



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
UNIÓN DE TRABAJADORES DE PRENSA DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

“Navegar la fuente”

Uso de internet como fuente en el periodismo gráfico de Uruguay

Tesis de Maestría

Autor: Lic. Patricia Pujol
Directora: Dra. Lila Luchessi
Julio de 2012

Resumen

La introducción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en las redacciones de los diarios de tiraje nacional en Uruguay, extendiéndose pasado el año 2000, produjo modificaciones en las formas de desarrollar la profesión periodística. Este proceso permitió novedosas posibilidades de contacto con información e introdujo una nueva complejidad: la concentración de una abundante cantidad de datos. La posibilidad de acceso a correo electrónico, páginas web, Facebook y Twitter, hace que nuevos instrumentos sean incorporados al momento de conseguir insumos informativos para la construcción de una noticia.

En este marco, se propone indagar sobre las formas de utilización de internet como insumo informativo y los procedimientos que aplican los periodistas para validar esa información, detectando modificaciones en las rutinas en relación a tiempos considerados “preinternet”, especialmente en periodistas de diarios de tiraje nacional. Se busca reconstruir el procedimiento utilizado para realizar esa selección y conocer los criterios aplicados para validar y/o descartar información desde la red de redes, al tiempo que se indaga sobre el contexto de producción en que accionan, construido por líneas editoriales y posiciones corporativas de parte de los medios de comunicación donde trabajan.

El objetivo es comprender y analizar la forma en que se concibe el periodismo en Uruguay y de qué manera impacta el uso de las nuevas tecnologías, con énfasis en el uso de Internet como fuente, en el trabajo periodístico en prensa.

En un contexto donde los periódicos en formato papel tienen una competencia real en productos digitales y audiovisuales, la credibilidad y el rigor profesional son dos valores intangibles y fundamentales en el desarrollo del periodismo contemporáneo. Por ello, la verificación de las fuentes adquiere especial relevancia.

Índice

Capítulo 1.

1.1- Introducción – Sociedad de la Información.....	5
1.2- Antecedentes.....	11
1.2.1 Periodismo y uso de internet.....	13
1.2.2 Un nuevo uso: las redes sociales.....	16
1.2.3 El uso de redes en otros países.....	21
1.3- Estado del arte	
1.3.1 ¿Qué hay de nuevo, viejo? Investigaciones sobre periodismo, periodistas y uso de fuentes	23
1.4- El comienzo de todo: las fuentes en periodismo.....	26
1.5- La teoría desde donde se abordará el problema.....	30
1.5.1 Fuentes: esas curiosas raíces	32
1.5.2 Periodistas.....	34
1.5.3 Los medios.....	35
1.5.4 Sociedad de la información y velocidad.....	36
1.5.5 ¿Una nueva concepción del tiempo?	37

Capítulo 2.

2.1- Contexto de un nuevo problema.....	43
2.1.1 El caso wikileaks pone a internet como fuente en el tapete	43
2.2- Internet: ¿un lugar en el mundo?	46
2.2.1 Uruguay e internet.....	47
2.2.2 Redes sociales y uruguayos	49
2.3- Historia de la prensa en Uruguay	51
2.3.1 El País, primero siempre.....	51
2.3.2 Más tarde, Últimas Noticias.....	52
2.3.3 El período de dictadura contra la libertad de prensa	53
2.3.4 El plurimedio: La República.....	54
2.3.5 El diario económico: El Observador.....	55
2.3.6 La diaria, el diario que depende de vos	56
2.3.7 Diarios nacionales y estrategias comerciales.....	57
2.3.8 El desafío de internet presente y futuro en los diarios	57
2.3.9 ¿Internet vs Internet?	59
2.3.10 La prensa se aggiorna. Llegan nuevos tiempos.....	59
2.3.11 (Des) Confianza en los medios	61
2.3.12 Estudio de lectorías por medios escritos	62
2.3.13 Tiraje versus auditoría	63
2.4- Los investigados: periodistas y periodismo.	
2.4.1 Medios, empresas y trabajadores.....	65
2.4.2 Laudos salariales y Asociación de la Prensa de Uruguay	67
2.4.3 Puntos críticos.....	68
2.4.4 Hábitos de trabajo	68

Capítulo 3. Metodología

3.1- Nosotros y ellos: cuando observar al otro es observar al conocido	70
3.2- Desde dónde se mira	75
3.3- ¿Qué es observado en este estudio?	75

Capítulo 4. Presentación de los datos y análisis

4.1- ¿Explota el periodismo?	77
4.2- Cuando se habla de “periodistas”	81
4.3- El rol que (le) ocupa (al-el) periodismo	83
4.4- Contexto de trabajo	86
4.5- Credibilidad: ese valorpreciado	86
4.6- Fuentes: el origen	89
4.7- La llegada de internet a las redacciones	93

4.8- Las rutinas de trabajo en las redacciones	95
4.9- La tentación de “copiar y pegar”	96
4.10- Un nuevo personaje: “el periodista orquesta”	98
4.11- Uso de internet como fuente	99
4.11.1 Redes Sociales: la novedad	104
4.11.2 Uso de Twitter	105
4.11.3 Restricciones	109
4.11.4 Facebook: los perfiles	110
4.11.5 Restricciones	112
Capítulo 5. Reflexiones finales	
5.1- El concepto de la profesión	113
5.2- Las fuentes y el uso de internet	114
5.3- El caso Twitter	116
5.4- Cruzar fuentes: un trabajo que no resulta fácil	118
5.5- Cambios en las rutinas de trabajo	119
5.5.1- Un nuevo perfil	120
5.6- Panorama mediático y ejercicio del periodismo	121
5.7- Reflexiones sobre metodología y experiencia de campo	123
Bibliografía	126
ANEXOS	
I. Cédula de entrevista y Entrevistas	
II. Apuntes de trabajo de campo	

Capítulo 1

1. 1- Introducción-Sociedad de la Información

El advenimiento de las tecnologías de la comunicación en la sociedad contemporánea comenzó a ser considerado transformador. A principios de los años 1980, las nuevas tecnologías acaparaban todas las discusiones. Jesús Martín Barbero destacaba que en América Latina la mayoría de las personas veían los computadores o los satélites solamente en el cine o en la TV. La primera forma en que les llegaba esa tecnología era a través de la espectacularización, a través de “las nuevas estrellas del cine, fetichizadas” (Cimadevilla, 2007: 116).

El acceso a internet está cada vez más extendido en nuestras sociedades latinoamericanas, aunque todavía subsiste la llamada “brecha digital”, aquella que enmarca las desigualdades entre quienes acceden y quienes no a las nuevas tecnologías.

Autores como Aníbal Ford, Laura Siri y Martín Becerra han abordado el concepto de “brecha”. Ford desarrolló en diversos trabajos la tendencia de crecimiento de la “brecha digital”, acotando que en el año 2000, quienes tenían conexión a internet era apenas el 5.46% de la población mundial, mientras que el 90% de los internautas se encontraba en los países industrializados. A este fenómeno Ford lo denominó “brecha infocomunicacional” y destacó que el mismo sería “una tendencia que seguirá creciendo” (Ford, 2003 y 2006).

Becerra también reconoce que una de las tendencias de la sociedad de la información es “la existencia de una creciente brecha que separa en el nivel del acceso a los bienes y servicios infocomunicacionales a países, poblaciones, sectores sociales y personas”. (Becerra, 2003).

En tanto, Siri profundiza en el análisis del concepto y cuestiona su surgimiento y su uso, dando cuenta de que no se utiliza la nominación de otras “brechas” posibles como “brecha en salud” o “brecha alimentaria” para nominar tales fenómenos que encierran cierta desigualdad en el acceso: “Quizás el origen del asunto tenga que ver más con aquellos que venden tecnología que con quienes supuestamente se beneficiarían por su uso”, plantea Siri. Destaca una “falacia usual en el discurso sobre la brecha digital”: “la escasa consideración acerca del esquema de propiedad de las tecnologías que se quiere difundir”. Asimismo, la autora da cuenta de “la idea de que lo malo es no tener suficiente acceso al consumo de ciertos productos tecnológicos, cuando el drama es no tener acceso a su producción” (Siri, 2009). Acuerda con Ford en que “la idea de sociedad de la información no es sólo una denominación, sino un proyecto” y que responde a “cierta concepción de desarrollo” (Ford, 2003 y Siri, 2009).

Ante lo expuesto por estos autores, podríamos separar, entonces, dos planos en este aspecto: el de la producción y el del consumo de la tecnología. Al mismo tiempo, se destaca la presencia de distintos sujetos y distintos intereses manifestados en la creación de cierto orden y distribución de la tecnología.

Según Cimadevilla (2007), también existen premisas falaces en la sociedad de la información y el conocimiento, tales como suponer que la disponibilidad tecnológica conlleva al acceso.

Parece una obviedad, pero no lo es. No necesariamente la disponibilidad de infraestructuras y dispositivos tecnológicos sugiere que los públicos accedan a ellos. Buena parte de la brecha digital se liga a esa circunstancia. Cuestiones económicas, generacionales, de género, educación y desarrollo de habilidades tecnológicas y también de actitud o afinidad con los nuevos lenguajes, inciden, aun cuando los argumentos sobre los beneficios de la sociedad digital no los incorpore. Una prueba de esta discriminación se vuelve concreta toda vez que se reconocen perfiles de usuarios (p.111).

En las redacciones de los diarios, el acceso a internet ya no es nuevo. Se naturaliza el uso en cuanto se accede y se incluye en las rutinas cotidianas de los periodistas el chequeo de correo electrónico, páginas oficiales, páginas de diarios *on line*, blogs y redes que posibilitan contacto interactivo. De la mano de la penetración de internet, se generan nuevos usos y formas de leer: el hipertexto, acceso a archivos multimedia, interactividad con fuentes y lectores. De esta manera, internet constituye una nueva posibilidad de acceder a nuevas fuentes dentro del ámbito periodístico. Esta herramienta que se caracteriza por disponer de instantaneidad en la circulación genera limitaciones pero al mismo tiempo amplía posibilidades, según desarrolla Scot Lash (2005).

La sociedad de la información concentrándonos en las cualidades primarias de la propia información. Esta debe interpretarse aquí en marcada distinción de otras categorías socioculturales anteriores, como la narrativa, el discurso, el monumento o la institución. Las cualidades primarias de la información son el flujo, el desarraigo, la compresión espacial y temporal y las relaciones en tiempo real (p. 22).

En este contexto concreto en que se encuentra el desarrollo del periodismo actual adquiere especial relevancia la verificación de las fuentes. Así lo sostiene Concha Edo, quien ha estudiado el impacto de internet en la noticia, fuentes y géneros periodísticos con especial interés en el desarrollo de la profesionalización del periodismo. Es por ello que sostiene que la información más interesante y mejor seleccionada que hoy se pueda publicar pierde su atractivo (y credibilidad) si no recoge contenidos facilitados por una fuente fiable. Si esa noticia no puede ser contrastada “de forma segura”, se convertirá en un rumor, o cuando menos, en una mentira divulgada como verdad (Edo, 2009: 105).

El uso de internet como fuente ha suscitado diversos debates recientes en el ámbito periodístico. El *boom* de Wikileaks¹ motivó algunos en ámbitos donde actúan periodistas uruguayos con énfasis en el uso y divulgación desde aspectos éticos, procedimentales, cuestionando el derecho a la información y planteando la significación del “interés público” de cierta información a la que acceden los periodistas. Asimismo, cuestionamientos sobre qué cosas son publicables y qué no se dieron en las redacciones nacionales y el público general pudo acceder a ellas a través de cuantiosos editoriales en el mes de diciembre de 2010. Lo que se publica -y ahora con más acento- lo que no se publica, fue puesto en el tapete debido a la aparición de Wikileaks en el debate público, en momentos en que se descubre la tenencia de información secreta que antes permanecía oculta.

¹ Wikileaks es una organización mediática internacional sin fin de lucro que publica a través de su sitio web informes anónimos y documentos filtrados, preservando el anonimato de sus fuentes. Su creación fue obra del periodista australiano Julian Assange. Si bien su lanzamiento se realizó a fines del año 2006, su actividad comenzó en julio de 2007. En 2010 se conocieron documentos sobre informaciones de embajadas norteamericanas en distintos países de América Latina y Europa sobre las características de sus mandatarios políticos.

Entendiendo el periodismo como “un método de interpretación sucesiva de la realidad social”, donde los “medios hacen y representan el presente común” (Lorenzo Gomis, 1991: 11), es de considerar que los medios forman cada día el presente social de referencia generando nuevas posibilidades de contacto o comunicación en las sociedades modernas (Op. Cit: 14).

Los medios actúan de mediadores entre la realidad global y el público o audiencia que se sirve de cada uno de ellos. Pero esa mediación es algo más que simple comunicación. Los medios no sólo transmiten, sino que preparan, elaboran y presentan una realidad que no tienen más remedio que modificar cuando no forman (p. 16).

“Explicar cómo funciona el periodismo es explicar cómo se forma el presente en una sociedad” (Gomis, 1991: 11). Será de interés de este estudio, reconocer (tal como plantea Barbero en tanto re-ver los procesos como operación de desplazamiento metodológico) ese itinerario de prácticas, imaginarios, procedimientos, tiempos y espacios, con la intención de descubrir una metodología y una política asociada a la elección de información y uso de fuentes en el periodismo a través de las nuevas propuestas que impone la red de redes. Esto supone no disolver la tensión política sobre la información sino indagarla, rodearla, profundizarla, para no reducir las decisiones a un simple uso de una herramienta determinada (internet).

Es intención de este estudio analizar las características de uso de internet como fuente en el ejercicio de la práctica cotidiana de los medios impresos en Uruguay, en tanto, observar el uso, detectar modificaciones en las rutinas periodísticas luego del ingreso de internet a las redacciones y describir qué mecanismos son utilizados para chequear esa información o contenidos informativos, con la intención de responder algunas interrogantes, tales como: ¿Cómo se relaciona el periodista con esa fuente? ¿Cuáles son los procesos de validación por los cuales son descartados o aceptados ciertos itinerarios informativos desde la red de redes? ¿Qué hace el periodista con el insumo tomado de internet y en qué contexto se produce esa acción?

Partiremos de la dilucidación de la interrogante: ¿qué hace el periodismo? para dar cuenta de la complejidad del campo en que investigaremos. El periodismo interpreta la realidad social para que los consumidores de productos mediáticos (específicamente lectorías, en nuestro estudio) puedan entenderla, adaptarse a ella, modificarla. Como método de interpretación desarrolla cierta metodología que comporta hábitos y supuestos (Lorenzo Gomis, 1991: 36).

Las nuevas tecnologías de comunicación han modificado la “economía del tiempo”, al decir de Jesús Martín Barbero (2002), ya que durante siglos, los cambios fueron lentos, de manera que una generación tenía tiempo de contárselos a las siguientes.

Nosotros estamos viviendo la entrada en otro régimen de tiempo que forma parte de esa conciencia planetaria también contradictoriamente. La aceleración de los cambios hace parte del movimiento de la comunicación —la instantaneidad de la información posibilita una nueva rentabilidad y una transformación de las relaciones posibles, multiplicándolas— pero también nos conduce a una actualidad histórica que desvaloriza cualquier otro tiempo. Ya sea el tiempo de la historia, la información noticiosa, o la noticia informatizada, obturando la memoria hasta aplastar lo actual contra su fetiche, induciendo la desaparición misma del tiempo como contexto vivo de los hechos (p. 196).

La introducción de las nuevas tecnologías ha impactado en el trabajo periodístico en las redacciones de los diarios papel, así como lo ha hecho en la incipiente construcción de una “sociedad de la información”. Mucho se ha hablado a nivel mundial de la inminente muerte del diario tradicional ante el advenimiento de los nuevos formatos de periódicos *on line*. El quehacer periodístico y los mismos productores de sentido, los periodistas, debieron adoptar esta nueva herramienta y comenzar a proyectar su rol a través de -y en relación a- unas novedosas fuentes de información que proporciona internet.

El proyecto de investigación se propone analizar qué concepto de periodismo tienen los periodistas de la prensa escrita en Uruguay y conocer de qué manera impacta (si lo hace) la utilización de las nuevas tecnologías en sus trabajos, con especial énfasis en el uso de internet como fuente y selección de información en la construcción de sentido. Se dará cuenta también del contexto de trabajo en las redacciones donde el uso de internet como herramienta informativa forma parte del quehacer profesional cotidiano.

La inclusión de computadoras con acceso a internet en las redacciones de los diarios de tiraje nacional en Uruguay data de la segunda mitad de la década de 1990, llegando a distintos tiempos a cada redacción y totalizando su presencia recién hacia el año 2000.

En el entendido en que el periodismo es una profesión que remite a fuentes y el tratamiento de ellas es inherente al desarrollo del quehacer periodístico que da sentido al rol social que cumple el profesional en esta materia, diversos autores consideran que la calidad de las fuentes sigue siendo la medida de la calidad del informador. En tanto, la selección y uso de fuentes será de especial interés para el desarrollo de su profesión en un medio determinado.

El periodista ejerce su profesión desde un lugar en la pirámide vertical en la que se sustentan los proyectos a estudiar (diarios), los cuales se constituyen en empresas comerciales con fines de lucro. En tanto, el profesional trabaja en un contexto laboral marcado por decisiones comerciales, editoriales y laborales que son, muchas veces, ajenos a su ejercicio de la profesión en cuanto desarrollo intelectual. Estas implicancias serán reveladas en nuestro estudio, de ser posible, para reconocer cuáles son las tensiones teóricas y metodológicas que se producen en este sentido.

Atentos a las tres crisis del periodismo descritas por Dominique Wolton que tienden a desestabilizar una profesión reciente y frágil, en tanto se sobrevive a restricciones económicas, técnicas y políticas, la profesión periodística merece un especial tiempo de reflexión sobre sí misma. Así lo advierte el autor y sugiere eliminar las barreras del individualismo en la práctica cotidiana y desarrollar espacios de intercambio sobre esa cotidianidad (Wolton, 2001).

En cuanto a los medios elegidos para el estudio, se propone relevar todos los periódicos papel en Uruguay de tiraje nacional, según los datos disponibles de medición de lectoría (Instituto CLAEH y Consultoras) y realizar contactos directos con periodistas de diversas secciones, tales como: Política, Economía, Internacional, Sociedad o Comunidad, Cultura y Deporte. Estos son: El País, Últimas Noticias, El Observador, La República y La diaria.

La decisión de incorporar en este estudio representantes de todos los medios escritos de tiraje nacional se sustenta en la necesidad metodológica y teórica de fomentar un análisis entre el concepto que se tiene de la profesión y cómo se ejerce la misma en cada contexto, con la intención de dar cuenta de los objetivos y modalidades de uso de internet como fuente, en diferentes secciones periodísticas, donde las nuevas tecnologías marcan una posibilidad novedosa de acceso a la información.

En este sentido, la investigación propuesta intentará dar respuesta a la interrogante directriz: ¿De qué manera se relaciona el concepto de periodismo y el ejercicio de los periodistas uruguayos en los diarios de tiraje nacional con la utilización de las nuevas tecnologías, centrándonos en el uso de internet y la selección de fuentes?

Como hipótesis de trabajo sostendremos que: la introducción de las nuevas tecnologías en los diarios posibilitó la utilización de una cantidad mayor de fuentes de información desplazando de ciertos lugares centrales a otras que antes se utilizaban con prioridad; y que el uso de nuevas herramientas comunicacionales como internet, generó nuevos procesos de tratamiento de la información en la elaboración de los productos noticiosos.

El tema de investigación es el periodismo y los periodistas en la era de auge de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, con especial énfasis en el uso de internet como fuente. El mismo viene siendo estudiado desde diversas disciplinas, con el interés que ha suscitado la mediatización de la comunicación por computadoras y a través de los usos de redes.

Wolton (2000) propone tres palabras para entender el éxito de las nuevas tecnologías: autonomía, organización y velocidad.

Cada uno puede actuar sin intermediario cuando quiera, sin filtros ni jerarquías y, lo más importante, en tiempo real. Yo no espero, yo actúo y el resultado es inmediato. Esto da un sentimiento de libertad absoluta, incluso de poder, de lo cual da cuenta la expresión “navegar la red (...) podemos navegar también hasta el infinito con una movilidad extrema (...) La red se convierte en la figura de la utopía, de una sociedad donde los hombres son libres, susceptibles de emanciparse por ellos mismos. Todo esto no es falso y corresponde a la era del tiempo que valora la libertad individual (...) El acceso a ‘toda la información’ no sustituye la competencia previa para saber qué información pedir y qué uso hacer de ella. El acceso directo no suprime la jerarquía del saber y de los conocimientos. Hay algo de fanfarronada en el hecho de creer que uno se puede instruir solo con acceso a las redes (p. 95, 96, 97).

Ante esta utopía de “igualdad” el autor sostiene que aunque parezca que “delante del ordenador, todo el mundo es igual” por la ausencia de jerarquías a priori, colabora, entre otras cosas, a explicar el aumento de utopías que rodean desde hace medio siglo el desarrollo de las tecnologías de la información.

El dato no existe si no ha sido construido, y por lo tanto, es arbitrario y refleja directamente una relación con lo real, es decir, una elección (...) En todo caso, el hecho de mayor peso es que el campo de la información se amplía cada vez más, diversificándose e integrándose en nuevas dimensiones (Op.Cit. p. 101)

Este desafío al que otros autores llaman “superabundancia de la información” se ha abordado desde distintas disciplinas con cierta inquietud.

Para la información-prensa, se llevó a cabo un largo proceso vinculado a la filosofía del siglo XVIII, que ha colocado en el centro de nuestro sistema de valores la libertad y la igualdad de los individuos, que como consecuencia tiene el derecho a la información. Sabemos que esta simple idea ha necesitado dos siglos para ser aplicada, así como a través de que combates y de qué vigilancia se renueva cada día. La información es aquí, en primer lugar, el resultado de una lucha, de una batalla, vinculada a una cierta concepción de la sociedad y de la política. Así pues, nos imaginamos las diferencias que existen entre esta concepción de la información y la que está al principio de estos nuevos servicios de multimedia. En un caso, se trata de un proceso histórico, conflictivo, cuya legitimidad está relacionada con un sistema de valores. En el otro, se trata de una concepción mucho más instrumental y, sobre todo, económica. Dicho de otro modo, la presentación de nuevos servicios como la prolongación de los servicios de información-prensa no es evidente. En el primer caso, hablamos de política y de valores; en el segundo, de economía y de intereses. Por el momento, las necesidades que cubren la informática doméstica son, por lo tanto, bastante diferentes a lo que entendemos, en general, por información. Esto no indica la ausencia de vínculos, sino que significa que no es posible la justificación del desarrollo del multimedia a través de una teoría de las necesidades, que es prematura, a menudo ligera y tiende a hacer creer en una complementación natural entre los diferentes tipos de información (...) La información es selectiva en su contenido, aunque se haga igualmente mediante el procedimiento de búsqueda. La manera de construir la información, de presentarla y de prever los medios de acceder a ella, no es universal y está vinculada a esquema culturales (Ib. p.104).

Para Wolton (2000) el problema no es, en efecto, el de acceso diferenciado, ya que todo es posible –a condición de saber y pagar-, sino más bien saber cuál será el nivel de demanda.

Ahora bien, este problema está relacionado con la posición social de la que cada uno parte: uno de los efectos de la dominación sociocultural es, precisamente, no pedir otra cosa que la que se tiene. Desear otra cosa, emprender, ya es situarse en un límite dinámico de cuestionamiento, de emancipación. El riesgo es que haya un lugar para cada uno, ¡pero que cada uno esté en su lugar! Los dos obstáculos son, entonces, la selección según el dinero y la segmentación de los contenidos en función de los medios sociales. En esto, los periódicos, las radios, las televisiones se manifiestan como más democráticas. Son instrumentos de comunicación que juegan sobre lo universal y no sobre lo particular. Con estos medios de comunicación, la información dirigida a todos, pero cada uno la integra al menos en función de su personalidad y de su situación social. Esto no significa una ausencia de desigualdades, sino que, como mínimo, son evidentes y el acceso es menos discriminador (Ib.p. 106).

1.2- Antecedentes

La inquietud por la investigación del uso de internet como fuente surge del hecho dado por la creciente penetración de internet en las redacciones del mundo y la convergencia de medios que el siglo XXI ha marcado para los impresos. No sólo la pérdida de lectores y la mudanza de publicidad de medios impresos a los electrónicos, sino también el cambio en la forma de escritura y de contexto de la información en los llamados nuevos medios (Boczkowski, 2006). En Uruguay aún no es tan fiel la experiencia en estos tiempos de convergencia de redacciones.

Si bien los medios estudiados cuentan todos con páginas webs de sus diarios impresos, siguen alzando la bandera de los medios escritos en papel y fidelizando clientes a través de las estrategias de impreso. Cada vez más, nuevos suplementos y productos editoriales se acoplan a las planificaciones de venta de las empresas mediáticas nacionales. La web se desarrolla con distintos niveles de madurez en los diversos diarios y ninguno de ellos cuenta con convergencia total de la plantilla de periodistas en uno y otro medio. Las redacciones están separadas y se manejan con pirámides editoriales distintas.

En Uruguay el uso de internet ha penetrado en las zonas urbanas de manera creciente en los últimos años. No en vano, la Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual, dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Minería, planteó como meta para 2012 el acceso a banda ancha de calidad para el 60% de los hogares del país². La extensión del uso de computadoras portátiles en el sistema educativo público uruguayo conocido como Plan Ceibal (adaptación uruguayana del proyecto *One laptop per child*, de Nicholas Negroponte), también en educación Secundaria con planes pilotos que comenzaron en 2010, posibilita el uso de internet en todo el país gracias a las zonas dispuestas como Ceibal *Wi Fi*.

Los diarios nacionales siguen dando pelea en sus producciones en papel. Luego de la crisis de 2002, los diarios lograron mantener sus ventas, aunque el sector se resintió como otros en las diversas cadenas productivas del país. A los cuatro diarios más antiguos de Uruguay (El País, El Observador, Últimas Noticias y La República), en 2006 se sumó La diaria, un emprendimiento novedoso que alteró el criterio periodístico del momento ya que es el único que se vende por suscripción y no integra el circuito monopólico de transporte de prensa instalado en el país. Si bien este último diario salió a la venta en momento en que la digitalización de las redacciones era un hecho contundente e indiscutible en el mundo, el mismo no promovió su página web hasta mediados de 2008, donde desde entonces, dispone en internet el mismo contenido de la edición papel.

Los diarios son todavía un elemento de culto nacional y si bien sus ventas oscilan a la baja, no han desaparecido aunque existen vaticinios que auguran lo contrario. Desde Estados Unidos llegó la voz de Arthur Sulzberger Jr., presidente y editor del diario The New York Times, quien confirmó en setiembre de 2010, en ocasión de la novena Cumbre Internacional de Noticias

²Ministerio de Industria, Energía y Minería (2011). *Políticas Institucionales 2010-2015*. Disponible en URL: www.miem.gub.uy [Última visita: 15-07-2011]

WAN-IFRA, los planes del periódico de dejar de tener una edición impresa “en el futuro”. Al mismo tiempo, anunció la salida en 2011 del diario *on line* de pago³. Asimismo, Juan Varela en “El fin de la era de la prensa”, provoca a sus lectores augurando la muerte de la prensa de pago.

El diario en papel sobrevivirá, pero sólo como un producto elitista y de nichos. El futuro es digital, pero no es cuestión de soporte, es un cambio estructural como no ocurría desde la aparición de la prensa popular a finales del siglo XIX⁴.

Sin embargo, hay quienes no piensan de la misma manera. Edo (2005) sostiene:

La convivencia entre el papel y la pantalla –o entre átomos y bits- tiene todavía mucho tiempo por delante. Y aunque se podría hablar de lo que para unos será desaparición y para otros remodelación tecnológica del periódico tradicional, siempre serán necesarios datos comprobados, buenos textos y una narrativa bien estructurada que atraigan la atención de los lectores-navegadores (p. 211).

Martín Becerra y Sebastián Lacunza (2012) reivindican el rol fundamental de la prensa en las construcciones de agenda, más allá de que el formato papel esté en declive.

Si bien cierto que en términos absolutos el mercado mundial de venta de periódicos disminuye año tras año, con excepciones significativas en países densamente poblados y crecimiento macroeconómico como China, India o Brasil, la influencia de la prensa es reivindicada en todos los estudios contemporáneos sobre construcción de agenda y liderazgo de opinión (p. 23)

Ya no ante la escasez sino ante la abundancia de datos y medios para transmitirlos, el desafío que se le plantea al consumidor de información, tal vez se encuentre en la selección que hace de la misma y un reto similar se le plantea al periodista. Por otra parte, los aspectos económicos de las empresas periodísticas en Uruguay, tales como: laudos salariales bajos para los periodistas, precariedad laboral, entre otras, cierta pereza y falta de formación profesional (las carreras de Comunicación a nivel universitario datan de finales de los años 1980, posteriores al último período de dictadura militar), podrían ejercer como variables influyentes en la calidad del ejercicio del periodismo tradicional.

En este sentido, Juan Varela (2005) plantea una problemática adicional:

El público se ha lanzado a la conquista de los medios. Ya nadie quiere ser informado y callar. Muchos quieren hablar, difundir su propia información, y algunos lo hacen con especial destreza. El periodismo profesional se siente amenazado y no es para menos. Cuando la gente se lanza a hacer periodismo gracias a los medios sociales y a los instrumentos de publicación de ciberinformación los periodistas tradicionales ya pueden atender (p. 71)

En este contexto, el ejercicio del periodismo ha incorporado la utilización de las nuevas tecnologías de la información como herramientas de quehacer cotidiano. No existen ya redacciones carentes de computadoras, impresoras, teléfonos celulares y servicios de internet.

³ *Algún momento York Times*. Disponible en URL: <http://www.abc.es/20100910/sociedad/algun-momento-york-times-20100910.html>. [Última visita: 10-12-2010]

⁴ *El fin de la era de la prensa*. Disponible en URL: <http://periodistas21.blogspot.com/2006/08/el-fin-de-la-era-de-la-prensa.html> [Última visita: 16-02-²⁰¹¹]

A nivel internacional, se proyectaron congresos sobre Periodismo y el uso de las nuevas tecnologías en 2009, 2010 y 2012, dando cuenta de la importancia de debatir sobre la utilización de estas nuevas herramientas en la profesión. Ejemplos de ello fue el XXIII Congreso Internacional de Comunicación de la Universidad de Navarra, realizado en febrero de 2009 bajo el nombre de “La excelencia y la innovación en los contenidos”. Allí se puso en debate las prácticas de la comunicación y el uso de las herramientas informáticas. En 2010 se destacaron los congresos realizados por la Universidad de Salamanca bajo el nombre I Congreso Comunicación 3.0: nuevos modelos comunicativos para los nuevos comunicadores, y el Congreso Internacional de Comunicación “100% periodismo” en Mérida, Venezuela, donde el uso de internet como fuente fue un tema de preocupación académica destacado. En abril de 2012, en ocasión del XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación realizado en Montevideo, se presentaron diversas investigaciones en relación a las nuevas tendencias del periodismo y uso de nuevas tecnologías.

“Los informadores ya no pueden ser sordos a la Red porque se juega su prestigio y su capacidad de influir y mantener su posición en las conversaciones informativas” (Varela, 2005: 72).

1.2.1 Periodismo y uso de internet

“En vez de dejar que la tecnología te infantilice, involúcrate con la tecnología con responsabilidad” – Paul Virilio -

Cada vez está más integrado el uso internet y de redes sociales en el ejercicio del periodismo. El uso del correo electrónico, la consulta a páginas webs institucionales, empresariales, de medios de comunicación del mundo, el uso de plataformas y redes de interactividad, chats asociados a las cuentas de correo electrónico. Estas nuevas herramientas, incluyendo YouTube, con soportes audiovisuales son cada vez más frecuentes en las citas que hacen los diarios sobre las fuentes que les proporciona el material. Los políticos uruguayos, entre los que se destacan sólo algunos, utilizan Twitter y Facebook para divulgar sus campañas. Lo hacen también algunos ministerios públicos y Presidencia, que, luego de varios meses de discusión, en 2012 comenzó a utilizar estos soportes para divulgar la información. Sí utiliza su página web donde dispone contenidos multimedia, se actualiza todos los días con “novedades” y “hechos noticiables”.

La discusión de Facebook como fuente llega a las redacciones en su máximo esplendor sobre el año 2009, en épocas de campañas electorales, desde el momento en que cada vez más usuarios realizan sus comentarios de actividades recientes en ese medio. En la diaria, por ejemplo, en febrero de 2011 se dio una discusión sobre el tema, en relación a una nota publicada sobre un grupo neonazi que comentaba sus ideas en la red. En tanto, periodistas del medio dejaron sus opiniones en una cadena de correos que circuló en una lista grupal que disponen para uso interno. De esta manera, una de las coeditoras de la sección política se pregunta sobre el fenómeno Facebook y dice no estar de acuerdo en relativizarlo como fuente. Le parece legítimo el uso de esa red como fuente y discute sobre si su validez es menor a la de “un llamado telefónico o un comunicado oficial”. Exactamente esta es la discusión que estamos planteado: cómo se usa internet como fuente y qué dispositivos de chequeo acciona

en el momento en que se convierte en portadora de una novedad o de un principio de algo noticable.

En *La Prensa sin Gutenberg*, Fogel y Patiño (2007) introducen ciertos elementos novedosos.

En internet ha nacido una nueva prensa, con su propia identidad, su lenguaje y un crecimiento tan vivo que desafía a sus competidores. El miedo a perder lectores en beneficio de las páginas digitales informativas se convirtió en la rutina de los periódicos, antes de que también se preocuparan por ello los medios audiovisuales. No obstante, este juego de resultado cero, en el que un medio ganaría en audiencia y en ingresos publicitarios lo que el otro perdiese, es una visión falsa, estrecha de miras, y sin base de una ruptura histórica. Igual que otro gremio que se enfrenta a una revolución tecnológica, el periodismo se ofusca. Quiere creer que con que se proporcione a Internet un puesto suplementario bastará para que los mismos medios de comunicación de masas ocupen un lugar alrededor de la mesa de la información y jueguen la misma partida delante de una audiencia muda. Los primeros pasos de periodismo *on line* barren esa quimera. Internet no es un soporte más; significa el final del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora. Sometido a la omnipresencia de un medio nuevo, despojado, poco a poco, de la competencia con los distintos soportes, revisa cada día un poco más su relación con su audiencia. La prensa bajo el régimen de Internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia (p: 15).

Para explicar esta revolución que detectan, los autores continúan:

El primer afectado, la prensa escrita. Romper el lazo entre la escritura y la imprenta, que se estableció en tiempos de Gutenberg, es, por fuerza, una revolución. Por más que el texto, gracias a Internet, supere los límites de difusión de una publicación impresa, también pierde su condición de referente (Op. Cit:19).

El desafío que internet lanza a la prensa no se dirige tanto a la invención de un medio o aparición de un soporte como a esa repentina proliferación de la comunicación de la que hay que dar cuenta. Durante la creación de los primeros periódicos modernos, la prensa informaba sobre la actividad de las elites políticas, financieras, universitarias, culturales, etc. El progreso de la democracia, la subida del nivel de vida y la difusión de una cultura de masas han llevado a añadir a ese primer trabajo un seguimiento de la vida de las sociedades, de la evolución de los conocimientos y de la crónica de los hechos más diversos. La creación de Internet no invalida esos enfoques, sino que obliga a completarlos con un tercer paso: dar cuenta de una sociedad de la información que se extiende sobre la red mundial, y no se confunde con las elites o la sociedad a secas. Se trata de una dimensión del periodismo tan nueva –informar sobre la información-, que, a menudo, pasa desapercibida (Ib. p. 25).

Sin embargo, no es menos representativo que la Asociación de la Prensa de Uruguay (APU) organice talleres sobre Periodismo y uso de redes sociales para “capacitar en conceptos y herramientas a utilizar, entender el fenómeno de las redes sociales”, mencionando “un cambio de paradigma: los usuarios y las marcas como productores de contenidos”⁵.

Consultado para este trabajo, el presidente de la APU, Daniel Lema, en relación a si el sindicato percibe cierta inquietud sobre el uso de internet en las redacciones de diarios, manifestó que percibe cierta complejidad del abordaje del tema del uso de las redes sociales como insumo y medio de difusión de los periodistas, ya que aclaró, no existe consenso al respecto en el sindicato.

⁵ Taller dictado el 15 de octubre de 2011 en la sede de APU en Montevideo para periodistas uruguayos.

Hubo un caso de una periodista de El Observador que fue echada y nos enteramos luego que tuvo que ver algo que ella había publicado en su Facebook sobre los medios de comunicación, donde la crítica bien podía ser para otros medios pero también para el que ella trabajaba. Llegó este tema a la mesa del Consejo porque vino alguien a comentar: 'Miren que pasó esto'. La persona que fue despedida no quiere hacer ningún reclamo pero en este momento deberíamos empezar a pensar estos temas. Y me acuerdo que se armó un lindo debate sobre lo que escriben los periodistas en las redes sociales o en Twitter. Porque varios compañeros decían que hay libertad de expresión y tiene derecho a decir lo que le parece. Yo me acuerdo que yo estaba de acuerdo con eso. Pero a vos te indentifican con un medio. En mis contactos hay políticos o de áreas que yo cubro como periodista. Y yo sé que hay determinadas cosas que, me gusta pero no las puedo escribir u opinar de determinado tema, aunque esté a favor o en contra. Porque sé que eso me va a condicionar. Lo mismo es con la relación con las empresas, empezás a averiguar y te das cuenta que en Brasil hay códigos para algunos periodistas de algunos medios. Te dicen que no podés escribir de esto o aquello, que tenés que tener cuidado porque vos trabajás en esta empresa, y tenés que cuidar el nombre de la empresa. En Estados Unidos se aplica. Las agencias de noticias, también lo aplican. Este es el único caso que nos llegó y nos despertó esa inquietud. Y nos dijimos: vamos a tener este lío también. Porque hasta hoy en día, cada vez que discutimos las condiciones de trabajo y todo lo que tiene que ver con el sector prensa, la parte que tiene que ver con internet es como una subsidiaria. Se utiliza el mismo nombre de grupo como si fuera un subgrupo. De hecho, en el tema de laudos salariales, sobre internet o trabajadores en temas web se han creado muy pocas categorías. Está editor de diseño web y nada más. Como trabajadores no nos hemos puesto a analizar en profundidad el tema. Hay gente que cree que básicamente se trata de la misma categoría en los dos medios. No cambia en un soporte u otro. Puede ser que se nos esté pasando algo de la parte técnica, pero aún no se nos han quejado, de soporte web. Para nosotros internet está siendo una especie de cosa nueva y estamos viendo cómo lo vamos a encarar⁶.

En el periódico La diaria también se vivió una situación muy particular en relación al uso de internet como fuente. La discusión sí se dio en los ámbitos periodísticos a nivel de la redacción pero fue antecedida por una instancia judicial, la única conocida en el país, sobre la figura de plagio en prensa. Un periodista editor de Internacional del diario publicó una nota en dicha sección con contenido del diario español El País sin haber citado ni entrecomillado. El mismo fue tomado de la versión digital del medio español. El trabajador alegó no tener intención de dañar al medio de comunicación y haber cometido un "error involuntario que no causó perjuicio por el que fue despedido". Sin embargo, los actuantes en la causa dejaron constancia de que: "no se puede justificar lo acontecido por la forma en que se trabaja, o la premura para el cierre de la edición. El actor relata en la demanda cómo recibió la noticia, chequeó su origen en la forma acostumbrada, comprobó que es una nota de El País de Madrid y decidió publicarla. Afirmar que no salió el refrito, que guardó parcialmente lo realizado, no exime al actor de la responsabilidad". No se adjudicó la autoría del mismo al periodista (la nota no estaba firmada), sin embargo el escrito judicial entiende que "esto no significa que la edición

6 Ver Anexo I. Entrevistas a informantes calificados. Presidente de APU, Daniel Lema. Entrevista realizada el 27-10-11.

del mismo no haya sido su responsabilidad”. Y agrega algo mucho más relevante para tener en cuenta en este trabajo:

El autor realizó una publicación que exponía no a él personalmente sino a su empleador a caer en la figura de plagio. No lo firma, pero quien lo publica si no menciona su origen se deduce que es porque es original y no se copió de ningún otro lado (...) El actor no es un empleado cualquiera, es un periodista, editor de una sección de la demanda, expuso al ridículo al diario y puso en juego la credibilidad del mismo. (...) Es prioridad de la tarea de un editor de noticias el comportamiento responsable acorde a la responsabilidad de su cargo, y en este caso no actuó de esta forma (Sentencia Judicial N°52, 2009).

Se transcribe para este estudio la sentencia definitiva de la ministra Nanci Corrales García actuante en el Tribunal de Apelaciones del Trabajo de 2º turno, ya que creemos sentó las bases de un marco jurídico sobre la figura de plagio a través del cual se produce jurisprudencia en el país. La misma data del 13 de abril de 2009, cuando se tipifica plagio: “una infracción del derecho de autor sobre una obra de cualquier tipo, que se produce mediante la copia de la misma, sin autorización de la persona que la creó o que es su dueña o posee los derechos de dicha obra, y su presentación como obra original. Por lo tanto, el plagio posee dos características: la copia ilegítima de una obra protegida por derecho de autor y la presentación de la copia como obra original propia”.

Este hecho novedoso en el ámbito jurídico abre nuevos desafíos a nivel profesional. El “copiar y pegar” de información dispuesta en internet sin citar su fuente entra dentro de la figura de plagio y lesiona la credibilidad de un medio. En este sentido, es pertinente dejar constancia de este suceso con la intención de dar dimensión real al tema que nos ocupa y contextualizarlo en un escenario de disputa con antecedentes a nivel nacional. El diario que se vio lesionado es uno de los que nos proponemos estudiar a través de los periodistas que se entrevistarán para este trabajo. Este antecedente nos parece relevante por este motivo y porque nos brinda un elemento más para tener en cuenta cuando se utiliza internet como insumo para la producción periodística en las redacciones de los diarios.

