011).

mercado laboral segmentado y segundo, las consecuencias que ello tiene para los trabajadores involucrados. Al respecto, hemos explicado que en gran medida dicha estructuración responde a las estrategias de externalización laboral que impulsan las empresas de prensa a los fines de reducir sus costos fijos de funcionamiento. De esta manera, en sus procesos productivos no solo participan periodistas en calidad de asalariados sino que además hacen uso de un (cada vez más) numeroso segmento de periodistas bajo la modalidad de colaboradores, que son remunerados por pieza de trabajo y que formalmente son considerados trabajadores independientes cuentapropistas. En este sentido, nuestro caso de estudio es solo un ejemplo de las diversas formas en que trabajo y capital se articulan bajo esquemas productivos flexibles en la actualidad, dando lugar a empleos que están más cerca de la esfera del mercado que de la relación salarial clásica, con la consecuente precariedad laboral que ello implica.

Luego, también hemos puntualizado que la existencia de mecanismos informales y de relaciones personalizadas entre colaboradores y editores (en tanto representantes de las empresas) no implica una relación más armónica y simétrica de este mercado laboral. Antes bien, bajo este marco se reproduce el inherente conflicto de toda relación laboral pero de forma más solapada e incluso permitiendo un mayor margen de acción a las empresas, que pueden imponer sus demandas a trabajadores que se hallan desprovistos de capacidad de negociación por su extrema individualización y que deben mantener una reputación y buenas referencias para volver a ser requeridos.

Por último, cabe señalar que el tipo de actividad que hemos indagado también nos plantea la necesidad de repensar ciertos conceptos utilizados para el análisis en la sociología del trabajo. Como señala Bulloni (2010), un análisis cabal de cualquier actividad productiva no puede ya limitarse a las fronteras de la organización formal de la empresa, sino que también debe tomar en cuenta aquella fuerza de trabajo externalizada que participa de la misma y se encuentra operando bajo lógicas mercantiles. De esta manera, bajo esquemas de producción fragmentados como el que hemos examinado aquí, es necesario un enfoque abarcador -pero a su vez cercano al terreno- que nos permita aprehender la complejidad de las prácticas productivas actuales, identificando todos los actores que participan de las mismas (visibles y “sumergidos”) y estableciendo el tipo de relaciones existentes entre los mismos.