1.2.2 Un nuevo uso: las redes sociales

En la Memoria de grado de la Facultad de Humanidades de la Universidad Católica que realizó Romina Andrioli (2011) sobre Periodismo y redes sociales, da cuenta de que en el curso online de la Fundación Nuevo Periodismo sobre la profesión y las redes sociales, dictado en 2010 por Esther Vargas, editora de Perú 21, planteó que las redes sociales “son fuentes nuevas” que a los periodistas “nos cambian las reglas y nos mueven el piso” y que además nos hacen ver que la audiencia o el público “también tiene poder” y “está generando información”. “La audiencia cambia las reglas; es participativa; no se resigna a esperar que los medios publiquen; (...) abre espacios de diálogo por afuera”. Los periodistas “no estamos preparados para la reacción de los lectores”. Es necesario “conversar” con la audiencia a través de las redes sociales y enumeró una serie de beneficios que a su entender tienen estas herramientas: saber de qué está hablando la gente, “encontrar alertas de última hora”, que el periodista se cree una

“marca digital”, “encontrar más audiencia”, “buscar nuevas historias”, difundir las notas publicadas, y generar una nueva red de contactos que se conviertan en la “nueva agenda”⁷.

En el mismo trabajo, se da cuenta de un caso ocurrido en mayo de 2011, en el diario El Observador. Se trata del mismo caso que fue mencionado por el presidente de APU entrevistado como informante calificado para este trabajo. Consideramos de relevancia dar cuenta del mismo ya que es uno de los relevados en este estudio y corresponde dar cuenta del suceso como parte del contexto que se está investigando. Una periodista fue despedida ya que, entre varios argumentos que la dirección del diario manejó para tomar la decisión, se alegó el contenido que había escrito en su perfil personal de Facebook.

Andrioli (2011) sostiene que “la periodista no tenía en su cuenta algo que la identificara con el medio para el que trabajaba, había realizado una serie de reflexiones sobre cuestiones internas del diario”. En su perfil se pudo leer bajo el título “El Bicho humano”:

El ser humano es un bicho complejo. Tan compleja es la naturaleza de la humanidad que un solo ser se puede dividir en tantos planos como contextos en los que cuales se desenvuelve. Por una razón cultural, que no sabría cómo explicar en forma correcta, los varones de nuestra especie suelen adoptar una actitud en el ámbito laboral contrapuesta a la que desempeñan dentro de su familia. Es así que tenemos al jefe que delante de los compañeros disfruta marcando territorio, los animales suelen hacerlo orinando para cualquier lado, para dejar bien en claro que es el macho alfa. Este mismo individuo, siguiendo la lógica animal de que el más fuerte es quien tiene siempre la razón, termina lamiendo la suela de su superior. A este tipo de persona se la puede escuchar diciendo: ‘Si te pide algo... (un gerente o cualquier ser con un poco más de influencia) dejá todo y hacé lo que te pida’. Ante una crítica responde: ‘Lo pidió (un gerente o cualquier ser con un poco más de influencia)’. Por lo general estas propuestas van en contra de sentido común y de la lógica del trabajo, ¿pero qué importa?, lo pidieron las que mandan. La realidad es que la cadena se rompe por su eslabón más débil. Afortunada yo que siempre estoy en el punto de quiebre, porque de esa manera no quedo presa de un círculo tan perverso (p. 59).

A raíz de esta situación, algunos periodistas de El Observador plantearon primero en una asamblea y luego a las autoridades del diario evaluar la posibilidad de establecer algunas pautas que les permitan tener certezas de qué consideran pertinente escribir o no en sus cuentas de las redes sociales, dijeron fuentes del medio que prefirieron no ser identificadas, según establece Andrioli en su Memoria de grado.

Sin embargo, Simón Gómez, el editor en jefe del diario El Observador dijo para el mismo trabajo anteriormente citado, hablando del Twitter que: “Debería ser un paso intermedio entre la inmediatez de la radio y la reflexión del diario”; al público hay que “darle todo, pero también tiene que estar digerido y con destacar las cuatro o cinco cosas más importantes”. Se le consultó en relación al “uso personal” que hacen los periodistas de las redes sociales, Gómez dijo que “lo primero” que reivindica “es el derecho de los periodistas a decir las cosas, independientemente de que estén en un medio o no”. “Nunca se me ocurriría siquiera

⁷ Andrioli, Romina (2011). El periodismo y las redes sociales. Trabajo final de carrera de grado para obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Católica de Uruguay. Montevideo.

sugerirle a un periodista qué poner o qué no poner en su cuenta personal”, aseguró. De todos modos marcó un matiz: “Pueden publicar lo que quieran en sus cuentas personales, excepto una cosa: lo que puede afectar su trabajo”.

Consultado el presidente de APU por este tema en particular para este estudio, contestó que nunca se determinó qué tan directamente involucrada estaba esta situación de la redacción de la periodista en su Facebook con el motivo por el cual el medio la despidió. De acuerdo a Lema, APU consultó al periodista si tenía intenciones de comenzar algún proceso legal por la situación y la respuesta fue negativa de parte del periodista. “En Uruguay somos pocos y nos conocemos mucho”, versa el refrán popular. Los medios son pocos, los periodistas son pocos y los sucesos se saben en todas partes en un abrir y cerrar de ojos. El saldo: un periodista se quedó sin trabajo en el diario. Este suceso deja de manifiesto cómo opera el discurso para apelar a la autocensura de los periodistas cuando forman parte de una empresa editorial.

En el mismo medio se dio un debate en relación al uso de Facebook como fuente. Asimismo, la discusión que se provocó en el seno de la redacción periodística del diario tiene que ver con el cuestionamiento de los periodistas en relación a las redes sociales como fuente de información. Hay quienes creen que el uso de estas nuevas herramientas, alejan a los periodistas de las fuentes directas. Entrevistado por Andreoli (2011), el secretario de redacción de la diaria, Federico Gyurkovits dijo:

Hasta qué punto se ha convertido en una herramienta indispensable para trabajar y hasta qué punto esa y otras cuestiones que han ocurrido en los últimos 10 años hacen que el periodista se aleje de las fuentes directas (...) Facebook y Twitter van sustituyendo la pregunta, la repregunta, el contacto, el molestar. Pero por otro lado las nuevas tecnologías te dan posibilidades. Es el equilibrio lo que hace al buen uso de la herramienta o al aprovechamiento de ella (...) Para mí una fuente es quien sólo yo sé quién es y por lo tanto no lo pongo en ningún lado. Creo que el uso de la palabra fuente se ha desvirtuado (pp. 95 y 97).

Otra periodista se preguntaba en una cadena de mails disparados por una nota periodística que fue publicada en el diario tomando los comentarios en el perfil de Facebook de un movimiento neonazi, si lo que se cuestiona es la legitimidad de los sitios de Internet como fuente de información, la discusión se volvía más interesante y larga.

¿Valen los sitios oficiales y no vale Facebook? ¿Vale pero no tiene el mismo valor que llamar a alguien por teléfono? Y si es así, ¿por qué? (...) Porque lo escriben en un muro de Facebook, ¿debemos creer que quienes lo escriben no lo piensan seriamente? ¿Que no delegarían en manos del Estado el asesinato de alguien? ¿Este tipo de comentarios tienen una categoría inferior desde el punto de vista noticioso a un comunicado de prensa?⁸

⁸Mail enviado a una lista interna de la redacción de la diaria el 26 de febrero de 2011.

En relación con Twitter, los diarios investigados cuentan con una cuenta oficial. Se relevó la cantidad de seguidores y se sustrajo una captura de pantalla a modo ilustrativo con el objetivo de brindar una idea de lo que se publica⁹.

La diaria tuvo en noviembre de 2011, 7.600 seguidores y en mayo de 2012 alcanzó los 10.893.



El Observador, empresa que fundió sus perfiles papel y *on line*, cuenta con Twitter. La redacción que maneja los contenidos es la abocada al sitio web ya que las redacciones están separadas. En noviembre de 2011 tenía 15.400 seguidores y en mayo de 2012, 22.909.

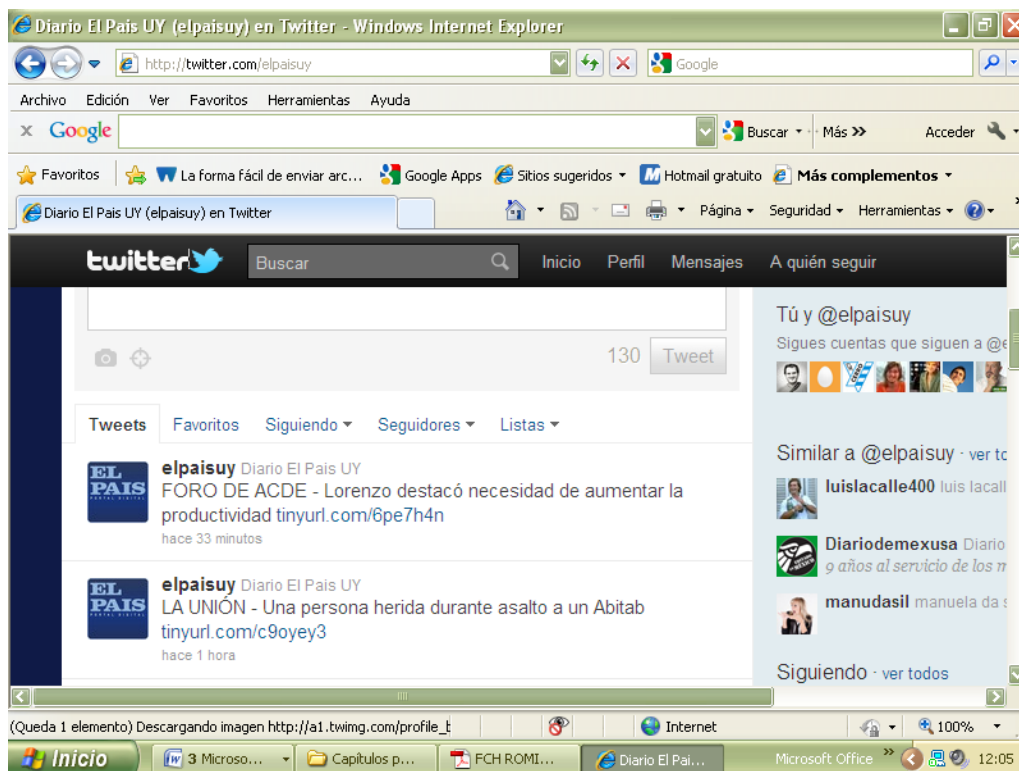


⁹ Relevamiento de medios en Twitter realizado por primera vez el 23-11-2011 y por segunda vez, el 24 -05-2012.

El diario La República tenía 365 seguidores en noviembre de 2011. En mayo de 2012 cuenta con 1516.



El diario El País tenía en noviembre de 2011, 22 mil seguidores y en mayo de 2011, 31.737.



El diario Últimas Noticias es el único diario no actualizó su cuenta de Twitter desde mayo de 2011. Tenía 1.500 seguidores. En abril de 2012 cambió su estética el diario papel, la página web pero no cuenta con cuenta actualizada en redes sociales.



1.2.3 El uso de redes en otros países

Las advertencias de uso de las redes sociales en internet de parte de los dueños de los medios son moneda corriente en otros ámbitos periodísticos a nivel mundial. Cierto es que algunos trascienden más que otros. Tal es el caso del editor en jefe de Bloomberg News, Matt Winkler, quien envió una nota a la redacción en la que criticaba algunos de los tweets (o mensajes en Twitter) de sus reporteros durante la cobertura de una audiencia del Congreso de los Estados Unidos sobre la crisis financiera, según informó el sitio Talking Biz News. De acuerdo a Winkler, los comentarios “imprecisos y basados en opiniones” habían comprometido la integridad de Bloomberg.

Otro de estos casos se conoció en Brasil.

El periodista Felipe Milanez fue despedido del cargo de editor de National Geographic por criticar en Twitter a la revista Veja, ambas publicadas por la editora Abril. Veja había sido acusada de inventar las declaraciones de un importante antropólogo brasileiro en referencia a la demarcación de tierras indígenas en Brasil (lea la respuesta de la revista a esta carta del antropólogo). El Sindicato de Periodistas de São Paulo criticó al grupo editorial por obstruir la libertad de expresión de sus profesionales (...) Por su parte, la BBC recomienda tener cuidado antes de *retweetear* comentarios de terceros, ya que “puede parecer que el periodista está respaldando el punto de vista del autor”. En este comunicado interno, la Red Globo de Brasil prohíbe a los periodistas usar redes sociales para comentar “temas relacionados con las

actividades de la televisora, con el mercado de los medios y con su marco regulatorio” (Andrioli, 2011: 61).

En Estados Unidos, el periodista Andy Carvin se hizo conocido como “estratega de redes” por su trabajo realizado sobre las revoluciones recientes en Medio Oriente, centrándose en Túnez y Egipto, a través de las redes sociales para la Radio Pública Nacional (NPR, por sus siglas en inglés). El mismo recibió el premio Knight-Batten por la innovación en periodismo por su uso pionero de Twitter como una herramienta de recopilación de noticias. Entrevistado por IJNET, Carvin contó:

Proporciono información a los periodistas en el campo que están cubriendo el tema y ellos me mandan videos e imágenes que recogen durante su cobertura para que yo los verifique usando la enorme red de seguidores de todo el mundo que tengo en Twitter. Además de eso utilizamos parte de la información [al aire y en el sitio web de NPR] y explicamos que lo conseguimos a través de las redes sociales¹⁰.

Consultado por su forma de validación de información en el trabajo con las redes, el periodista sostuvo:

Cuando inicio la construcción de una red en un país, empiezo por seguir a la gente y los activistas que conozco desde antes. Entro a sus perfiles en Twitter y veo a quiénes están siguiendo. Les envío mensajes directos de vez en cuando preguntando por determinados usuarios y si creen que podrían ser una fuente creíble (Ib.).

Uno de los puntos relevantes es la validación de esta información tomada de las redes. Carvin comentó que siguiendo los twits de la mayoría de los activistas de la revolución árabe, se dio cuenta que “la mayor parte de la información errónea era, básicamente, información exagerada, ya que en muy pocos casos se trató de una mentira total”. En los casos en que percibe una irregularidad o falta de precisión en la información brindada, el periodista consulta a su red de contactos por otras posibles fuentes de información que den cuenta del hecho.

En Uruguay existe la particularidad que los medios escritos carecen de manuales de estilo concretos, en su mayoría. Sí es cierto que los criterios de edición y editoriales de cada medio los transmite cada editor de sección y las directivas correspondientes en cada medio estudiado. Por este motivo, tampoco existe un manual de ética periodística en los medios ni tampoco un expreso manual de uso de las redes sociales o internet en las redacciones. Sin embargo, la forma consuetudinaria nos dice mucho en este estudio. Así como las leyes regulan a posteriori los efectos y casos de la vida cotidiana de los seres que vivimos en sociedades modernas, las reglas de uso de estas nuevas tecnologías van siendo descritas por los usos que le dan sus usuarios y no de otra manera. Es por ello que indagar en sus formas y apreciaciones nos brinda información relevante a la hora de desarrollar este trabajo.

¹⁰ *Cómo el periodista Andy Carvin usa Twitter para informar sobre medio oriente*. Disponible en la URL: <http://ijnet.org/es/blog/como-el-periodista-andy-carvin-usa-twitter-para-informar-sobre-medio-orient> [Última visita: 30-12-2011]

1.3- Estado del arte

1.3.1 ¿Qué hay de nuevo, viejo? Investigaciones sobre periodismo, periodistas y uso de fuentes

La investigación que se propone tiene como objetivos generales comprender y analizar la forma en que se concibe el periodismo en Uruguay desde los periodistas de los medios estudiados y de qué manera impacta el uso de las nuevas tecnologías, con énfasis en el uso de Internet como fuente, en el trabajo periodístico en prensa.

Como hipótesis de trabajo se sostendrá que: la introducción de las nuevas tecnologías en los diarios posibilitó la utilización de una cantidad mayor de fuentes de información desplazando de ciertos lugares centrales a otras que antes se utilizaban con prioridad; y que el uso de nuevas herramientas comunicacionales como internet, generó nuevos procesos de tratamiento de la información en la elaboración de los productos noticiosos.

Dando cuenta de este mismo objetivo y de la misma metodología, no se encontró un estudio realizado de iguales características. Sí se hallaron algunas investigaciones con similares inquietudes sobre el uso de internet, pero no aplicada a la prensa sino a otros medios de comunicación y utilizando distinta metodología de estudio de los casos escogidos.

Este es el caso del trabajo de Pere Masip (2005), el cual tituló "Rutinas periodísticas e internet en la información diaria", que si bien es similar en la temática tratada, no se acerca a esta investigación en la metodología aplicada. Pere propone una vía doble de aproximación: una cuantitativa (encuesta) y otra cualitativa (observación participante). El estudio indaga sobre la presencia y el uso de internet en las redacciones catalanas, no ya de prensa sino también incorpora a las estaciones de televisión y las radios locales. Esta aproximación al uso de internet por parte de los periodistas concibe a internet como un "engranaje más en ese proceso evolutivo". Los resultados del estudio cuantitativo permitió al autor confirmar la generalización del acceso de internet en las redacciones catalanas, constatando que internet está absolutamente integrada en las rutinas, aunque destacando que "todavía no se la consideraba como un medio indispensable para la práctica periodística". El estudio contempló el análisis del uso de internet como fuente de información y la aplicación de la información recuperada en la redacción de la noticia. Para ello, el autor examinó una muestra constituida por todas las noticias que abrían cada una de las secciones en que se estructuraba el medio analizado.

Como conclusión, Pere sostiene que la información tomada de internet no se contrasta con otras fuentes. "Resulta complicado conocer los motivos de esta conducta: actitud del periodista, presión temporal para entrega de notas, pero probablemente la novedad del medio y la inexperiencia de los periodistas en este entorno tengan un peso importante" (Ib. p.564). Adicionalmente, el estudio concluye que si bien los periodistas reconocen la utilidad de internet como fuente de información, recalcan que no sustituye a ningún otro medio anterior, sino que se añade a los ya existentes. Otro hallazgo relevante es que:

En el proceso de elaboración de una noticia del día, los periodistas toman como punto de partida las informaciones obtenidas a través de las convocatorias recibidas por correo

electrónico, material de ruedas de prensa, presentaciones o de agencias de noticias (...) Si es necesaria alguna información adicional, se tiende a recurrir al teléfono para contactar con las fuentes de confianza. Sólo si la información no se obtiene por estas vías, el periodista acude a internet, dejando a este medio como última instancia de relevamiento de información (Op.Cit. p.569).

De estos resultados, Pere releva que internet ha permitido la aparición de un 'periodismo de datos', el cual se caracterizaría por beber de las mismas fuentes que el periodismo anterior a la irrupción de la red, pero la facilidad de acceso a bases de datos, hemerotecas digitales y otros sistemas de información, le permite completar las noticias con informaciones adicionales o datos que las enriquezcan. Otra de las conclusiones a las que arribó el investigador español es que no se relevaron diferencias significativas en las prácticas periodísticas dentro de los distintos medios de comunicación analizados.

Por su parte, Myriam Redondo Escudero (2007), investigadora de la Universidad Carlos III de Madrid, estudió el uso de fuentes informativas bajo el título "Pasividad y permisividad en Red. Internet y las 'nuevas' estrategias de contacto con las fuentes informativas". La investigación fue realizada a través de estudios de caso, sobre notas periodísticas publicadas en los diarios El Mundo y El País de España.

Para Redondo, el uso de internet en el periodismo conduce a la pasividad, sedentarismo y el plagio, conceptos que sirven de etiquetas que van pegadas al proceso de navegación por parte de los periodistas. Destaca: "La red es neutra, su uso puede ser muy intencionado" (Op. Cit: 89).

La investigadora hace especial hincapié en una nueva modalidad de ejercer el periodismo: "el cospypastear", donde se "produce una permisividad social ante la copia". Redondo (2007) utiliza el concepto de Mar de Fontcuberta para referirse a las rutinas periodísticas:

Son actuaciones de los medios que regulan y determinan el ejercicio profesional por factores que no tienen nada que ver con la importancia intrínseca de los hechos o su actualidad. (...) La construcción de la noticia, es una negociación, un baile que permite llegar a un consenso por el que fuente y periodista deciden cómo será la información que finalmente se ofrezca (p. 90).

Una de las conclusiones a las que arriba el estudio, es que "las rutinas de tipo sedentario y el funcionamiento 'bajo demanda' o 'a petición' de las fuentes son más habituales de lo que se piensa y se producen independientemente de que exista la red" (Op. Cit: 98). Otra conclusión es que "puede que esas rutinas se estén replicando –que no inventando- en el ciberespacio", acotando que "la red se está llenando de notas de prensa emitidas, probablemente, por las fuentes institucionales". En este sentido, la autora pone especial énfasis en la formación de los "gabinetes de comunicación" que se crean con periodistas que difunden los discursos que desean las empresas o las instituciones para las cuales trabajan.

Redondo sugiere que, evitando la "asistencia a los actos más rutinarios (lectura de mails, ruedas de prensa oficiales emitidas a través de internet), pueden estar ganando un tiempo precioso para dedicarlo a análisis en los que las fuentes privilegiadas no sean las que hayan tenido la iniciativa de informar" (Ib. p. 99).

Para José Manuel de Pablos de la Universidad de La Laguna en España, la llegada de internet permitió el desarrollo de un periodismo “nuevo que no hace preguntas ni dialoga con las fuentes: emplea la fuente muda que es el sitio web”. En tanto, para De Pablos, el periodismo hace propaganda de las entidades que usan el sitio web como fuente.

La introducción del estudio es clara: “Sin fuentes no hay periodismo sino propaganda”, acota el investigador. Plantea diversas complejidades sobre el ejercicio del periodismo:

Las normas, las formas, en periodismo, son pocas y claras: los lectores tienen derecho a conocer las fuentes, que se han de citar (...) El periodista es un ser preguntador; el informador que no pregunta e indaga no es tal; podrá ser propagandista, pero no periodista (De Pablos, 2005: 117)

En la misma línea, se suman las miradas apocalípticas sobre la introducción de internet en las prácticas cotidianas en periodismo que no dejan de aparecer. Así, el escritor y periodista José Luis Caballero, sostiene en un artículo cuyo título es “Internet: el placer de no hacer calle”:

Hay una crisis de profesionalidad, un alejamiento de la fuente de información, que es la sociedad misma, un monstruo llamado Internet que nos es extraordinariamente útil y extraordinariamente peligroso, una falta de ética en el tratamiento de la noticia, una confusión entre objetividad y subjetividad y una utilización de la audiencia como coartada¹¹.

¹¹ Caballero, José Luis. *Internet: el placer de no hacer calle*. Disponible en URL: <http://www.revistalafactoria.eu/articulo.php?id=494>. [Última visita: 31-09-10]

1.4- El comienzo de todo: las fuentes en periodismo

“El concepto de fuente apunta a origen, inicio, comienzo, surgimiento, fuerza generadora, causa primera”
Héctor Borrat.

En este momento concreto del periodismo tiene especial relevancia la verificación de las fuentes. La información más interesante y mejor seleccionada que hoy se pueda publicar en cualquiera de los soportes que utilizan los distintos medios de comunicación pierde todo su atractivo –y, por supuesto, su carácter periodístico-, si no recoge contenidos facilitados por una fuente fiable. (...) Y si esa necesidad de asegurar la veracidad de las fuentes se acentúa ahora más que nunca en estos comienzos del siglo XXI por la facilidad con que se pueden transmitir o encontrar a través de Internet todo tipo de informaciones. Unas son de enorme utilidad, porque se hacen públicas con la libertad que todavía proporciona la red; otras, son de difícil o imposible comprobación y, por lo tanto, dudosas y sin valor real (Edo, 2009: 105).

En este marco, Concha Edo recomienda verificar personalmente la información ya que la calidad de la fuente sigue siendo, sin dudas, la medida de la calidad del informador, y tener muchas y buenas fuentes siempre supone status profesional.

Ahora, cabe preguntarse: ¿De qué hablamos cuando decimos “fuente”?

“Las fuentes informativas son aquellas personas o entidades que proporcionan datos e información para poder ofrecer, desde la tribuna que le proporciona su medio, cuestiones que tengan algún valor para los ciudadano” (Edo, 2009: 109).

De acuerdo a la bibliografía, su delimitación conceptual se produce en la segunda mitad del siglo XX, y aunque su uso se había establecido en el período ente las dos guerras mundiales, son descritas por primera vez de manera concreta en un texto interno del Washington Post, en 1958.

“El contenido del concepto puede constituirse a partir de la interacción de periodistas y actores o agentes sociales o sujetos. La fuente informativa es la relación entre ambos, entendiendo por relación la unidad mínima de interacción” (Op. Cit: 110).

Para Borrat, la calidad de los periódicos y los autores depende, en gran parte, de la calidad de las fuentes utilizadas en la producción de las versiones publicadas:

Las fuentes aportan datos y significados básicos, las primeras versiones del caso previas a las versiones publicadas. El concepto de fuente apunta a origen, inicio, comienzo, surgimiento, fuerza generadora, causa primera. Es un concepto relacional: cualquier actor social –personal o colectivo- puede ser fuente cuando desempeña ese rol respecto de otro actor comunicándole datos, significados, versiones del caso noticiable (Borrat, 2006: 245).

La bibliografía en relación a la tipificación de fuente es amplia y diversa. Para Borrat, cabe distinguir varios tipos de fuentes, entre las que destaca: las identificadas-veladas-anónimas-omitidas (centrando su tipificación en cómo aparecen reseñadas por el que cita); activas-reactivas (según tomen ellas la iniciativa o respondan a la iniciativa de otros actores); primarias-secundarias (según tengan conocimiento directo del caso o lo conozcan de manera indirecta, mediante fuentes primarias, precisamente); profesionales o no profesionales (según comportan o no, en sus prácticas y en la estructuración de sus mensajes, los saberes de la

profesión periodística); compartidas-exclusivas (según sirvan, en la cobertura informativa de un caso, a dos o más periódicos o a uno solo); frecuentes-ocasionales (según las relaciones con los periódicos correspondientes).

Tomando la tipología que propone Mencher (2000), diferenciando aquellas de primera mano (cuando los hechos han sido presenciados directamente por el periodista); de segunda mano (cuando se basa en relatos de algo ya pasado o conocido a través de un testigo); y de tercera mano (cuando alguien facilita la información a la fuente y ésta, a su vez, la transmite). Recientemente, el autor agregó otras tres: fuentes personales (expertos calificados en el tema que se trata); fuentes físicas (documentos o materiales de trabajo) y fuentes en la red (abarcan un amplio espectro de fuentes personales, físicas, académicas, gubernamentales y requieren determinada cautela que confirmen los datos). (Edo, 2009: 127)

De acuerdo con la autora, uno de los problemas profesionales más íntimamente vinculado con la cuestión de la honestidad intelectual y la credibilidad del periodista es el uso adecuado de las fuentes de las noticias en el relato informativo. Acordamos en que parece pertinente diferenciar “relato informativo” de “práctica periodística” en relación con la fuente. Esta distinción permite entender al periodismo en su producción de sentido antes de que la produzca, justo en el tiempo en que evalúa conseguir cierta información y contactar a cierta fuente o ir a ella en búsqueda de alguna respuesta y luego, después de este procedimiento, producir un discurso que sintetice ese contacto y ese hallazgo. Este trabajo se centra en la relación del periodista y la fuente, sin poner especial énfasis en el siguiente paso que es la producción del discurso informativo.

Una discusión posible en el ámbito de la profesión periodística es la atribución de la información a las fuentes. Edo sostiene que “la atribución a fuentes es el modo habitual de mostrar el origen concreto de una información y, además de dar más veracidad a la noticia, es garantía de credibilidad para la audiencia” (Op. Cit: 111).

Citar la fuente es una de las características que mencionan los periodistas uruguayos para legitimar la información utilizada. Si bien este tema es largamente tratado en los manuales de estilo de los diarios que son considerados “importantes” o de “culto”, en Uruguay no se recogen en textos sistematizados y distribuidos entre los periodistas. La utilización de cita de fuente queda supeditada a un acuerdo tácito entre el periodista-su fuente, el editor y los responsables del diario. Las reglas se ponen internamente. También se relevaron criterios de cómo citar la fuente. Esta práctica es una de las tantas que se aprende en las redacciones y es heredada por los más nuevos en interacción con los periodistas más experimentados.

De acuerdo con los manuales de estilo mencionados, en el caso de El País, no exime de responsabilidad al periodista aunque cite a la fuente. Además, añade: “en caso de conflicto, es conveniente escuchar a las dos partes, y los asuntos dudosos hay que contrastarlos, al menos, en dos fuentes independientes entre sí, a las que, de alguna manera, hay que aludir” (Ib: 118)

Para El Mundo:

Una fuente concreta le da un valor especial porque le otorga credibilidad (a la información). Por eso, es necesario esforzarse para identificarla evitando al lector esa desasosegante

impresión de que el periodista se pasa de listo, se inventa lo que narra o es poseedor de la ciencia infusa (Ib: 120)

El diario ABC también deja claro su posicionamiento: “Se evitará incurrir en vaguedades como “fuentes informadas” o “se informó”. Se deberá distinguir, portavoz, informante y fuente. (Ibídem)

Sin embargo, los diarios más importantes de España dejan claro que el periodista puede no revelar la fuente en ciertos casos específicos. En tanto, El País de Madrid, en su Libro de estilo, establece:

Si mediara una petición formal de ocultación de nombre por parte de la persona informante, el redactor deberá respetar esta petición como deber ético y protegerá sus fuentes confidenciales de información amparándose en el secreto profesional (Edo: 124 y Borrat: 249)

Asumiendo estos criterios y teniendo en cuenta la tipología que propone Borrat, se espera que el periodista utilice una fuente velada o anónima cuando se intenta proteger a quien reveló el dato o información por exigencia de sí mismo.

Esta rigurosidad metodológica con la que trabaja el periodista, permite ciertas suspicacias en la interpretación de la profesión. Para este autor, “la transparencia periodística, si existe realmente, será siempre precaria”, y se (y nos) pregunta: “¿Qué soporte podría competir con otros si dejara de usar informaciones proporcionadas por fuentes activas o reactivas que permanecen en secreto, sea por no aparecer en los textos o aparecer, sí pero veladas o anónimas?” (Borrat, 2006: 250)

Los periódicos son los que mejor se han adaptado, hasta el momento, a las posibilidades informativas que ofrecen las nuevas tecnologías. Y conviven sin problemas con los ordenadores, los teléfonos, y las pantallas para poder llegar a tiempo a todos sus lectores tanto en papel como en bits. Quizás porque ha sobrevivido a siglos de cambios en el periodismo o quizá porque el proceso de edición y cierre de los diarios de todo el mundo hace años que está digitalizado, y la pantalla es un elemento de uso habitual en las redacciones. Dentro de este marco, el periodismo independiente es, como en otras épocas, una de las mejores defensas de la sociedad, de la libertad y de la democracia. En medio de la cantidad ingente de información *on line* que se avecina, es la prensa la que de verdad puede garantizar la veracidad de los hechos y la solidez de las opiniones. Para facilitar la información a los lectores son más necesarios que nunca periodistas expertos en su área, que conozcan la tecnología y que sepan hacer extremadamente bien su papel de gatekeepers –ahora también en plena renovación– para poder garantizar de esta manera todos los contenidos de los textos noticiosos: el periodista se convierte hoy más que nunca en una figura clave. (Edo, 2005: 205)

Para la autora española, vamos hacia un periodismo de redactores de mesa que se convierten en redactores de pantalla, con muchas más fuentes y con menos contacto personal con ellas y, a la vez, con una relación más cercana, más directa y más frecuente con los lectores gracias a la interactividad. Asimismo, el cambio de estructura de los periódicos para adaptarse a la nueva situación pasa por convertirse en empresas multimedia que ofrecen sus productos en distintos soportes (Op.Cit: 212).

En relación a las fuentes periodísticas, Miguel Rodrigo Alsina agrega algunos aspectos para pensar. Cita a Grossi (1981: 82) y establece que “entre las fuentes de información y la profesionalidad periodística debe ser descrita de forma ambivalente, en términos de las teorías de los sistemas”. La describe, entonces, como una relación entre un sistema (la empresa periodística) y el ambiente (la realidad de los acontecimientos).

Las fuentes representan los confines mutables, en ocasiones inestables, que regulan el equilibrio entre los dos ámbitos. La fuente sería el marco con la función de recurso y constricción al mismo tiempo a la cual el periodista recurre con diversas intencionalidades para concretar su competencia contextualizadora del acontecimiento-noticia. El nexo que se establece entre la fuente y el periodista es, interactivo y reflexivo; está sujeto a negociación ideológica y lingüística y sobre todo a influencias exteriores al campo informativo (Alsina, 1993: 116).

Otra de las apreciaciones que compartimos con el autor es que “el sistema de medios se autorretroalimenta. Los distintos medios se proporcionan información entre sí. Por este tema, se considera que se da una cierta homogeneidad a los acontecimientos que construyen los medios, produciéndose un efecto de adición o de eco que afianza el tipo de realidad descrita por el sistema informativo” (Op.Cit: 120).

1.5-La teoría desde donde se abordará el problema

“Nada se obtiene sin que se tenga también algo que perder”, Paul Virilio

El cuadro conceptual que sustenta la investigación, pretende englobar un conjunto de conocimientos que transcriban el significado de “periodismo”, “fuente periodística” y “sociedad de la información”.

Desde finales de los ochenta el escenario de la comunicación en Latinoamérica es protagonizado por las "nuevas tecnologías". Miradas desde los países que las diseñan y producen, las nuevas tecnologías de comunicación-satélites, televisión por cable, videotexto, teletexto, etcétera, representan la nueva etapa de un proceso continuo de aceleración de la modernidad que ahora daría un salto cualitativo —de la Revolución Industrial a la Revolución Electrónica— del que ningún país puede estar ausente so pena de muerte económica y cultural. En América Latina la irrupción de esas tecnologías plantea sin embargo una multitud de interrogantes, esta vez no disueltos por el viejo dilema: el sí o el no a las tecnologías es el sí o el no al desarrollo. Pues los interrogantes desplazan la cuestión de las tecnologías en sí mismas al modelo de producción que implican, y a sus modos de acceso, de adquisición y de uso; desplazamiento de su incidencia en abstracto a los procesos de imposición, deformación y dependencia que acarrearán, de dominación en una palabra pero también de resistencia, de refuncionalización y rediseño. (Barbero, 1991: 198)

La comunicación se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva. De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales. (Op. Cit: 203)

En este sentido, el ejercicio del periodismo en Uruguay merece una mirada desde las Ciencias de la Comunicación que permita un esfuerzo teórico reflexivo y un proceso epistemológico capaz de brindar aportes a la interpretación de las prácticas cotidianas. En el presente estudio se toma aspectos sobre el concepto de “periodismo” desarrollados por Dominique Wolton y Héctor Borrat, quienes se aproximan a una definición colaborativa que este trabajo retoma.

Sostendremos que la clave de la profesión periodística está en la verificación de los hechos. En tanto, el chequeo de fuentes y la contrastación de datos aparecen como tareas fundamentales para un periodista tradicional.

Entenderemos a las producciones periodísticas como un constructo. Héctor Borrat -tomando la definición que acoge Mc Nair sobre periodismo-, lo concibe como “cualquier texto con autor, en forma escrita, audio o visual, que pretende ser una afirmación o un registro veraz acerca de una parte importante hasta ahora desconocida (nueva) del mundo real, social” (Borrat, 2006: 160).

Como “periodismo de calidad” se entenderá que es aquel donde “se explica el contexto de producción y se contrastan versiones respecto de los acontecimientos desde diversos ángulos” (Israel Garzón, 2005: 62).

Para Wolton, los periodistas son quienes ejercen una profesión intelectual, individualista y a priori protegida, que se encuentra atrapada en la vorágine de los intereses contradictorios (Wolton, 2001: 236).

Por su parte, Lorenzo Gomis entiende que el periodismo es “la búsqueda, selección, definición y comentario de los hechos que producirán más hechos” (Gomis, 1991: 105).

Adicionalmente, se toma en cuenta la concepción sistémica y hermenéutica del periodismo que propone Borrat, destacándola del resto de las actividades (“*los periodistas no son historiadores pero se asemejan*”), como parte de lo que el autor denomina “Nuevo periodismo”, en tanto ruptura de la presunción de objetividad del modelo positivista. Este nuevo enfoque combina el rigor con la creatividad y descubre al periodismo como actor social relevante (Borrat, 2006: 160).

Abordar una investigación sobre las prácticas periodísticas implica realizar una mirada hacia las relaciones sociales de “*los que hacen las noticias*” (Martini, Luchessi, 2004) y relacionarlos con los elementos que se vinculan estrechamente con ellos (llamados “fuentes de información”). Este vínculo particular que se descubre cuando se investiga sobre -y en- las prácticas periodísticas, son parte relevante y fundamental del binomio: periodista-fuente, sumándose una relación que conforma la tríada: periódico-periodista-fuente. Estas relaciones son las que fueron indagadas a través de la investigación y puestas de manifiesto a través del discurso de los sujetos investigados.

Los medios de comunicación y en particular los periódicos para nuestro estudio, son narradores polifónicos, cuya polifonía regulada “opera sobre el lenguaje, dando a su poseedor un control cada vez más fuerte como director de las diferentes voces” (entre las que se encuentran las de los propios productores de texto como autores, los lectores como parte de ese proceso de comunicación pública), dentro de un contexto de disputa de las corporaciones mediáticas.

La polifonía regulada es un dispositivo de enunciación por el cual los medios radicalizan la heterogeneidad constitutiva del discurso, pero sin perder la dirección del coro: más bien, es de esa manera como logran neutralizar la divergencia que caracteriza las situaciones inarmónicas que se proceden en la sociedad (Luchessi, Cetkovich, 2007: 251).

Asimismo, coincidimos con Borrat en que los periódicos son narradores en acción, esto quiere decir que tendremos que poner el foco “no sobre los autores individuales sino sobre la autoría colectiva que va constituyéndose a lo largo del proceso de producción, en diversos niveles de la pirámide redaccional, con algunos que deciden y otros que ejecutan y obedecen” (Borrat, 2006: 159).

Ante la concepción de que los periodistas nutren sus discursos a través del uso de fuentes, ellos se convierten en actores relevantes que median entre las fuentes que les suministran los datos y los medios para los que trabajan. Estos últimos, decidirán si a su vez median entre la fuente que ha suministrado la información y el periodista que le ha dado forma a determinado discurso, por su parte, y la audiencia o público, por otra. (Gomis, 1991: 64). Tal como lo expone la teoría, el ejercicio del periodismo implica un complejo flujo de vínculos que se estrechan o

se laxan de acuerdo a las prácticas periodísticas adoptadas por los medios como empresas, los periodistas como trabajadores y las fuentes como partes interesadas en difundir o no difundir información.

El periódico como sinónimo de diario, es entendido como aquellos actores en interacción que disputan niveles de poder entre un sistema de medios más o menos heterogéneo y que siempre responde a una pirámide de autoridades escalonadas. Los actores tienen asignados sus roles diferenciales dentro de la construcción de la cadena de sentidos: dueños de la empresa periodística, editores, periodistas, fuentes, público (audiencias o lectores). Cada uno de ellos participa desde un lugar diverso en la construcción del discurso público. Sin embargo, al decir de Ramonet, estamos en una era de “masa de medios y no de medios de masa”, y donde “la propia práctica periodística –aquejada de una crisis sistémica- debe ser reconstruida y reinventada” (Ramonet, 2011: 11). Más adelante ampliaremos estos conceptos que serán acompañados por otros pensamientos de diversos autores.

Es por ello que se identifica al periodismo y al periódico como dos actores sociales que no pueden considerarse de forma autónoma, sino como parte de una red más compleja de interacciones en la cual destaca cuatro esferas (tomadas de Donsbach): la del sujeto, la de la profesión, la de la institución y la de la sociedad. Cada esfera desarrolla sus lógicas propias y persigue sus fines enmarcado en sus intereses.

La comunicación en tanto, es entendida como aquel proceso vincular de representación de la interacción social, que involucra los procesos de producción, reproducción y consumo de información a través de los diversos medios. Estudiar los procesos de selección, conceptualización y uso de la información en internet por parte de un periodista como materia prima de su labor discursiva, incurre en el campo de la comunicación de medios.

1.5.1 Fuentes: esas curiosas raíces

No desconocemos que hablar de “fuente periodísticas” y develarlas puede significar al periodista una incitación a dar cuenta de un secreto profesional, aceptado en los códigos de ética y deontología del periodismo. Es común su referencia como regla profesional en algunos manuales de estilo de diarios internacionales (El País de Madrid, The New York Times, entre otros), como constructo intrínseco de la profesión. Podría ser considerado otro elemento privativo que denota el poder de conocer de dónde se toma el dato con el cual se construye cierto discurso público y, desde ese lugar de privilegio, el periodista le habla al lector para transmitir ciertos datos o ideas.

La utilización de fuentes, en tanto, no es un tema lateral en el ejercicio periodístico. Más bien, constituye un punto central en la definición de la profesión y por ello se diferencia de otras profesiones. Este trabajo pretende aportar a la comprensión sobre los conceptos que tienen los propios periodistas de su ejercicio e indagar qué elementos utilizan para llevar adelante su práctica. La cual, tiene como objetivo final concreto y material más tangible, plasmar un discurso periodístico que repercutirá en la semiosis social de una sociedad massmediatizada (Verón, 1993).

A través de sus prácticas y su rol legitimado por la sociedad (o parte de ella), el periodista ostenta cierto lugar de poder, en el entendido que decide parte del discurso público que comunica en la extensión que suponen los medios de comunicación masivos. No podrá dejar de analizarse el papel que cumplen los medios de comunicación en las sociedades actuales en la transmisión de ideologías y sistemas de valores hegemónicos. Siempre entendiendo que los medios actúan como mediadores generalizados. Esa es su función social (Gomis, 1991: 203).

Pero, ¿cuáles son esos criterios? ¿De qué manera los determina y aplica? Esta investigación pretende dar respuesta a estas interrogantes.

Un factor fundamental a tener en cuenta será aquel que no puede perderse de vista: entre el periodista y la fuente se crean lazos de comunidad de intereses. Gomis (1991) los describe como “favores prestados o recibidos”.

Unos tienen noticias que dar y esperan verlas publicadas. Otros tienen espacios que llenar. El periodista tenderá, incluso en la redacción, a “vender” la noticia como propia, como obtenida por él, aunque haya sido requerido por la fuente. La que unas veces aparecerá y otras quedará oculta, o bien podrá convertirse en personaje, en objeto del interés del periodista y su medio (Op. Cit: 79).

El discurso informativo de los medios de comunicación persigue como objetivo principal el de “producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del lenguaje”, emplazando una dimensión textual y otra contextual, donde la última involucra procesos cognitivos y representaciones socioculturales (Van Dijk, 1990: 45). Este trabajo pretende indagar sobre el contexto de producción del quehacer cotidiano de los periodistas en las redacciones de diarios de tiraje nacional, relevando las condiciones de trabajo, la relación con los colegas, los intereses profesionales, el vínculo con los lectores y con la empresa para la cual se desempeña.

La selección que los periodistas hacen de sus discursos será amplificada y reproducida por el medio con llegada a un público extendido, cuyos lectores tendrán o no confianza en esos elementos para luego establecer ciertos juicios sobre los temas tratados. La legitimación y la credibilidad de los lectores constituyen un factor fundamental para la prolongación de la carrera de ese periodista inserto en determinado contexto periodístico. Es por ello que indagar sobre el concepto de credibilidad se hizo indispensable para conocer qué representación conceptual desarrollan.

Verón (1993) sostiene que el nivel de pertinencia de una lectura relativa al proceso de producción de un discurso se puede definir en relación con sus condiciones de producción. Precisamente por ello es que este autor apunta al nivel social del discurso en tanto un hacer que requiere de prácticas específicas que lo determinan. Introduce un aspecto esencial para el abordaje de este estudio, con el objetivo de analizar las decisiones de producción de un discurso textual a través de otro discurso.

El sentido socialmente construido se funda en la relación sistémica entre producción, circulación y consumo, sin identificar un “sí mismo” en el discurso, sosteniendo que “analizando productos, apuntamos a procesos”.

Es así que el discurso del periodista escogido sobre su profesión se abordará bajo el entendido que todo “hecho”, “noticia” o “evento noticiable” es una construcción social que dota de significados a determinados datos, en todos los casos, previamente seleccionados y excluyentes de otros tantos. El dato no está “ahí afuera” para que el periodista lo “tome”, tal como podría entenderlo la corriente positivista, sino que es una construcción de sentido y un “recorte de realidad”.

Para Gomis (1991), “Fuentes, medios y público se necesitan y cooperan, pero siempre con una cierta dosis de desconfianza en sus relaciones” (p. 195). Esta “dosis de desconfianza” también formó parte de las nociones indagadas en la etapa de trabajo de campo, ya que constituye interés para nosotros conocer si los periodistas la perciben o la creen real, además de conocer cómo se maneja ese vínculo con distancia.

1.5. 2 Periodistas

Periodista: ‘un moralista’ y ‘un ojo que vigila’, dice Duras desde la literatura. Porque vigila, moraliza. La mirada se hace extensión tecnológica, más que la tradicional máquina de escribir, ahora computadora. (...) Es una mirada preparada para la función que construye las otras miradas, ingenuas, en sabias: su mirada es necesaria para que ‘el mundo se vea’. Cuando lo expone frente a otros, el mundo se hace visible (de una visibilidad determinada), se ordena. Por eso, el periodista es un ‘moralista’. No es la mirada (moral) desinteresada la que organiza su práctica, porque ese tipo de mirada no existe. Si el aporte es abrir los ojos de los otros y hacer visibles los acontecimientos, su función tiene algo de demiurgo. Desde allí se podría leer el capital simbólico de su tarea. (...) Y su mirada está sola y está condicionada: el mundo es visible desde los medios masivos de comunicación (Martini, Luchessi; 2004: 17).

Ante la definición de periodista de las autoras argentinas, nos corresponde localizar el objeto de estudio de este trabajo y dar contexto a la temática presentada. Lo propio se realizará en el Capítulo sobre “los estudiados”. Ahora bien, corresponde dar contexto a la concepción desde dónde se abordará el tema.

La regla es que no es el medio quien persigue las noticias, sino las noticias las que asedian al medio. Y la imagen más realista del periodista en su trabajo no es la de alguien que sale en busca de la noticia, sino la de alguien que echa la mayor parte de ese tesoro a la papelera con aire de maquina indiferencia si no con expeditiva energía, o de alguien que cuelga el teléfono después de decir que lo siente pero que no podrá publicar la información que un oficioso informador le brinda, porque no tiene espacio. El periodista no es esencialmente el hombre que busca las noticias, sino el que las selecciona. (Gomis, 1991: 76)

Esta idea no es nueva. Nace bajo el concepto de *gatekeeping*, término acuñado por el psicólogo Kurt Lewis, hacia 1947 -1948. Lewis dio cuenta de la existencia de ciertos puntos que eran como barreras, en los que la información podía interrumpirse o, por el contrario, fluir de una manera muy amplia después de superarlas. Esas barreras eran superadas o trancadas por el decisor de la difusión de esa información. Hoy el concepto de *gatekeepers* se considera básico, central, como ha dicho McQuail (1972).

A lo largo de los decenios de 1950 y 1960 varios estudios analizaron la actividad de los *gatekeepers* y las influencias que actúan sobre ellos. Son extremadamente diversas. Comprenden factores tan diversos como la autoridad del propietario del medio y la posibilidad de sanciones, las normas consuetudinarias y la ética vigente en la profesión, la influencia informal de los colegas con los que el *gatekeeper* trabaja y, naturalmente, también los valores

personales, sus antecedentes familiares o geográficos, sus conocimientos, experiencias y gustos, pero igualmente las presiones de la comunidad y la estructura social exterior, así como los demás grupos de referencia presentes en el mundo de la información.

La función del *gatekeeper* es importante, porque de él depende el flujo de la información y él decidirá inapelable y silenciosamente si una noticia se da o no se da. Pero al propio tiempo el *gatekeeper* es un personaje oscuro y anónimo, que puede estar más arriba o más abajo en la escala jerárquica de un medio (Gomis, 1991: 82).

Estudios realizados a partir de 1940 sobre la influencia de los medios siguen siendo reformulados. Desde las investigaciones de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1962) se establece que los medios han provocado una influencia en el público, en la opinión pública, pero ésta no es ni directa ni automática, ya que sigue, según Gomis, diversos canales ulteriores a la emisión y pasa por varias etapas, especialmente por dos: tras la emisión viene una segunda etapa, en la que la opinión de las personas interesadas en la cuestión parece resultar más decisiva que la de los medios y se ejerce a través de la conversación.

Además, los que trabajan en los medios parecen también más bien escépticos sobre su influencia y su actitud se asemeja más a la de un espectador de los fenómenos de opinión que a la de un promotor o agente de cambios (Op. Cit: 167).

1.5.3 Los medios

Para Scott Lash, los medios masivos consisten siempre en modos de información y modos de diseminación: tanto las máquinas diseminan el contenido de los medios como el contenido mismo. Los medios también son el contenido producido por las máquinas. Esta idea nos asemeja a la que planteó tiempo atrás Marshall McLuhan.

Los medios son comunicación a distancia. John B. Thompson (1990) ha escrito con perspicacia sobre este aspecto. El cara a cara, esto es, la comunicación en la proximidad, es desplazado progresivamente por la comunicación a distancia (...) El diario no es interactivo. (...) Como otros medios informacionales, la correspondencia y el diario llegan a nosotros en lugar de ir nosotros a ellos, como hacemos en muchas formas más 'serias' de cultura. La correspondencia y los diarios no circulan y se diseminan por conducto de máquinas de información (como el teléfono, la televisión e internet) sino a través de máquinas de transporte más típicas de la era de las manufacturas: camiones, aviones, trenes y camionetas. Las máquinas producen diarios, pero estos no son máquinas. (...) El correo electrónico es una máquina textual interactiva de transmisión segmentada. El contenido es el mensaje. Este es un contenido informacional (...) McLuhan lo escribió. El mensaje es un byte o bit de información. La cuestión es si este nuevo contenido, vale decir, la información o el mensaje, puede producir significados existenciales, como hacían otrora los poemas épicos o novelas. (...) Los medios masivos y los nuevos medios se encuentran en el mundo cotidiano, ya no como representaciones sino como tecnologías. Damos con las tecnologías como 'usuarios'. Los bienes de consumo o marcas (...) también son hoy información (...) No las encontramos como representaciones. Los consumimos con un talante 'distráido' y no 'contemplativo' (Lash 2005: 124, 125, 129).

El autor inglés, continúa: "lo efímero es el contenido de los medios de información, sea en diarios, televisión, Internet, telefonía, productos de marcas de los bienes de consumo de acelerada rotación" (Op. Cit: 130). Para Lash, esta cultura de corta duración se inició con el diario, ya que el mismo publicaba novedades o cosas nuevas y una vez viejas, perdían valor.

Los diarios están conectados con el tiempo, con algo parecido a la instantaneidad. (...) Así, el contenido informacional no solo no perdura sino que es constantemente nuevo. A decir verdad, el contenido es tan nuevo que no hay tiempo para la re-presentación, como en el cine, la novela o el teatro. No hay tiempo de asumir lo que Husserl llamaba 'actitud reflexiva'. La actitud reflexiva siempre debía actuar con respecto a una experiencia, un acontecimiento del pasado (Op. Cit: 131).

De los periodistas, el autor inglés sostiene:

Se mueven en una escala temporal enormemente distinta de la vigente para los científicos. (...) Los subsidios de investigación cubren dos o tres años. ¡Qué diferente es la escala temporal con que actúan los periodistas! (...) ¡A qué extraordinaria serie de restricciones –temporales y presupuestarias- están sometidos! (Op. Cit.).

Una realidad no menos dura por ser descrita de este modo crudo. Sobre estas restricciones temporales y presupuestarias es que también da cuenta este estudio que hemos emprendido.

1.5.4 Sociedad de la información y velocidad

Estos fenómenos son estudiados dentro de un contexto específico y en un lapso determinado. Para ello, se adoptará la conceptualización sobre "sociedad de la información" que desarrolla Lash desde su postura crítica.

La información y la comunicación no son ni instrumentalidades ni finalidades: construyen redes, hacen conexiones. La información y las comunicaciones son hoy – una sociedad mediática- previas tanto a la instrumentalidad como a la finalidad. Son el material, la nueva y tercera naturaleza de la sociedad global de la información (Lash, 2005: 24).

El autor boga por la no linealidad de los procesos que se realizan, en su mayoría, a distancia mediante la compresión temporal y espacial, aceleración y discontinuidad. En contraste con otros análisis, por ejemplo con el de Castells (1996), Lash sostiene que debemos entender la sociedad de la información concentrándonos en las cualidades primarias de la propia información. Esto es: el flujo, el desarraigo y las relaciones en tiempo real.

El contexto en que se desarrollan estos procesos se basa en la construcción de una sociedad del conocimiento. Ésta plantea una problemática no mecánica sino conceptual. La producción se realiza con uso intensivo del conocimiento ante el desarrollo de máquinas cada vez más inteligentes y bienes y servicios ricos en información. En esta taxonomía de sociedad existe el uso intensivo del conocimiento y no ya del trabajo. Lash contrapone el sentido marxista de uso del trabajo y medios de producción, distinguiendo que la fuerza de trabajo en este tipo de sociedad es el aporte de ideas, la innovación. En tanto, la sociedad de la información es una sociedad del conocimiento: se ocupa de la sustancia del conocimiento discursivo analítico, basada en la abstracción, selección, la simplificación, la reducción de la complejidad.

Los movimientos de los flujos infocomunicacionales, posibilitados gracias al salto tecnológico convergente experimentado por las actividades de telecomunicaciones, informática y audiovisual desde los años setenta, han alentado la progresiva configuración de un proyecto, inacabado, que es llamado "sociedad de la información". La heterogeneidad de actores, propósitos, acciones, desarrollos y consecuencias sociales, culturales, políticas y económicas, en el marco de la sociedad informacional, son síntoma de su carácter procesual y de su neta actualidad en las distintas latitudes del planeta (Becerra, 2003:13).

En la sociedad de la información, la capacitación es discursiva: lo habitual es que un tercio de la fuerza de trabajo tenga estudios universitarios o terciarios completos. Esto significa un incremento de lo que Max Weber llamaba racionalidad. Esa capacitación en el conocimiento discursivo, un conocimiento muy codificado, contrasta con la formación en los oficios de la sociedad industrial. El conocimiento discursivo tiende a actuar tanto deductiva como inductivamente (Lash, 2005: 240).

Otra de las complejidades que plantea la sociedad de la información es su principio hegemónico de circulación y no ya de acumulación como lo era en la sociedad industrial. Cuando esto sucede, se produce un efecto no deseado al escaparse esta circulación del posible control: la desinformación (señalada por el autor como una contradicción). Sin embargo, este “efecto no deseado” podría ser el “accidente” en la conceptualización de Paul Virilio, que, a nuestro entender, lejos de configurar algo “realmente no deseado” y producto del azar, es algo motivado por una transformación que el avance de la ciencia se propuso. En este sentido, la desinformación es para el autor el fruto o consecuencia no prevista de esta sociedad producida por la sobrecarga de información y la falta de control de la misma. La paradoja de la sociedad de la información: “Ésta es también una sociedad de la desinformación” (Lash, 2005). Una sociedad tan racional se vuelve tan irracional aportando a la sobrecarga, descontrol, caos, concluye ante una concepción del tiempo que ha cambiado. Es por ello que nos proponemos indagar cómo los periodistas intentan ejercer ese control posible ante la utilización de internet, conociendo de qué manera es usada para la elaboración de sus productos, la construcción de sus discursos.

1.5. 5 ¿Una nueva concepción del tiempo?

De acuerdo con lo establecido por Wolton:

No existe la comunicación sin la prueba del tiempo: del tiempo para hablar, para entenderse, para leer un periódico o un libro, para ver una película; y esto independientemente de las cuestiones de desplazamiento. Siempre hay una duración en el acto de la comunicación. (...) Este aplastamiento de la duración, esta desaparición de la prueba del tiempo inherente a toda experiencia de comunicación, plantea problemas desde el punto de vista antropológico, puesto que el tiempo de las nuevas tecnologías es homogéneo, racional, liso, mientras que el tiempo humano es siempre discontinuo y diferenciado (Wolton, 2000: 115).

Esta misma preocupación que nota el autor camerunés es también parte de la preocupación que motiva este trabajo. Por eso mismo, ese “achatamiento de la duración” será abordado por Virilio a quien le otorgaremos un espacio amplio para la reflexión necesaria del uso y concepción del tiempo y su velocidad.

Se lo ha tildado a Virilio de apocalíptico. De hecho, Lash sostiene que: “Virilio es nuestro tecnófobo paradigmático, que siente, no obstante, una fascinación por la tecnología” (Lash, 2005: 104). No existe la definición en la Real Academia Española sobre “tecnófobo” pero sí se conoce como “temor o repulsión a la tecnología”, antiguamente llamada Ludismo.

No sostendremos tal afirmación porque creemos que el autor propone una mirada crítica al proceso de desarrollo actual de nuestras sociedades y plantea un alerta válido en cuanto cuestiona el medio como el mensaje. Sí es cierto que Virilio ha dedicado su crítica más mordaz a los aspectos que parecen “no funcionar” en la sociedad de la información. Sin embargo, lejos

está de padecer fobia o transmitirla, sino que consideraremos que aporta una nueva mirada desde un punto de vista novedoso: el autor agrega aspectos éticos a tener en cuenta en el desarrollo de su pensamiento. Comprender los aspectos negativos brida la posibilidad de conocer qué aspectos deberán ser modificados. Para el urbanista francés, la filosofía de la tecnología es esencialista ya que se ve imbuida de valores instrumentales de la sociedad en la que emergen. Virilio rechazará la ideología de la objetividad en relación a la teoría. La tecnología siempre es desarrollada por alguien en algún momento concreto, con persecución de determinados fines. No está exenta de intencionalidad.

La era de Internet, con máquinas portátiles, teléfonos móviles, fibra óptica y dispositivos sofisticados, aporta una velocidad de “navegación” inusitada.

La velocidad – que se ha convertido en un valor que reditúa en la sociedad actual-, alimenta los circuitos periodísticos –no ya la primicia pero sí la noticia más rápida transmitida por el medio más veloz-, hace estallar viejas concepciones y provoca nuevas interrogantes a los trabajos que se desarrollarán de aquí en más. Prestar atención a estos cambios en nuestra sociedad contemporánea y poder pensar –junto con Virilio- estas nuevas propuestas, nos permiten ensayar anticipaciones y profundizar los conceptos seleccionados de nuestra realidad con la intención de comprenderla primero y luego intentar explicarla. El propio autor habla de su obra en estos términos: “Muestro las tendencias negativas para prevenir el mal. Hago un trabajo estadístico y anticipo tendencias que ya pueden observarse” (Virilio, 1995:63).

Su concepto de velocidad puede interpretarse en este sentido: “no es un fenómeno sino la relación entre fenómenos, es la relatividad misma” (Op. Cit: 25). “No sirve únicamente para desplazarse con más facilidad, sirve ante todo para ver, escuchar, percibir, por tanto, para concebir más intensamente el mundo presente. Mañana servirá además, para actuar a distancia, más allá del área de influencia del cuerpo humano y de su ergonomía comportamental”. (Ibídem) La velocidad, entonces, es una relación entre un punto de partida, uno de llegada y la acción propia de desplazamiento. En esta aceleración planteada por las nuevas tecnologías se reduce el espacio a un intersticio infinitesimal, aquel que se ejemplifica como el grano de arroz del Kbite, “cesar el escándalo del intervalo de espacio” (Op. Cit: 160).

Consideramos de relevancia brindar un espacio para la discusión de la concepción del “tiempo”, tal como propone Virilio, concepto indispensable para una cabal comprensión y análisis del uso de las nuevas tecnologías.

Los fenómenos asociados de inmediatez e instantaneidad son en nuestros días uno de los problemas más apremiantes que conforman las estrategias políticas y militares. El tiempo real prevalece sobre el espacio real y la geosfera. La supremacía del tiempo real, la inmediatez, sobre espacio y superficie es un hecho consumado y tiene valor inaugural (anuncia una nueva época) (...) Es un momento dramático en nuestra relación con el mundo y para nuestra visión del mundo¹².

¹² Virilio, Paul (Agosto de 1995) *Velocidad e información. ¡Alarma en el ciberespacio!* Publicado en Le Monde Diplomatique. Disponible en URL: <http://aleph-arts.org/pens/speed.html>. [Última visita: 15-06-11]

Interesante apuesta de Virilio al discriminar la relación con el mundo y nuestra visión del mundo. De eso trataremos en este estudio. De la relación que los periodistas tienen con internet como nuevo medio de información y su visión del mundo al expresar la forma en que utilizan estas nuevas herramientas en sus construcciones de miradas y discursos diariamente. Para ello, daremos cuenta de que existe una nueva concepción de la velocidad (todo requiere de menos tiempo para hacerse o conocerse pero necesita ser publicado con prisa) en el trabajo periodístico y que este nuevo parámetro se vuelve tirano porque no parece compatible con algunos de los principios básicos del periodismo: contrastación de fuentes, chequeo de información veraz y confiable. Es que al decir de Virilio, las experiencias de trabajo cotidianas están hoy mediatizadas por la técnica que impone el medio y el mensaje.

Según Lash, para Virilio la tecnología es velocidad, accidente. Y las tecnologías no son acumulaciones sino objetos móviles. A través de su movimiento destruyen efectivamente el espacio (Lash, 2005: 106).

El urbanista francés piensa la nueva velocidad tras haber alcanzado la barrera de la luz como hecho histórico sin precedentes, se confunde la relación de los seres vivientes con el mundo. Asimismo, sostiene que:

El ciberespacio es una nueva forma de perspectiva. No coincide con la perspectiva audiovisual que ya conocemos. Es una perspectiva completamente nueva, libre de cualquier referencia previa: es una perspectiva táctil. Ver a distancia, oír a distancia: esa era la esencia de la antigua perspectiva audiovisual. Pero tocar a distancia, sentir a distancia, esto equivale a un cambio de perspectiva hacia un dominio que todavía no se abarca: el del contacto, el contacto a distancia, el telecontacto¹³.

Esta velocidad citada por Virilio, acelerada por la creación de las superautopistas -las reales, para medios de transporte convencionales y las virtuales, para transportar información-, es un ingrediente más para que se produzca la pérdida de orientación. El autor se refiere a una distorsión de la realidad; un shock, una conmoción mental. ¿Y por qué nos debería interesar entonces este tema, se pregunta el autor? Porque nunca ningún progreso en una técnica había sido llevado a cabo sin acercarnos a sus aspectos negativos específicos (lo dijo Virilio: cuando se inventó el ferrocarril, se inventó el descarrilamiento). “El aspecto negativo de estas autopistas de la información es precisamente esa pérdida de orientación en lo que se refiere en la alteridad (el otro); es la perturbación en la relación con el otro y con el mundo”¹⁴.

El autor introduce las nuevas paradojas que surgen de esta relación de fenómenos nuevos, contemporáneos:

Las paradojas de la aceleración son muchas, desconcertantes; en particular, la primera de ellas es el de acercar lo ‘lejano’ alejado proporcionalmente de lo próximo, del prójimo, del amigo (...) Esa inversión de las prácticas sociales, manifiesta ya en el ordenamiento de los medios de comunicación, aún se refuerza, se radicaliza con los nuevos medios de telecomunicación (...) Así, imagen prevalece sobre la cosa de la que es imagen (Virilio, 2005: 34)

¹³ Ibídem anterior.

¹⁴ Ibídem anterior.

El autor asegura que hay una pérdida de relato del trayecto; mientras que el trayecto es el tipo de proximidad que vincula a los seres humanos entre ellos en la ciudad. Como urbanista, plantea que el mundo alrededor es vasto; ser consciente de ello, incluso si no se palpita físicamente la totalidad de ese mundo, es un elemento esencial de la libertad y de la grandeza del hombre (Virilio, 2005: 45).

Hay allí una puerta al cambio. Repensar la localización y la movilidad en ese mundo que se debe rehabitar. La relación de las personas con cada persona, los vínculos entre seres y trayectos, “recuperar el contacto”, propone (Virilio: 51). Sostiene la imposibilidad de seguir “acelerando”. Esta advertencia nos remite a la mirada de Ramonet (2011) sobre el periodismo:

En la actualidad son (los medios de comunicación *on line*) claramente más reactivos y menos meditativos y están más atentos a los acontecimientos pero son menos sensibles al contexto. Otra cuestión trascendental es la obsesión por la rapidez, por una inmediatez que lleva a los medios de comunicación a cometer cada vez más errores y a confundir rumores con hechos comprobados. (...) El periodismo de especulación, de entretenimiento y de espectáculo triunfa en detrimento de la exigencia y la calidad. La puesta en escena de la información prevalece sobre la verificación de los hechos (p: 45).

Las consecuencias de la simplicidad, la reducción de la complejidad y la sencillez clasificatoria de la sociedad de la información, son la vasta e incontrolable complejidad de la cultura de la información. La consecuencia de la acumulación es la circulación. La consecuencia del acopio es la pila de basura (Lash, 2005: 247).

En cuanto a su concepción sobre la globalización, Virilio sostiene que “es una farsa”. No hay globalización, sólo hay “virtualización”. Lo que está siendo efectivamente globalizado es el tiempo, ya que el tiempo real sustituye al espacio real, y ese tiempo de duración es extremadamente corto. El tiempo globalizado es el perteneciente al ciberespacio, al multimedia.

Nada se obtiene sin que se tenga también algo que perder. Lo que se ganará de la información y la comunicación electrónica necesariamente provocará una pérdida en alguna otra cosa. Si no somos conscientes de esa pérdida y no la tenemos en cuenta, lo que ganemos carecerá de valor. Esta es la lección que debe aprenderse del previo desarrollo de la tecnología de los transportes¹⁵.

Esta idea puede tenerse en cuenta en nuestro trabajo ya que las rutinas de los periodistas parecen cambiar de acuerdo con la velocidad que tomó la exposición de información en los sitios de internet, lo que provocó un cambio en la valoración de la duración de la información que cada vez tiende a ser menor. De acuerdo con los autores escogidos para este trabajo, ninguna información existe sin desinformación (Lash, 2005: 95) la cual podría constituirse por la superabundancia de datos y recursos en el ciberespacio.

Se sugiere la presencia de cierta ‘desinformación’ en la sociedad de la información: estaríamos entonces ante una sociedad desinformada de la información. La contradicción se sugiere como una sucesión de consecuencias imprevistas. Esto es, que entre los frutos de un proceso de producción crecientemente inteligente y rico en información hay efectos de anticonocimiento como la sobrecarga de información, un carácter efímero, una ‘estupidización’ y cosas por el estilo (Op. Cit.).

¹⁵ Idem 1, 2, 3 y 4.

En tanto, Virilio plantea un nuevo tipo de desinformación distinta a la censura voluntaria, aquella que se da en la obstrucción de los sentidos, “una pérdida de control sobre la razón de los géneros”.

Cuando uno se cuestiona sobre los riesgos de accidentes en las autopistas de la información, la finalidad no es la información en sí misma sino la absoluta velocidad de los datos electrónicos. El problema aquí es la interactividad. La ciencia de los ordenadores no es el problema, sino la comunicación por ordenadores, o más bien el potencial de la comunicación por ordenadores.

La hipervelocidad de la información en las comunicaciones genera efectos de desaparición del cuerpo, del espacio y del tiempo histórico. La tecnología, como dimensión pragmática del discurso científico, generaría una realidad no narrativa, donde el instante veloz impide el relato y la comunicación¹⁶.

Al respecto, Lash sostiene que “la paradoja de la sociedad de la información deja al descubierto ciertas condiciones nuevas y negativas: irracionalidad de las sobrecargas de información, información errónea, desinformación y la información descontrolada” (Lash, 2005: 23).

La caja de resonancias de Internet es ya tan fuerte como la televisión. Y el riesgo no es la censura por privación de información sino rigurosamente lo contrario: la censura por saturación, indiferenciación, ruido e interferencias, babelización: todo el mundo habla, nadie escucha. Crece la despolitización¹⁷.

Cabe preguntarse, ¿a quién o quiénes beneficia tamaña situación? ¿A dónde va el periodismo a máxima velocidad? ¿Dónde está depositado el valor (y el poder) en la era de la hipervelocidad? Lash ensayó una respuesta a esta última pregunta:

En la era de la ‘autopista de la información’ la cuestión es, en primer lugar, quién posee la información o los signos, y segundo, quién es el dueño de la autopista. (...) La propia información se vuelve mercancía (Lash, 2005: 145, 148).

“Me veo obligado a sostener una postura extremista. No creo en el retroceso de la historia sino en las regresiones éticas, humanas. Incluso cuando hay grandes catástrofes, las cosas se retoman o se interrumpen, pero no se retrocede”¹⁸, sostiene el urbanista francés. Un desafío nada menor, tener en cuenta la ética para proceder en el mundo, dentro del mundo.

La velocidad es, pues, un medio. (...) Yo me esfuerzo por abordar todo dominio en términos de velocidad, determinando qué tipo de aceleración está en juego. (...) La revolución de los transportes ha llevado hasta su punto más alto una aceleración máxima que desemboca hoy en la velocidad de la luz de las ondas electromagnéticas, haciendo posibles las teletransmisiones, las redes electrónicas, etc., en una palabra, la mundialización¹⁹.

En tanto, Lash sostiene que para Virilio la propia tecnología es velocidad, accidente. Si para Marx y Heidegger la tecnología se acumula, no es así para Virilio. El principio de acumulación

¹⁶ *Hay que defender la historia*. Entrevista con Paul Virilio, por Rachid Sabbagahi y Nadia Tazi; editada con anterioridad en *El Paseante*. Nº. 27-28. Madrid. Disponible en URL: <http://www.temakel.com/emvirilio.htm> [Última visita: 15-06-11]

¹⁷ *Ibidem* anterior.

¹⁸ *Ib.*

¹⁹ *Ib.*

de la sociedad industrial se deja de lado por el de circulación en la sociedad de la información. Este movimiento es el que destruye el espacio, es por eso que se le da a Virilio el mote de teórico de la sociedad del riesgo.

En algún momento del siglo XX esta 'máquina de guerra' [acotamos que las máquinas son máquinas de guerra cuando los vectores de la velocidad las han atravesado y la política desaparece dejando a la economía como guerra por otros medios] comienza a ser progresivamente reemplazada por lo que Virilio llama 'máquina de la visión'.

Este cambio tardo-moderno se produce en el contexto de lo que aún es una era de guerra pura, estrategia pura. Ahora, los propios militares comienzan a adoptar tecnologías del cine, los principios de 'visión' y 'avistamiento' asumen el papel protagónico. Ahora, la velocidad de movimiento de los vehículos es menos importante que el radar y otros dispositivos visuales. La velocidad y la guerra pura todavía son valores hegemónicos, pero se trata de una guerra pura por medios cada vez menos militaristas, dado que el principio de la materia es desplazado por el principio de la luz. De tal modo, la dromocracia ya no remite de manera preponderante a la velocidad de los vehículos o el celuloide en movimiento. Remite, en cambio, a la velocidad de la luz. Al mismo tiempo, -y esto es crucial-, una lógica de la 'presentación' desplaza a una lógica de la representación. Si los aspectos virilianos emblemáticos de la premodernidad son los muros, las murallas y los búnkers, los de la modernidad (una modernidad anterior) son los vehículos, los tanques, los autos, los trenes, los camiones, el cuerpo como vehículo metabólico (Virilio, 1989 en Lash, 2005:109).

Mientras que para Lash "a diferencia de la narración, la información comprime el comienzo, el medio y el final en la inmediatez presente de un 'ahora-aquí' (Lash, 2005:16) para Virilio únicamente hay tiempo real, hay un 'ahora' en detrimento de un 'aquí'. Este aspecto lo utiliza el autor para explicar la experiencia de la realidad virtual.

Todo el problema de la realidad virtual es, esencialmente, negar el *hic et nunc*, negar el aquí en beneficio del ahora (...) Ello entraña una considerable amenaza de pérdida del otro, el ocaso de la presencia física en beneficio de una presencia inmaterial y fantasmagórica (Virilio, 1997:46).

Capítulo 2

2.1- Contexto de un nuevo problema

La inquietud por la investigación del uso de internet como fuente surge del hecho dado por la creciente penetración de internet en las redacciones del mundo y la convergencia de medios que el siglo XXI ha marcado para los impresos. No sólo la pérdida de lectores y la mudanza de publicidad de medios impresos a los electrónicos sino también el cambio en la forma de escritura y de contexto de la información en los llamados nuevos medios (Boczkowski, 2006). En Uruguay aún no es tan fiel la experiencia en estos tiempos de convergencia de redacciones.

Si bien los medios estudiados cuentan todos con páginas webs de sus diarios impresos, siguen alzando la bandera de los medios escritos en papel y fidelizando clientes a través de las estrategias de impreso. Cada vez más, nuevos suplementos y productos editoriales se acoplan a las planificaciones de venta de las empresas mediáticas nacionales. La web se desarrolla con distintos niveles de madurez en los diversos diarios y ninguno de ellos cuenta con convergencia total de la plantilla de periodistas en uno y otro medio. Las redacciones están separadas y se manejan con pirámides editoriales distintas.

2.1. 1 El caso wikileaks pone a internet como fuente en el tapete

El caso Wikileaks interpeló al periodismo desde distintas aristas y en diversas partes del mundo. Tal como lo sostiene Ramonet:

Acalorados debates sobre si Wikileaks ha hecho prosperar o no la causa de la libertad de prensa, si resulta bueno o malo para la democracia, o si se debe o no censurar, están causando furor en el mundo. Lo que es seguro es que todo periodista sabe que su papel en difusión, sobre todo en la miles de informes secretos relativos a los abusos cometidos por militares en Afganistán y en Irak, y de unos 150.000 cables enviados por las embajadas de Estados Unidos al Departamento de Estado, constituye un hito en la historia del periodismo que marca un antes y un después (Ramonet, 2011: 75).

Wikileaks es tomado para este trabajo como un caso tal vez anecdótico pero relevante por sus características primarias: es un emprendimiento con señas particulares de la sociedad de la información por deber su génesis en 2006 a un grupo de internautas anónimos con Julián Assange como portavoz, que tiene como fin recibir y hacer públicas en internet, filtraciones de información. Comparte este emprendimiento las características de los sucesos de la sociedad de la información, se trata de un total de 150.000 cables, una abundancia de información casi inabarcable para un lector promedio. Como material de insumo periodístico debió ser revisado, priorizado. Es por ello que los grandes medios se asociaron para tratar la información, procesarla y luego publicarla.

En Uruguay, en los diarios El País y El Observador comenzaron en sus editoriales una discusión que no conoce precedentes, bajo la consigna: ¿Todo es publicable? Sabido es que los editoriales de un periódico son escritos por quienes hacen cumplir la línea editorial y suelen traslucir los valores y principios éticos y políticos del que se expresa. En forma implícita, también deja traslucir los intereses económicos particulares. No estuvo en discusión la existencia de esa fuente de información que abrió Wikileaks cuando dispuso material antes

“secreto” ante la comunidad periodística de algunos países primero y de muchos más, después. Los diarios más importantes del mundo (si consideramos por ello a The New York Times, The Guardian, El País, Le Monde y la revista Dier Spiegel) han publicado en sus tapas el escándalo que wikileaks ha puesto de relieve al difundir los cables diplomáticos confidenciales y dejarlos expuestos a cualquier mirada.

La carga argumentativa o el énfasis de las editoriales uruguayas mencionadas hacen especial énfasis en que hay información que no es de interés público y no debiera ser publicada. De allí que la pregunta formulada, si bien aspira a ser realizada ya contenga implícita la respuesta en sí misma, en el mismo acto de enunciación. Si bien estos medios intentan “debatir” en clave de “la línea difusa entre la frontera que existe para separar la libertad de expresión y la responsabilidad profesional para decidir publicar o no. Se acota la libertad de prensa pero se recuerda que “no toda información es de interés público”. Las editoriales no ahondan en la definición de qué es “de interés público” o quién lo define en tal caso.

Por otra parte, los medios que participaron de la divulgación de esta información fueron los de referencia mundial, aquellos que son fuente “confiable” para los medios nacionales. Lo trascendido sobre Wikileaks tiene el filtro de los responsables y dueños de estos medios.

La asociación con estos diarios permitió a Wikileaks maximizar la difusión de la megafiltración a niveles que ni hubieran tenido lugar sin transferencia de prestigio editorial, oficio periodístico y credibilidad en la comunidad de profesionales y lectores, que reprodujeron en otros medios la información. Así, en lugar de reemplazo tecnológico, fue la colaboración entre el uso de internet como sinónimo de velocidad y de manejo de gigantescos volúmenes de datos, y los viejos medios con sus competencias editoriales y sus rutinas secuenciales, la que se conjugó como estrategia de alto impacto. La filtración demuestra así que el mundo digital, previsto como relevo de los medios tradicionales, necesita nutrirse de la credibilidad y oficio editorial de los grandes periódicos para alcanzar impacto público. Pero la alianza entre lo viejo y lo nuevo, atravesada por intereses corporativos, no es serena (Becerra y Lacunza, 2012: 22)

El mundo se enteró (de lo que no es deseable enterarse) a través de las ediciones de los cinco grandes medios occidentales y norteamericanos. Allí se procesó la noticia, los equipos de periodistas fueron seleccionados. Las tintas están cargadas contra Wikileaks que es una fuente en internet si es que el periodismo le asigna el rol como tal. Un sitio se vuelve fuente cuando un periodista toma de allí su contenido para ser retransmitido por otro medio y bajo otro formato o contexto discursivo y es contrastado con otras fuentes posibles.

Uno de los modos de desembarco de la ONG de Assange en América Latina fue una cadena de sugerencias entre colegas que trascendió formatos, trayectorias e ideologías de los medios (Op. Cit: 37).

De la inmensidad de información disponible se sustrajeron pruebas que permitieron conocer diversos procedimientos políticos de carácter armamentístico, fiscal y legal de los Estados involucrados.

Los diplomáticos citan la publicación de noticias en los medios, noticias que ellos mismos en algunos casos motivaron como fuente informativa, para evitar que los cables sean puramente subjetivos. Aunque como se ve, se trata en muchos casos de una subjetividad terciarizada. Los roles se alternan y se confunden: los medios de comunicación y los políticos o diplomáticos pueden ser fuente y recolector de información indistintamente, retroalimentando las versiones

que se originan en esos círculos herméticos. En términos de eficacia sistémica, el margen de error en la validez de la información que circula es muy alto por la endogamia que practican los agentes protagonistas (Ib: 27).

En Uruguay, el semanario Brecha (se publica los viernes) fue el único medio de comunicación del país que realizó un convenio con Wikileaks para acceder al contenido y publicarlo en continuidad. De allí se relevaron ciertos informes sobre los presidentes de América Latina y algunos mensajes especiales de figuras del primer gobierno de Tabaré Vázquez (socialista) en el país. En su publicación asegura:

No son revelaciones sobre hechos ni personas, sino que en general se trata de las visiones de diplomáticos estadounidenses sobre esos hechos y esas personas (en varios casos a partir de comentarios de fuentes de mayor o menos rango de los países donde están instaladas sus embajadas²⁰.

El semanario indicó a en sus ediciones de marzo de 2011 que publicaría los documentos sobre Uruguay correspondientes a 2009 y 2010 y que se limitaría a preservar datos personales que allí se encontraran. Para este trabajo, destinó a un equipo de cuatro periodistas que incluyeron al secretario de redacción, editor de Internacional, investigador y a un ex editor de Internacional del mismo semanario. El tratamiento informativo de los cables se procedería en un contexto determinado: “Aquello que sea periodísticamente relevante se publicará – debidamente contextualizado- después de que sea tamizado por un serio análisis periodístico”²¹.

²⁰*Brecha publicará cables de Wikileaks* (Marzo, 2011) Disponible en URL: <http://www.brecha.com.uy/ediciones/item/8109-brecha-publicara-cables-de-wikileaks>. {Última visita: 17-11-2011}.

²¹ *Ibíd.*

2.2- Internet: ¿un lugar en el mundo?

De acuerdo con el informe mundial del World Economic Forum sobre Tecnología de la Información 2010-2011, en el índice de disposición de red (NRI, por sus siglas en inglés), Uruguay ocupa el lugar número 45, mientras que ocupó el lugar 65 según el informe en 2008-2009 y el 2007-2008. Detrás de Uruguay se encuentran países como Brasil (56), Colombia (58), México (78), Perú (89), Argentina (96). Los países que lideran este ranking son: Suecia, Singapur, Finlandia, Suiza y Estados Unidos. De acuerdo con el informe, el NRI mide la propensión de los países para aprovechar las oportunidades que ofrecen las TIC y refleja el impacto de las nuevas tecnologías en la competitividad de los 138 países que conformaron la muestra. El indicador se conforma de tres componentes que refieren al entorno que ofrece un determinado país a las TIC, la disposición de los principales interesados de la comunidad (individuos, empresas y gobierno) para utilizar estas tecnologías y su uso entre los actores. El aspecto mejor valorado por el informe fue la cobertura de telefonía móvil, sin embargo, acota que el entorno de mercado sigue siendo un área problemática y el sector empresarial no aprovecha las TIC tanto como podría hacerlo²².

De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicación (UIT), a fines de 2010 existían 5.3 mil millones de suscripciones a nivel global y 2 mil millones de usuarios de internet²³. Sin embargo, advierten que siete de cada 10 personas aún no están conectadas. La UIT recuerda que el 51% de la penetración de la banda ancha móvil está en los países desarrollados; 5% en los países en desarrollo, mientras que de los 940 millones de suscripciones estimadas a la banda ancha móvil, sólo 309 millones se encuentran en países en desarrollo.

Por otra parte, la UIT estimó que el 100% de la población de Uruguay está cubierta por una señal de celular móvil, y que la penetración de banda ancha fija se situaba en 11.4%, comparado con el 8% a nivel mundial y el 25% en los países desarrollados. Por otra parte, sostuvo que Uruguay lanzó en 2007 la tecnología 3G, indicando que la penetración de la banda ancha móvil se sitúa alrededor del 14% (igual que el promedio mundial), comparado con el 51% en los países desarrollados.

En cuanto al balance sobre Redes sociales en el mundo y aplicaciones web, la UIT informa que existen 600 millones de usuarios activos en Facebook y 175 millones de personas utilizan Twitter.

²² Reporte Global de las Tecnologías de la Información 2010-2011. Disponible en URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2011.pdf. [Última visita: 17-05-11]

²³ Informe sobre conexión en el mundo (2011). Disponible en: <http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE>. Última visita: 18-05-11

2.2.1 Uruguay e internet

A nivel local, el Instituto Nacional de Estadística (INE) presentó en setiembre de 2010 los resultados de la Encuesta Continua de Hogares (ECH) de 2009. Uno de sus capítulos se titula “Acceso a las tecnologías de la información y comunicación”²⁴.

En el informe se indica que:

La televisión y la radio son las herramientas de acceso a la información más populares en Uruguay; casi el 95% de los hogares declaran tener al menos un televisor, y un 93% al menos una radio (...) La cantidad de computadoras y el acceso a Internet aumentó considerablemente en los últimos años. El 47,6% de los hogares uruguayos declara tener al menos una computadora en el hogar. El crecimiento es de 12,3 puntos porcentuales respecto al 2008. Entre 2006 y 2009 también aumentan más de 7 puntos porcentuales los hogares que tienen conexión a Internet, lo que determina que en el año bajo estudio un 27,7% de los hogares contaran con esta conexión. La conexión a televisión por cable no muestra variaciones entre el período. De los hogares que tienen computadoras prácticamente uno de cada tres declara que al menos una computadora es del Plan Ceibal. En las localidades pequeñas y zonas rurales es donde se registra el mayor peso de computadoras del Plan Ceibal entre el total de PC: 63%. En Montevideo, un 12,8% de los hogares que tienen PC tienen computadora del Plan Ceibal (...) Aproximadamente el 49% de los uruguayos de 6 y más años de edad declaran haber usado una computadora en el último mes y un 41,8% declara haber utilizado Internet. Un 85% de las personas que usaron computadora declaran haber utilizado Internet (Ibídem).

De acuerdo con el informe del INE, más del 50% de las personas que se conectan a Internet lo hace desde el hogar. Se presentan como segunda y tercera opción el lugar de trabajo y el centro educativo respectivamente. El ciber con un poco más del 20% se declara como el cuarto lugar de uso.