Bibliographic

- ANTCLIFF, Valerie, SAUNDRY, Richard y STUART, Mark (2005): “Freelance worker networks in audio visual industries”, Working Paper N° 4, University of Central Lancashire, Business School.
- ARESE, César (2004): “El estatuto del periodismo profesional: desde el dictáfono a Internet”, *Revista de Derecho Laboral*. II Doctrina- Jurisprudencia- Actualidad. Rubinzal-Culzoni Editores.
- AUBERT, Clémence (2007): “Modes et usages des formes d’emploi dans les organes de presse écrite: vers une précarisation croissante des journalistes rémunérés à la pige?”, Ponencia presentada en las *XIe Journées Internationales de Sociologie du Travail* (JIST), 21-22 junio, Londres.
- BAUMANN, Arne (2002): “Informal labour market governance: the case of the British and German media production industries”, *Work, Employment and Society*, Vol. 16, N° 1, pp. 27–46.
- BULLONI, María Noel (2009a): “Flexibilización laboral y mecanismos informales de regulación de los mercados de trabajo. Un estudio en la producción cinematográfica argentina”, *Trabajo y Sociedad*, N° 12, Vol. XI.
- (2009b) “El detrás de cámara de la producción audiovisual: un calidoscopio de nuevas y viejas formas de regulación”, *Sociología del Trabajo*, N° 68, Siglo XXI Editores, Madrid.
- (2010): *La regulación social del trabajo audiovisual. Un análisis sociológico en la producción argentina de cine publicitario*, Informe de Investigación N° 23, CEIL del CONICET, Buenos Aires.
- DOERINGER, Peter y PIORE, Michael Joseph (1985): *Mercados internos de trabajo y análisis laboral*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.
- EDWARDS, Richard (1979): *Contested Terrain: The Transformation of the Workplace in the Twentieth Century*, Basic Books, Nueva York.
- EKINSMYTH, Carol (2002): “Project Organization, Embeddedness and Risk in Magazine Publishing”, *Regional Studies*, Vol. 36, N° 3, pp. 229-243.
- GORDON, David; EDWARDS, Richard y REICH, Michael (1982): *Segmented work, divided workers: the historical transformation of labor in the United State*, Cambridge University Press, Nueva York.
- GRANOVETTER, Mark (1973): “The Strength of Weak Ties”, *American Journal of Sociology*, Vol. 78, N° 6, pp. 1360-1380.
- HAUNSCHILD, Axel (2003): “Managing employment relationships in flexible labour markets: the case of German repertory theatres”, *Human Relations*, Vol. 56, N° 8, pp. 899- 929.
- HENRY, Laura (2010): “Contingencias e inseguridades en los empleos flexibles. La situación de trabajo de los periodistas colaboradores de la prensa escrita”, en DEL BONO, Andrea y QUARANTA, Germán (comp.) *Convivir con la incertidumbre: aproximaciones a la flexibilización y precarización del trabajo en Argentina*. Ediciones CICCUS, Buenos Aires.
- (2011): “Flexibilización productiva y desregularización de los vínculos laborales a partir del uso de trabajadores independientes en la prensa escrita argentina: un análisis de la figura del periodista colaborador”. Ponencia presentada en el 10° *Congreso Nacional de Estudios del Trabajo*, 3, 4 y 5 de agosto, Buenos Aires.
- KALLEBERG, Arne y SORENSEN, Aage (1979): “The Sociology of Labor Markets”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 5, pp. 351-379.

Laura Henry. El funcionamiento del mercado de trabajo de los periodistas colaboradores en la prensa escrita. La vinculación laboral en un contexto productivo flexible. *Papeles de Trabajo*, Año 7, N° 12, 2° semestre de 2013, pp. 40-58.

- KERR, Clark (1950): “Labor Markets: Their Character and Consequences”, *American Economic Review*, Vol. 40, No. 2, pp. 278-291.
- MASTRINI, Guillermo y BECERRA, Martín (2006): *Periodistas y magnates: estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo, Buenos Aires.
- MENGER, Pierre-Michel (1991): “Marché du travail artistique et socialisation du risqué. Le cas des arts du spectacle”, *Revue Française de Sociologie*, Vol. 32, N° 1, pp. 61-74.
- (1999): “Artistic labor markets and careers”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 25, pp. 541-574.
- OIT (2000): *Coloquio sobre las tecnologías de la información en las industrias de los medios de comunicación y del espectáculo. Sus repercusiones en el empleo, las condiciones de trabajo y las relaciones laborales*. Organización Internacional del Trabajo, Documento Informativo, Ginebra. Disponible en: <<http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/techmeet/smei00/smeir.htm>> (consultado el 28 de julio de 2012).
- POSTOLSKI, Glenn; SANTUCHO, Ana y RODRÍGUEZ, Daniel (2007): “Concentración de los medios de comunicación en Argentina: crisis y dependencia”, Portal IADE/Realidad Económica, Disponible en: <<http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=1926>> [consultado el 13 de febrero de 2009].
- REQUENA SANTOS, Félix (1990-1991): “Redes sociales y mecanismos de acceso al mercado de trabajo”. *Sociología del trabajo*, N° 11, págs. 117-140.
- SOLOW, Robert Merton (1992) *El mercado de trabajo como institución social*, Alianza Editorial, Madrid.
- VILLA, Paola (1990): *La estructuración de los mercados de trabajo. La siderurgia y la construcción en Italia*. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid.

Recibido: 01/08/13. Aceptado 25/10/13.