Con la intención de responder la pregunta ¿para qué se usa internet?, el informe sostiene:

Las personas usan Internet en primer lugar para la búsqueda de información y en segundo para la comunicación. La educación y aprendizaje ocupan el tercer lugar según lo declarado, los entretenimientos el cuarto lugar, mientras que se utiliza poco Internet para realizar trámites, comprar productos o efectuar chequeos en la banca electrónica (Op. Cit)

Un informe del Observatorio de las Tecnologías de la Información y Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República en mayo de 2010 dio cuenta del lugar que ocupa Uruguay en el marco regional en relación a estos temas. “El país aparece comparativamente en una de las mejores posiciones junto con Brasil y Chile, en lo que refiere tanto al porcentaje de acceso a un computador, como de acceso a Internet”²⁵.

La empresa consultora RADAR, que realiza el estudio “El perfil del internauta uruguayo”²⁶ publicó en mayo de 2011 los resultados del relevamiento realizado durante 2010. La muestra total del estudio fue de 1799 personas, siendo representativa de toda la población mayor de 12 años, residentes en todo el país. Esto representa un universo total de 2.622.000 personas,

²⁴ Informe. Encuesta Nacional de Hogares. Instituto Nacional de Estadísticas. 2009. Páginas 111-118

²⁵ Disponible en URL: www.observatic.edu.uy [Última visita: 17-05-10]

²⁶ Encuesta RADAR. *El perfil del internauta uruguayo* (2010). Disponible en URL: www.gruporadar.com.uy. [Última visita: 18-05-11]

repartidas en un 52% en Montevideo y zona metropolitana, y un 48% en el interior. La muestra efectiva de usuarios de internet fue de 1050 casos. Los resultados muestran un avance de penetración internet con el paso del tiempo. Mientras que en 2008 el 39% contestó utilizar internet, en 2009 lo hizo un 49%, y en 2010 un 58%. El 41% en 2008 lo hacía desde Montevideo, mientras que en 2009 ese porcentaje creció al 54 y en 2010 subió a 65%. En el interior del país creció de un 37% en 2008 a 44% al año siguiente y a 52% en 2010. De hecho, el estudio muestra un crecimiento anual sostenido de usuarios de internet del 10%.

Discriminados por edades, el estudio revela que el 94% de los adolescentes entre 12 a 19 años usan internet, mientras que en 2009, lo hacía el 80%. Entre las personas de 20 a 29 el 81% se define como usuario de internet, mientras que en 2009 esa cifra fue de 62%. Un 69% de las personas entre las edades de 30 a 39 años declaran usar internet, mientras que en 2009 lo hizo el 58%. Cuando las edades comienzan a aumentar, los guarismos relativos al uso de esta herramienta, disminuyen. Entre las personas de 40 a 49 años, el 51% se reconoce usuario en 2010, mientras que en 2009 ese número fue de 43%. Y para aquellos de entre 50 y 65 años, el resultado es de 41% en 2010 y 35% en 2009.

De acuerdo con el tiempo de conexión, el estudio relevó que en total los usuarios se conectan unas 8 horas semanales.

Los resultados de la encuesta del INE también dan cuenta de ello:

El uso de Internet y computadora disminuye conforme aumenta la edad. El mayor porcentaje de personas que usan PC e Internet se encuentra entre los menores de 19 años. Los menores de 11 años usan más la computadora, pero son los jóvenes de 12 a 19 años los que más usan Internet. Es muy importante la incorporación de la computadora e Internet en la población joven²⁷.

En cuanto a los niveles socioeconómicos, el estudio da cuenta de que el 83% de los encuestados de nivel socioeconómico alto usan internet en 2009, mientras que en el nivel socioeconómico medio lo hace un 60%, y en el bajo, el 27%.

El informe del Observatic aclara en relación a los guarismos publicados por RADAR:

La brecha digital se conforma a partir de desigualdades preexistentes como económica, sociales, culturales, entre otras, así como por capacidades diferentes en relación a la apropiación de la tecnología. Esto puede constatarse entre los distintos grupos de población por nivel socio-económico, sexo, edad, lugar de residencia, entre otros. No sólo el acceso es factor de desigualdad sino que también lo son los usos y el grado de aprovechamiento de las TIC. A modo de ejemplo, podemos observar los tipos de usos registrados por nivel socio-económico. A iguales condiciones de conectividad, parece que los usos que hacemos de las TIC son aún muy elementales. Se utiliza poco para acceder a servicios privados y de gobierno, en usos productivos, en la producción de contenidos culturales, etc.²⁸

²⁷ Informe (2009) Encuesta Nacional de Hogares. Instituto Nacional de Estadísticas. Páginas 111-118. Disponible en URL: http://www.ine.gub.uy/biblioteca/ech/ech2009/PrincipalesResultados_%202009_Totalv12.pdf [Última visita: 10-04-11]

²⁸ Encuesta RADAR. *El perfil del internauta uruguayo* (2010). Disponible en URL: www.gruporadar.com.uy. [Última visita: 18-05-11]

Precisamente los resultados “globales” de la encuesta de RADAR confirman esta tendencia.

Se reconocen algunas diferencias en cuanto nivel socioeconómico bajo y alto, como la propensión del alto a realizar trámites con organismos del Estado, consultar y realizar transacciones bancarias, transacciones con proveedores o clientes, llamadas al exterior, y buscar información sobre productos y servicios. El estrato bajo supera al alto en lo que refiere al acceso de contenidos como jugar y chatear. Las diferencias son mínimas respecto de usos como ver/bajar películas o música, buscar amigos y pareja, y realizar tareas de estudio con contenidos de información en internet (Ibídem).

Al indagar por los usos que hacen de internet a los usuarios, la encuesta de RADAR releva que el 75% de los usuarios recibe y envía mails, el 65% busca información de temas de interés, el 63% utiliza chats, el 61% utiliza redes sociales (Facebook, entre otras), el 58% descarga música y el 49% lee noticias y temas de actualidad.

Ante el segmento especial de “Uso de Redes sociales”, el estudio revela que, de ese 61%, el 98% es usuario de Facebook, mientras que el 8% lo es de Twitter, y 3% de Sonico.

Planteada la pregunta “¿En la últimas semanas, ha leído o escuchado noticias en algún medio de prensa por internet o en algún portal?”, el 35% del total de los encuestados contestó afirmativamente. En 2009 lo hizo un 43%, mientras que en 2008 la cifra fue de 29%, marcando un leve descenso el último año en esta tendencia de leer noticias en los medios de prensa digitales.

Ante la consulta “¿Qué medio de prensa ha visitado por web?”, un 57% contestó El País, 18% El Observador, 17% Montevideo.com, 13% el sitio del diario La República, 5% El Espectador, mientras que un 28% contestó otros medios nacionales y 17% otros medios internacionales.

2.2.2 Redes sociales y uruguayos

El sitio Webpc que se presenta ante el internauta como “el primer portal uruguayo orientado al mundo de la tecnología, que busca brindar herramientas que ayuden a impulsar la industria IT local y otras que atiendan las necesidades de los nuevos arribados al universo de los bytes así como la de los usuarios más expertos”, publicó en el diario El País información sobre usuarios de redes sociales en Uruguay. Allí se lee que “más de 920 mil uruguayos poseen una cuenta en Facebook” y se estima que existen 40 mil usuarios de Twitter en Uruguay, en base a una población total de poco más de 3 millones de habitantes.

De acuerdo con cifras divulgadas por Twitter, se publican a diario 155 millones de nuevos “tweets” entre todos los usuarios. La nueva cifra significa un crecimiento del 300% respecto del año 2010. En tanto, en Facebook, se publican por mes 30 billones de piezas de contenidos, contando actualizaciones de estado, fotos, links, comentarios, eventos y todo lo que salga del ingenio de los usuarios²⁹.

²⁹ Disponible en URL: <http://www.elpais.com.uy/110412/lault-559538/mirador/Twitter-crece-dia-a-dia-en-el-mundo/%e2%80%ba/>. [Última visita: 08-11-11]

Parece ser que en el uso está la clave. Entre los nuevos conceptos que cada red social introduce al vocabulario del usuario (por ejemplo: retweet, hashtag, perfil, muro, entre otros), también se encuentra una nueva forma de hacer en y (con) las aplicaciones que proporciona las redes. Según las cifras manejadas por Webpc, el usuario promedio de estas redes sociales publica algo, por lo menos, dos veces al día. Sin embargo, existen usuarios que “twitteen” constantemente y hay quienes publican contenido en gran cantidad. En este último grupo se encuentran los medios de comunicación que utilizan las redes sociales para divulgar, de una nueva forma, el contenido que colocan diariamente en su sitio web. De acuerdo con los nuevos conceptos, estos últimos se conocen en Twitter como "bots", abreviación de robots, por considerar que utilizan la red en forma sistemática, automática y programada.

Otras estadísticas aseguran que, en el caso de Twitter solo un 10% genera el 90% del contenido que se propaga dentro de esta plataforma de comunicación. Puede parecer poco, pero hay que tener en cuenta que Twitter, con cinco años de vida, hoy cuenta con más de 200 millones de usuarios, suficientes para dejar claro que va camino a ser la nueva plataforma de comunicación. Ella permite una información fluida, en tiempo real, conciso y sin límites visibles. Estamos bombardeados de información, así que comunicar algo en 140 caracteres termina siendo una gran ventaja. Y es que consumimos píldoras de contenido (Webpc).

De acuerdo con datos brindados por el sitio Inside Facebook, la totalidad de usuarios internacionales de esta red social, a abril de 2011 fueron 661 millones de usuarios³⁰. El cuadro que se incluye a continuación, muestra la cantidad de usuarios, teniendo en cuenta el crecimiento en doce meses y ranking de los principales mercados a abril de 2011. Estos datos están expresados en millones de usuarios.

Position	Country	September 2011 <i>Millions of Users</i>	12-Month Growth
	ALL	712.4	42.9%
1	United States	154.6	15.4%
2	Indonesia	40.1	44.4%
3	India	34.6	162.4%
4	Turkey	30.3	27.1%
5	United Kingdom	30.0	8.0%
6	Mexico	28.5	83.9%
7	Philippines	26.2	61.7%
8	Brazil	25.8	327.1%
9	France	22.6	17.2%
10	Germany	20.7	87.3%
11	Italy	19.1	14.5%
12	Canada	16.7	1.3%
13	Argentina	16.2	40.2%
14	Colombia	15.3	37.4%
15	Spain	14.4	30.3%
16	Thailand	11.9	131.7%
17	Malaysia	11.5	41.2%
18	Taiwan	10.9	53.1%
19	Australia	10.5	10.6%
20	Venezuela	9.3	29.8%
21	Chile	8.9	20.4%
22	Egypt	8.3	104.1%
23	Peru	6.9	125.7%
24	Poland	6.7	101.0%
25	Pakistan	5.2	108.6%

<http://gold.insidenetwork.com/facebook>

³⁰ Disponible en URL: <http://gold.insidenetwork.com/facebook/>. [Última visita: 06-06-11]

2.3- Historia de la prensa en Uruguay

Nada califica tanto a un país como sus periódicos y sus periodistas. El periodismo es, por definición, la vida misma de cada día, el oportuno y ordenado registro de los hechos, de los afanes humanos en pos de la perfección a través de la existencia cotidiana (Álvarez, 2008: 15).

No escapa a entender que si el periodismo es la relación de la vida que está fluyendo cotidianamente, el esbozo de la historia de la prensa y del periodismo podrá dar cuenta de la vida que pasó. Claro está que se trata de una historia en continuo movimiento, aquellas que se continúa escribiendo con el paso del tiempo.

Álvarez (2008) deja claro que su intención de plasmar el transcurso del tiempo en el libro que narra la historia de la prensa nacional, corresponde para mostrar las formas de evolución común de un instrumento que ha contribuido y contribuye a dar relieve a su cultura con su presencia y actuación a lo largo de doscientos años. Es aquí donde se reconoce el papel de la prensa como fuente para los historiadores, como medio de cultura, receptor y transmisor de ciertas conductas sociales y políticas de cada época.

Nos parece pertinente hacer constar una breve reseña sobre el origen de cada medio de comunicación que fueron estudiados, con el fin de dar contexto cabal a la investigación y dotar de elementos exógenos que componen la atmósfera de trabajo en la que producen los periodistas que fueron observados en este caso. Los cinco diarios de tiraje nacional que sobreviven a pesar del paso del tiempo en Uruguay, son los que versionan la historia contemporánea.

2.3.1 El País: El primero, siempre

El País es el diario más antiguo de origen uruguayo.

Desaparecido el diario La Democracia, a fines de 1917, la fuerte colectividad nacionalista buscaba un órgano de prensa que recogiera sus aspiraciones, reclamos y puntos de vista sobre los variados problemas del quehacer nacional. Tres hombres entusiastas, ya fogueados en las lides políticas y con hondas convicciones respecto a la conducción de los negocios públicos, concretaron la iniciativa y así fue como en las primeras horas del 14 de setiembre de 1918, la boca de la rotativa mostraba el ejemplar número uno de nuevo diario: El País (Álvarez, 2008: 461).

En cuanto a la propiedad del medio, es de público conocimiento que desde sus inicios ha formado parte de una empresa familiar y de cierto origen político partidario concreto.

Cuando se fundó, sus tres directores propietarios –los doctores Leonel Aguirre, Eduardo Rodríguez Larreta y Washington Beltrán-, representativos de la nueva generación nacionalista que llegaba para tomar el relevo, suscribieron un contrato con el Directorio del Partido Nacional que presidía el doctor Alfredo Vázquez Acevedo. El diario tendría, en virtud de ese acuerdo, el usufructo de la imprenta y los útiles que habían servido para imprimir La Democracia y un sueldo de cien pesos mensuales para cada director. Estos se comprometían, a su vez, a hacer un diario combativo, partidista y patriótico en el que estuviera presente la propaganda partidaria en forma permanente, a publicar todas las comunicaciones del Directorio y a realizar todo aquellos que redundara en beneficio de la comunidad política. La ocurrencia de desavenencias e imputaciones entre el Directorio del Partido y la conducción del diario El País, y el agotamiento de múltiples mediaciones, determinarán que el primero resuelva volver a imprimir La Democracia a partir de 1921, y que los segundos siguieran

adelante con su emprendimiento periodístico y comercial, aunque ahora preferentemente vinculados al nacionalismo independiente (Op. Cit: 462).

En la expresión inaugural del ideal periodístico que perseguiría, desplegó su bandera de lucha:

Lucharemos por el sufragio libre, base y condición de la efectiva democracia; pugnaremos porque el 30 de julio de 1916 no aparezca como una visión deslumbradora y fugaz en el curso de nuestra agitada vida política; porque el verbo de nuestros pensadores se haga carne, en días que la democracia alcanza su esplendor al alzarse victoriosa entre el fragor de la hecatombe”, en alusión a los telegramas que arribaban del frente de guerra europeo dando cuenta de los triunfos de las fuerzas aliadas (Ibídem: 463).

El diario se imprimía en una antigua rotativa que tiraba sólo 15 mil ejemplares por hora, tamaño sábana. Cada ejemplar tenía un precio de 2 centésimos. En 1920 imprimía 30 mil ejemplares de 16 páginas por hora. En 1938 imprimía 50 mil ejemplares por hora.

De la incursión gráfica en áreas paralelas al periodismo de El País, se destacan publicaciones especiales (Qué Pasa, Sábado Show, El Escolar, Paula, Mini Series Gráficas, entre otras), los recordados éxitos de Reporter o la humorística Lunes, los suplementos (El País Cultural); Economía y Mercado, El Empresario. A ellas se suman actividades diversas como concursos de belleza para elegir a Miss Uruguay en 1930 hasta la participación en el mercado de la impresión de álbumes con premios que movilizan la ilusión del público, la realización de certámenes de todo tipo, la edición de libros o el apoyo a la moda uruguaya, el arte y la cultura, ya hasta la concreción de un museo del arte contemporáneo (complementado con un museo virtual en internet), que identifican el sello de una visionaria política editorial y de marketing empresarial (Op. Cit: 465).

Con el fin de realzar la calidad de sus publicaciones, El País adquirió en los primeros meses de 1982 una moderna rotativa Cosmo, formada por siete unidades y con capacidad para imprimir 112 páginas, en 4 pliegos, en cada jornada.

2.3.2 Más tarde, Últimas Noticias

En 1981 sale el primer ejemplar del vespertino Últimas Noticias, en época de dictadura militar en Uruguay (1973-1985). La publicación pertenece al Grupo Moon, un complejo económico-religioso que dirige el reverendo Sun Pyung Moon (1920), de Corea del Sur y su editor director es Julián Safi (1943), empresario, de larga trayectoria en el diario La Mañana, donde desempeñó diversas posiciones periodísticas y gerenciales. La subdirección la ejerce Carlos Estellano y la redacción responsable, el periodista Omar Piva.

En la página 4 de la edición inaugural, bajo el título “Nuestra Posición”, Últimas Noticias fija su línea editorial, sus aspiraciones y, sobre todo, sus compromisos: “nuestro compromiso es con la libertad”.

Nuestra voz será fuerte y diaria contra el marxismo leninismo y los dirigentes políticos comunistas, cualquiera sea la forma de su presencia, tácticas y la de sus compañeros de ruta. (...) Estamos plenamente identificados con el Proceso que arranca cuando las Fuerzas Armadas irrumpen en el espacio político de la Patria en febrero de 1973, y que lleva lúcidamente al país, al encuentro de sus tradiciones (Ibídem: 552).

Afín a los cambios ocurridos en el país, Últimas Noticias se fue acompasando con el proceso democrático y multipartidario. Después de un largo período en el que la dirección se mantuvo

en manos de Julián Safi, el cargo pasó al periodista Federico Solé, que había tenido una extensa actuación en el matutino La Mañana y se había desempeñado en Últimas Noticias como responsable del área política. Al cabo de diez años como director de Últimas Noticias, en 2005 Solé se retiró.

Ese mismo año asumió la dirección del diario el periodista Álvaro Giz (1959), que tuvo su primer trabajo como cronista en Últimas Noticias (1983-1989) y, en forma paralela, hizo pasantías en la agencia AP.

Nos parece pertinente dar algunas pistas del contexto histórico en que este diario fue creado, ya que se corresponde con un período particular de la vida política que atravesó el país y sus instituciones democráticas.

En junio de 1982 fue promulgada la Ley Orgánica de los Partidos Políticos. En el marco de la nueva norma, se realizaron elecciones internados de los partidos. (...) En las vísperas del retorno a la democracia, el escenario de la prensa escrita convoca a un variado conjunto de actores. Alrededor de treinta periódicos semanales, quincenales o revistas especializadas en temas específicos tales como deportes, humor, canto popular, sindicales, escolares, compiten por una porción del mercado lector, perfectamente, de clase media, universitaria, docente. Un mercado, además, que registra la presencia de la televisión, sumada la radio, compitiendo en el modo de acceder a la información o incidiendo en los hábitos de lectura provocando el efecto de mirar más que el de leer (Op. Cit: 552).

“¿Qué ha sucedido para que la euforia periodística llegue aparentemente a un abrupto final?”, se pregunta Francisco Fortaleza, redactor del diario Acción.

Por un lado, el desafío de la prensa alternativa, como prensa que llegaba a un público desinformado pero ansioso por saber (a través de un lenguaje sutilmente codificado que le permitía sortear con ingenio las dificultades del entorno restrictivo), finaliza al abrirse márgenes muy grandes. Por otro lado, el surgimiento de más de una decena de semanarios – sobre los otros diez que ya había- confunde y dispersa el mercado en forma tal que nadie vende mucho pero todos algo (en este caso, son los más débiles los que sufren). En tercer lugar, la propia carestía de la vida [...] obliga a cuidar los gastos y la compra de un diario, todos los días, es un lujo difícil de mantener. Finalmente, la radio y fundamentalmente la televisión suplen actualmente a la prensa como fuente de información (Op. Cit: 553).

En esa época se editan cuatro diarios matutinos: El Día, El País, La Mañana y la Hora y tres vespertinos: El Diario, Mundocolor y Últimas Noticias. De estos tres sólo subsistirá el último que operará cambios en su estructura periodística y optará, luego de un estudio de mercado, por el horario de la mañana abandonando su salida en las tardes.

2.3.3 El período de dictadura contra la libertad de prensa

El período de dictadura trajo aparejado un conjunto de disposiciones emitidas por el Poder Ejecutivo con el fin de controlar y coartar la libertad de expresión e información desde diversas aristas. Pero no debe escapar que desde el 12 de diciembre de 1967 ya se conocían disposiciones que restringían estos derechos, además de haberse dispuesto la suspensión de diarios y semanarios y haberse ejecutado clausuras definitivas a medios de comunicación.

Asimismo, se prohibió “toda información sobre paros o huelgas y sobre toda actividad que pueda conducir a los hechos preindicados” y extendió las restricciones a “titulares, fotografías

y noticias o comentarios relativos a desórdenes, incidentes o intervención de la fuerza pública” y hasta llegó a prohibir el empleo de vocablos tales como “comandos, células, terroristas, delincuentes políticos, delincuentes ideológicos, extremistas y subversivos a personas que les correspondieran tales calificativos”, por considerarlos apologeticos” (Álvarez: 560).

El artículo 3 del decreto 464/1973 versa: “Prohíbese la divulgación por la prensa oral, escrita y televisada de todo tipo de información, comentario o grabación que, directa o indirectamente, mencione o se refiera a lo dispuesto por el presente decreto atribuyendo propósitos dictatoriales al Poder Ejecutivo, o pueda perturbar la tranquilidad y el orden públicos”.

No se trataba sólo de una prensa de información: representaba los intereses partidarios del oficialismo y de la oposición, rasgo que se mantuvo a pesar de las modificaciones que debieron introducirse a partir del surgimiento del tabloide BP Color (1965-1971) con un manejo más objetivo de la información. Los diarios eran herramientas primarias del trabajo político y eran el resultado de la tarea de hombres políticos. En el esquema de prensa uruguayo, el grado de objetividad resultaba más bien de la confrontación de los diversos medios (Op. Cit: 562).

Compartimos con el autor que la confrontación de los diversos medios podrá brindar al lector herramientas concretas para su pensamiento si los utiliza conociendo el contexto en que fueron escritos y publicados. Sólo allí se encontrarán las variables indispensables para tomar la información que se brindaba y conjugar luego, una idea de época propia. Tal vez el “grado de objetividad” que utiliza en su expresión tenga más que ver con esta posibilidad expresa de tomar lo que es útil a criterio del lector y poder conjugar esas versiones en lo diverso.

En 1973 se clausuraron más de 30 publicaciones. El 2 de julio de ese año fue allanado el local de la Asociación de Periodistas de Uruguay (APU), se requisaron equipos y mobiliario y la sede fue ocupada por un mes por la policía. Durante el período de la dictadura fueron detenidos más de 20 periodistas afiliados al sindicato; dos de ellos resultaron muertos y otro periodista fue dado como desaparecido.

Se restringió el acceso a fuentes y voceros, se prohibió la información relativa a sectores esenciales de la opinión política y la realidad, llegando incluso a dictar normas respecto al tratamiento de la información.

Transcurrido el tiempo, en 1984:

Las tendencias a una participación decreciente en el mercado de la prensa escrita, se agudizaron en los años subsiguientes, con una escasa captación de publicidad, lo que incrementó sus dificultades. Ello no fue óbice para que aparecieran varios semanarios, algún quincenario y una revista de periodicidad poco definida (Op. Cit: 574).

2.3.4 El plurimedio: La República

El 3 de mayo de 1988 se fundó el diario La República. Al frente de la publicación se encuentra Federico Fassano Martens, de larga actuación en periodismo uruguayo, el cual con el paso del tiempo, fue diseñando un “medio plural”, a su entender. Consta de una radio de AM, un canal de televisión por cable llamado TV Libre y el diario de formato tabloide. Asimismo, ha manifestado estar inscripto en el sector político definido “de izquierda”.

De acuerdo a su propia participación, la publicación propone una concepción de periodismo “independiente y plural”, en la que se recojan todos los puntos de vista.

“No vamos a hacer un periodismo ideologizado, pero sí de ruptura [...] con el modelo dominante (...) La República será un diario independiente en lo partidario, en lo político, en lo económico y en lo publicitario” y “su opción será el democratismo radical”. Fassano, que en pasado dirigiera sucesivamente los vespertinos Extra, De Frente, Democracia y Ya, clausurados por la administración del presidente Pacheco Areco, sostuvo que “estamos por el fortalecimiento de las instituciones democráticas; a favor de la democracia real, y también, de la democracia formal.

En referencia a su actuación pasada, reconoció que en “aquellos medios recurrimos a una metodología sensacionalista”, vinculada a una convulsa época social y política. Señaló que “las circunstancias políticas son otras” y el nuevo diario “no tendrá como prioridad la primicia sino la búsqueda de la verificación rigurosa de los hechos y procesos que demos a conocer”. Con el fin de “hacer un diario de información, pero también y sobre todo de explicación, nos proponemos dar, junto con la noticia, su contexto y el máximo posible de elementos de interpretación”, agregó. (Op. Cit: 622)

2.3.5 El diario económico: El Observador

El 22 de octubre de 1991, en coincidencia con la celebración del Día del Periodista en Uruguay, comenzó a editarse El Observador Económico, un diario de 24 páginas con información política, económica y financiera.

Bajo la dirección del empresario, economista y abogado Ricardo Peirano (1953), adscripto al Opus Dei, del matutino formato tabloide, en su primera etapa, circuló cinco días a la semana, de lunes a viernes, con la promesa de expresarse “sin ataduras ni compromisos con nadie, excepto con la verdad [...] en cuanto diario somos y nos mantendremos auténticamente independientes”. Es más: su director ejecutivo asegura que “no estamos ligados a personas, sectores, grupos u organizaciones de la naturaleza que fueren” (Ibídem: 625).

En un prospecto de promoción anunciaba que:

El Observador nace porque un grupo de personas de empresa y varios profesionales del periodismo, conscientes de la trascendencia histórica de los tiempos que vive nuestro país, y convencidos de que una información objetiva, veraz e independiente de todo partido político o grupo de presión es el presupuesto básico de una sociedad más libre, sienten íntimamente la necesidad de ofrecer al público uruguayo un nuevo diario (Op. Cit:625).

Con un nuevo diseño periodístico orientado a facilitar la lectura y comprensión de los fenómenos informativos, la publicación utiliza un lenguaje gráfico y visual, basado en formatos de lectura rápida, relevancia de la fotografía y de los gráficos como forma alternativa de lenguaje informativo.

El diario pretende cubrir los más variados ámbitos (social, político, económico, cultural, deportivo) apoyado en “un fuerte compromiso ético ya que nos proponemos mantener y desarrollar los valores tradicionales de la sociedad uruguaya y la promoción de la dignidad

humana y sus correspondientes derechos y deberes”. Como consecuencia esencial de ese compromiso, El Observador se presenta como un “diario abierto a todos sus lectores [que] protegerá la independencia de sus periodistas; evitará el sensacionalismo y la explotación comercial y política de la información; respetará la dignidad humana en todas sus dimensiones” (Ibídem). En este sentido, advierte que resistirá los intentos de instrumentalización del periódico por parte de grupos de intereses políticos y económicos, al tiempo que será un observador crítico, leal, con todos los protagonistas de la vida pública.

Microcosmos S.A., la empresa editora de El Observador contrató inicialmente los servicios exclusivos para Uruguay de The Wall Street Journal y The Financial Times, y los de Reutes Mone Report y Reuters Financial Report.

En el libro de Álvarez anteriormente citado, se da cuenta de la realización de una encuesta de mercado que realizara Research Uruguay, consultora Microcosmos S.A., destinada a identificar la demanda insatisfecha del lector de prensa. Así, la empresa declaró que llegó a la conclusión de que el público buscaba “más contenido y menos palabras”. Según los datos a julio de 1990, el público exigía una publicación que “informe, brinde noticias, pero que lo haga de forma objetiva, imparcial, neutral, veraz y confiable”. La consultora concluyó que ese medio idealizado no estaba presente en la experiencia del uruguayo, que presupone, en la prensa que lee una determinada ideología referida a grupos o sector políticos partidarios.

Ante un público sensibilizado por la televisión, la gráfica recurre a una abundante iconografía para sustituir cada vez más a las habituales formas de “mostrar” la información. Las notas no sólo deben de fácil acceso y de razonable seguimiento, sino que el diseño gráfico debe modular la estética y la funcionalidad organizativa de lo que se escribe. Para ello es necesario un equipo de nuevos técnicos, integrado por diseñadores gráficos, ilustradores e infografistas que sintetizen la información en espacios reducidos (Op. Cit: 627).

En 1991 el diario contaba con el servicio de 30 profesionales. En 1995, El Observador Económico dejó de concentrarse en los temas que le daban nombre y amplió su espectro a seis secciones: Opinión, Uruguay, Internacional, Espectáculos, Sociedad y Deportes. El diario se afirmó con el nombre de El Observador a secas, aumentó su plantilla de periodistas al doble, con ausencia de muchos de los que participaron en la primera etapa, y extendió su salida a los fines de semana, como prueba de su consolidación comercial.

A partir del año 2000, el diario se imprime en rotativa propia y desde entonces presta servicios de imprenta a otros medios uruguayos.

2.3.6 La diaria, el diario que depende de vos

En 2006 nace la diaria, el primer diario en sortear el monopolio de distribución en el país con una metodología de entrega por suscripción con reparto propio. “Nuestro sistema de suscripción a bajo costo rescata la relación directa con grandes cantidades de lectores que los diarios uruguayos han ido perdiendo”, destaca la publicación. El 20 de marzo de 2006, el día que salió por primera vez La diaria, ya tenía 1.700 suscriptores. La edición contaba con 16 páginas y la suscripción daba un costo de 10 pesos por ejemplar (casi el costo de un boleto urbano).

“Apostamos a llegar a un público que hoy no puede comprar diarios. También queremos captar a ese lector que considera que actualmente hay una demanda insatisfecha en el contenido que ofrece buena parte de la prensa”, dijo Marcelo Pereira, su director.

En 2008 la diaria llegaba a 5.612 domicilios y contaba con 4.827 suscriptores. En mayo de 2012 la diaria llega a 7.438 domicilios y tiene 6.683 suscriptores.

2.3.7 Diarios nacionales y estrategias comerciales

En 2005, El País es el diario de mayor tiraje (de los cuatro que hay nacionales): representa más del 60% de las ventas en el sector. La imprenta de El País, además del diario, imprime revistas para asociaciones o empresas y libros (Ediciones de la Plaza).

Las empresas periodísticas obtienen sus ingresos de la venta de ejemplares y la venta de publicidad. Según el diario, un rubro puede ser más importante que otro. En 1995, la publicidad representó, promedialmente el 47% de los ingresos de estas empresas. En 2000, los diarios dependen, aproximadamente, en un 35% de sus ventas y en un 65% de la publicidad (Álvarez: 632).

La caída en la venta de ejemplares trae aparejada frecuentemente una disminución de los ingresos por concepto de publicidad.

La prensa sufrió la sucesiva competencia de la Tv en todas sus variantes, pero también de la radio e Internet. “La mejora de la calidad del quehacer periodístico de las radios y el aumento de los espacios periodísticos en la televisión son hechos que también erosionaron la venta del papel entintado”, dice Enrique Roldón en ¿Los diarios ya fueron? “Hoy la TV y la radio informan a las siete y en algunos programas llegan a desplegar los diarios ante las cámaras [...] El lunes dejó de ser el día de mayor venta porque el domingo ya se emitieron los partidos (o por lo menos los goles) por televisión”, acota Martín Aguirre, director de El País.

Las empresas periodísticas debieron ensayar diferentes estrategias para enfrentar la crisis de la prensa escrita. Tanto la elevación de los precios de venta del ejemplar como el de las tarifas publicitarias, utilizadas en un primer momento, a la larga encontraron su techo.

En Montevideo existen entre 1500 a 1700 vendedores minoristas o “canillitas” afiliados al Sindicato, que monopoliza la distribución. Fuera del área metropolitana, existe una organización similar (por ejemplo, en algunas localidades de Canelones y Maldonado). En el resto del país hay aproximadamente 250 agentes locales y una red de vendedores independientes se encargan de comercializar diariamente los ejemplares de la prensa impresa en Montevideo (Op. Cit: 635).

2.3.8 El desafío de internet presente y futuro en los diarios

En la convicción de que estaba ampliando el proceso de transmisión de la palabra al igual que los grandes medios informativos a nivel mundial, en 1995, El Observador publicó por primera vez, su edición electrónica en internet. Tuvo 5000 visitas. La edición electrónica estaba disponible en internet de lunes a viernes a partir de la hora 12 de Uruguay. El sitio ofrecía desde información sobre el acontecer nacional hasta una agenda de tiempo libre, pasando por una amplia enciclopedia de historia y desarrollo de Uruguay, además de una fuerte apuesta en el ámbito económico y empresarial, según Ricardo Peirano, su director (Ibídem: 639).

El segundo diario en incorporarse a la web fue El País, en 1996. En 2006 registró 60.000 usuarios por día, 35% no residentes, informó su gerencia. La República se incorporó al grupo de los diarios digitales en 1998 y Últimas Noticias se sumó a partir de 1999.

Cuenta Álvarez (2008) que la penetración de internet en el país se dio mediado el año 1995. “En 1989 comenzamos con el acceso al correo electrónico, pero el acceso a internet mediante una línea dedicada se dio en 1994”, declaró la Ingeniera Ida Holtz, directora del Servicio Central de Informática de la Universidad de la República. “incluso en 1994 empezamos con un navegador que no tenía imagen; el web no existía. En 1995 armamos nuestra primera página web, la RAU” (p. 642).

Con el boom de internet, ocurrido entre 1993 y 1995, se produjo también el boom del World Wide Web, una forma de ofrecer servicios mediante texto, imagen, sonidos y animaciones.

La importancia de acceder a internet está fuera de discusión. La cantidad sin precedentes de información disponible, el cambio cualitativo que esto ha significado para investigadores, científicos y académicos, la eficiencia de internet como medio de comunicación global y el placer que nos brinda encontrar en la red información de cualquier cosa que busquemos, so puntos asumidos y reconocidos ampliamente, escribió Raúl Echeberría en Internet: una nueva etapa (Ibídem).

En 1995, en Uruguay, había alrededor de 80 mil usuarios de Internet, que representaban alrededor del 3% de la población. Seis años después se estimaba que la cifra había rebasado 400 mil, para ubicarse en el 13%. De acuerdo a la estimación realizada por el ingeniero Juan Grompone, publicada en la Revista Ingeniería, en el año 2000 la tasa de crecimiento anual de usuarios de internet en Uruguay era del 40%. Comparado con los dos índices del resto del mundo, donde el crecimiento era del 100%, la tasa uruguaya era evidentemente baja. Pero cuando se valora el tiempo de uso de internet, se nota que la tasa de crecimiento es del 105% anual, lo que es perfectamente comparable con el resto del mundo.

Los primeros diarios digitales fueron una versión *on line* de la edición de papel. Los planteles periodísticos solían ser reducidos, apenas dos o tres periodistas lo integraban y ofrecían un conjunto de títulos y textos, generalmente procedentes de los servicios internacionales contratados por la empresa, que rápidamente quedaban obsoletos, porque eran materiales del día anterior.

Más tarde, los diarios *on line* se convirtiendo en un medio en sí mismo. En 1995, El Observador dispuso su versión papel *on line* y en 2000 inauguró su servicio informativo digital con más de 44 mil usuarios registrados y un promedio de 35 mil visitas por día. Según el informe de Data Media anteriormente mencionado, un estudio sobre el perfil de los internautas uruguayos, reveló un crecimiento de usuarios del 1.6% y un 2.6% de las horas de conexión en 2005 con respecto a 2002. De un total de 860.000 usuarios de internet en Uruguay, el 51% está dispuesto a comprar *on line*. En el ranking de usos de internet, el “leer noticias/actualidad” figura en el quinto lugar (59%), con un leve descenso en 2005 respecto de 2002, de un total de 21 usos mencionados.

2.3.9 ¿Internet vs Internet?

Al terminar el siglo XIX, cuando apareció el teléfono, se creía que la prensa escrita se abarcaría, pero el teléfono sólo sirvió para su desarrollo. A principios del siglo XX, cuando apareció el cine, se dijo que había llegado el fin para la palabra escrita. Luego, cuando se desarrolló la radio, también se dijo lo mismo, al igual que con la televisión, pero ya no hay discusión, la prensa sigue desarrollándose. Todos los medios solamente amplían el método de existencia de la palabra, de transmisión de la palabra. No se acaban unos a otros, se amplían (Kapuscinski, 2000³¹).

En 2007 al cumplirse los once años en la red, El País realizó el lanzamiento de su portal 2007, con diseño y utilidades totalmente renovados. El material de la web se integra a la producción propia de video de El País digital. El material se integra con los videos de los usuarios, quienes desde tiempo atrás pueden enviar noticias, comentarios, fotos, videos y audios. El segmento, gratuito, tiene alcance en 121 países desde donde proceden los dos millones de visitantes mensuales que se registran. El País digital contaba a 2006 contaba con 280.000 usuarios registrados (Álvarez, 2008: 645).

2.3.10 La prensa se aggiorna. Llegan nuevos tiempos

A un año de salir La diaria, en 2007, el diario se abocó a la creación de una nueva estética para el público objetivo del diario: población joven. El formato cambió y ese mismo diario pasó a ser diseñado de distinta manera. Se agregaron espacios para viñetas, pastillas y secciones definidas con un diseño particular (ejemplos: Cartelera de Salud en Sociedad / Tienes un e-mail en Deportes, Se lo que hiciste el fin de semana pasado en Política, entre otras). De esta manera, se establecieron espacios concretos y predefinidos para dar la información al lector en determinadas secciones. El objetivo fue dar dinamismo a la lectura con formatos preexistentes. También en 2007, la diaria sumó la creación propia de suplementos temáticos como: Suplemento de Salud, de Educación, de Medio Ambiente, de Energía, en coproducción con fotógrafos del diario, edición y diseño.

En diciembre de 2011, el diario se plantó un nuevo desafío: realizar una elección entre los suscriptores para elegir el nuevo "Defensor del lector". Esta figura de ombudsman no es usual en los medios uruguayos. Esta sería la primera experiencia (luego de un intento anterior del mismo diario que duró sólo unos meses) de una persona que desarrolle la tarea de nexo entre el diario y sus lectores, en forma rentada por el propio medio.

Las estrategias de los diarios en temas comerciales (creación de productos editoriales que acompañan el diario) y el cambio de formato de los diarios impresos. En abril de 2011, el diario El Observador anunció la salida de su nuevo formato en papel (la web no cambió el formato en ese período, manteniendo el que tenía). Según aclara el propio diario a sus lectores: "Se renueva el diseño, diagramación e imagen. Se vuelve más moderno, atractivo. Y de fácil acceso a la información. Estos cambios refuerzan su idea de comunicación. Y fueron concebidos para que te encuentres con un diario más ordenado, claro y cada vez más atractivo. Para renovar su compromiso con la información. El Observador incorpora nuevos suplementos que aportarán,

³¹Kapuscinski, Ryszard (2000) En la piel del reportero. Disponible en URL: http://www.lainsignia.org/2007/enero/cul_041.htm. [Última visita: 10-04-12]

con una mirada particular, nuevos contenidos”. Entre ellos: Panorama Financiero (todos los martes una separata de análisis de acontecimientos financieros de la región y el mundo), Agropecuario (todos los viernes una publicación con información y estadísticas del agro), Tu bebé (los martes sale un suplemento vinculado al embarazo, bebés y niños), El Pulso (sección nueva de lunes a viernes que pretende una visión aguda e inteligente sobre distintos temas de la actualidad”), El deportivo (suplementos diario), Café y negocios (los miércoles se publica el suplemento con información dirigida a empresarios, innovadores), Correo de ideas (ocho páginas los domingos con crónicas de las tendencias, libros, ideas y fenómenos), y O2 (suplemento de ciencia, salud y se le suma cultura).

También incorporó nueva dirección de web (URL). Durante algunos meses convivieron las direcciones www.observa.com.uy y www.elobservador.com.uy. La primera estaba dedicada al portal de noticias on line del diario, mientras que la segunda era la que disponía del contenido papel on line. De acuerdo con estos nuevos cambios, el propio diario, en el suplemento Agenda Comercial del 27 de abril de 2011 explica: “A partir de mañana se podrá leer y experimentar el nuevo portal www.elobservador.com.uy. Además de unificarse con el nombre del diario en papel, el portal y su nuevo diseño apuntan a brindar relevancia a los contenidos multimedia y al periodismo de calidad, como desde hace 20 años con El Observador, y como desde hace 16 con el primer diario on line de Uruguay”.

La reformulación del portal se justifica con el objetivo de brindar “un lugar importante, además de las noticias en el tradicional formato de texto, a los videos, gráficos animados y galería de fotos”. Asimismo, incorpora nuevas posibilidades de acceso: cada usuario puede registrarse desde su cuenta de Facebook, Twitter o LinkedIn, “para compartir más fácilmente las noticias, fotos y videos con sus contactos”. Por otra parte, este cambio fue anunciado como una estrategia orientada a la interacción con los lectores, habilitando secciones para la participación a través de comentarios³².

El 12 de mayo de 2011, La República cambió su formato en papel y apostó a una nueva forma de presentarse a sus lectores. Dividió internamente sus secciones con características similares a El Observador: cierto formato parecido al de los suplementos diferenciados por secciones, que pueden separarse del cuerpo general del diario, según interese a cada lector los temas que trata. La sección Comunidad, pasó a llamarse Sociedad.

Estos cambios deben su origen en un cambio en la propiedad del diario. El 40% de las acciones de REG S.A (que antes pertenecían al empresario reconocido en Uruguay por su destreza multifacética en diversos negocios asociados al deporte, el espectáculo, el partido de gobierno, Frente Amplio y los medios de comunicación, Federico Fassano Martens) las adquirió un escribano argentino, Gustavo Yocca y Miguel Jorge. Luego de estos cambios, el diario sacó los viernes, una revista a todo color y con páginas satinadas, producto mediático que nunca tuvo dentro de sus ofertas al público. Inspirados en la proclama: “Por un diario moderno, objetivo y progresista”, Yocca escribía en un editorial en su medio: “Pretendemos hacer un diario

³² *Multimedia y personalización en el renovado portal de El Observador* (27 de abril, 2011) El Observador. Suplemento Agenda Comercial. Montevideo. Página 8. .

moderno, objetivo, serio, dinámico y entretenido pero a la vez comprometido con el proyecto progresista de América Latina, con lo mejor para Uruguay y para su destino". "Tuvimos dificultades, inconvenientes, sinsabores y disgustos, pero ninguno de ellos permitió que se resquebrajara nuestra confianza en lo que vinimos a hacer", señaló Yocca, agregando que la sociedad uruguaya "siempre prefiere la verdad y la franqueza"³³.

En relación con la nueva apuesta del medio en lo periodístico, destacó: "Preferimos un estilo con notas en general cortas, de fácil lectura y simples, pensadas para un hombre del siglo XXI que cada vez tiene menos tiempo de informarse y que además usa cada vez más otros medios alternativos que compiten con nosotros y ganan mercado día a día (...) Los medios tienen una sola forma de subsistir y es haciendo periodismo de verdad sin preocuparse en lo más mínimo acerca de cuál es la plataforma por la que la información se canalizará. Si uno logra mantener una calidad de excelencia en la producción periodística, el camino está asegurado", concluyó el empresario³⁴.

Lo propio ensayó Últimas Noticias en abril de 2012, cuando decidió cambiar su estética en el diario papel y su página web. El cambio incluyó dejar su color identificativo desde sus inicios, pasando del rojo al celeste y varió su forma de presentarse: de Últimas Noticias en letras blancas sobre fondo rojo a UNoticias en letras celestes en fondo blanco. La estética de la página web y su URL también varió (pasó de www.ultimasnoticias.com.uy a www.unoticias.com.uy). Si bien se produjo esta variante, el diario continúa en 2012 sin apostar al uso de las redes sociales. No se encuentra en Facebook ni tiene actualizaciones en Twitter.

2.3.11 (Des) Confianza en los medios

De acuerdo con los datos relevados por la consultora CIFRA en el marco del Bicentenario en Uruguay en 2011³⁵, al ser consultados por su grado de confianza en las instituciones y ofreciendo al entrevistado las opciones: "ninguna confianza", "poca", "confianza" y "mucho". El estudio se desarrolló entre el 20 y el 31 de mayo a nivel nacional, implicó consultar a 1.004 personas. De ellos, 566 fueron mujeres y 438 hombres, de los cuales, 174 tienen entre 18 y 29 años; 217 entre 30 y 44 años; 282 entre 45 y 59 años; y 331 son mayores de 60 años.

De este relevamiento surge que el 37.5 % de los entrevistados manifestó confianza en los medios de comunicación y un 7.2% mucha confianza. Estas cifras superan en total aceptable a las demás instituciones por las cuales se consultó con el 44.7%, mientras que: Gobierno (Poder Ejecutivo) sumó 44.5%; Fuerzas Armadas, 41.6%; Poder Judicial, 40.8%; Iglesia, 33.6%; Parlamento con 30.2% y por últimos se localizan los Partidos Políticos con 23%.

Sin embargo, tendríamos que tener en cuenta el ranking de aquellos que tienen poca confianza y ninguna en estas instituciones (sumando los guarismos de ambas opciones). La

³³ Disponible en URL: <http://www.larepublica.com.uy/comunidad/452964-queremos-un-diario-moderno-objetivo-y-progresista>. Publicado el 22 de mayo de 2011. [Última visita: 18-07-11]

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ Uruguayos Cien x 100 (2011). Separata publicada con el diario El País. Confianza en las instituciones. Consultora CIFRA. Página 22.

institución que ofrece menor confianza, de acuerdo a los datos del estudio, son los Partidos Políticos con el 73.7%; el Parlamento con 65%; la Iglesia con 63.6%. Detrás se encuentra el Poder Judicial con 55.5%, los medios de comunicación con 54.2%, el Gobierno con 52% y por último, las Fuerzas Armadas con el 51.2%.

Dentro de las instituciones clásicas de las democracias liberales, y siendo Uruguay un país laico, los medios de comunicación parecen estar bien conceptuados en los consultados por la encuesta que se consideró.

Una anotación que considera el estudio es que, cuanto más lejos se llegó académicamente se expresa menos confianza en los medios de comunicación, esto es: 51.3% de los que sólo terminó Primaria mostró “confianza” en los medios; de los que terminó Secundaria, sólo 37.5% tiene “confianza”, mientras que esa respuesta la dio sólo el 28.4% de los que cursaron estudios terciarios.

2.3.12 Estudio de lectorías por medios escritos

El Estudio General de Medios de la consultora Equipos Mori de 2010, que trabaja con una muestra de 1.794 casos, es representativa de 1.685.754 individuos de Montevideo y Zona Metropolitana. El 67% de los entrevistados trabajan, mientras el 46% vive en un hogar donde dos personas perciben ingresos y el 36% tiene hijos de hasta 13 años.

En cuanto a la exposición a medios de comunicación, el 71% consume TV diariamente, mientras que el 53% consume radio, 31% internet, el 22% revistas y el 6% diarios. Al ser consultados por el consumo de internet, los entrevistados respondieron que el 42% ingresó a internet en la última semana y a modo de ejemplo, las páginas que más se utilizan son: Google (36%), Hotmail, Facebook (20%), Youtube, Mercado libre y el sitio de el diario El País (11%).

Los principales usos destacados de internet son: lectura y envío de correo electrónico (38%), chat (27%), redes sociales (22%) y lectura de diarios (17%).

En cuanto al consumo de diarios, los encuestados respondieron que semanalmente consumen: El País (13.3%), diarios locales (6.5%), La República (2.6%), El Observador (2%) y la diaria (1.9%). Cuando el estudio indaga sobre la actitud de los consultados ante los medios impresos, el 44% considera que la información de los diarios es la más confiable, mientras que el 57% cree que las secciones y los suplementos de los diarios lo hacen más rico. Sólo el 25% lee el diario más por entretenimiento que por las noticias.

Según datos de la Consultora Equipos Mori de octubre de 2011, los datos de cobertura y lectoría indican:

Tabla 1 Lectoría y Cobertura de diarios por miles

DIARIOS	DIAS HABLES		FIN DE SEMANA		SEMANTAL	
	Lectores	Cobertura	Lectores	Cobertura	Lectores	Cobertura
EL OBSERVADOR	12,9	37,3	4,3	6,9	10,4	40,3
EL PAIS	157,3	293,7	277,0	480,8	191,5	612,0
LA DIARIA	30,0	36,4			30,0	37,1
LA JUVENTUD	0,6	1,2	0,6	1,2	0,6	1,2
LA REPUBLICA	16,9	37,6	15,2	27,3	16,4	57,7
PUBLICACIONES EXTRANJERAS	2,4	3,4	0,6	1,2	1,9	3,4
PUBLICACIONES INTERIOR	183,2	374,0	110,8	164,8	162,5	398,3
ULTIMAS NOTICIAS	9,2	45,7	1,8	1,7	8,0	45,7
PROMEDIO TOTAL	366,9	724,2	374,3	619,6	369,0	1002,0

2.3.13 Tiraje versus auditoría

En Uruguay no existe un organismo independiente que audite a las empresas editoriales. La auditoría queda en manos de empresas privadas y sólo aquellas empresas interesadas en demostrar sus ventas con números verificados por un agente externo como lo es el Instituto de Verificación de Circulaciones (IVC) de Argentina, se someten a tales estudios. Ellos son dos: La diaria, periódico que se vende de lunes a viernes únicamente por suscripción y el semanario Voces, que se edita los días jueves. Ambos medios son los que dan a conocer sus números de tiraje con acreditación certificada por un instituto argentino especializado en auditorías. El resto de los diarios dan sus números desde el departamento comercial del medio pero no están sujetos a corroboración. Tampoco la diferencia entre venta, venta neta y devolución de los ejemplares editados sin vender.

Este contexto plantea un escenario complejo a la hora de tomar estos datos para analizar ya que son considerados por quienes hacen este estudio como primarios y tendenciosos. Esta afirmación es sustentada en el conocido fin de lucro de las empresas en cuestión y de la función que esos datos brindados por la empresa cumplen a la hora de captar las pautas oficiales en Uruguay. Vale aclarar que el país carece de reglamentación en cuanto al otorgamiento de publicidad oficial en los medios de comunicación, dejando al libre albedrío de los gerentes y responsables de asignación de pauta de cada ente y organismo la asignación de recursos al rubro publicidad. Si bien es cierto que el Tribunal de Cuentas audita las asignaciones presupuestales de los distintos entes públicos, no se ampara en reglamentación específica sobre la materia. Tal como lo sostuvo el presidente de la Cámara de Anunciantes del Uruguay (CAU), Luis Bensusán, en una entrevista publicada en el periódico La diaria, “Los anunciantes no tienen mediciones confiable para decidir su inversión de publicidad en prensa (...) Para pauta en prensa escrita nos estamos basando en lectorías”³⁶.

³⁶ ¿Tenés hora? (19 de diciembre, 2008) Separata del diario La diaria.

De acuerdo con cifras manejadas por la consultora Medios y Mercados en junio de 2011, los medios impresos declaran los siguientes tirajes:

Tabla 2 Tiraje de diarios por miles

Medio	Tiraje
El País	80.000 de lunes a viernes / 120.000 los domingos(suplementos y clasificados).
El Observador	35.000 ejemplares diarios.
La diaria	7.500 ejemplares de lunes a viernes (no se publica sábados ni domingos).
La República	30.000 ejemplares diarios.
Últimas Noticias	15.000 ejemplares diarios (no se publica los domingos)

En una entrevista realizada para este estudio al presidente de la Asociación de la Prensa de Uruguay (APU), Daniel Lema, dijo que el tiraje de los medios es “un secreto de Estado”.

No tengo muy claro qué es lo que ellos le declaran al Estado, a la Dirección General de Impositiva. Ahora hay una movida que no lo está haciendo la Asociación de diarios sino la gente vinculada a revistas, que están con ganas de que se comiencen a auditar los tirajes. Es como un secreto de Estado. Hoy únicamente la diaria y el semanario Voces están auditados por su cuenta. Nadie más. Estamos a favor de que se empiece a decir que tiran tanto. Igual no da seguridad de nada, en realidad lo tengo claro y lo sé que muchas empresas tiran más de lo que venden, y tiran mucho más sólo para poder recaudar avisos. Para eso, llevan las boletas mostrando el número, más allá que la venta puede ser menos de la mitad³⁷.

Entendiendo esta dificultad, APU reconoce “otro gran problema” en cuanto a la situación actual de la prensa gráfica.

La gente lee menos o lee menos en papel. Está estancada la venta. Se vende menos que hace 10 años. Es cierto que la publicidad, que es la principal fuente de ingreso de un diario, está migrando de a poco a la televisión y a la vida pública porque es más barata y más visible. La publicidad en los medios escritos termina siendo para un público muy focalizado. No tengo información sobre que haya mejorado mucho la publicidad en internet, por ejemplo. En El Observador lo tienen desarrollado pero no implica un gran ingreso por ahora (lb.).

³⁷ Ver Anexo I Entrevistas a informantes calificados. Presidente de APU, Daniel Lema. Entrevista realizada el 27-10-11.

2.4- Lo (s) investigado (s): Periodismo y periodistas

2.4.1 Medios, empresas y trabajadores

“El periodismo no es una camisa que uno se pone encima a la hora de ir al trabajo. Es algo que duerme con nosotros, que respira y ama con nuestras mismas vísceras y nuestros mismos sentimientos”.
Tomás Eloy Martínez, 2001

En Uruguay existe un solo gremio de empleados de medios de comunicación afiliados a la central de trabajadores, APU. Su presidente fue entrevistado para este trabajo, dejó constancia que cuentan con 1.200 afiliados en total y que esa cifra se construye con la suma de trabajadores de prensa y también con técnicos del sector.

En 1997 se realizó el primer censo de periodistas del país desde el 1º al 12 de setiembre por iniciativa de APU.

Hay un censo muy viejo, fue hecho en 1996 y 1997 y le faltan datos. Nuevo no hubo. Ahora hay un trabajo que está haciendo la comisión de género de APU y se les ocurrió hacer un censo con enfoque de género. Se consiguió financiamiento para eso. Hemos estado hablando para hacer un censo completo de medios pero sale mucha plata y no tenemos financiación. Este que te comento de 1997 fue hecho con mucho esfuerzo con la Facultad de Ciencias Sociales. Está muy desactualizado pero es lo que tenemos³⁸.

Este estudio fue presentado en el año 1998. El relevamiento estuvo a cargo del Departamento de Trabajo Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República y se construyó con los aportes de 907 profesionales encuestados en Montevideo, comparados con indicadores de otras profesiones u oficios provenientes de la Encuesta Continua de Hogares del Instituto Nacional de Estadística (INE). El objetivo expreso del mismo fue aportar a “un mejor conocimiento de los periodistas y de quienes están interesados en saber más sobre las condiciones laborales y profesionales de los trabajadores de la prensa”³⁹.

Si bien APU se encuentra realizando esfuerzos para concretar un segundo estudio de similares características con énfasis en las políticas de género en los medios, el sector no cuenta con datos de la actualidad desde los cuales tomar referencias para pensar el desarrollo de la profesión, sus características y situaciones concretas. Esta falta de información actualizada no permite conocer los cambios que se fueron dando en la profesión a lo largo del tiempo ni medir impactos específicos en el sector. Ante esta ausencia anunciada, la entrevista realizada con el presidente del sindicato brindó algunos datos actuales, los cuales APU publica en su página web como forma de difusión. Con la intención de llegar a compartir una idea de la situación de los periodistas en la década pasada, se extrajeron ciertas referencias que revisten interés para este trabajo.

El censo mencionado relevó que “el periodismo es una actividad mayoritariamente masculina”. En ese caso, el 71% de los censados fueron hombres y el 29% mujeres. Asimismo se concluyó que “las periodistas mujeres tienen la mitad de las chances de sus colegas varones

³⁸ ³⁸ Ver Anexo Entrevistas a informantes calificados. Presidente de APU, Daniel Lema. Entrevista realizada el 27-10-11.

³⁹ Asociación de la Prensa Uruguaya (1989) Censo de Periodistas.

para acceder a las categorías de editor y columnista. Mientras a éstas pertenece el 14.8% de los varones, solo lo hace el 7.6% de las mujeres”.

La población censada presentó un perfil relativamente joven. A modo de ejemplo, entre la población ocupada de Montevideo, el 52.4% tiene menos de 40 años, en tanto entre los periodistas la cifra asciende al 63.7% de los casos.

Este aspecto parece seguir siendo un punto diferencial en el trabajo periodístico en el sector gráfico. En las visitas realizadas a los medios para este trabajo, se pudo constatar que la población de las redacciones tiene una media de 30 años y que los periodistas de mayor antigüedad, en casi todos los casos, son editores de sección.

En relación a los años de experiencia de nuestros entrevistados se pudo constatar que: cuatro de ellos cuentan con cinco años o menos de experiencia en prensa gráfica (cuatro y cinco años), mientras que tres de ellos cuentan con menos de 20 años de experiencia (14 y 19 años) y tres, con más de 25 años en la profesión (27, 28 y 34, respectivamente).

Dentro de las competencias profesionales, el estudio indagó sobre las categorías ocupacionales.

Casi un 68% de los censados trabaja en una sola categoría ocupacional, mientras que un 32% lo hace en dos o más, sin perjuicio del número de empleos que tenga. Las modalidades más frecuentes dentro de esta segunda situación son las de ‘reporteros-editores’, ‘reporteros-conductores’ o combinaciones mayores de categoría (por ejemplo personas que trabajan al mismo tiempo como reporteros, conductores y columnistas). En el caso de los columnistas se constata que mientras un 4.8% declara trabajar más exclusivamente en tal condición, un 5.3% más lo hace en combinación con otras categorías (por ejemplo reporteros que al mismo tiempo trabajan como columnistas) (Ib.).

No sólo los periodistas, muchas veces, está multiempleados (trabajando en diversos empleos al mismo tiempo y a veces en diferentes rubros) sino que en ciertas ocasiones realizan multitareas en un mismo medio. El 76% de los periodistas –y un 68% de quienes tienen un solo empleo- realiza más de una actividad en sus empleos periodísticos.

En relación a la dedicación, la situación predominante, declarada en el 68.9% de los casos, es la de aquellos individuos que trabajan más de 14 horas semanales y exclusivamente como periodistas.

Si bien no contamos con datos específicos para este estudio, se indagó en las actividades de los periodistas consultados: cuatro de ellos, editores o secretarios de redacción, tienen al momento de la entrevista un solo empleo. Los seis restantes declararon compartir el trabajo en el diario con otras tareas: dos de ellos ejercen como docentes (Literatura y Francés) y los otros cuatro, desarrollan actividades periodísticas en otros medios.

En cuanto a la antigüedad de los periodistas censados, se constató que el porcentaje más alto de casos se ubica en los tres años. Un 40% manifestó haber ingresado a la actividad periodística seis años antes de haber contestado al censo. De ellos, cerca de un tercio ingresó a trabajar en medios de comunicación con funciones no periodísticas y luego accedió a esta actividad.

Al ser consultados por su formación, los periodistas censados contestaron, en su mayor parte, haber realizado estudios superiores. El 40% contestó no haber completado estudios universitarios.

Un dato interesante aportado por el censo se relaciona con la definición de la formación ética del periodista. Consultados al respecto de la existencia de alguna reglamentación ética de la actividad, casi tres cuartas partes de los periodistas se manifestó en sentido afirmativo. La identificación de influencias éticas provenientes de los profesores, tiende a aumentar entre los periodistas más jóvenes. El 54% de los censados destaca a los periodistas más antiguos, el 53% a la familia y el 41% a los compañeros de trabajo.

Sobre los problemas que los periodistas detectan en su trabajo cotidiano ocupa el primer lugar “las presiones para limitar el tipo o cantidad de información sobre acontecimientos de interés general”. Cerca de un 25% de los censados ubicó a este problema en primer lugar.

Otro dato relevante es que más de la mitad de los consultados no se encontraba afiliado al sindicato en el momento de contestar el censo.

2.4.2 Laudos salariales y Asociación de la Prensa de Uruguay

Los temas relacionados al salario de los periodistas es un tópico que no puede eludirse a la hora de abordar algunas preocupaciones más legítimas del sector, aunque no constituye la única.

Según informes de APU, el laudo salarial del periodista sin experiencia en gráfica en Uruguay es de 14 mil pesos (700 dólares, aproximadamente). Sin embargo, se conoce que casi ningún medio escrito -entre los que se encuentra los estudiados- se ajusta a esta obligación.

En la clasificación de los salarios de periodistas se encuentra una distinción. La novedosa categoría ‘Periodista sin experiencia en prensa’, refiere a aquellos periodistas que han trabajado en otros medios pero que no lo han hecho en prensa. Es el caso de aquellos que llegan a un diario después de haber trabajado en radio o televisión. Los “periodistas sin experiencia” son aquellos que nunca han trabajado antes en ningún medio de prensa. Estos últimos pueden permanecer en esa categoría solamente un año. El laudo salarial de un cronista es de 16.779 pesos uruguayos (880 dólares, aproximadamente).

Desde que arrancamos los Consejos salarios hasta hoy el aumento real del salario en este sector fue del 24%. Es uno de los temas que genera mayor inquietud en el sector. De todas formas creo que siguen siendo bajos la mayoría de los laudos y las categorías que tenemos en prensa, hablando específicamente de los periodistas a diferencia de la radio y la tele, porque nosotros no tenemos horarios. Hay días que tenés que cubrir sesiones en el Parlamento, por ejemplo, y trabajás 12 horas y marchás. No hay horas extras. Te complica la vida social, entonces hoy seguimos pensando que es uno de los grandes temas que tenemos que mejorar. Un cronista de diario está muy por debajo del cronista de televisión, que son los que ganan más por lejos, ganan 10 mil pesos más. La radio paga

menos. Tal vez gane un cronista de radio tres mil pesos más que uno de prensa (Lema, APU)⁴⁰.

2.4.3 Puntos críticos

Uno de los puntos críticos relevados por el sindicato se remite a la falta de francos especiales en las jornadas laborales de los periodistas del sector gráfico. Las extensas jornadas laborales se ven alteradas por ciertas coberturas específicas. En el sector no se abonan horas extras ni se generan días libres, cuestiones que están siendo revisadas e intervenidas por el sindicato.

Discutimos mucho en el Consejo de salarios el tema del franco especial. Tal vez uno diga que no es muy importante pero para muchos trabajadores que trabajan sin libre, tener dos días seguidos libres es una solución. Para la empresa es perder plata porque no quieren dar ese día. El convenio tiene una cláusula que dice que si la empresa alega que no te lo puede dar porque están complicados en el laburo, el periodista debe acatar esa situación, pero luego sí tiene que retomar ese franco. No puede pasar eso durante varios meses. Si eso sucede, ahí se empieza a negociar, y se pregunta qué pasa. Hasta ahora hubo algún lío en algún medio porque no se quiere dar. Las condiciones diarias de trabajo son importantes. Poder tener tiempo libre para esparcimiento, que el trabajador no esté metido todo el día en la rosca esa (Lema, APU).

2.4.4 Hábitos de trabajo

De acuerdo con la investigación Hábitos de trabajo del periodista latinoamericano, realizada en 2005 por la Fundación Konrad Adenauer y el Instituto Prensa y Sociedad (2005), ambas organizaciones de Lima, Perú, da cuenta de las condiciones en las que se “hace periodismo”. El capítulo que corresponde a Uruguay reúne la opinión de 11 periodistas en un universo de 2.196 empleados del sector (la cifra incluye técnicos) (p: 84).

El 63% de los encuestados comparte su PC del medio en el que se encuentren mientras que en radio se puede llegar al extremo de tener una sola computadora conectada a internet. En lo que se refiere a los canales de información locales disponibles, tanto los periodistas de prensa como de televisión expresaron sentirse conformes. El 50% de los encuestados no está conformes con los medios a su disposición: el 33% solicita más páginas web con suscripción, y el 33% requiere de un medio de prensa mensual o especializado. Asimismo, el 16% dice necesitar 2 emisoras de radio y de televisión y el 16% afirma necesitar 6 diarios y 6 semanarios más.

Durante sus horas de trabajo, los periodistas del medio escrito pasan en promedio 56,6% de su tiempo en la oficina y 43% de su tiempo en la calle. Las actividades mayormente realizadas en la oficina son redactar/producir/editar y hablar por teléfono; asimismo, no se consulta el archivo del medio y se pasa muy poco tiempo en reuniones de trabajo.

En la calle, se le destina en mayor medida tiempo a las entrevistas y coberturas de actividades en tanto se pasa poco tiempo en la biblioteca y en la búsqueda de investigación. Al hacer un

⁴⁰ Entrevista a informantes calificados. Ver en Anexo I.

promedio entre los encuestados, se determina que pasan el 64% del tiempo en el medio y un 35% en la calle.

Todos los periodistas de medios escritos tienen estudios superiores en periodismo/comunicación social y 66,6% pueden manejar información en otros idiomas. Sobre la capacitación profesional de los periodistas de medios escritos, solo dos de ellos afirmaron dedicarle algunas horas, siempre por iniciativa propia y pagada por ellos mismos.

Capítulo 3. Metodología.

3.1- Nosotros y ellos: cuando observar al otro es observar al conocido

Esta investigación cualitativa pretende aportar conocimiento y agregar valor al contexto académico sobre el periodismo en Uruguay. Sin perjuicio de ello, la temática de la introducción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación es abordada en congresos internacionales y nacionales en la actualidad, despertando la inquietud en el ámbito académico. Es por ello que cada vez se hace más frecuente la convocatoria a eventos sobre uso de nuevas tecnologías en los distintos ámbitos donde se desarrolla el estudio de distintas disciplinas. En las distintas carreras de Comunicación a nivel universitario, también se introduce la discusión de los usos de las redes sociales como nuevas plataformas a las cuales necesitamos comprender primero, y luego reflexionar sobre ellas.

El método escogido para esta investigación parte de la propuesta etnográfica. Se trata de un enfoque metodológico que se sustenta en la base teórica planteada donde se asienta en la concepción de periodismo y periodista, en el uso de internet como fuente en la práctica cotidiana. La elección de la metodología se condice con la propuesta, ya que se intenta develar, explicitar, las rutinas de producción de aquellos que trabajan desde el discurso, y que, a la vez, proponen un nuevo discurso que nos traduce lo que producen. No fue de interés de esta investigación indagar sobre (en) el producto final de ese quehacer (noticia publicada). Ese discurso resultante no constituye interés en este estudio.

Esta investigación que planteamos, nos enfrenta a algunas situaciones esperadas y otras inesperadas que se transforman en desafíos. El campo observacional que se propone está compuesto por periodistas uruguayos de ambos sexos y de distintas edades, que cumplen con el requisito de ser editores y/o redactores (a los cuales llamaremos genéricamente periodistas) en los diarios de tiraje nacional seleccionados. A esta característica puntual se le adiciona la de que los profesionales seleccionados se desempeñan en distintas secciones periodísticas. Esta intención obedece a la expectativa de obtener información y luego, reflexión sobre el desarrollo de las prácticas periodísticas en sí (aquellos procedimientos que desarrolla el periodista a lo largo de su jornada laboral) y no aquellas que se encuentran específicamente relacionadas con la sección a la cual el periodista pertenece. Las complejidades de las diversas formas de trabajo dentro de un mismo medio, sólo por pertenecer a una sección particular, serán relevadas como parte del estudio que hemos planteado. Es por ello que, como delimitación del campo, se seleccionó a un periodista y un editor de cada medio que trabajen en las secciones de Política, Deporte, Sociedad o Comunidad, Internacional y Cultura. Así se obtendría una muestra de diez periodistas entrevistados en profundidad.

Los criterios de inclusión de los entrevistados fueron sostenidos por ciertas características cualitativas que se consideran de aporte para el estudio a realizar. Entre ellas se destaca la inclusión de dos entrevistas por cada medio (una a un editor y otra a un redactor) entendiendo que cada profesional tiene roles diferenciados en su tarea y desarrolla algunos procedimientos diferentes por el rol que desempeña dentro del periódico. Así lo reconoce Borrat cuando diferencia entre diversos niveles de la pirámide redaccional, donde destaca a algunos que

deciden y otros que ejecutan y obedecen. De esta manera, la selección planteada también da cuenta de esta complejidad dentro de los medios estudiados.

Se tuvo en cuenta la experiencia profesional de cada periodista, con la intención de entrevistar por medio al menos a un periodista que haya trabajado en la profesión antes de la introducción de internet en las redacciones de los diarios y otro que haya comenzado a trabajar en prensa cuando internet ya era un medio utilizado, al cual consideramos como nativo. Estas variables fueron tomadas en cuenta a la hora de seleccionar los perfiles de los entrevistados con el fin de aportar una mirada contextual comparativa entre el pasado y presente del ejercicio periodístico en Uruguay.

Según lo establecido por los procesos metodológicos de estudio etnográfico que propone Rosana Guber, se realizaron entrevistas en profundidad y en algunos casos, se reforzó la experiencia en campo con observación participante. Las dos técnicas utilizadas son cualitativas y fueron seleccionadas en esta investigación con la intención de llegar a describir los procesos de selección, validación y apropiación de la información que se utiliza en tanto práctica cotidiana del periodista en la redacción.

En cuanto a la entrevista, tomaremos la definición de que plantea Guber (2001):

Es una estrategia para hacer que la gente hable sobre lo que sabe, piensa y cree (Spradley, 1979), una situación en la cual una persona (el investigador-entrevistador) obtiene información sobre algo interrogando a otra persona (entrevistado, respondente, informante). Esta información suele referirse a la biografía, el sentido de los hechos, a sentimientos, opiniones, emociones, a las normas o standards de acción, y a los valores o conductas ideales (p:75)

Asimismo, es una situación cara a cara donde se encuentran “distintas reflexividades” y donde también se produce una “nueva reflexividad”. De nuestra experiencia se desprenden las complejidades que se asumen cuando se entrevista a los sujetos que se quieren estudiar. La técnica expone limitaciones como aquellas que se interponen cuando el entrevistado miente, olvida u oculta, se introducen distorsiones subjetivas o se entromete el investigador. La validez de la técnica radica en la obtención de información verificable, para que el contenido sea “independiente de la situación particular del encuentro entre investigador e informante”. Con la intención de ejercer esa estandarización, la entrevista fue planteada con una cédula diseñada previamente para mantener el mismo criterio en todos los encuentros y consultar sobre las mismas cuestiones. Las preguntas fueron de redactadas de forma abierta para poder captar las perspectivas de los actores.

Para Charles Briggs las entrevistas son “ejemplos de metacomunicación, enunciado que informan, describen, interpretan y evalúan actos y procesos comunicativos (Op.Cit:78).

El proceso de observación se realizó presenciando la producción del periodista en la redacción donde trabaja, acompañando su jornada laboral sin interrumpirla ni cuestionarla. Durante esta experiencia, no interactuamos con el periodista, simplemente tomamos nota de sus acciones más destacadas a nuestro juicio. El proceso resultó útil cumpliendo con el objetivo de registrar actitudes y procedimientos, para luego comparar los resultados de las entrevistas (donde se

relata discurso de la práctica) con la observación de la práctica en sí misma. Este procedimiento se pudo realizar en tres casos y en distinta cantidad de tiempo (no menos de una hora). Se debió a las particularidades en que trabajan los periodistas, en espacios compartidos y siempre en una jornada “a contra reloj”, así manifestado por los entrevistados.

Las diez entrevistas realizadas a periodistas fueron grabadas. En ellas fue necesario tomar breves notas, sin embargo fue una determinación precedente no dejar de observar al entrevistado en ningún momento. De esta experiencia de encuentro también surgieron notas específicas aportando datos relevantes de kinésica del entrevistado, consideradas como posibles aportes al estudio. El tono de voz, la vehemencia de su declaración, la postura del cuerpo al ser enfrentado al cuestionario y al recibir las preguntas propuestas. Estos datos nos brindaron algunos indicios interesantes para reflexionar sobre la postura del investigador en este estudio.

La presencia del investigador constituye las situaciones de interacción, como el lenguaje
constituye la realidad (Guber, 2001: 48).

En el trabajo de campo, la entrevista suele tener lugar en sitios familiares a los entrevistados. Nuestro caso no fue ajeno en este sentido, ya que el contexto en que fueron desarrolladas la mayoría de las entrevistas, podríamos destacar que se realizaron en las redacciones de los diarios donde los periodistas trabajan. Pocas de ellas (tres en diez) se efectuaron en lugares ajenos al mundo laboral. Esto permitió conocer el contexto de trabajo de los entrevistados con una mínima recorrida por su espacio. En muchos casos, el periodista ofició de “guía” dentro de la redacción, mencionando quiénes eran sus compañeros presentes en el momento y qué tarea desempeñaban dentro del diario. Esta situación permitió obtener más datos sobre el contexto de los sujetos que fueron observados y ellos se instalaron en situaciones cotidianas para desarrollar sus visiones sobre su práctica. Las características más salientes de estos encuentros fueron relevadas en nuestras notas de campo, enseguida de haber terminado la entrevista. Allí se registraron situaciones del encuentro que no fueron grabadas, como movimientos, gestos, comentarios *off the record*, entonaciones, entre otros.

Diversos autores han desarrollado la complejidad de estudiar la profesión periodística.

Hacer un trabajo de investigación sustentado en el aporte de periodistas y empresas de medios supone en primer lugar lograr la buena voluntad y su disponibilidad para atendernos, y la capacidad para validar nuestro propósito. Periodistas y medios estaban en su derecho de no acceder a la interpelación y hasta de construir relatos esperables (por conocidos) o idealizados acerca de la profesión. No ocultamos nuestro lugar (rol) ni “actuamos” nuestro propósito. Pero eso no nos quitaba la calidad de “intrusos”, ya lo imaginábamos (Martini y Luchessi, 2004: 181).

Las autoras ya relevaron la complejidad de la “puesta en escena” de investigación que realiza el investigador cuando propone el encuentro. Ciertamente es que la aproximación a los periodistas se sucedió, en nuestra investigación, con un acuerdo previo donde se facilitaron ciertos datos de la naturaleza del futuro encuentro. Si bien esos datos podrían haber demarcado un encuentro “esperado” desde las dos partes (nos referimos al encuentro investigador-periodista), se sucedieron dos escenarios bien distintos. Cabe destacar que los investigadores sobre el periodismo, en este caso, hemos desarrollado la tarea de periodista, si bien tenemos estudios académicos en comunicación. Por esta misma situación es que algunos entrevistados

aceptaron ser sometidos al cuestionario desde la complicidad de la tarea compartida. Expresiones como “vos ya sabés de esto”, “para qué te voy a explicar a vos”, fueron algunas de las que denotaron esta situación.

Consultado uno de los entrevistados por el concepto que acuña sobre fuente periodística, contestó:

¿Una fuente a nivel informativo? Vos lo sabés, vos estudiaste y estás haciendo una Maestría, me preguntás a mí algo que ya sabés. Yo digo, hay fuentes primarias, hay fuentes secundarias, terciarias y cuaternarias (Cipriani, El País⁴¹).

Otros periodistas consultados verbalizaron el agradecimiento por “hacer pensar” en la práctica cotidiana, algo que no parece ser parte del quehacer cotidiano del periodista. En Uruguay no es usual encontrar medios masivos que fomenten la lectura de los medios desde su producción, propiedad, historia. Estas cuestiones se arrojan a espacios académicos acotados y puntuales, no masivos.

Otra de las complejidades, también relevadas por las autores citadas, es que los entrevistados desarrollan una tarea similar a la del investigador. En tanto, ubicar a los sujetos de observación en un vínculo de “no pares” fue un desafío. Esto planteó un esfuerzo para los distintos actores ya que los investigadores también podrían, en algunos casos, haberse sentido colegas de aquellos.

Adicionalmente, el sujeto de observación parece estar más acostumbrado a preguntar que a preguntarse o responder a una entrevista como la planteada. Tal es así que muchos de ellos comentaron la complejidad de ciertas preguntas planteadas en el cuestionario. Sin embargo, no se dejó de lado la particularidad de la profesión que desarrollan estos sujetos que indagan en fuentes, seleccionan datos y componen un discurso que luego difunden o amplifican. Utilizan el discurso cotidianamente y conforman complejas combinaciones de declaraciones de otros actores a la hora de ejercer su profesión. Es por ello que todos estos aspectos nos plantean una complejidad adicional a la hora de investigar sobre prácticas periodísticas.

Martini y Luchessi (2004) plantearon al respecto:

Al ubicarse el investigador ante el objeto-sujeto de estudio, resulta imprescindible dejar a un lado los prejuicios sobre el campo periodístico y lograr la distancia que permite una cierta objetivación del espacio en estudio. El propósito es difícil, dificultades, sesgos y prejuicios integran pues el marco de nuestra práctica. Asumimos, por la experiencia transitada, que una indagación en prácticas y representaciones propone la flexibilidad de las formas de la metodología (p:182).

La misma subjetividad con la cual fue escogido el tema de la investigación, sus elementos centrales, el corpus teórico, la metodología y la interpretación de los datos relevados, es la que quedará plasmada en el estudio. Hacer evidente la misma podría aportar la mirada del investigador que se propone fiel a sus herramientas de estudios y análisis y no descarta, sino que contempla, las posibilidades de interpretación subjetiva de la investigación realizada. Esto no constituye falta de seriedad o de criterio al presentar los resultados de la misma sino una

⁴¹ Ver Anexo I. Entrevista 6. Realizada el 07/07/2011. Página 7.

declaración de honestidad profesional. De esta manera, la incidencia del investigador en el proceso de recolección de datos, queda expuesta como parte de la propia experiencia de la práctica.

Para no dar por sentadas las interpretaciones de las situaciones atravesadas para cumplir la investigación que se propuso, interesaría comentar que en muchos casos se recibió a los investigadores bajo el rótulo de “estudiantes”. Esta denominación no trajo aparejada ninguna dificultad a la hora de acceder a los sujetos de observación pero sí fue tomada como un dato más en esta investigación. Podría asumirse que este tipo de estudios no son frecuentes en el país, sí lo son consultas de estudiantes de periodismo que relevan las voces de los profesionales para con ellas realizar trabajos diversos de promoción de curso. Sin embargo, en el transcurso de los encuentros con los sujetos de observación, nos dimos cuenta que los periodistas cambian su preconcepción de “estudiante” al conocer las preguntas del cuestionario establecido para el revelamiento de datos que fueran necesarios para esta investigación. Luego de esta instancia, una vez conocida la construcción de esas preguntas, los periodistas entrevistados consultaron sobre la especificidad de los datos, el para qué del relevamiento y la trayectoria de los investigadores. Vale destacar este dato aportado por la experiencia de campo porque fue una acción repetida. La misma conducta repetida en diversas ocasiones nos llevó a reflexionar también sobre la forma de abordar a los sujetos de observación con la intención de detectar si esta “reacción” fue producida por la forma en que fueron abordados. El prejuicio de que “estudiante” no corresponde con “investigador”, adjudicándole a la categoría “investigador” un estatus elevado y privativo de aquellos que ejercen su profesión dentro de la academia y no fuera de ella, y la corta edad de quienes plantean esta investigación resultó una combinación interesante de observar.

Algo significativo de la experiencia de campo fue que si bien se estudió un territorio conocido por los investigadores, la posición como tales sí fue algo novedoso. Esa construcción fue también una experiencia en sí misma que se constituyó en un descubrimiento. Este nuevo rol permitió pensar en “observar, observar al que observamos” son dejar de lado la presunción de cómo nos observa el que es observado. Interesante experiencia que develó algunos datos que compartimos en esta investigación, ya que no plantea un desafío a la hora de realizar estudios de carácter etnográficos, donde el sujeto de observación es cercano, muy conocido, por quien lo observa. La posibilidad de extrañamiento es, muchas veces, una práctica que requiere una determinación puntual del investigador. Podríamos sostener que este suceso descrito forma parte de los “incidentes reveladores” que Rosana Guber (2001) describe para sostener que el trabajo de campo etnográfico también “impacta en la persona del etnógrafo”, quien basa su discurso en una “instancia empírica específica repleta de rupturas, gaffes y contratiempos” (p:18).

El encuentro entre investigador y pobladores, según muestran las técnicas etnográficas, está atravesado por una tensión fundante: los usos e interpretaciones del “estar allí” para el investigador/miembro de otra cultura o sociedad, y para los pobladores/informantes, que las técnicas que con su flexibilidad descansa en el investigador que transforma a las técnicas de recolección de información en partes del proceso de construcción del objeto de conocimiento. En esta búsqueda, donde descubre simultáneamente lo que busca y la forma de encontrarlo, el investigador se convierte en la principal e irrenunciable herramienta etnográfica (p:101).

3.2- Desde dónde se mira

Las etnografías no sólo reportan el objeto empírico de investigación –un pueblo, una cultura, una sociedad- sino que constituyen la interpretación/descripción sobre lo que el investigador vio y escuchó. Una etnografía presenta la interpretación problematizada del autor acerca de algún aspecto de la “realidad de la acción humana”, tal como lo planteara Jacobson (Op. Cit:15)

Irene Vasilachis de Gialdino (1992) plantea:

El problema de la comprensión ha cobrado importancia metodológica en las ciencias sociales merced, sobre todo, a que el científico social no puede acceder a una realidad simbólicamente estructurada sólo a través de la observación y a que, desde el punto de vista metodológico, la comprensión no es susceptible del mismo tipo de control que el que el experimento representa para la observación. El científico social no cuenta, en principio, con el acceso al mundo de la vida distinto del que tiene el lego en ciencias sociales; en cierto modo, tiene que pertenecer ya al mundo de la vida cuyos componentes intenta describir. Para describirlos tiene que entenderlos y no puede entenderlos sino participa en su producción (...) La investigación cualitativa constituye, entonces, una tradición particular en las ciencias sociales que dependen fundamentalmente de la observación de los actores en su propio terreno y de la interacción con ellos en su lenguaje y con sus mismos términos (pp.24, 32).

Sobre el método, la autora reconoce:

El método para conocer ese mundo de la vida no puede ser la observación exterior de los fenómenos, sino la comprensión de las estructuras significativas del mundo de la vida por medio de la participación en ellas a fin de recuperar la perspectiva de los participantes y comprender el sentido de la acción en un marco de relaciones intersubjetivas (Op. Cit: 25).

Por otra parte, Néstor García Canclini (2010) sostuvo al respecto:

Por un lado la ciencia social ha tendido a rechazar las infiltraciones idealistas y espiritualistas provenientes de la filosofía, pero por otro lado su saber no se construye solamente con encuestas, entrevistas o etnografías dependientes de la descripción empírica; la producción de ese saber implica distancia teórica, elaboración de problemas metodológicos, revisión autocrítica, control de datos y control también de los instrumentos que se usan para obtenerlos. Todo esto es un trabajo epistemológico filosófico que yo veo muy parecido a cuando uno trata de conocer el arte, o a cuando el artista trata de hacer arte⁴².

3.3- ¿Qué es observado en este estudio?

El cuestionario que fue aplicado en las ocasiones de entrevistas personales en profundidad fue el mismo en todos los casos. Consta de 31 preguntas abiertas e indagan diferentes aspectos considerados relevantes para este trabajo. En primera instancia, se consultó por la trayectoria profesional de cada periodista, situación indagada con anterioridad de efectuar los encuentros. La descripción de los propios protagonistas permitirá conocer los énfasis de cada uno en su trayectoria y la relevancia que le adjudicaron a cada instancia laboral.

Asimismo, se indagó sobre la concepción de periodismo, la importancia del rol de la profesión en la sociedad actual, la relevancia personal que cada uno le adjudica a ser periodista. Luego se

⁴² Tomado de entrevista a Néstor García Canclini publicada en Brecha el 3-12-10. Montevideo. Página 26 y 27.

consultó por el rol del entrevistado en el medio para el que trabaja en el momento de realizar este estudio, su definición de credibilidad, la construcción de la misma. Fueron consultados por su medio en particular, con el objetivo de conocer si usa manual de estilo propio, para qué tipo de público lector realiza su producción periodística y cómo es el vínculo con aquellos que leen el diario.

El cuestionario también abordó la descripción de la jornada de trabajo en la redacción y cómo organizaba su jornada extra laboral. Se indagó sobre el concepto de fuente, uso de las mismas, categorización, criterios de selección, contrastación y reserva. Se consultó por el tratamiento de las mismas en contacto directo, vínculo y retroalimentación del vínculo con ellas.

Por último, se intentó examinar sobre el uso de internet en la redacción, su introducción y su modo de empleo en la rutina diaria. Se indagó en forma diferenciada a los entrevistados, ya que fue la única consulta que podía ser contestada en forma diferencial por aquellos periodistas que desarrollaron su tarea profesional en la era pre internet en las redacciones. Por ello, se les consultó a los periodistas con mayor experiencia sobre las variaciones de la rutina de trabajo en las redacciones luego de la llegada de internet. Esta fue la única consulta diferenciada por aspectos generacionales que brinda a este estudio la posibilidad de comparar dentro del universo planteado las similitudes y diversidades que presentó la introducción de internet en las redacciones de los diarios nacionales. Se consultó sobre la frecuencia del uso de internet, lugares visitados, herramientas utilizadas, uso de redes sociales y criterios de validación de información.

Capítulo 5. Presentación de datos y análisis

5.1- ¿Explota el periodismo?

En su último libro, *La explosión del periodismo*, Ignacio Ramonet (2011) ensaya un diagnóstico de la actualidad del periodismo occidental destacando que:

Estamos viviendo un cambio de paradigma. Una revolución que avanza a grandes sacudidas, con violentas aceleraciones y pausas frecuentes, aunque no es universal, pues no hay que olvidar la existencia, en un mundo profundamente desigual, del considerable abismo Norte-Sur que separa a ricos y pobres, a info-ricos e info-pobres (p: 12).

Y se extiende ante los vaticinios de desaparición de la prensa gráfica:

Lo más probable es que la prensa escrita, medio de comunicación de la era industrial, no desaparezca. Pero la información ya no circula como antes, en unidades precisas, controladas, bien corregidas y calibradas. Ya no se presenta sólo en sus formas cerradas tradicionales: cables de agencias, diarios impresos, noticieros de radio, telediarios... Convertida en algo inmaterial, ahora toma la forma de un fluido que circula en segmentos abiertos por la Red casi a la velocidad de la luz (...) Lanzar una noticia en bruto (en ocasiones incluso aproximada) para después corregirla, modificarla, enriquecerla en forma permanente y en cualquier momento (...) La información se está volviendo un *work in progress*, un material en constante evolución, una especie de conversación, un proceso (Op. Cit: 13).

Ante este cambio de paradigma, la primera consulta realizada a los periodistas entrevistados para este estudio versó sobre su concepción de la profesión. No ya cual definición de diccionario, ideal, muchas veces intangible, impracticable, sino como una representación simbólica, a la cual ellos se acogen a la hora de realizar sus tareas en los medios en que trabajan. Estaremos de acuerdo con la concepción estricta que asume Borrat (1998) sobre periodismo, acogida de McNair, quien destaca las “señas de identidad del periodismo”:

Cualquier texto con autor, en forma escrita, audio o visual, que pretende ser (es decir, que se presenta ante su audiencia como) una afirmación o un registro veraz acerca de una parte importante hasta ahora desconocida (nueva) del mundo real, social (p:160).

La ‘actualidad’ entendida como presente histórico, como historia inmediata. Con la intención de diferenciar el Periodismo del Entretenimiento (*Infoentretenimiento*, al decir de Aníbal Ford⁴³), en tiempos donde lo entretenido es más valuado que lo informativo (sobre todo en formatos audiovisuales), McNair aclara:

Los datos pasan a ser Periodismo sólo cuando se les ha dado significado y contexto: cuando han sido transformados en relato por un autor. El Periodismo es, por lo tanto, ideológico. Es un vehículo comunicativo para la transmisión –intencional o no- a una audiencia no simplemente de hechos sino de supuestos, actitudes, creencias y valores de quienes lo hacen, a partir de, y expresando, una particular visión del mundo. Es una fuerza ideológica que comunica no sólo *los hechos* sino también una manera de comprenderlos y conferirles sentido. (...) Los textos periodísticos son, en definitiva, ‘narrativas de la realidad’ (Op. Cit:161).

De allí que se reconozca que en estas “narrativas de la realidad” se da paso a lo que se llama el *primado del relato*, el cual permite al autor perfilar a los periódicos de información general

⁴³ Ford, Aníbal (1999) *La Marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires.

como *narradores polifónicos*. Esta polifonía se debe a la congregación de diversas voces que se traducen a través de los autores de los textos publicados, que luego, convocan a los lectores. Si bien McNair se concentra en los hechos, datos, contexto, Borratt amplía su definición para concentrarse en las interacciones entre: periodista-medio-lector.

Ante la pregunta disparadora ¿qué es el periodismo?, los entrevistados compartieron distintas acepciones. Hay quienes lo definen como “un vínculo”, “un puente entre lo que sucede y la población”, o como una acción de “traducción de la realidad”, de aquellas cosas complejas que suceden, dar un barniz de explicación.

Hay muchas maneras de ejercer el periodismo. No es lo mismo el periodista que hace notas de color para una revista que el que tiene que buscar la primicia todos los días. En cualquier caso, me parece que hoy en día la tarea del periodismo escrito tiene que estar volcada más, no sólo a la información, sino hacia el análisis; porque la información está en mano de la televisión, la radio e internet. En este momento, me parece más que nada que el asunto va por captar primicias -porque otros medios, en general, no siempre, replican lo que pasa en los diarios- y, por otra parte, focalizar más, explicar más lo que está ocurriendo en la sociedad, más que, simplemente, informar (Gelsi Ausserbauer, periodista de Sociedad de La República⁴⁴).

También aparece la acción “educativa” que algunos le adjudican al Periodismo.

“Es información al servicio del ciudadano. El periodismo yo creo que tiene que tener una función informativa pero también una función educativa y general, de poner temas a debate y ampliar el horizonte de conocimiento y de racionalización de las personas” (Fernanda Muslera, periodista de Suplemento 02 de El Observador⁴⁵).

Las descripciones sobre el Periodismo varían de acuerdo a los entrevistados. Algunos lo conciben como una profesión, otros un oficio o una disciplina. Estas tres formas de clasificarlo también aparecieron en el esfuerzo de los consultados por teorizar sobre él.

Una disciplina que se dedica a contar historias. (Gabriel Pereyra, Jefe de redacción de El Observador⁴⁶)

No sólo esta diferenciación puede ser relevada sino el énfasis que uno de los entrevistados coloca sobre la capacidad de influir que ostenta el periodismo.

Es un oficio muy interesante, absolutamente necesario, que ha ido evolucionando a través del tiempo precisando formas de expresión y también seguramente entregándonos pequeñas obras de arte en veinte líneas que enaltecen la profesión. Y además alguien ha advertido que se trata de un poder capaz de modificar casi todo en la sociedad donde esté actuando. Podrá ser en un ámbito social, en un pueblo, o podrá ser en el mundo, pero necesariamente esa sensación de poder y de gestar poder (Rómulo Martínez Chenlo, editor de Deportes de La diaria⁴⁷).

⁴⁴ Ver entrevista 1, realizada el 07/07/11. Página 1 y 2.

⁴⁵ Ver entrevista 4, realizada el 03/10/11. Página 2.

⁴⁶ Ver entrevista 8, realizada el 03/10/11. Página 2.

⁴⁷ Ver Anexo I. Entrevista 5, realizada el 15/09/11. Página 2.

Esta última descripción se apoyó en un ejemplo de contraste con otro “oficio” con la intención de realizar un símil, una comparación contundente a la hora de hablar de “poder”.

No lo imagino como imagino el oficio de veterinario. ¿Qué hace un veterinario? Se dedica a la salud de los animales y a la profilaxis... No le veo que pueda tener tanta incidencia en la vida que viene en relación al recorte de realidad o de ficción que nos dan y que nosotros tenemos que masticar poniéndole mucha atención a ver si eso es cierto. Y otros, absolutamente en su buena fe, legitiman todo eso que están diciendo porque lo está diciendo el diario, la tele, la radio (RMC, la diaria⁴⁸).

Para Tomás Eloy Martínez (2001):

El periodismo no es un circo para exhibirse, ni un tribunal para juzgar, ni una asesoría para gobernantes ineptos o vacilantes, sino un instrumento de información, una herramienta para pensar, para crear, para ayudar al hombre en su eterno combate por una vida más digna y menos injusta⁴⁹.

El grado de dedicación que alcanzan las personas que ejercen el Periodismo, lo hace una actividad muchas veces desgastante, con jornadas largas y cargas horarias intensas. Es por eso que apelando a ese ejercicio, aparece la comparación con “un sacerdocio”, en una doble dimensión: por un lado, por el sentido de vocación que debe despertar ejercerlo y por otro, la dedicación que requiere:

Es una profesión que se hace solo con mucha pasión que si esto no te encanta, como ser médico, es horrible. Te hablo desde la prensa escrita porque hay otras opciones de periodismo que son más cómodas o distintas. En esto en particular creo que la clave es saber ver lo que otros no ven en lo obvio, en lo que sucede todos los días. Es el arte de preguntarse más que de preguntar. Medio como un niño, preguntarse todo. En caso de la prensa escrita, y cada vez más lleva mucho el análisis, la capacidad de no tomar las cosas tal como están sino de enrabar ideas, asociar que esto ocurre por esto y por esto. Es la búsqueda de dar respuestas. Porque creo que es la búsqueda de las versiones, porque no hay verdades, yo creo que hay versiones, entonces es un poco eso, el arte de juntar todas las versiones para tratar de darle al lector lo más aproximado a la verdad que igual no es verdad, pero lo más equilibrado o aproximado (María José Frías, editora de Política de Últimas Noticias⁵⁰).

Descrito por sus factores internos, el Periodismo parece una disciplina que requiere de cierto “arte” de saber preguntarse y preguntar, ordenar material, procesar ideas, responder interrogantes, traducir en textos los argumentos y luego producir una versión veraz o “lo más aproximado a la verdad”. Dar cuenta de las “narrativas de la realidad” de las que habla Borrat.

Eloy Martínez, sostiene al respecto:

De todas las vocaciones del hombre, el periodismo es aquella en la que hay menos lugar para las verdades absolutas. La llama sagrada del periodismo es la duda, la verificación de los datos, la interrogación constante. Allí donde los documentos parecen instalar una certeza, el

⁴⁸ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 2.

⁴⁹ Eloy Martínez, Tomás. El periodismo vuelve a contar historias. Publicado en el suplemento Cultural del diario La Nación, Argentina. 18-11-2001.

⁵⁰ Ver Anexo I. Entrevista 10, realizada el 11/10/11. Página 1.

periodismo instala siempre una pregunta. Preguntar, indagar, conocer, dudar, confirmar, cien veces antes de informar: éstos son los verbos capitales de una profesión en la que toda palabra es un riesgo⁵¹.

Una vez identificada la concepción o definición del campo de conocimiento desde donde los objetos de estudio desarrollan su discurso en la entrevista, fueron consultados por la concepción o su idea sobre qué es ser periodista. Este ejercicio se planteó con la intención de separar a la persona (personaje, en su concepción griega) de un contexto de acción puntual dentro del campo de estudio. La abstracción fue remitida a la sensación o vivencia personal de los observados.

Aparece la concepción del *Nuevo Periodismo* como necesidad de reinventar una forma de ejercerlo. De acuerdo con Borrat (2006), esta corriente rompe con la “objetividad” del modelo positivista “para entronizar en su lugar a la literatura o, más precisamente, a una combinación de las técnicas del periodismo con las de la literatura” (p:237). Desde esta concepción se potencia el periodismo en combinación con la literatura. Según Tom Wolfe, de lo que se trata es de dar toda la descripción objetiva más algo que los lectores hasta ahora siempre han tenido que buscar en las novelas o los cuentos: la vida subjetiva de los personajes (Op. Cit: 238).

Para mí el periodismo puede llegar a ser como una forma de arte. Yo miro mucho a los periodistas del nuevo periodismo... Periodistas que hacen un periodismo bien escrito, literario y en el sentido de utilizar, aprovechar esas técnicas literarias para contar historias, pero también bien armado con sus fuentes, con sus datos y ese es el periodismo que a mí me interesa (Muslera, El Observador⁵²).

Yo soy de los que creen que el periodismo es el rol que llevás 24 horas. Soy de los tipos que se va a acostar igual a la una de la mañana después de una fiesta y paso por la televisión a ver si veo la CNN en español a ver si se cayó una Torre Gemela o si un avión se vino abajo. Lo llevás adentro, hay gente que no, que lo toma como una profesión. ‘Esto me financia una carrera de otra área’, hay compañeros que estudian literatura, compañeros que estudian filosofía... Esto es un medio para ganarse la vida para una carrera que quieren hacer. Yo no quiero hacer ninguna carrera, yo sigo siendo periodista. Obviamente estudio cosas de periodismo, no me quedo... Me sigo actualizando dentro del periodismo, no me interesa ser ni profesor de literatura, ni matemático, ni ingeniero nuclear. Quiero ser periodista (José Luis Martínez, editor de Internacional y Sociedad en La República⁵³).

El ejercicio del periodismo aparece también como un medio para otro fin (un trabajo que solventa otras actividades), al tiempo que para otros entrevistados es un medio y un fin, un trabajo a tiempo completo que se mezcla con la vocación. De una u otra manera, “los periodistas no son actores autónomos: dependen de organizaciones empresariales complejas, fuertemente jerarquizadas, y, ante el observador externo, muy opacas. Los periodistas no son trabajadores independientes sino lisa y llanamente asalariados; los periódicos son parte subordinada de la empresa mediática” (Borrat, 2006: 162). El autor no deja de lado la

⁵¹ Ibídem.

⁵² Ver Anexo I. Entrevista 4. Página 3.

⁵³ Ver Anexo I. Entrevista 7, realizada en 05/08/11. Página 2.

condición de “trabajo” que entraña la condición de “periodista”. Eso quiere decir que en la mayoría de los casos (y en este estudio, en todos los casos) se trata de personas que ejercen desde un nivel de dependencia funcional desarrollando su labor en una empresa que tiene fines de lucro. La organización piramidal de jerarquías descrita por Borrat y de Fontcuberta se hace presente a la hora de analizar los diarios como sistemas complejos. Es cierto que le cabe al periodista ser dependiente de la empresa para la cual trabaja, pero aún así, su profesión la desarrolla desde su propia formación y concepción ética. Sostendremos que ante aquellos actos de “libertad posible” se encuentra el desarrollo deontológico de la profesión.

Nada menor es la descripción de Morin sobre complejidad, destacada por Mar de Fontcuberta (2008) con la intención de no vaciar de contenido “lo complejo”, en tanto parece estar de moda en la actualidad como adverbio y sustantivo. Sobre la complejidad se dice que:

A primera vista es un tejido (*complexus*: lo que está tejido en conjunto) de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados: es, a primera vista, un fenómeno cualitativo, una cantidad extrema de interacciones e interferencias entre un número muy grande de unidades, pero requiere un análisis cualitativo. La complejidad es una noción cuya definición no puede ser sino negativa: la complejidad es lo que no es simple. El objeto simple es el que se puede concebir como una unidad elemental indescomponible. La noción simple es la que permite concebir ese objeto de forma clara y neta, como una entidad aislable del entorno. La explicación simple es la que puede reducir un fenómeno compuesto a sus unidades elementales, y concebir el conjunto como una suma del carácter de las unidades. La causalidad simple es la que puede aislar la causa del efecto, y prever el efecto de la causa según un determinismo estricto. Lo simple excluye a lo complicado, lo incierto, lo ambiguo y contradictorio. A fenómenos simples les corresponde una teoría simple. No obstante se puede aplicar una teoría simple a fenómenos complicados, ambiguos, inciertos. Entonces se hace una simplificación (Morin, 1984 en Fontcuberta, 2006: 30).

En este estudio se intenta dar cuenta de esta complejidad, de este entramado de unidades indisolubles, contextualizables y analizables desde un enfoque cualitativo.

4.2-Cuando se habla de “periodistas”

Cuando los entrevistados se describen como “periodistas”, utilizan distintos conceptos para ello. Para Tomás Eloy Martínez, “el periodista es, un testigo: acucioso, tenaz, incorruptible, apasionado por la verdad, pero sólo un testigo. Su poder moral reside, justamente, en que se sitúa a distancia de los hechos mostrándolos, revelándolos, denunciándolos, sin aceptar ser parte de los hechos”⁵⁴.

Algunos entrevistados hablan de vocación, otros de gusto y de intereses.

Significa un gran sacrificio porque la vida de uno es todo esto. Significa resignar otros espacios porque cuando uno se quiere acordar todo, hasta la vida social se vincula con esto, porque uno empieza a tratar a gente de este ambiente, que es periodista, y es difícil porque estás en esto todo el día. Es difícil porque estás en esto todo el día. Significa una

⁵⁴ Eloy Martínez, Tomás. El periodismo vuelve a contar historias. Publicado en el suplemento Cultural del diario La Nación, Argentina. 18-11-2001.

gran tensión, gastritis, significa estar en competencia permanente, incluso a veces absurda (Frías, Últimas Noticias⁵⁵).

También se habla de intención: poner una intención en contar historias, echando por tierra el concepto del periodismo objetivo de la escuela norteamericana. Esta historia que relata el periodismo desde este nuevo enfoque teórico, casi hermanado con la literatura, debe tener un contexto, un antecedente y un final, como elementos indispensables para brindar una mirada de la realidad.

Me gustaba contar historias ciertas, y la realidad es la mejor manera de contar historias, donde más historias hay. Yo siempre digo que cuando muchos vienen y escriben en un formato, porque hay formatos, los periodistas deportivos escriben de una manera, los periodistas de política escriben de otra, y los periodistas de sociales escriben de otra. Los periodistas políticos, por ejemplo, están lejos del concepto de que creen que no están contando historias. Yo creo que los que cuentan historias son los que escriben en sociedad, van a la calle, van a los cangreños, y un tipo que está escribiendo una información del Consejo de Ministros no está contando una historia, está contando una historia de doce tipos poderosos que se juntan a hablar. El tema es cómo enfocamos eso para que la historia sea realmente una historia y no una mera crónica, una mera versión taquigráfica de una reunión que no explica nada. La historia para ser entendida tiene que tener un contexto, tiene que tener un antecedente, y a veces tiene que tener un final abierto. Para mí el concepto de historia es fantástico porque resume la manera de presentar al buen periodismo en cualquiera de sus formatos. Algunos tienen un formato de crónica y otro de entrevista, incluso también una entrevista es una manera de contar una historia personal. Yo hoy lo que creo que hago es, desde mi función de periodista, ejercitar una mirada de la realidad (...) Para mí el periodista es una intención, una intencionalidad andante. Creo que es imposible hacer periodismo sin intención. Entonces yo lo que hago es ejercitar mi intencionalidad y contar la historia de mi subjetividad. (Pereyra, El Observador⁵⁶).

La expresión “periodista” muchas veces es vivida de manera excluyente o limitante de un concepto “más abarcador” como el de “comunicador”. Uno de los entrevistados lo destacó. El resto no lo incorporó en su discurso.

Me acerco más a comunicador que a periodista, en tanto comunico sucesos o comunico alguno de los tenues o vehementes razonamientos que yo pueda hacer. Tengo un desvío grande en que no me gusta cómo se desarrollan fundamentalmente a partir de los grandes medios estas cosas, que me pretenden imponer el recorte de realidad y lo próximo que tengo que pensar, entonces me cuido mucho de tratar de, con toda la información posible, emitir cuál es en ese momento mi idea o mi opinión de las cosas a ver si los receptores la pueden enriquecer o debatir o también, de alguna manera, aprobarla (RMC, la diaria⁵⁷)

Expuestos ante el cuestionario, alguno de los periodistas entrevistados dio cuenta de su sorpresa, dejando en claro que esa era la primera vez que se recordaba reflexionando sobre su

⁵⁵ Entrevista 10, realizada el 10/11/11. Página 1.

⁵⁶ Entrevista 8, realizada el 03/10/11. Página 2.

⁵⁷ Entrevista 5, realizada el 15/09/11. Página 1.

profesión y su forma de llevarla adelante. En relación con este hecho no menor que fue surgiendo en los encuentros, o bien siendo explícitos o bien haciendo gestos durante el la grabación del encuentro y manifestándolo en el momento en que la misma se detenía (esta situación se amplía en el Capítulo III dedicado a la Metodología y se releva en los apuntes del cuaderno de campo en el Anexo II).

Nunca me lo planteé. Es un modo de vida (Álvaro Giz, Jefe de Redacción de Últimas Noticias⁵⁸).

4.3- El rol que (le) ocupa (al-el) periodismo

No es un juego de palabras. El concepto planteado es el rol que ocupa el periodismo en la sociedad actual. Sin embargo, los entrevistados han diferenciado *el rol que ocupa el periodismo* y *aquello por lo que el periodismo se ocupa*. El rol que más se le asigna al periodismo en la actualidad es el de profundizar y analizar la información que comparte con otros medios. Esto deriva de la forma de trabajo en la prensa ya que es aquel medio que tiene un día para elaborar su contenido.

En este momento me parece que el escrito tiene un rol más de análisis, supuestamente, no siempre pasa. Pero el resto es simplemente informar, es dar el título y poco más (Ausserbauer, La República⁵⁹).

Depende mucho de los medios. El periodismo en general ahora, sobre todo en Uruguay, suele incidir bastante en la agenda política del país. O sea, por más que también obviamente pasa por las fuentes y por los políticos que hablan y etcétera, me parece que hay ciertos temas que se les da más bombo que a otros, y eso incide mucho en la agenda (Marina González, La diaria⁶⁰).

Surge la idea de que el público de hoy también ha cambiado cualitativamente y se encuentra más informado o cuando menos, más “bombardeado por información” de los medios de comunicación. Al respecto, Eloy Martínez sostiene:

La gente ya no compra diarios para informarse. Los compra para entender, para confrontar, para analizar, para analizar, para revisar el revés y el derecho de la realidad. No es por azar que, desde que introdujo la narración como estrategia, The New York Times subió su circulación, después de un primer ligero retroceso suscitado por la sorpresa de todo lenguaje nuevo⁶¹.

Algunos periodistas dan cuenta entre la diferencia que existe entre la presentación de información del diario si se lo compara con el resto de los medios.

A diferencia de lo que puede parecer, que la prensa hoy no tiene predicamento, creo que la gente está más informada que nunca. Ese es el gran tema, a través de todos los medios que existen hoy. Como nunca la gente estuvo tan bombardeada (...) Tratamos de profundizar un poco más la información. Hoy día vos tenés los diarios, la radio, la

⁵⁸ Entrevista 9, realizada el 10/11/11. Página 2.

⁵⁹ Entrevista 1. Página 2.

⁶⁰ Entrevista 2. Realizada el 08/07/11. Página 3.

⁶¹ Eloy Martínez, Tomás. El periodismo vuelve a contar historias. Publicado en el suplemento Cultural del diario La Nación, Argentina. 18-11-2001.

televisión, internet, son todos, hasta por la forma de redactar en internet, es todo más corto. En los diarios tratamos de profundizar la información y tratamos de dotar al lector de mayores elementos para que pueda hacer su evaluación (Giz, Últimas Noticias⁶²).

Cierta presunción de verdad asignada al producto del periodismo es la que también surge ante la consulta. La idea de que el periodismo determina, de alguna manera, lo que el lector pensará a futuro sobre los temas expuestos, ha sido también tenido en cuenta por distintos entrevistados. En todas las respuestas a la consulta sobre el papel que ocupa el periodismo en la sociedad de hoy, las respuestas fueron “importante” o “determinante”. Concluimos que los entrevistados asignan al rol social de su profesión un valor relevante dentro de las sociedades contemporáneas.

Es importante, en el sentido de que es lo que transmitimos a la gente es lo que toma, lo da por cierto, y en los hechos se discute, se forma opinión pública, por eso es importante (Gil, El País⁶³).

Determinante. Absolutamente determinante. Periodismo como comunicación absoluta, total. Tiene tanto poder que puede armar y desarmar la realidad, lo que vendrá, y por tanto, nuestra vida. Determinante. Tanto como el poder político (RMC, La diaria⁶⁴).

Para uno de los entrevistados, “contar historias” e “informar” a la gente son dos de los pilares del periodismo actual:

Cuenta historias e informa a la gente. Yo creo que también hoy, con la abundancia de información que hay, también hacer periodismo es tanto decidir qué es lo que contás como lo que no contás. Qué es lo que filtrás de todo ese mar de información que la gente recibe. Se ha convertido, quizás siempre lo fueron, intermediadores entre una parte de la realidad y la gente, y ahora son entre un montón de informaciones que están en la vuelta y la gente. También son intermediadores de lo que se genera en muchos lugares y lo que llega a la gente. Cuando uno entra a una página cualquiera con información, no sabe si esa información es verdadera, sin embargo cuando hay periodismo en el medio y sabe quiénes son los que están en el medio, la información adquiere otra calidad (Pereyra, El Observador⁶⁵).

Parece interesante el enfoque que Pereyra nos acerca sobre aquello “que no se cuenta” en el periodismo. Nos comenta su diferenciación entre: “realidad” y “un montón de informaciones”. Por otra parte, sostiene que el producto periodístico adquiere calidad sí y sólo sí se conoce su “trasfondo de producción”, desde dónde viene, quién lo realiza. Desde este enfoque, el periodista valida la información para darle calidad.

La reflexión permitió espacios de crítica hacia el estado del periodismo actual en el país. Por ello, algunos periodistas se animaron a dar su visión sobre la calidad del mismo, desde una doble perspectiva: como consumidor, por un lado, y como creador de contenidos, por otro:

⁶² Entrevista 9. Página 2.

⁶³ Entrevista 3. Página 2.

⁶⁴ Entrevista 5. Página 2.

⁶⁵ Entrevista 8. Página 1

El periodismo que a mí me interesa, no solo como productor sino como consumidor, cada vez menos obviamente, pero en el mundo del espectáculo todo tiene que estar espectacularizado. Y bueno, la ignorancia casi que se está volviendo un valor, ¿no? Hay gente que hace dinero en televisión, en radio, jactándose de la ignorancia. Te estoy planteando todo lo contrario, y es una verdad. Es cruel pero es así. Porque si yo te planteo mi modelo no te da dinero, cada vez te dificulta más sobrevivir. Lo otro que es casi una parodia del periodismo, una parodia de comunicación en general, da dinero, a gente que por supuesto le hace muy bien lo que hace, porque lo vende, pero no son periodistas (Cipriani, El País⁶⁶).

En Uruguay, yo creo que lamentablemente es un periodismo muy politizado y a veces se torna poco independiente en función de los intereses políticos de dueños de medios o de sectores políticos o de gobiernos o de organizaciones de todo tipo. Creo que todavía en Uruguay no tiene un desarrollo muy independiente y objetivo. Todos los medios en mayor o menor grado los podés identificar de qué signo son o a qué apuntan. Yo creo que eso no tendría que ser así, el periodismo tendría que ser realmente una empresa equis que tiene un rol que cumple que es informar, vende información (...) Yo quiero un periodismo cada vez más independiente que se pueda realmente financiar, y vende noticias, como hay otro señor que vende el pan y que es esencial para la comida de la gente, el periodismo es esencial para que la gente se informe de lo que sucede en Uruguay y el mundo (Martínez, La República⁶⁷).

Las declaraciones expuestas introducen dos aspectos que consideramos relevantes: a) la caracterización de lo que no es periodismo y se le asemeja por deformación. Cipriani lo llama “parodismo”. En el entendido que el infoentretenimiento presenta un nuevo actor: el presentador de datos, b) la alusión a la “politización” del periodismo en prensa gráfica. Introduce la noción de periodismo independiente y lo describe como posible desapego del poder que no sea aquel que “solo vende noticias”. Sostendremos que este hecho connota “política” de todas maneras. Sin embargo, la expresión es pertinente si se tiene en cuenta que la prensa nacional nació desde la necesidad de las distintas tribunas políticas partidarias de difundir sus ideologías a través de un medio masivo. Este hecho particular se describe en el Capítulo II.3. Historia de la prensa en Uruguay.

Otro de los entrevistados manifestó reconocerse como un trabajador que forma parte de “una empresa” que persigue “fin de lucro” y declaró haber recibido una clara señal al momento de ser contratado por la misma:

Siempre la prioridad número uno del diario es el lector. Incluso cuando entrás te lo dicen: es un diario comercial, que depende de las ventas; no como otros diarios que, de repente, venden poco y se manejan de otras maneras, nosotros dependemos de las ventas (Gil, El País⁶⁸).

⁶⁶ Ver Anexo I. Entrevista 6. Realizada el 07/07/11. Página 2.

⁶⁷ Ver Anexo I. Entrevista 7. 05/08/11. Página 2.

⁶⁸ Ver Anexo I. Entrevista 3. Página 4.

4.4-Contexto de trabajo

La remisión a los problemas económicos que han sufrido algunas empresas de medios en Uruguay aparece como parte de un contexto negativo para el desarrollo de la profesión. Rodríguez sostiene la hipótesis que independencia en el periodismo va de la mano de la financiación del mismo. Advertimos que este relato parte de un entorno complejo que lo convierte en particular y emblemático. La República es un diario que ha atravesado por diversas crisis económicas estructurales desde 1990. Tal como Lema, dirigente de APU contó en la entrevista realizada para este trabajo:

Mi militancia arrancó en el año 2000 cuando ocupamos por 11 días el diario La República (...) Se venía dando una situación re compleja de malas condiciones de trabajo. No nos pagaban en tiempo y forma y después laburar era un problema. Te voy a poner un ejemplo banal pero los baños eran un desastre, la limpieza un desastre. Un cúmulo de problemas. Después que trabajé ahí uno puede trabajar en cualquier lado. Pero en el medio de eso, estábamos en negociaciones con la empres que pertenecía a Federico Fassano, hacemos una elección de delegados porque veíamos que las cosas se complicaban y de repente un día Fassano echa a cinco de los siete delegados. Yo me había ido de vacaciones, porque cubría Presidencia y estaba re cansado. No me echaron a mí porque yo no estaba. Parece que se armó una asamblea re compleja y todos los delegados hablaron. Esos que hablaron fueron echados. Ahí arrancó el conflicto. Fuimos al PIT-CNT y nos dijeron que había que ocupar si no la empresa no transaba. Duró 11 días y retomó alguno el trabajo pero a partir de ahí fue muy complicado. Mañana mismo (28/10/2011) tenemos una reunión en el Ministerio de Trabajo porque no están cumpliendo con los convenios (...) El tema es que entró una nueva empresa al directorio [Nota de investigador: La República es una Sociedad Anónima. El 50% de las acciones son de la familia uruguaya Fassano Martens y el otro 50% corresponde al grupo argentino ICK, cuyo administrador es Gustavo Yocca]. La cosa anduvo bien durante los primeros meses pero al tiempo ya hemos tenido problemas de atrasos en los pagos (Lema, APU⁶⁹).

4.5-Credibilidad: ese valorpreciado

Un valorpreciado en el periodismo es la credibilidad. Seguramente sea uno de los más intangibles valores que acuñan algunos periodistas y medios a lo largo de su trayectoria. Según lo expresa Ramonet (2011) en su último libro La explosión del periodismo:

La gente ya no es fiel a un periódico. (...) La mayor parte de las publicaciones, con la esperanza de 'abarcarlo todo' y 'captar lectores de cualquier signo', han hecho imperceptible su línea editorial y desdibujado su imagen. Los lectores se sienten traicionados y, en consecuencia, ya no se consideran vinculados a ningún pacto de fidelidad (...) Los ciudadanos desconfían de una prensa perteneciente a un puñado de oligarcas que controlan además en buena medida el poder económico y que actúan, a menudo, en connivencia con los poderes políticos (p: 36, 37).

El autor reconoce algunos aspectos contemporáneos que "erosionan la credibilidad de los medios". En ellos incluye: la excesiva concentración de empresas multinacionales que adquieren medios, la falta de fe del público a un solo medio, el surgimiento de categorías nuevas a las cuales les llama "especialidades híbridas" relacionadas al periodismo, como ser:

⁶⁹Ver Anexo I. Entrevista a Daniel Lema, Presidente de APU, realizada el 27/10/11.

“periodista institucional”, “periodista de empresa”, “periodista de relaciones públicas”, y la crisis económica mundial que golpeó al sector prensa.

Todos los periodistas consultados para este estudio coincidieron en que la credibilidad es un valorpreciado. Algunos lo relacionan con el tiempo de vida de los medios, con la precisión y veracidad de la información que brindan:

La credibilidad de un medio sería, entonces, la prueba a lo largo del tiempo de que la información que da es veraz, es precisa (Ausserbauer, La República⁷⁰).

Creo que tiene que ver con la calidad de la información que se da. Creo, más que nada, el hecho de tener una fuente declarando o el hecho de tener algo que respalde la información que das, documentos, lo que sea. Que sea creíble significa que se pueda comprobar que lo que dice es cierto (Gil, El País⁷¹).

Es la base de un medio y la base de un periodista. Si nadie te cree, tu palabra no tiene ningún valor. ¿Qué es la credibilidad? Tratar de ser fiel, no digo objetividad porque no existe, como que en periodismo literario es muy claro, todos somos personas, sujetos y carecemos de objetividad. Pero la objetividad es ser fehaciente a cosas que estás contando, obviamente no mentir, tratar de no tergiversar (Muslera, El Observador⁷²).

Solo el tiempo y el seguimiento. (...) El tema de elegir como lector de periodismo un periodista no es una tarea sencilla (...) Ética, compromiso, el chequeo de datos, no cometer plagio en ninguna medida, citar siempre la fuente, sacar conclusiones propias, tener una mirada propia, que la vas a buscar en ese porque el otro no la tiene y porque vos tampoco la tenés, entonces te puede enseñar algo (Cipriani, El País⁷³).

El concepto de imparcialidad aparece en una de las declaraciones de los periodistas consultados. También, que las “fuentes reveladas” construyen credibilidad:

Siendo lo más imparcial posible, lo más profesional posible, lo menos partidista posible. Esto es un trabajo y afuera vos tenés tu vida. Entonces todo lo que le des vos, obviamente a vos te interesa algún tema y lo manejas o lo vas a usar, pero no lo tiñas de política a todo porque eso te quita profesionalidad y te quita respeto ante tus colegas, ante los periodistas. (...) Yo cotejo la información y pongo la fuente de donde la saco. Eso, a mí me podrán decir ‘no lo comparto’ o ‘no lo creo’, pero eso es lo que dice la fuente ésta y ésta. Y eso es lo que te da credibilidad (Martínez, La República⁷⁴).

Otros periodistas tienen en cuenta que se consigue limitando los errores a la hora de presentar un trabajo terminado. Eso requiere rigurosidad, una rigurosidad que a veces no se cumple:

Pasa también por eso de no equivocarse, que eso, en realidad, como que depende mucho de lo humano. Hace poco me equivoqué en una nota y ta, fue horrible. (...) Un diario creo que pierde credibilidad cuando tiene muchos errores de sintaxis, errores de tipeo, ese tipo de cosas creo que le hacen mal a un diario. Y después también la credibilidad depende

⁷⁰ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 4.

⁷¹ Ver Anexo I. Entrevista 3. Página 3.

⁷² Ver Anexo I. Entrevista 4. Página 4.

⁷³ Ver Anexo I. Entrevista 6. Página 4.

⁷⁴ Entrevista 7. Página 3.

mucho del punto de vista del lector, porque capaz que para un lector que es más de 'derecha', que es blanco, le parece más creíble El País que La Diaria (González, La diaria⁷⁵).

En esta misma línea de pensamiento, Pereyra de El Observador desarrolló su idea de credibilidad sostenida por la ausencia de necesidad de desmentir información. Este es un punto relevante a la hora de entender la diferencia entre error y desmentido. Creemos que existe una diferencia sustancial entre estos dos conceptos. Aquello que se concibe como error da cuenta de una acción desacertada, sin embargo, el desmentido remite a una revisión de la información, a transformar algo que dimos como verdadero en primera instancia en falso en una segunda instancia o viceversa. Hay aquí una necesidad de negar la veracidad de algo que ha sido manifestado con anterioridad. Es un momento crucial ya que la criticidad del trabajo veraz de un medio se ve lesionada. Sin embargo sostendremos, como lectores a veces, como periodistas otras, que esta lesión se fortalece o se vuelve a lesionar, cuando esa información errada no es devuelta al lector como tal. Creemos que si bien la cantidad excesiva de desmentidos podría dañar la credibilidad de un medio, tal como lo manifiestan algunos de los periodistas consultados, no podría dejarse de lado que la ausencia de desmentidos (cuando la información no es correcta) podría erosionar la credibilidad, ya que prosperaría la persistencia de la información errónea.

Qué preguntita. La credibilidad sin duda que es importante porque un periodista es creíble, no es otra cosa. Lo que pasa es que las personas que te tienen que creer, que son las otras, seguramente no tengan el mismo concepto de credibilidad que vos tenés. (...) Yo creo que a las cosas básicas que tiene ser creíble, que no todos los días se desmienta información, que la información que das se demuestra que es precisa y certera, que no das información de un mismo lado, que te importa poco quién pierde, todo ese tipo de cosas, que hay talentos que uno los puede poner a veces, como es el estilo personal, este que te digo de no ocultar la intencionalidad para que la gente sepa... Para que se vea transparente a uno mismo. Y creo por sobre todas las cosas, y puede parecer contradictorio, por esa pregunta que me hacés si me parece importante. No tiene que importarle mucho, a ver, el político hace lo que su condición le dice o hace lo que su votante le pide, para quedar bien con el votante. Yo creo que nosotros estamos dirigidos a la gente, pero los diarios no los hace la gente. Seguramente si nosotros fuéramos como la gente quiere que seamos seríamos pésimos periodistas. La gente no hace a los medios, la gente quiere cosas, por eso nosotros publicamos notas que son notas de interés público, no notas que le interesan al público. Si el público fuera a elegir lo que le interesa seguramente querría que metiéramos nuestras cámaras y micrófonos en lugares donde no son dignos de ser metidos. Entonces por un lado no me importa mucho, me importa lo que yo creo que tengo que hacer, y posiblemente mucha gente crea que no soy creíble por hacer eso (Pereyra, El Observador⁷⁶).

Aparece la credibilidad como valor importante "junto con la agenda". Asimismo, la relación de credibilidad no sólo con el lector sino también con la fuente que se consulta es considerada de relevancia por los periodistas:

⁷⁵ Ver Anexo I. Entrevista 2. Página 3.

⁷⁶ Ver Anexo I. Entrevista 8. Página 3.

Y porque no mienta. Un periodista tiene que ser... la credibilidad de un periodista es lo más importante que tiene porque es lo que le permite tener información y fuentes. Eso se logra, cuando le adjudicás un textual tiene que ser así, y respetar la fuente. Cuando uno, sea que quiera aparecer como fuente o como persona declarando, cuando un periodista pone lo que alguien dijo, le corta el principio y el final, lo saca de contexto, lo corta de una manera... uno sabe, uno sabe cuándo lo que está haciendo es una maldad (...) Uno tiene que ser fiel, no cambiar el sentido, no utilizar una cosa que el tipo dijo pero aludiendo a otra cosa. Eso está mal. Es trampa. Yo creo que tiene que ser fiel que cuando la persona que no quiere ser citada no tiene que estar citada, y además, que no se desprenda de nada de la nota quién es. Que no haya nada que identifique quién fue ni ahora ni dentro de una semana. Ser fiel a la fuente. No mentir. A veces uno se equivoca y pierde credibilidad porque titula mal y me ha pasado de poner una palabra que no es exacta porque no me entraba y achiqué y si no presto atención no era. La credibilidad es lo más importante junto con la agenda (Frías, Últimas Noticias⁷⁷).

Se introduce otro aspecto interesante, la presencia de mala fe en el proceso de manipulación de información. La expresión “uno sabe”, deja claro que dentro del ámbito periodístico, ya sea por formación o por experiencia, se maneja este criterio de malas prácticas. También es un aspecto relevante a la hora de plantear las definiciones éticas de la profesión.

4.6-Fuentes: el origen

Como hemos adelantado en el Capítulo I sobre Las fuentes en periodismo, tratar este tema es ir al centro de la cuestión. Concebidas por Borrat (2006) como “origen, inicio, comienzo, surgimiento, fuerza generadora, causa primera”. La fuente se considera como concepto relacional: “cualquier actor social –personal o colectivo- puede ser fuente cuando desempeña ese rol respecto de otro actor comunicándole datos, significados, versiones del caso noticiable” (p: 245). El autor introduce un concepto de “relación entre”, plantea la existencia de ese intersticio donde se produce un vínculo, estableciendo esa condición en un tiempo determinado, bajo cierto contexto que es movible y cambiante. También lo hace Concha Edo, otra de las autoras que este estudio retoma para definir el concepto de fuente. Como ya fue mencionada en el capítulo anterior, las definiciones a las que arriban los entrevistados en este estudio no difirieron mucho de su concepción. Edo advierte, tal como lo hace Borrat, que el concepto establece una relación y la define como la “mínima interacción posible” para que esa información que brinde la fuente, llegue al periodista.

La fuente es lugar de donde obtenemos información los periodistas, o sea, la persona o el medio. Simplemente eso. (...) Sin fuentes no hay nota (Ausserbauer, La República⁷⁸).

Es un individuo o un texto en el cual yo creo y en el cual me afirmo (RMC, La diaria⁷⁹).

Es todo lo que te va a aportar elementos para información que vos tengas (Martínez, La República⁸⁰).

⁷⁷ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 2.

⁷⁸ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 5.

⁷⁹ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 6.

⁸⁰ Ver Anexo I. Entrevista 7. Página 5.

Es todo aquel lugar, persona o medio, o lo que fuera, donde vos recurrís para recoger información y dársela a tu público (Pereyra, El Observador⁸¹).

Es alguien que te da información y es veraz (Frías, Últimas Noticias⁸²).

Las expresiones de los periodistas dejan claro que la fuente es, o bien un lugar, un individuo, un texto o un medio del cual toma información con la cual luego producir una “nota”. Sólo una de las periodistas que contestó dio cuenta de la importancia de la veracidad de la misma. La pregunta “qué es una fuente”, llevó a contestaciones menos específicas de las que se esperaban. Los periodistas entrevistados realizaron cuestionamientos sobre algunos conceptos y compartieron reflexiones que han desarrollado a lo largo de su carrera. Una de ellas trata del “respeto a la fuente”, aquel acto de veneración o acatamiento que se brinda a la fuente. No pasa desapercibida la importancia que le otorgan a la misma, y alentados por tal importancia, desarrollan reflexiones sobre su vínculo con ellas:

Es un bien muypreciado. Si vos tenés una fuente que te dice lo que realmente es, que eso lo vas a saber después, ¿no? Pero si lográs construir una relación con una fuente que tiene un lugar privilegiado en el gobierno, en los sindicatos, o en la actividad que tú quieras, es un bienpreciado, es una parte del valor agregado del periodista. Así como lo es tener una buena agenda, lo es tener una buena fuente en los puntos clave de un gobierno. La fuente es la planta que vos tenés que regar todos los días. Si vos no lo regás todos los días, si algún día te pasás de agua, tenés el peligro de que se marchite (Giz, Últimas Noticias⁸³).

La metáfora utilizada “planta que se marchita” para catalogar a la fuente le da un carácter de vida que hasta ahora no tenía. Una vida que debe cuidarse y respetarse. En la misma línea, se manifiesta que hay que generar un vínculo de respeto sin perder de vista la negociación que está presente. El vínculo implica actualización, acuerdos y convenio:

Respetar la fuente significa... A veces te dicen algo que no quieren que salga hasta determinada fecha, entonces uno tiene que tener la posibilidad de negociar, de guardarlo, pero decirle que no se lo de a más nadie. Si no voy a respetar el acuerdo, porque sé que esa información la sabe él y 15 más, yo le digo: Mirá, voy a llamar a otros para averiguarlo, pero no puedo no decirlo porque hay otros que lo saben. Lo que puedo hacer es llamar a otros que me digan. Te aviso que lo voy a hacer (Frías, Últimas Noticias⁸⁴).

Aparece una tensión explícita y notoria entre el periodista y la fuente que queda de manifiesto cuando el primero se cuestiona qué tan bien le hace ese vínculo ante la presencia de otro actor fundamental en el proceso periodístico: el lector. “No trabajamos para las fuente sino con las fuentes”, aclara Pereyra y reflexiona sobre esa tensión siempre presente de la conveniencia de que se publique lo que la fuente dice y no lo que la fuente no dice o no quiere que se diga. En esa negociación constante se produce la tensión más interesante del periodismo.

Es un lío bastante complicado que cada vez me he ido replanteando, he ido tratando de restarle importancia a la fuente porque muchas veces la valoración de la fuente hace no

⁸¹ Ver Anexo I. Entrevista 8. Página 6.

⁸² Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 3.

⁸³ Ver Anexo I. Entrevista 9. Página 3.

⁸⁴ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 3.

valorar al lector. (...) Porque yo me doy cuenta que si el fin de semana, el sábado, que me tocó a mí trabajar, en una entrevista me decían: “Bueno, no, esto de la salud, papapa”, y le digo: “No, esto es clarísimo, ganó el sindicato; ganó el sindicato, tenemos que hacer esa lectura”. Y cuando sale el ministro me da bronca: ¿por qué está diciendo esto? Entonces la autocensura del “no digo lo que tengo que decir” porque el tipo que me pasa información... Yo he ido con el paso del tiempo tratando de minimizar la importancia de las fuentes en ese plano. En ese plano, tratar de imponer una relación con los tipos en la que entiendan que está todo bien, que es una relación frágil, a veces sutil, de conveniencia, ninguna de mis fuentes va a mi cumpleaños. Pero no podemos perder nuestro objetivo. No trabajamos para las fuentes: trabajamos con las fuentes para nuestros lectores (Pereyra, El Observador⁸⁵).

Interesante apuesta que hace el periodista en su cuestionamiento al uso de fuentes, ya que no evita hablar de autocensura y establecer la fragilidad del vínculo, cuyos intereses a veces son similares (unos quieren que se publique lo que le interesa, otros quieren y/o necesitan publicar).

Tenés que tener confianza en esa persona, saber que no está interesado en el tema, te puede estar usando como mensajero. (...) Es difícil cuando hay tantos intereses contrapuestos, todo el mundo está pensando en correr la liebre, que sea una fuente confiable, que sea una fuente pura, que no tenga ningún interés, que no te lleve a vos a tropezar, a resbalar, a meterte en un problema. Pero eso lo sé más por experiencias de algunos amigos que necesitan trabajar así que como experiencia mía (Cipriani, El País⁸⁶).

(La fuente) tiene que saber que vos no vas a hacer un uso indiscriminado de lo que te dé, de lo que te informe, porque esa relación con la fuente tiene que ser suficientemente cercana, donde sentís el calor de la fuente pero no te quemás, vos en ese “toma y daca”, tenés opciones que tenés que admitir que te van a decir algo que no es para publicar. Ahí vas a evaluar la importancia de la fuente, de la noticia, los réditos futuros que esa fuente te va a dar y ahí determinás si publicás o no (Giz, Últimas Noticias⁸⁷).

También aparecen algunas tensiones en ese “toma y daca” cuando la exclusividad de la información está en manos de pocas personas. Esta es un aspecto relevante que destacó uno de los periodistas consultados para este trabajo.

Es difícil en este país trabajar con muchas fuentes. (...) Acá todo el mundo oculta. Porque acá nadie te quiere informar, nadie te quiere contar, nadie colabora con el periodista, y porque la información está muy segmentada en general. Los centros de poder, hay cada vez más como una... Son pocos los que saben menos cosas. Si son cuatro tipos los que tienen la información, vos a veces accedés a uno, a los otros tres no necesariamente. Y tenés que optar entre darla con esa fuente o no darla (Pereyra, El Observador⁸⁸).

En relación con este caso, Edo (2009) sostiene que “es de la mayor importancia la necesidad de contrastarlas y de mantener una prudente distancia que permita actuar eficazmente en el caso de que exista algún tipo de duda respecto de su fiabilidad” (p: 108). Esa “prudente distancia”

⁸⁵ Entrevista 7. Página 6.

⁸⁶ Entrevista 6. Página 7 y 8.

⁸⁷ Entrevista 9. Página 3.

⁸⁸ Entrevista 8. Página 7.

se relaciona con la expresión de Pereyra: “ninguna fuente va a mi cumpleaños”, una especie de hipérbole ilustrativa que indica, casi por el absurdo, la ausencia de vínculo personal que el periodista desarrolla con sus fuentes. Sin embargo, aparece en la práctica cotidiana una tensión por la falta de posibilidad de acceder a fuentes más diversas o por una acción ocultista remita a través de expresiones tales como: “nadie te quiere informar”, “nadie colabora con el periodista”, planteadas por uno de los entrevistados.

Una importancia sustancial del uso de la fuente desarrolla Edo en su libro *Periodismo informativo e interpretativo*, cuando dedica un capítulo a lo que llamó “cambio de esquema tradicional de las fuentes”. Establece que el uso adecuado de los materiales que brinda la fuente y la utilización fidedigna de esa información en el relato informativo son un valor sustancial para la credibilidad del medio y del periodista.

Ese vínculo que se hace frágil y en tensión debe estar “aceitado” con un cuidado riguroso por parte del profesional y del medio para el cual trabaja. Cuando comienza, siempre temeroso, debe desarrollarse desde la instancia que supone la prueba. “Son la prueba del 9”, dice uno de los periodistas que, utilizando una metáfora del mundo del fútbol, desarrolla el concepto de credibilidad, ahora del periodista ante la fuente:

Las primeras veces es seguir una recomendación de alguien, porque ¿cómo sabés si es fiable o no? Y ahí la fiabilidad de quien te lo recomienda. Y algunas veces es por ensayo y error (...) Le doy relativa importancia porque en mi trabajo cotidiano tengo un primer inconveniente de convencerme yo, saberlo yo, entonces son la prueba del 9 la fuente. Son la confirmación de que lo que empecé a pensar y voy a poner y lo que estoy pensando, si me lo dice Fulano, es así (RMC, La diaria⁸⁹).

4.7-La llegada de internet a las redacciones

Tal como ya hemos desarrollado, la introducción de Internet en las redacciones de los periódicos uruguayos constituye un fenómeno relativamente reciente. Uno de las particularidades relevadas en este estudio es que los periodistas han tenido su experiencia sobre la aparición de internet en formas diversas, cuestión que se relaciona directamente con el medio en el que trabajaron, modalidades de uso establecidas y años de arribo a las redacciones. Algunas características del uso de las nuevas tecnologías están marcadas por los condicionamientos de uso de los propios medios en que se desarrollan. Es por eso que intentamos metodológicamente incluir periodistas nativos de internet y aquellos que ya poseían experiencia antes del ingreso de la red a las redacciones. Los cambios se relatan desde diversos aspectos y aportan nuevas miradas sobre sus experiencias.

Asimismo se releva las diferentes políticas que cada medio de comunicación consultado utilizó para el uso de internet como insumo de trabajo en el periodismo. Las prácticas diversas, aquellas acciones “bien vistas” o “mal vistas” dentro de la redacción varían de acuerdo al medio en el que se trabaje y cambian según el rol que el periodista desarrolla en el medio, esto es: si es secretario de redacción, editor, coeditor o periodista-cronista.

⁸⁹ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 7.

Con la intención de apreciar esta diferencia, expondremos los datos de acuerdo a qué grupo corresponda cada periodista. Comenzaremos por aquellos que iniciaron su práctica profesional con el uso de internet en las redacciones para luego continuar con aquellos que son “periodistas pre internet”.

En la escuela de periodismo tuvimos una clase de búsqueda de información en Internet. Me enseñaban los distintos motores de búsqueda que había, cómo hacer una búsqueda, qué términos usar para buscar lo que uno quiere. Cosas que ahora las tenemos re integradas pero que en ese momento no eran tan obvias. Sí, ver qué tipo de fuentes eran, los resultados, poder darse cuenta viendo los resultados cuál te va a servir más que otra, cuál corresponde más. Después Internet en el trabajo en pasantías lo usé poco y nada. Era solo los mails, pero como fuente de información era casi nada (González, La diaria⁹⁰).

En realidad yo aprendí a usar internet antes de tener internet porque hice un curso de computación cuando era adolescente y después de eso puse internet en mi casa por primera vez, obviamente no era banda ancha. Y obviamente aprendiendo más con el uso. Primero hice un curso antes de tener computadora (Ausserbauer, La República⁹¹).

Todos los periodistas nativos, cuyas edades rondan entre los 27 y 33 años, manifestaron haber aprendido a utilizar las herramientas informáticas en cursos que realizaron antes de dedicarse profesionalmente al periodismo.

En cambio, los periodistas más antiguos en la profesión, cuentan la llegada de internet como un suceso que repercutió en las dinámicas de trabajo de las redacciones. En cambio, en todos los casos consultados de “periodistas preinternet” el aprendizaje y aprehensión de las herramientas informáticas se da con el uso en el trabajo y no como suceso que antecede la práctica laboral.

Cuando yo trabajaba en el suplemento de los domingos, que fue del año 93 al 2002, ahí en los primeros tiempos no había PC, lo que había era un sistema que se llamaba Falco, le decía “La Falco”. Era un sistema en red que cada periodista ingresaba en esa especie de procesador de datos, donde básicamente lo que se podía hacer era escribir y alguna cosita más, pero poco. Fue al final ya, en 2002 tuvimos acceso todos, no solo a la posibilidad de trabajar en esa máquina Falco con internet, sino a trabajar con internet en un PC. En 2002 yo pasé del suplemento de los domingos a la sección Ciudades y no todos teníamos internet en el PC. En el 2002 había una máquina, una Falco que incluía PC por sección, pero no todos los periodistas tenían. Y te cuento que en La República, en el segundo semestre del 2005, eso que a vos te contaron que se llamaba ‘el ciber’, eran dos máquinas que había en el fondo de la redacción, o sea, en la cara opuesta a donde estaban los secretarios de redacción, en el lugar más oscuro y triste que había en esa época. Tenías que hacer cola o estar escribiendo y con la responsabilidad de estar editando y mirando a la máquina a ver si había un hueco, que había que golpear la mesa para decir ‘el próximo soy yo’. (...) La usábamos para fotos, nada más (Cipriani, El País⁹²).

Cuando yo entré yo no tenía internet en mi máquina. Internet en mi máquina pasé a tener en el 2009, cuando estaba a punto de empezar mi etapa como periodista sub-editora. Los

⁹⁰ Ver Anexo I. Entrevista 2. Página 8.

⁹¹ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 7.

⁹² Ver Anexo I. Entrevista 6. Página 8 y 9.

dos años que estuve en La República había dos computadoras en el fondo de la redacción en las que el 90 por ciento de los periodistas y editores consultaban, lo que en la jerga era 'el ciber', para poder conseguir. Después yo tuve suerte que como sub-editora a cargo me consiguieron una computadora con internet, la única de mi sección de momento (...) Y ojo que todavía existe el sistema 'ciber', es decir, hay algunas personas en la redacción que todavía no tienen internet. Son los menos. (...) Es todo un tema, ¿no? La República no es un lugar amigable con los temas que tienen que ver con internet, pero a pesar de eso ha tenido que irse de a poco poniendo a tiro porque, imagínate que los primeros dos años lo de internet era durísimo. Estaba tres cuartos de hora, cuando tenías tiempo, vichar si hay algo nuevo, pero no podés atender eso como una fuente prioritaria porque no te da el tiempo (Ausserbauer, La República⁹³).

El sistema de "ciber" era una disposición de infraestructura funcional a ciertos diarios. Resulta por lo menos llamativo que en uno de los diarios no todas las computadoras cuenten con acceso a internet al momento de realizar este trabajo.

El sistema era precario, pero en 1999 en El País ya tenía una computadora como editor. Usábamos unas máquinas Apple y teníamos una o dos computadoras que estaban conectadas en la redacción en el fondo. Estaba muy libre. El auge de internet empieza en 2001 o 2002, no antes de eso. Consultar *on line* en esa época. El resto de los periodistas tenían correos electrónicos y los consultaban (Giz, Últimas Noticias⁹⁴).

Estaba en el diario La República, fue antes del año 2000. Fue hace tanto que había una persona que se le pagaba el salario para que entrara a internet, la primera forma que tomó internet para la prensa escrita. Había una persona con una computadora sola y le decías qué querías escribir y entonces te traía cosas del mundo sobre ese tema y leías en papel que te traían de lugares que no se sabía mucho cuáles eran. Era como ir a la biblioteca pero más rápido. Había un funcionario, que tenía esa función y se utilizaba solo para eso. Yo trabajaba en papel con archivo para buscar lo que se había hecho. Era brutal (Frias, Últimas Noticias⁹⁵).

"Era como ir a la biblioteca pero más rápido", expone la potencialidad de velocidad que internet y su abundancia de información brindó a los periodistas. Sin embargo, no exento de complejidades, queda claro que el origen de la información (su fuente) muchas veces, era desconocida por aquellos periodistas que la requerían primero y utilizaban después.

Todos los periodistas con más experiencia (considerados pre internet) dan cuenta de los cambios que ha tenido la profesión desde la introducción de internet a las redacciones. Uno de ellos aclara que esos cambios no han sido de mayor profundidad transformadora en las dinámicas de utilización del tiempo en la producción de los mismos:

Hasta el año 91 en La República había máquina de escribir, pasé a Búsqueda en el año 91 o 92 y había máquina de escribir, y ahí en Búsqueda cambiamos por las viejas Mac, cuadraditas. Vos fijate que yo siempre digo, qué es lo que nos ha pasado, que antes con máquinas de escribir donde vos escribías, corregías a mano, después un tipo lo recortaba y lo armaba en frío, y con eso se hacía una película. Se hacía la chapa y cerrábamos el diario

⁹³ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 6 y 7.

⁹⁴ Ver Anexo I. Entrevista 9. Página 4.

⁹⁵ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 4.

a las doce de la noche. Hoy escribimos acá, sale el diario ahí, y seguimos cerrando el diario a las doce a la noche. O sea, nos hemos comido todo el avance tecnológico. No mejoraron sus procesos de producción. Sí mejoraron sus contenidos y la cantidad de información que se procesa. Pero los procesos de producción nos los morfamos rápidamente. Podés poner un tipo con una máquina de escribir y otro con una computadora y Google y todo, y vos decís: “este tipo tiene que hacer tres diarios”. No, seguimos haciendo el mismo diario. ¿Y la diferencia fue tan grande de calidad entre un diario y otro? No, yo creo que no es tan grande la diferencia. Sobre todo porque los diarios básicamente se destacan por lo que pueden obtener y deben obtener por teléfono y no por internet, sobre todo en este país donde la información internacional no es tan importante como puede ser en otros países, nos importa más la información local y esa información se sigue obteniendo por las mismas vías, por suerte. No, y el periodismo de fondo es más o menos la misma cosa (Pereyra, El Observador⁹⁶).

Se extrae un concepto central de este estudio en una de las declaraciones expresadas: “los diarios básicamente se destacan por lo que pueden obtener por teléfono y no por internet”.

4.8-Las rutinas de trabajo en las redacciones

Este trabajo da cuenta de que no todos los periodistas de mayor experiencias y a los cuales hemos catalogado como “pre internet” han destacado los mismos cambios en la producción de los diarios nacionales, luego del ingreso de internet a las redacciones. La mayoría de ellos destaca la diversidad, la abundancia, la inmediatez de la información dispuesta en los portales, la actualización constante. Sin embargo, estos nuevos atributos pueden llegar a convertirse en antivaleores si no se los combina con ciertos procedimientos rigurosos:

Como hay una cuestión de seguir a ese portal en términos de información deportiva, la gente copia, pega, cualquier cosa. Lo cual me parece que está bueno si yo voy a poner, si voy a escribir los mismos once nombres que tienen escrito ellos. Ahora, si no los tengo y los quiero dar, me parece que los tengo que buscar. Tenés que ser selectivo también en la elección de lo que estás sacando por internet, pero ayuda muchísimo (...) Antes de internet era radio, teléfono y máquina de escribir. Escuchar la radio, sacar apuntes, hasta eso te ha cambiado. Escuchaba la radio y sacaba apuntes de lo que estaba diciendo el tipo, después no lo conseguías. Después nos pasábamos en nuestros lugares de trabajo y en mi casa a tener siempre un cassette puesto en el radiograbador, cosa que escuchaba, ¡ñacate! Después que sabías que ibas a encontrar algo en la noticia, y ahora casi ni se te mueve un pelo. Está Fulano en tal lado y sabés que si es bueno el portal se lo van a subir. Ahí están en carácter de selectividad que tiene que tener el individuo que dice “yo lo escuché”... Yo, por ejemplo, en este tipo de cosas, si yo lo estoy escuchando, lo está escuchando todo el mundo. Estoy hablando de radio o de televisión. Entonces, lo que me gusta es el concepto de protagonista y lo que no me gusta es violar el trabajo de mi colega. Si es uno solo, más, ahora, si dijo lo mismo frente a 20 personas y yo no estaba ahí, pienso: ¿Yo estaría ahí? ¿No estaba ahí? Y después contrariamente, creo que aparte de tu generación, si lo dijo en otro lado para mí no queda intocable. No, ya lo dijo en tal lado o ya salió... Bueno, en todo caso manifestaré que eso surgió en tal lado, cosa que no es vergonzosa, y llamaré por teléfono para que me diga lo mismo, porque me interesa que

⁹⁶Ver Anexo I. Entrevista 8. Página 7.

mis receptores estén enterados de eso. Así que ha cambiado, sí. Estoy andando con más cassettes en el bolsillo: tengo un pendrive (RMC, La diaria⁹⁷).

Vos no podías pedirle a una persona tres temas, no había internet y no había celular. Vos tenías que ir a las reuniones. La prensa era oficial, en el sentido en que vos ibas a las reuniones de los partidos y tenías que ir a las puertas, porque después no te atendían el teléfono. Era imposible preguntarle a alguien lo que había pasado en la reunión porque los agarrabas a la salida te declaraban, se iban y nunca más. Nadie intentaba preguntar porque era todo muy laxo. Veníamos también de una dictadura donde lo único aceptable era la versión oficial. Nadie preguntaba más. Perdías si no ibas. Competíamos en eso. Entonces ibas y esperabas 6 horas. Y si vos querías contar algo más, un contexto, tenías que tener memoria y los periodistas viejos eran referentes porque ibas a buscar en el papel, que eran montañas y montañas que eran diarios clasificados. Antecedentes de un asesinato o algo así, preguntabas a un viejo y te decía que coincidió con algún otro evento. En archivo vos lo buscabas con esos parámetros. O ibas a la Biblioteca Nacional a buscar el material. Era así, horas en las reuniones, todo se tomaba con calma, y si venías y no pasaban nada, no pasaba nada (Frias, Últimas Noticias⁹⁸).

Los periodistas consultados dan cuenta de un cambio en su rutina, no sólo porque se cuestionan nuevas prácticas que sustituyen las adoptadas anteriormente sino porque han variado su metodología con la cual conseguir la información. El oportunismo aquel de “encender la grabación con cassette” ya no es pertinente ni necesario a la hora de haber constatado que los portales cubren los eventos anunciados de agenda. En la era pre internet, presenciar el evento era la única forma posible de acceder a la información. No sólo disponen del material producido escrito en formato de nota informativa (aquí podemos citar las nuevas “especialidades híbridas” de Ramonet, en tanto: periodistas institucionales, periodistas de empresa o periodistas de relaciones públicas, quienes se encuentran abocados a trabajar en formato periodístico los contenidos de instituciones, organizaciones, entre otras) sino también los formatos audiovisuales que son dispuestos en los sitios web, hacen que una persona que no presenció una charla, conferencia o evento público, tenga la posibilidad de verla en internet. La insistencia de “la llamada telefónica” como refuerzo o revalidación de un hecho que fue mencionado en otro medio o “dicho para otro medio”, es parte de una de las estrategias utilizadas a la hora de chequear la información que está dispuesta en internet.

4.9-La tentación de “copiar y pegar”

Los cambios en las rutinas de trabajo que aceleró el ingreso de internet en las redacciones son otro fenómeno por demás interesante que plantean un contexto relevante a la hora de analizar el uso de internet en las prácticas cotidianas. Son varios los periodistas que reconocen que existen cambios “para bien” y cambios “para mal”. La tentación de utilizar el “copio y pego” que nos brindan las nuevas herramientas parece estar a la orden del día. Este “cambio” es reconocido dentro del grupo de los cambios “para mal”.

⁹⁷ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 8.

⁹⁸ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 4.

Cambió para bien y para mal. La gente también ahora dice: “A ver si levanto por ahí”, y como también en internet no todo es bueno, es decir, si no sabés levantar, levantás cualquier porquería, hay problemas (Martínez, La República⁹⁹).

Incorporamos a Google, Yahoo como periodistas de la redacción. Fue un cambio fundamental. (...) Ahora hay muchos periodistas que están demasiado pegados a internet, al escritorio y en esta profesión hay algo fundamental y es estar en la calle. Es una regla, vos encontrás mayor rendimiento del periodista y él mismo logra atraer mayor información cuando está en la calle. Está bien que los tiempos se complican porque lleva muchas horas, pero el contacto directo con las personas no hay nada que te lo sustituya. Internet es una herramienta elemental para el trabajo del periodista pero no es la fuente de información, el que piense así está equivocado. Las personas son la fuente los que protagonizan los hechos. Internet es imprescindible, es un periodista más para complementar la información pero no encontrarla ahí. Tal vez la encontrás ahí pero el periodista tiene otra función (Giz, Últimas Noticias¹⁰⁰).

Giz introduce otro elemento interesante que se ha vuelto novedoso en estos tiempos: “el periodista sale poco a la calle”, “es un periodista de escritorio”. Esta nueva forma de realizar la jornada laboral en las redacciones sustituye el contacto de los periodistas con las fuentes, aquellos vínculos personales que se forjaban antaño con conversaciones de café y encuentros. También reduce las posibilidades de contacto con las fuentes y la acción de repregunta directa. Otra de las editoras consultas refuerza esta idea:

Ahora somos más concretos. Hay un problema porque todo lo que tiene ventajas plantea desventajas. Antes nadie se resistía a ir a algún lugar. Vos los mandabas con lluvia torrencial a pararse a una esquina porque por ahí iba a pasar fulano e iba. No era opcional. Los muchachos, dentro de lo posible, tienden a ‘Está en internet, porque alguien lo va a subir’. Dentro de poco nadie va a ir a las conferencias de prensa. Pero después, si no lo cuelgan te morías buscándolo o te quedás sin saber. Hay una tendencia mayor a no querer moverse, eso que estoy acá dentro sentado y eso hace que se pierda el valor fundamental con el intercambio directo con la fuente. Cuando yo conozco a alguien me va a decir las cosas si me ve la cara me va a contar más cosas que si lo llamo por teléfono. Eso se perdió, ese trabajo fino de estar, charlar, de tomar un café con uno y otro. A veces en internet también pasa que todos levantamos algo que está con errores. No hay derecho de autor, no existe, nadie te cita. A veces tiran un bolazo y todos levantan. Es difícil resistir la tentación, a mí me pasó varias veces (Frías, Últimas Noticias¹⁰¹).

“A veces en internet pasa que levantamos algo que está con errores” es una frase que ilumina la complejidad del “copio y pego”. No solo “resistir la tentación” es una nueva forma de problema que se le plantea al periodista, también lo es la validación de la información que “copia y pega” cuando internet es su fuente, ya que “dejarse llevar” por esa tentación será incurrir en una falta ética de la profesión.

⁹⁹ Ver Anexo I. Entrevista 7. Página 6.

¹⁰⁰ Ver Anexo I. Entrevista 9. Página 4 y 5.

¹⁰¹ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 6.

4.10-Un nuevo personaje: “el periodista orquesta”

Dos de los cinco diarios investigados (El Observador y El País) son los que han desarrollado estrategias concretas en cuanto a sus versiones *on line*. Ambos tienen redacciones separadas de la versión papel para realizar los contenidos de la web. Una de las periodistas más jóvenes consultadas al respecto, mostró su confusión en relación al vínculo entre la diferenciación de publicación de contenidos en la versión *on line* y en papel. Si bien este tema no es materia concreta de nuestro estudio, nos pareció relevante dejar constancia de una preocupación que manifiesta una periodista en relación al uso del contenido y de los distintos desafíos que abren las nuevas tecnologías al desarrollo de la profesión.

Yo suscribo a la idea de periodista integrado. No creo que tenga que haber una sección de papel y una sección de internet separadas. Yo creo que el periodista tiene que hacer las dos cosas. En realidad lo que yo veía es que en Internet, por ejemplo, yo sabía hacer las cosas, podía cargar mi noticia para el papel y cargar mi misma noticia para Internet, y yo no tengo el concepto de que Internet es menos. Al contrario, Internet tiene mucho más difusión, el papel vive y muere en el mismo día. Internet no. Es un archivo, es un archivo constante, y para mí es muy importante que mi artículo salga en Internet. (...) Acá están muy separados para mi gusto. A veces me asusta un poco, hago un artículo en papel y sale impecable en papel y después en Internet no sale, o sale el texto pero no sale la infografía que era central para el texto. Igual en este diario, no sé, es particular porque tiene como una edición impresa que hay que pagar, y después tienen algunos contenidos... Eso a mí me confunde. Porque no sé hasta cuánto quieren ellos poner y cuánto no. (...) Existe un perfil del periodista orquesta. Se habla de que el periodista tiene que hacer cada vez más cosas. No me parece mal pero por otro lado, por lo menos el periodismo que me gusta hacer a mí, me gusta poder tener periodismo más abierto, más libre para escribir. Pero también está bien, yo no tengo problema en filmar o sacar fotos, pero tampoco soy una súper entendida en sacar fotos. Creo que si los periodistas van a sacar fotos tendrían que capacitar más a los periodistas en esas áreas (Muslera, El Observador¹⁰²).

Así como Ramonet introduce las especialidades híbridas, la periodista entrevistada aporta un nuevo perfil dentro de la profesión, que echa raíces desde el momento en que los portales de noticias asociados al diario papel han visto la luz: “el periodista orquesta”. Se trata de un periodista que está encargado de las más diversas tareas que nutren de insumos a un portal: toma fotografías, realiza grabaciones de audio y video, escribe y edita su nota. De esta manera, y en términos de organización del trabajo, la empresa prescinde de los servicios de: un fotógrafo profesional, un camarógrafo, un productor y un editor. Formalmente, no existe en Uruguay una categoría de “periodista de internet” que contemple salarialmente esta sumatoria de actividades. Es un tema pendiente a nivel sindical. Así lo manifestó el presidente de APU en la entrevista que realizamos para este trabajo:

Porque hasta hoy en día, cada vez que discutimos las condiciones de trabajo y todo lo que tiene que ver con el sector prensa, la parte que tiene que ver con internet es como una subsidiaria. Se utiliza el mismo nombre de grupo como si fuera un subgrupo. De hecho, en el tema de laudos salariales, sobre internet o trabajadores en temas web se han creado muy pocas categorías. Está editor de diseño web y nada más. Como trabajadores no nos

¹⁰²Ver Anexo I. Entrevista 4. Página 8.

hemos puesto a analizar en profundidad el tema. Hay gente que cree que básicamente se trata de la misma categoría en los dos medios. No cambia en un soporte u otro. Puede ser que se nos esté pasando algo de la parte técnica, pero aún no se nos han quejado, de soporte web. Para nosotros internet está siendo una especie de cosa nueva y estamos viendo cómo lo vamos a encarar (Lema, APU¹⁰³).

4.11- Uso de internet como fuente

Es interés de este trabajo dar cuenta de que, la red, internet y su uso, proporciona a los periodistas un nuevo recurso, un inmenso e “interminable elenco de fuentes” de diversos tipos que, de hecho, no tienen más límite que aquellos que le asignemos.

Para los periodistas, este fenómeno puede entenderse de dos maneras: por un lado, potencia al máximo sus recursos informativos; por otro lado, les plantea problemas importantes: ¿Cuántas fuentes consultar? ¿Cómo evaluar la credibilidad de cada una de ellas? ¿Qué credibilidad asignar a las menos conocidas o, más difícil aún, las recién descubiertas? (...) En la red, el periodista de largas travesías no puede evaluar todas las fuentes consultadas echando mano a criterios tan rigurosos como los que aplica –o debería aplicar- a las fuentes tradicionales. La multiplicación de las fuentes –sin límites, si utiliza los enlaces externos que muchas de ellas ofrecen remitiendo a otras, que a su vez remiten a otras... -multiplica sus incertidumbres por falta de conocimiento o por conocimiento insuficiente de ellas, tanto más cuando más distantes (geográfica y culturalmente) se encuentren (Borrat, 2006: 274).

Este nuevo contexto de trabajo, plantea nuevas exigencias al periodista. La tentación de echar mano a cualquier información más o menos veraz será de la partida. Es allí cuando los dispositivos adquiridos a través de los años en la profesión se accionan –o deberían accionar- en nombre de la veracidad de las versiones que brinda el medio sobre los acontecimientos.

Si trabajar en continua interacción con las fuentes es práctica profesional básica en todo periodista dedicado a la información, recorrer itinerarios por la red le obliga a satisfacer ciertas exigencias nuevas. El periodista tiene que saber navegar por la red y hacer el uso debido de los formidables recursos que aportan los buscadores, la interactividad, la hipertextualidad, la actualización de la información, la personalización de los contenidos, el multimedia. Al mismo tiempo, necesita crearse reflejos rápidos para saber detenerse en el momento oportuno, para no quedar desbordado por oleadas de fuentes y datos que no tendría tiempo de procesar. Y - cuestión clave- necesita ensamblar con coherencia y fluidez sus itinerarios por la red con sus habituales comportamientos con las fuentes tradicionales (Op. Cit: 274).

Relevar qué tipo de fuentes usan en internet los periodistas supuso consultar sobre ciertos procedimientos que realizan en su práctica cotidiana, cuya reflexión muchas veces carece de lugar para concretarse. No porque ellos no lo dispongan sino porque la cotidianidad y la reproducción de una misma forma de accionar ciertos mecanismos que han sido naturalizados, rara vez nos brinda la posibilidad de “vernos viendo” esos elementos y acciones.

Consultados por los criterios de selección, los periodistas recorren sus itinerarios con la intención de realizar un ejercicio de “metacomunicación”.

Los sitios por su temática, básicamente. Si tienen que ver con el área social son útiles. Pueden ser de gobierno o pueden ser informativos o pueden ser de organizaciones. No son lo más completo los de organizaciones. Esporádicamente podés conseguir algo. Digo

¹⁰³ Entrevista informantes calificados. Página 4.

“organizaciones” o también me refiero a sindicatos, grupos, publicaciones específicas de una temática que uno ya sabe que están ahí a la vuelta. En general, la información en esos sitios si es interesante y puede producir notas interesantes, no es frecuente. En cambio, en los sitios informativos la información es permanente, se consulta por las dudas, aunque las posibilidades de que obtengas una primicia es esporádica. Es más que nada por un tema de agenda que van a tener todo el resto de los medios. Y en cuanto a los funcionarios o los jefes, tiene que ver con la temática. Uno ya sabe cuáles son los referentes en determinadas áreas, después puede pasar de haber hasta dos o tres referentes en una misma temática y uno opte por uno y no por los otros dos o tres porque tiene más confianza con ese, porque lo conoce más, lo que no significa que no llames a otro porque no tenés tanta confianza como para mandarle un correo y decirle: “Pasáme tal cosa (Ausserbauer, La República¹⁰⁴).

La periodista entrevistada introduce una diferencia entre uso de Internet como fuente y fuentes personales. El uso de sitios de referencia de organizaciones, a los que llamaremos por compresión y comodidad “institucionales u organizacionales” son los que aparecen como no actualizados con frecuencia. Es por ello que destaca que los “sitios informativos” son aquellos “sitios oficiales” de los medios de comunicación (legitimados como versiones legítimas de la empresa) cuyo contenido se actualiza constantemente en internet.

Para algunos periodistas, internet se utiliza como base de datos. El buscador de Google es el más extendido en el uso. Allí se buscan libros en formato digital sobre temas relativos a una nota que el periodista está elaborando, artículos de notas anteriores sobre el tema a tratar, fotografías para ser publicadas, entre otros.

Siempre hay algo para buscar. Primero, las fotos ni que hablar. Las fotos que están libres, ¿no? Que no tienen copyright. Hay que buscar, y eso me gusta, me gusta todo el tema de imagen también, y nosotros no tenemos editor de fotografía, o sea que de algún modo a la parte que editamos los textos, toda la parte de imagen, lo que sale lo elegimos nosotros, por eso a veces sale tan mal, ¿viste? Pero bueno, tratamos de hacerlo bien. Internet, no se puede decir nada que no haya dicho alguien. Es una herramienta genial y además se ha desarrollado, porque te acordás que antes entrabas en un sitio y tenías que saber navegar porque si no era un lío y ahora con Google vos ponés tal cosa y... Se puede discutir, “se puede discutir” no, “hay que discutir” el orden. Es decir, no te vas a quedar con la primera página que se abre, porque tenés que saber que esa es la que tiene más entradas pero no es la mejor. Entonces, bueno, hay que también tener una agenda de páginas a ver. Pero en la medida que juntás cuatro o cinco fuentes, y las cruzás, vas chequeando datos. Es fundamental (Cipriani, El País¹⁰⁵).

¿Pero sabés cómo la discuto? Ah, busco a todos los amigos de internet por ahí para discutirle (RMC, La diaria¹⁰⁶).

“Hay que discutir el orden” o “busco a todos los amigos para discutirle”, significa una nueva postura ante lo que Google remite como resultado de búsqueda. Esta inquietud aparece en tres de los seis periodistas con más trayectoria que fueron entrevistados para este trabajo.

¹⁰⁴ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 6.

¹⁰⁵ Ver Anexo I. Entrevista 6. Página 9.

¹⁰⁶ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 9.

Esta inquietud deja al descubierto una preocupación anterior a la búsqueda de información y es el cuestionamiento a la herramienta. Ese resultado será cuestionado con los conocimientos que el periodista posea sobre los datos que busca. Es aquí cuando la formación del profesional en distintas materias se convierte en un elemento fundamental para el desarrollo de búsqueda y contrastación de información. Cabe destacar que estas reflexiones se dieron en las entrevistas remitidas a los periodistas considerados “preinternet” y no en aquellos considerados nativos.

Otro periodista describe su proceso de producción en el mismo sentido:

Ahora estaba escribiendo una nota y no me acordaba la fecha en que había sucedido un hecho, fui a internet y lo busqué. A ver, pero tengo idea. Si internet me dice que fue en el 2002 y yo más o menos me acuerdo que fue en el 90... Internet no es distinto a lo otro, no es distinto a cualquier manejo de fuentes, el mismo manejo que hacés con las demás fuentes, lo hacés con internet. Y si viene un tipo acá a la puerta y te da información, ¿la publicás? No. Es igual. O sea, no cambió nada de eso, el criterio es el mismo. Hay más información disponible, los riesgos son más grandes, pero las posibilidades también son más grandes. Ahora tengo contacto con tipos que tienen tareas importantes en el exterior, que antes era un drama. Ahora les mando un mail, me mandan fotos; mejoró todo eso, pero lo demás es igual (Pereyra, El Observador¹⁰⁷).

Para otros periodistas, la utilización de grandes medios como fuente le asegura la legitimidad en la información.

Lo que importa es que vos cites la fuente, de dónde sale. ¿El Ministerio de Salud Pública? ¿Una fuente del Ministerio de Salud Pública? ¿Cómo te la dijo? ¿Por mail? Porque vos le mandaste una pregunta y el tipo te dijo: ‘Te paso este dato pero no me nombres’. ¿O lo sacaste de la web? ¿O te lo dijo el ministro en un pasillo? Vos lo que citás es la fuente (...) Yo, en general, me guío por las agencias de noticias porque tienen un tipo en cada capital, y los grandes medios (...) Sí, sí, claro, El País de Madrid, Clarín. Tiene mucho dinero y venden noticias y su negocio no es pasar cosas malas. Tratan de ser los mejores porque ellos venden. Su negocio es vender. Vender información, tiene que ser la mejor, la mejor escrita, la más completa. Entonces buscás las grandes cadenas, CNN, TV Española, Folha de San Pablo en Brasil (Martínez, La República¹⁰⁸).

Internet utilizo... Entro a medios. No utilizo internet, no entro a cualquier blog y de ahí saco... No, no. Yo, por ejemplo, entro mucho a The New York Times, The Economist, The Guardian, a El País de Uruguay, ABC, El Mundo, y generalmente esas son fuentes que cito. No utilizo como fuente cualquier blog. Siempre voy a la fuente original, porque claro, una noticia se replica mil veces. Una noticia de The New York Times puede estar replicada muchas veces (Muslera, El Observador¹⁰⁹).

Ante la aparición de insumos tomados de internet, algunos medios (como La República) han advertido a su personal sobre la cita de las informaciones tomadas de sitios:

¹⁰⁷ Entrevista 8. Página 8.

¹⁰⁸ Entrevista 7. Página 7 y 8.

¹⁰⁹ Entrevista 4. Página 6.

El nuevo secretario de redacción, entre las primeras que hizo fue colgar de las paredes: 'Citar fuentes, incluyendo portales de internet o programas de radio o televisión'. Yo tengo como práctica citar siempre. Esto no es muy bien visto muchas veces porque el hecho de que vos puedas levantar de un sitio de internet y después no tengas la capacidad -porque no te atienden el teléfono, porque no pudiste corroborarlo, lo que sea- de ampliar esta información, quedarte con eso, que muchas veces, además, lo que publica el sitio de internet es lo que ellos levantaron de la tele, del informativo del mediodía, o de lo que sea, es como una cadena, ¿no? (...) Si vos no pudiste ampliarlo o lo descubriste a último momento y no te dio el tiempo para ampliar, como te digo, porque nadie te atiende el teléfono, pero vos lo viste en la tele, ponéle, o te pasan el video abajo, el link, y está ahí, indudablemente eso pasó, yo tengo la práctica de citarlo. Y ahora me parece que en el diario, después de que asumió esta directiva, se está empezando a citar. De hecho, en los últimos días han salido notas en las que dice: 'Fuente Wikipedia' (Ausserbauer, La República¹¹⁰).

Un elemento que emerge dentro de las prácticas se relaciona con aquello que "no está bien visto". Entre estas acciones se encuentra: citar a un medio, por una parte, y citar al medio sin haber ampliado la información que se cita.

En cuanto al criterio de citas, otra de las periodistas entrevistadas tomó el tema y explicitó cómo se manejaba en su desarrollo profesional cotidiano en relación a la utilización de medios de comunicación del exterior. Este tema aparece extendido en las respuestas que brindan los periodistas consultados que trabajan en el área Internacional de los diarios ya que son los que toman insumos de internet con mayor asiduidad que el resto de sus colegas.

No cito textualmente a un medio que no citó a nadie, no lo voy a citar, porque nunca lo voy a usar como única fuente, y lo voy a reescribir con mis palabras y con lo que yo entendí. Mi trabajo no es copiar a los demás medios (González, La diaria¹¹¹).

Utilizar portales en internet, tales como agencias, medios extranjeros, requiere, de acuerdo a esta periodista, de una elaboración previa, de un rediseño de esa información a través del ejercicio de comprensión sobre el tema a tratar. De allí que necesite explicitar que su trabajo no será "copiar" a los demás medios sino elaborar un discurso con ese insumo.

Destacaremos que, solo uno de los diez periodistas entrevistados no reconoce en su discurso a internet como fuente.

Yo creo que no (*es una fuente*). Lo que está pasando ahora con internet en materia informativa, con todas las herramientas que hay, existe una catarata de información de cosas que van pasando, que antes te enterabas. Hoy reservar información es bastante más difícil. Por eso es la apuesta de los diarios a darle más profundidad y redactar mejor la noticia, porque lo que es la noticia por sí se conoce más rápido que antes. Yo me imagino a un periodista en 1900, con una guerra en Turquía, que los tipos escribían y mandaban lo que hacían. Esos tipos no podían imaginar lo que pasa hoy. Hoy muchas cosas que hay que

¹¹⁰Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 8.

¹¹¹Ver Anexo I. Entrevista 2. Página 8.

filtrar, hay muchos datos, lo que más me sirve es ir a bancos de datos en relación a las noticias que se dieron en determinado tema (Giz, Últimas Noticias¹¹²).

En cuanto al uso de correo electrónico, se relevó que todos los periodistas consultados lo utilizan. La mayoría de ellos cuenta con por lo menos dos casillas: una personal y otra institucional (es usual que el diario para el que trabajan les cree una casilla institucional con su nombre y apellido). El chequeo del mismo es diario y desde allí reciben boletines informativos, comunicados de prensa, documentos, comentarios de lectores en relación a sus notas, entre otros. El correo electrónico es una de las tecnologías que más claramente ha desplazado casi por completo el uso del fax en las redacciones de diarios.

Estás pendiente de internet desde el momento en que el correo electrónico lo tenés que tener abierto todo el día porque puede surgir una conferencia que salga de apuro, cualquier tema que te lo vas a comer si no tenés internet. Ya lo del fax no corre como antes. Cuando yo entré era mucho mandarse fax, que se pierden en una redacción tan grande (Ausserbauer, La República¹¹³).

¹¹² Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 4.

¹¹³ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 8.

Tabla 3 - Uso de sitios en internet como fuente

Tipos de la fuente en internet (sitios)	Caracterización de los periodistas	Criterio de uso
Organizaciones sociales / gubernamentales/ sindicatos / grupos sociales / Partidos Políticos	No muy actualizados en información / No surge nueva información con frecuencia / Sitios interesantes (1,3,4,7 ¹¹⁴)	Esporádico y en relación a cierta temática específica que deba tratar. Ej: organismos internacionales, organizaciones que llevan una causa, etc.
Organizaciones gubernamentales, Presidencia y Partidos Políticos	Se actualizan constantemente (1,3,7)	Se toman comunicados de prensa, avisos de campañas específicas para seguimiento de temas, etc.
Sitios informativos nacionales (portales)	Se actualizan constantemente (1, 3, 4, 7, 9)	Uso diario y constante. Se usa para no perder temas de agenda. No se toman primicias. Ej: Montevideo com, Observador, El País, Espectador, Subrayado, etc.
Sitios informativos internacionales (agencias y portales)	Se actualizan constantemente. Son confiables. (2, 4, 7)	Permite saber qué va a cubrir la prensa internacional. Tomar idea de notas para hacerlas nacionales. Ej: EFE, AFP, TELAM, New York Times, El País, The Guardian, The Economist, Clarín, La Nación, CNN, BBC, etc.
Motor de búsqueda	Google (2, 5,6, 7)	-Se utiliza para localizar información específica. -Google Noticias: se utiliza para histórico de producciones periodísticas sobre determinado tema. -Profundizar información con textos -Localizar documentos bibliográficos pasados a formato digital. Ej: libros que no se editan más, etc.
Correo electrónico	Casillas personales y profesionales (casi siempre de los medios) (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10)	-Chequeo diario de información: comunicados de prensa, mails (de fuentes y lectores), boletines electrónicos, documentos, entre otros.

4.11-Uso de Redes Sociales: la novedad

Las dos redes sociales que de mayor penetración en Uruguay son: Facebook y Twitter. Llegaron no hace mucho tiempo (menos de cinco años, en los dos casos), y se han puesto “de moda” a ritmos diferentes. Primero, Facebook y más tarde, con mayor impulso, Twitter. Ambas han

¹¹⁴ Identificación de periodistas que mencionan el uso a través de los números de las entrevistas.

sido de referencia en las producciones periodísticas de la actualidad. Desde hace ya varios años no sorprende que una nota periodística en un diario explicite: “Según dijo en su Twitter...”. De acuerdo a los testimonios de los entrevistados para este trabajo, el momento en que mayor penetración alcanzó esta nueva forma de citar en el país se vinculó con la campaña política electoral de 2009. Hoy en día, ya casi no existe portal en internet de noticias que no disponga de un espacio de reproducción de los tweets más actuales de las figuras políticas más relevantes del país. Por eso es que se intentó abordar el uso de redes sociales como fuente de información en forma separada, con el objetivo no sólo de reconocer un aspecto novedoso en la producción periodística actual sino un suceso relevante de comprensión de un nuevo medio y forma de producción sin precedentes.

En cuanto a la tenencia y uso del medio, se indagó quiénes y cómo utilizan las herramientas que brindan las redes sociales. Sólo dos de los diez entrevistados dijeron no tener cuenta de Twitter. El resto la utiliza para trabajar. En cuanto a perfil personal de Facebook, sólo uno de los entrevistados dijo no tener cuenta habilitada. El resto de los periodistas la utiliza en forma diferenciada. Se observa que la tenencia de cuentas de Twitter y Facebook aparece bastante extendida entre la población observada.

Algunos de los periodistas reconocen haberse creado cuentas exclusivamente para “seguir” a políticos o medios de comunicación. Cabe aclarar que entenderemos por “seguir” aquella situación que se configura cuando el dueño de la cuenta no emite, no participa como emisor, sino que se convierte en espectador o receptor de los mensajes que hacen público otras personas. Este es el caso de Twitter, red social que se consulta diariamente en forma casi constante.

4.11.2 Twitter: ¿Cómo y para qué?

El abordaje del tema requerirá que diferenciamos primero algunas particularidades del uso de Twitter entre los periodistas que se encuentran más o menos extendidas. De esta observación concluiremos que Twitter se utiliza por lo menos de tres formas diferentes:

- 1) Como índice informativo
- 2) Como medio de difusión
- 3) Como fuente de información

El resultado de las consultas indica que está más extendido el uso de Twitter como índice informativo (seis en 10) y fuente de información (cinco en 10) que como medio de difusión (tres de 10).

Me hice una cuenta de Twitter solo para poder seguir a todos esos políticos twittearinos, que yo no twitteo nada pero solo estoy ahí chusmeando lo que dicen y publican (...) Alguna cosa saco. Pero muchas veces, para lo que me sirve sobre todo, veo que algún diario cita el Twitter de Fulano, y voy a ir al Twitter de Fulano a ver, y capaz que me permite ver si hay alguna novedad desde que dijo esa cosa que se citó y todo ese tipo de cosas. El Twitter no es algo que abro todos los días para ver qué pasa, es un extra, ponele.

Depende la personalidad, hay gente que sabés que twitteo mucho, entonces te metés. Si vas a hablar de Hugo Chávez, te metés (González, la diaria¹¹⁵).

1. Índice informativo

Consultados por la forma en que utilizan el Twitter, casi la mitad de los periodistas revelaron no difundir casi nada de información a través de esa red. Lo utilizan como índice informativo diario, seis de los diez entrevistados. Este uso requiere un seguimiento constante de la red y un chequeo permanente de las publicaciones. Algunos de los entrevistados resaltan el carácter centralista, concreto y breve de las informaciones que brinda el Twitter. De esa manera, se forma un “esquema primario” de novedades del día que siguen simultáneamente con la consulta a otros medios: la radio en la mañana, lectura de medios on line, el informativo televisivo de primera hora. En la rutina periodística, Twitter parece sumarse como un insumo más que brinda información al instante.

Eso es una ventaja que te da el Twitter también, mañana, si me perdí de algo hoy... No me voy a meter en la computadora, pero me voy escuchando radio. Pero me refiero al ejercicio del Twitter (RMC, La diaria¹¹⁶).

Si bien el uso de las redes sociales en el ejercicio del periodismo parece estar bastante extendido, en uno de los diarios observados se dio una situación particular que no fue relevada en el resto de los diarios estudiados. En Últimas Noticias, por indicación de los dueños del diario, los periodistas no pueden utilizar redes sociales en la redacción. Solamente los editores de las secciones utilizan Facebook y Twitter mientras trabajan. Una de sus editoras explica la medida:

Salvo los editores el resto no puede acceder a Facebook. Discutible. Cuando esa decisión la tomaron los administrativos, nosotros peleamos para que eso no fuera así, para que todos tuvieran Facebook. Tampoco es tan importante, pero antes de Twitter, Facebook todo el mundo tenía y los políticos ponían cosas. Ahora pasó de moda, a nadie le importa Facebook pero en aquel momento, era importante y decidieron limitarlo porque tenemos un plantel de muchachos muy jóvenes y esto no es planteo de trabajo muy rígido. Todo el mundo, acá el secretario de redacción me embroma porque dice que tengo un sindicato de mates alrededor mío, porque son todas mujeres y toman mate y van y vienen y conversan. Facebook tiene eso de que se pasaban para acá y para allá porque se colgaban cosas en los muros y todos querían verlas, es verdad, se generaba un clima de fiesta y era poco lo que se usaba para trabajar, entonces se lo cortaron. Eso generó cierta dificultad al principio porque el editor tenía que controlar el Facebook de todos los políticos porque ellos no podían acceder, pero dejó de ser porque nadie lo usa, y el que cuelga en Facebook te avisa por Twitter (Frías, Últimas Noticias¹¹⁷).

El “boom” de Facebook parece haber mermado. Hoy la “actualidad al instante” se concentra en Twitter.

¹¹⁵ Ver Anexo I. Entrevista 2. Página 10.

¹¹⁶ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 9.

¹¹⁷ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 5.

El secretario de redacción, refuerza el concepto de uso restringido de las redes sociales dentro del diario:

Son elementos complementarios. Hay gente que twittea cualquier cosa y otros dan puntas de información. Hay algunos que dan como ganas de pegarle por lo que twitteen pero hay otros que dan puntas de información y vos preguntás: che, ¿qué pasó con esto? Los editores tienen la orden de tener un Twitter para saber qué está pasando. No para twittear sino para seguir lo que está pasando. En la campaña, los políticos estaban en Facebook y seguimos a los políticos. Ahora están en Twitter (Giz, Últimas Noticias¹¹⁸).

Si bien en otros diarios no aparece la restricción en forma explícita, algunos periodistas reconocen ciertas limitaciones de otro orden. Sus manifestaciones parecen ser cuando menos, implícitas. En el diario La República, una de sus periodistas destaca que utilizar redes sociales no “está bien visto” entre los cargos más altos.

No implica que el Twitter sea muy bien visto, me da la sensación. Pero me parece que tiene una connotación diferente, se liga más a la noticia y menos a la posibilidad de que andes mandando twitts... No tiene chat. Con el Twitter todo bien, con el Facebook no tanto (Ausserbauer, La República¹¹⁹).

2. Medio de difusión:

Cuando hacés tu ficha Twitter hay gente que se ve que ya estaba en eso que te recomienda, no sé cómo es y te ponen: ‘Tenés que seguir a Fulano, tal cosa’, y eso a vos te gusta y medio que te pone en la obligación de hacerte el interesante y poner alguna cosa. Pero básicamente creo que he puesto o alguna información que pueda estar muy escondida o he planteado cierta indignación con alguna cosa, o poca cosa más (RMC, la diaria¹²⁰).

No, políticos no sigo. No me interesa. Uso Twitter básicamente para dos cosas: divulgar mis notas, tanto de acá como de televisión y para sacarme alguna calentura matinal, cuando me caliento con alguien descargo allí; y para tener unas ciertas referencias informativas que me las entero más rápido allí que si me las pongo a buscar. Por ejemplo, un colega que sé que está en determinado tema o alguien te putea (Pereyra, El Observador¹²¹).

Esta necesidad de actualizar la información y la lógica propia del medio que propone 140 caracteres y velocidad en la información, activa ciertos mecanismos propuestos por cada diario a la hora de utilizar Twitter como medio de difusión:

Les tengo prohibido poner algo de nuestras noticias durante el tiempo de trabajo. Yo no twitteo nada del contenido del diario, porque eso te avisa. Aún cuando nadie más lo tenga. Si yo twitteo: ‘mañana entrevista con Tabaré Vázquez. Lea en Últimas Noticias’, los tengo en cinco minutos a todos parados en la casa de Vázquez tratando de saber qué es lo que yo tengo y ellos no tienen. Ayer fue un ejemplo claro y hoy es un ejemplo claro con los dichos de Tabaré Vázquez, porque lo que dijo sobre Bush y Estados Unidos con el

¹¹⁸ Ver Anexo I. Entrevista 9. Página 5.

¹¹⁹ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 8.

¹²⁰ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 6.

¹²¹ Ver Anexo I. Entrevista 8. Página 9.

problema entre Uruguay y Argentina lo tenía solo El Observador y Canal 4, y Canal 4 lo dio en el último informativo de la noche. Ningún diario llegaba y El Observador lo Twiteó y luego lo publicó entero. Es más, me sorprendió porque nosotros no lo teníamos, lo perdimos y entonces lo levantamos entero y citamos a El Observador porque lo sacamos de ahí y dije: 'hoy El Observador va a ser un destrozo porque va a publicar muchas cosas y tiene que haber publicado en la web lo mínimo'. Pero no, publicó todo. Salimos igual aún cuando nosotros no lo teníamos. Yo creo que es una buena herramienta para mirar lo que tienen otros pero no tenés que escribir porque escribas lo que escribas, perdés (Frías, Últimas Noticias¹²²).

3. Fuente de información

La mayoría de los periodistas declaró haber utilizado Twitter como fuente de información, no antes de aclarar que no la utilizan sola, sino que se apoyan en otros procedimientos que abalan la información que toman de la red. Esto sucede cuando se explicita cómo se cita en la práctica periodística el contenido tomado de la red.

También lo usás en el caso de que sin llamar, en el caso de que haya dicho algún comentario, crítica, por Twitter. Por ejemplo, Bordaberry siempre lo hace, entonces citás directamente el Twitter y ya está. Pero casi siempre se toma para una nota grande, si es una columnita no (Gil, El País¹²³).

No es válido para darlo solo, o sea para decir bueno, me das el Twitter para... es más, te enterás de todo. Hay legisladores que siguen una sesión de Cámara por Twitter. Te ponen: "ahora habla Fulano", te ponen textual lo que está pasando. Entonces no voy a cubrir eso por Twitter, mando un periodista y voy viendo quién está hablando, si se picó o no se picó. Entonces, hay veces que llamo a alguien y le digo: "Estate atento a esto que dijo fulano y llamá a mengano" (...) Sí, se levanta y se pone que publicó en Twitter. A veces no los llamás a todos porque todos opinan en Twitter entonces llamás a cinco o seis y a los demás los ponés desde su opinión en Twitter. Pongo: "por su parte, fulanito expresó en Twitter (Frías, Últimas Noticias¹²⁴).

Siempre chequear la información, la que hay que dar (Martínez, La República¹²⁵).

No es que todo lo que digan eso me lo creo o cosas por el estilo. Ahí me pongo medio chapado a la antigua. Veo que hay una bobada ahí y sigo de largo, o un medio que considero no fiable, sigo de largo (RMC, La diaria¹²⁶).

Sin embargo, una periodista reconoció que Twitter no es una fuente:

Twitter no es una fuente, es algo que te permite estar todo el tiempo actualizado. Es más, a veces se excede (Frías, Últimas Noticias¹²⁷).

¹²² Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 5 y 6.

¹²³ Ver Anexo I. Entrevista 3. Página 8.

¹²⁴ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 5.

¹²⁵ Ver Anexo I. Entrevista 7. Página 8.

¹²⁶ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 6.

¹²⁷ Ver Anexo I. Entrevista 10. Página 6.

Tabla 4 – Uso de redes sociales: Twitter

Red social	Modalidad de uso	Criterio de uso
Twitter	Uso profesional: sigue a organizaciones sociales, gubernamentales, medios, periodistas, políticos. (1, 4, 5, 7, 8, 9, 10)	Como fuente: chequea constantemente. Lo utiliza como índice informativo (1, 2, 3, 4, 5, 6) Toma información citando (1, 3, 7, 9, 10) Llama por teléfono para corroborar que lo dicho fue emitido. No escribe en él ni divulga información. (1, 2, 7, 9)
		Como medio de difusión: Difunde información y/o notas publicadas. (4, 5) Difunde pensamientos u opiniones (casi siempre quejas o enojos) (5, 8)
	Uso personal: sigue a amigos, medios, periodistas. (5, 6, 8)	Como medio de difusión: Comparte opiniones y trabajos periodísticos.

4.11.3 Restricciones

A las restricciones de uso interno que fueron acatadas por los periodistas en relación con sus superiores como en el caso de Últimas Noticias (por citarlo como emblemático), se suma la dificultad técnica y logística que surge en algunos medios como La República. Hablando del uso de Twitter, una periodista deja claro que cargar las redes supone tener buen acceso a banda ancha y muchas veces no consigue mantener el uso de las mismas por problemas de conexión.

(Twitter) sirve porque determinados sitios tenés la actualización de las noticias en el acto y no tenés que andar entrando una por una, lo cual ya es complejo con la computadora tan lenta. Entrar uno por uno, una bobada, pero hay sitios como el de El Observador, que son muy pesados que no puedo abrir con mi computadora. Ni lo intento porque me la tara. Pero el Twitter también es muy pesado, entonces me complica tenerlo abierto todo el día para poder verlo. Intento, pero para actualizarlo me tara el resto de los programas. Es todo un tema. La República no es un lugar amigable con los temas que tienen que ver con

internet (...) No podés atender eso como una fuente prioritaria porque no te da el tiempo (Ausserbauer, La República¹²⁸).

4.11.4 Facebook: los perfiles

La utilización de Facebook en las redacciones data de mayor antigüedad que la utilización de Twitter. Se relevaron ciertas particularidades en su modo de uso y de concepción de los periodistas. La mayoría de ellos tiene un perfil en Facebook; solo uno de los diez periodistas entrevistados contestó no tener cuenta propia ni estar interesado en tenerla. El resto la utiliza con mayor frecuencia bajo un criterio de uso personal y profesional al mismo tiempo (cuatro de diez), solamente personal (tres de diez), solamente profesional (dos de diez). Aquellos que la usan asiduamente como herramienta de trabajo la reconocen como fuente de información o como medio de difusión:

Antes mi rutina era abrir mi Gmail, después pasé a abrir el Facebook también, que tiene también muchas cosas que pueden aparecer así, y ahora me doy cuenta en la inmediatez de la planificación de mi gestión del día que ahí tengo muchas cosas, e inclusive como va avanzando ese proceso y la gente lo va manejando cada vez mejor (RMC, La diaria¹²⁹).

1. Facebook como fuente

El uso de Facebook como fuente no parece estar muy presente en la actualidad ya que fue desplazada por el Twitter en algunos aspectos. En pocos casos (solo en dos de diez) los periodistas contestaron utilizarlo para tomar insumos. Una de las periodistas consultadas explicó que a la editora con quién trabaja “no le interesa”.

Puede haber algo, algún comentario que sirva para tomar y preguntar y averiguar algo, pero nadie te va a pasar información importante por Facebook. Puede haber una opinión, una crítica, algo (Gil, El País¹³⁰).

Facebook esporádicamente, como red social, esporádicamente cuando tengo que buscar alguna organización que no la encuentro por otro medio, pero no tengo el Facebook abierto, podría decir que nunca (Ausserbauer, La República¹³¹).

“Facebook me sirve más cuando tengo amigos que, no sé, llega alguna noticia de algún lado, alguna cosa, digo “ah, mirá”. Todas esas cosas no le interesan a mi editora (González, La diaria¹³²).

2. Facebook como medio de difusión

De todos los entrevistados, solo una periodista admitió utilizar Facebook como modo de difundir sus notas periodísticas, sin embargo lo hace con sus “amigos” que son personas conocidas con las que tiene un vínculo personal. En este caso, la línea entre el uso personal y

¹²⁸ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 7.

¹²⁹ Ver Anexo I. Entrevista 5. Página 6.

¹³⁰ Ver Anexo I. Entrevista 3. Página 6.

¹³¹ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 10.

¹³² Ver Anexo I. Entrevista 2. Página 10.

profesional se encuentra difusa ya que difunde su trabajo a través de esa vía. Entenderemos que es un uso personal pero con fines de divulgación de su rol profesional.

El Facebook solo lo uso con mis amigos, con eso de que vivís fuera es una forma para mí de tener en mi vida a la gente que tenía lejos. Pero también los cuelgo a mis artículos siempre en Twitter o en Facebook (Muslera, El Observador¹³³).

3. Facebook para uso personal

Otro de los usos detectados en el resultado de entrevistas para este estudio da cuenta de que la mayoría de los periodistas utilizan Facebook como red social de uso personal, aunque solo en un caso se manifestó exclusivamente que no vinculaba su uso a su labor profesional.

La red social que yo tengo es mía. Tengo mis contactos a los cuales a cada uno personalmente le hago una pregunta sobre lo que me interesa tener mi información, o al revés, le envío la información (Cipriani, El País¹³⁴).

Tabla 5. Uso de redes sociales: Facebook

Red social	Modalidad de uso	Criterio de uso
Facebook	Uso profesional: “Amigos” conformados por: medios de comunicación, organizaciones sociales, gubernamentales y periodistas.	- Fuente: Utiliza con frecuencia como insumo para trabajo (5, 10) -No lo utiliza con asiduidad. (1, 2, 3) -Está mal visto su uso en la redacción porque contiene chat. (1)
	Uso profesional y personal	- Difusión: Comparte notas periodísticas de su autoría con amigos personales (4) -Fines personales y profesionales en el uso (1,5,2)
	Uso personal: Amigos personales, conocidos, colegas.	- Personal: Comparte fotos y comentarios con amigos y conocidos únicamente como parte de actividades de rato libre (2, 3, 4, 5, 6)

¹³³ Ver Anexo I. Entrevista 4. Página 8.

¹³⁴ Ver Anexo I. Entrevista 6. Página 10.

4.11.5 Restricciones

En algunos diarios las restricciones parecen más claras ante el uso de Facebook si se lo compara con el uso de Twitter. En tres de los cinco diarios estudiados fueron detectados, de acuerdo a las respuestas de los periodistas consultados, limitaciones de uso para el Facebook. Algunos sostiene que podrían ser por el uso del chat (incluido en la plataforma que se acciona y de carácter netamente privado), otros porque se trata de una red que se utiliza menos para trabajar, reconociendo que su uso más extendido es el personal, asignando al Twitter una intención más informativa.

Lo único que no podés, desde mi máquina, es chatear por Facebook (...) No sé, por qué, porque tengo compañeros que sí chatean. Algunas máquinas no están habilitadas. Pero no, no hay restricciones (Gil, El País¹³⁵).

No es un lugar donde tener Facebook abierto esté bien visto. Yo sé que hay medios donde lo tienen abierto permanentemente para conseguir noticias, lo que no implica que muchas veces en el medio la gente no chatee, eso ocurre permanentemente. Acá, si bien personalmente yo nunca chateé ni nada en el trabajo porque me disperso un montón y porque es un trabajo que requiere concentración y yo no trabajo tantas horas como otras personas, yo ya sé que, que te aparezca el Facebook así de lejos no va a estar bien visto porque la gente va a interpretar que lo estás usando con fines personales y no laborales (Ausserbauer, La República¹³⁶).

Con Facebook tenemos un par de máquinas habilitadas. También te vas para el otro lado, ¿no? El Facebook decidimos cortarlo. No hubo incidente. La parte técnica del diario nos pidió que no lo usemos (Giz, Últimas Noticias¹³⁷).

¹³⁵ Ver Anexo I. Entrevista 3. Página 8.

¹³⁶ Ver Anexo I. Entrevista 1. Página 8.

¹³⁷ Ver Anexo I. Entrevista 9. Página 5.

Capítulo 5. Reflexiones finales

“La complejidad es un desafío y no una solución”
Edgar Morin

No parece nada menor cuestionar el uso de internet como fuente en el periodismo gráfico contemporáneo. Primero porque el debate está abierto, es reciente y por tanto aún no se ha debatido lo suficiente al respecto de ciertos temas relacionados al uso de las nuevas herramientas adaptadas a la vida cotidiana y al periodismo. No solo porque el suceso implica una distancia que a veces es muy difícil de lograr en una profesión que requiere velocidad y actualidad constante sino porque el debate parece no encontrar espacios adentro de los ámbitos donde se ejerce la profesión.

Si bien la velocidad que plantean estas nuevas herramientas ha marcado una diferencia de sentidos y percepciones, la crítica aún no se ha imbuido dentro del ámbito periodístico cuando de prácticas cotidianas se trata. Los periodistas siempre estuvieron bajo el imperio del tiempo, antes (considerando como “antes” la etapa “preinternet”) cuando tenían horas de cierre (las imprentas tienen un tiempo de impresión que es indispensable e ineludible) y las rotativas de entrega también imponían un tiempo real que no puede ser otro que el de la duración del transporte en el espacio físico. Aún estas categorías imprimen al tiempo de llegada del diario en papel una impronta particular que no sucede con el resto de los medios de comunicación. Ese ser “físico” del diario es un ser en el tiempo real, lineal, marcado por el reloj, surgido de un proceso mecanicista.

Sin embargo, el uso de nuevas herramientas y nuevos conceptos en las rutinas de trabajo de los periodistas han teñido el desarrollo de las jornadas periodísticas en los diarios proponiendo un cambio de rutinas de movilidad y de traslado bien distintas a la era “preinternet”, según se relevó en los discursos de los periodistas para este trabajo.

Con el objetivo de dar paso a las conclusiones en forma sistemática y que brinden una idea cabal de las impresiones y análisis que han suscitado las cuestiones relevadas, hemos decidido separar las apreciaciones de acuerdo a las diversas temáticas.

5.1-El concepto de la profesión

¿Qué es el periodismo?, se le consultó a los periodistas con el objetivo que aquellos que ejercen la profesión tuvieran tiempo de reflexionar sobre su quehacer y sus perspectivas laborales. Todos reconocieron que el periodismo es “muy importante” para la formación de opinión sobre diversos temas, aquellos que los periodistas tratan. Para llegar a dar información sobre los tópicos relevantes, debe existir “un vínculo”, “un puente entre lo que sucede y la población”, cuando se toma en cuenta que lo que se publica es para “alguien”, tiene un lector o un destinatario. Apareció también la descripción de su función como la de “traductor de la realidad”. Algunas respuestas son más explícitas y anuncian la capacidad de influir que tiene el ejercicio del periodismo, de ostentar poder en esa acción de “traducción”. Es que la materia prima del periodismo, muchas veces, es información oculta, aquella que no está dada o dispuesta de manera simple para ser tomada. El procedimiento de buscar, conseguir y seleccionar la fuente para dar validez a esa información inicial requiere de procesos de trabajo

que implican procedimientos específicos y códigos éticos. Sin embargo, no parece haber consenso en si se trata de un “oficio”, “profesión” o una “disciplina”. Para elegir esta profesión se destaca que es similar a “un sacerdocio”, y que requiere de un desarrollo por vocación. Es que las jornadas extensas, las condiciones de trabajo y los laudos salariales deprimidos en prensa, hacen que no sea un trabajo considerado por su paga. Sin embargo, es reconocida por ellos mismos como una profesión con estatus, de quien depende “hacer visible” lo que aún no se conoce.

El objetivo de esta profesión es “contar historias” que se acerquen a la “verdad”. Muchos periodistas destacan la posibilidad de ejercer el periodismo desde la concepción hermenéutica, desde una arista muy próxima a la literatura sin confundirse con lo ficcional de esta última. La importancia de la aparición de un contexto en el contenido, una esencia que explique, desentrañe los marcos, las perspectivas desde donde se aborda el tema. Este aporte es reconocido como lo diferencial del periodismo en una era en que la circulación de la información es veloz, abundante y constante. Coincidiremos en que le toca al periodismo la contextualización, análisis y profundización de la información, el aporte desde lo oculto, aquello que no ha visto la luz y tiene, de alguna manera, una relevancia para un grupo social.

Si bien la información es cada vez más abundante, los periodistas acceden a diversas redes que proporcionan datos, aún así alguna información nunca llega a estar visible. Es allí donde el rol del periodismo se vuelve fundamental. Mucha información no indica profundidad ni calidad en la misma. Sostendremos que el mayor desafío se encuentra en estos puntos clave.

5.2-Las fuentes y el uso de internet

La discusión sobre las fuentes en periodismo es tan relevante como oportuna. En primera instancia configura uno de los elementos constitutivos y diferenciales de la actividad profesional. Los procesos de cambios requieren que los actores sociales se detengan a pensar una nueva situación que en el momento es vivida, en la mayoría de los casos naturalizada y recién más tarde, podría ser abordada con distancia y reflexión. Aquí coincidimos con Borrat cuando plantea que los periódicos son narradores en acción, y que esa acción es un proceso complejo que involucra no solo la mirada de los actores individuales sino un conjunto de actores que deciden, ordenan, obedecen y ejecutan. Estas acciones son producidas a distintos niveles dentro de un medio y corresponden, la mayoría de las veces, a actores distintos como periodistas-cronistas, editores, secretarios de redacción, dueños de medios, entre otros.

El uso de fuentes llega a ser tan relevante que se le dedica un apartado especial en diversas publicaciones. Entre ellas, Edo (2009) sostiene que el tema configura tal relevancia que la autorización para informar pero no para desvelar la fuente, se traduce luego en el secreto profesional, en el derecho de los periodistas a no revelar sus fuentes de información y a mantener en secreto notas personales, grabaciones de audio y material informativo de cualquier tipo, para garantizar la seguridad de las personas y la libertad (p: 123). No sólo es un derecho sino un deber ético de la profesión que garantiza el derecho a la información.

En el Capítulo I. 2, Antecedentes, periodismo y uso de internet, se dio cuenta de dos sucesos relevantes y emblemáticos para este trabajo: uno, es la sentencia de plagio por uso de internet

sin citar; segundo: uso de Facebook personal de una periodista donde vertió opiniones sobre el medio para el cual trabajó y le costó el puesto de trabajo. Estos dos sucesos nos brindan complejidades nuevas para pensar la profesión en la actualidad. No nos parece de menor relevancia replantearse estas nuevas prácticas. Lo interesante será transmitir a los periodistas nuevos que esto sucedió y que forma parte de las posibilidades y nuevos desafíos que plantea el uso de estas redes a la profesión.

En este trabajo se pudo constatar que algunos medios ya han tomado posición al respecto por parte de quienes deciden y ordenan, para utilizar la diferenciación que propone Borrat. Las mismas denotan un mandato que “baja” desde otros niveles de la pirámide de jerarquías de la empresa que constituye el medio. Específicamente en este estudio se relevaron situaciones de carácter explícito e implícito cuando se consultó por el uso de las redes sociales como fuente de información. Damos cuenta de ellas con la intención de destacar sus diferencias. En Últimas Noticias, los que ejecutan y obedecen (periodistas-cronistas) no están habilitados a tener cuenta de Facebook y Twitter a la hora de trabajar en el diario. En La República, la lentitud de las conexiones a internet y aquello que se considera en forma implícita como un uso “mal visto por las autoridades”, provoca que los periodistas se limiten en el usufructo de estas nuevas herramientas a la hora de contar con fuentes de información. El caso puntual observado en el diario El Observador, también trae un mensaje “ejemplarizante” para el resto de los periodistas. Parece no haber quedado claro el tema en el ámbito de trabajo que se fusiona necesariamente con el campo profesional, si es que tuvo incidencia directa en el despido de un periodista su uso de las redes sociales ya que el poder administrativo ejecutivo del diario tomó como contraproducentes las publicaciones personales de su empleado para el mismo. Sin embargo, no se llegó a fondo en el tema, esto quiere decir que no se conoce la “verdad” de lo sucedido ya que a nivel legal, el periodista no realizó descargos ni dejó planteada la situación en un ámbito formal. Sin embargo, el sindicato de periodistas lo tomó como insumo de discusión en una de las sesiones del directorio sin llegar a una conclusión unánime ni adoptar una posición de conocimiento público al respecto. Tampoco el sindicato colaboró en difundir este hecho. Sostendremos que dichos sucesos propician un velo de duda sobre algunas actitudes de quienes deciden y de quienes obedecen que no han sido discutidas aún en foros públicos. El caso concreto (entre un empleado y una empresa de medios) de carácter “privado” no permitió elevar la discusión en el ámbito profesional para propiciar un debate público al respecto. La forma en que fue planteado el tema en ocasión de este trabajo, nos permite sostener que hubo intención de dejar el caso en el ámbito laboral y no trascender esa barrera. Sin embargo, sostendremos que las actitudes empresariales deberían ser discutidas en los ámbitos representativos de los periodistas como trabajadores de medios con el particular énfasis que merecen. Creemos que este tipo de discusiones que no suelen darse en las redacciones son las que fortalecerían una nueva perspectiva de la práctica profesional.

Concluimos que internet es una herramienta de trabajo fundamental en las redacciones de los diarios. Sin embargo, dicha herramienta no siempre es puesta al servicio de los periodistas dota de calidad su práctica. La lentitud en las conexiones a internet en las redacciones, la falta de herramientas para seleccionar información pertinente y las políticas internas establecidas por los gerentes de los medios en tanto prohibiciones en uso de herramientas como las redes

sociales, son algunos de los aspectos más relevantes a la hora de analizar las dificultades que atraviesan los periodistas al enfrentarse al uso de internet como fuente.

De ser posible una solución para esta situación acotaremos que la exigencia de la disponibilidad de las nuevas herramientas como insumo de trabajo no podrá venir desde “afuera” del ámbito del periodismo. Corresponde a los propios trabajadores y profesionales exigir esas condiciones de trabajo mínimas, así como comunicar al sindicato de las situaciones relevadas para que medie y reclame las mismas desde una discusión previa donde se planteen fortalezas y relevancia del uso de estas nuevas herramientas en las producciones periodísticas de calidad. La falta de discusión sobre el tema en ámbitos ampliados provoca la sensación de vacío a la hora de poner en práctica nuevas condiciones laborales. Sin embargo, esa ausencia afirma una vez más la postura de poder de los decisores externos al ámbito profesional (dueños de medios, secretarios administrativos, entre otros).

Si bien en las hipótesis que se plantearon en este trabajo se sostuvo que la introducción de las nuevas tecnologías posibilitaban una mayor cantidad de fuentes de información, situación que sí fue constatada y confirmada por los entrevistados, no se podría afirmar que estas nuevas fuentes han desplazado de ciertos lugares centrales a otras que antes se utilizaban con prioridad. Lo que sí podemos inferir del resultado de nuestro trabajo es que algunas de las fuentes que antes se utilizaban en forma presencial (sobre todo cuando hablamos de las personales, profesionales) ahora se mediatizan por mail o por teléfono. De la investigación se desprende que los periodistas (con mayor frecuencia lo hacen los más de mayor experiencia) contrastan aquellos datos que toman de internet con algunas otras fuentes personales con las cuales han creado un vínculo de varios años.

5.3-El caso de Twitter

Otra de las particularidades relevadas en el estudio es la incorporación novedosa de Twitter como herramienta de uso cotidiano entre los periodistas consultados. Esta introducción hace que los periodistas integren una nueva forma de “enterarse” de lo que sucede y compartan información al instante con otros. Concluimos que existen por lo menos tres categorías de uso de esta nueva red: como fuente, como índice informativo y por último como medio de difusión (respetando el orden decreciente por menciones de uso).

La función de medio de difusión se encontró acotada a veces porque hay directivas de no adelantar contenido ya que se conoce que los seguidores y seguidos son en su mayoría medios de comunicación y periodistas. Explícitamente, el diario Últimas Noticias “prohíbe” a los periodistas adelantar contenido en la red con el objetivo de no difundir su “contenido del día después”. Twitter configura una herramienta novedosa que permite “mirar” lo que tienen otros pero no escribir, con la intención de no difundir. Esta lógica de uso no es compartida por el resto de los medios de comunicación relevados que tienen cuenta oficial en Twitter y que la utilizan para difundir sus contenidos. Si esto no ocurriera, la red perdería su potencial de difusión y en tanto, de fuente.

Por su condicionamiento a los 140 caracteres que la herramienta permite, Twitter se coloca en primer lugar de uso como índice informativo. Las informaciones que allí se suceden son usadas

por los periodistas como un temario del día, un “esquema primario” de novedades que siguen simultáneamente con la consulta a otros medios como la radio en la mañana, lectura de medios on line o el informativo televisivo de primera hora. En la rutina periodística, Twitter parece sumarse como un insumo más que brinda información al instante.

“Facebook y Twitter van sustituyendo la pregunta, la repregunta, el contacto, el malestar. Pero por otro lado las nuevas tecnologías te dan posibilidades”, contestó el secretario de redacción de la diaria, Federico Gyurcovits, anteriormente citado. Esta observación se vuelve relevante cuando se constata que los periodistas “salen menos a la calle” y utilizan internet como fuente. Este nuevo insumo permite disponer de otro tiempo para crear la nota y sustituye encuentros cara a cara. Sin embargo, no podemos constatar que sustituya a otras fuentes concretamente porque se ha relevado en este trabajo que la información que es tomada de allí, en la mayoría de los casos, es contrastada con otra fuente, como las personales.

Por otra parte, la forma de uso y de aplicación del Twitter descrita por los periodistas, nos permite concluir que el índice informativo que los consultados toman para su producción es construido o bien por otros periodistas o bien por otros medios de comunicación. Este dato nos arroja otro aspecto relevante: los periodistas toman como fuente a sus colegas que difunden contenidos y utilizan su propia construcción de realidad. La mayoría de los periodistas consultados que tiene Twitter declaró “seguir” colegas y medios en mayor medida, generando una mirada atenta y reproductora de sus propias producciones. Este dato es reconocido por algunos periodistas que declararon no utilizar Twitter para difundir o comentar algún detalle sobre su trabajo periodístico para el diario.

En cuanto a cuentas de Twitter, algunos periodistas reconocieron *off the record* tener algunas con otros nombres (nombres inventados que ocultan su identidad) para seguir a otros y poner algunas opiniones como personajes que no podrían en sus perfiles. Esta actitud corresponde con el alerta de los periodistas ante el uso de perfiles en internet que revelen su identidad y en tanto, provoque algún tipo de problema al usarlo cuando promueven opiniones.

Cabe destacar que en el desarrollo de la investigación se decidió incorporar la observación mediante el seguimiento de los periodistas entrevistados en Twitter, con el objetivo de comprender qué mensajes vehiculizan y de qué forma se expresan en ellos. Asimismo, se pudo observar a quiénes siguen en el Twitter. Este elemento coincide con el resultado del discurso de las entrevistas de los periodistas observados.

Si se tiene en cuenta un análisis en base al contenido de los diarios en formato papel, con el advenimiento de las nuevas tecnologías, se reconoce que han posibilitado un acceso más directo a cierta información (bibliotecas virtuales, medios del extranjero, etc.) acortando la brecha de acceso que antes podía significar un traslado hasta otro lugar, una abundancia de información diversa, antes distante y la búsqueda de información antes no procesada en un solo medio, se producen cambios cualitativos relevantes, no sin antes advertir nuevas complejidades entre ellos. Sin embargo, al momento de dar cuenta de los procesos de producción del diario como producto final material impreso, la nueva tecnología no implicó grandes avances. Tal vez acortar jornadas de trabajo en rotativas y una mejor distribución de

los mismos pero sin avanzar en cambios sustantivos. Los diarios nacionales se imprimen todos en Montevideo y muchos de ellos comparten los servicios de la imprenta.

Proponemos como insumo interesante la existencia de algún trabajo exhaustivo de análisis de discurso en el uso de las nuevas herramientas concebidas como redes sociales a través de los productos periodísticos como forma final del proceso de trabajo de los periodistas, el cual podría dar cuenta si al momento de citar Twitter o Facebook la “noticia” es lo que dice allí o que allí dice tal cuestión.

5.4-Cruzar fuentes: un trabajo que no resulta fácil

Los periodistas consultados para este estudio dieron cuenta que “cruzar” fuentes no resulta una tarea fácil debido a diversos aspectos. Entre ellos, muchas veces las fuentes son partes interesadas plenamente en que esa información no se difunda y por tanto, el acceso se vuelve muy parcial. La mayoría de los periodistas de la era “preinternet” han destacado que discuten los resultados de sus búsquedas en internet. No ya desde el propio uso de internet sino más bien con un bagaje cultural que se adquiere con la acumulación de experiencia y con cierto rigor profesional a la hora de procesar la información.

Si tenemos en cuenta los datos brindados por las entrevistas realizadas a los periodistas más jóvenes (los nativos), se constata una legitimación casi tácita de los medios que utilizan en internet por imagen o efecto simbólico de credibilidad del medio que usan. Esto sucede, sobretodo, con los medios extranjeros. Muchos de los periodistas anotaron el uso de grandes cadenas de información internacional como fuente para sus trabajos periodísticos. En esos casos, el uso de diversos enfoques es lo que legitima la información de la fuente. Solo por comentar un ejemplo: en el caso de cobertura de temas de Argentina, una periodista de la sección Internacional, comentó que cruzar los datos e informaciones que brinda TELAM (agencia oficialista de noticias) y por otro lado, las versiones de Clarín, La Nación y Página 12, podrían brindar un panorama más o menos completo de información para luego sintetizar las versiones en su producción.

Se registró en los periodistas más jóvenes (considerados nativos) una actitud de menor “desconfianza en las fuentes”, al decir de Gomis, que lo declarado por los periodistas “preinternet”. La experiencia dentro del ámbito de la profesión, el conocimiento de las fuentes personales a través de la trayectoria y la convivencia, la acumulación de información, parece propiciar una actitud que intenta refutar los conceptos vertidos por las mismas antes de tomarlos como veraces.

Cierto es que los grandes medios internacionales han sufrido rupturas o erosionaron su credibilidad por haber publicado información falsa o no veraz en sus medios. Es el caso que menciona Ramonet (2011) en su último libro sobre lo ocurrido con las crónicas de Jayson Blair, un periodista “estrella” que falsificaba hechos, plagiaba artículos de Internet y que inventó decenas de historias, en el New York Times. Este caso dejó como saldo: dos editores echados y la creación del puesto de defensor del lector, “ombudman” (p: 57). En tanto, la credibilidad construida por un medio puede verse dañada para siempre o por un período, en un momento.

Hemos mencionado en este trabajo que en Uruguay solo existe un diario que sostiene la figura de “ombudsman”: La diaria. El cargo es rentado y fue sometido a voto público de los suscriptores del diario para su elección. El objetivo será servir de “puente” entre los lectores y los productores de noticias.

5.5-Cambio en las rutinas de trabajo

Al momento de realizar este informe final, se suma un dato relevante de contexto si se tiene en cuenta que los diarios son empresas y que los periodistas son trabajadores. Uno de los diarios relevados, La República, declara estar atravesando una crisis estructural. No sólo adeuda salarios, aguinaldos y otras obligaciones contractuales que asume una empresa con empleados sino que desde hace cinco meses ha despedido a parte de su plantel de editores y subeditores alegando fragilidad económica. Una de las periodistas entrevistadas para este trabajo fue despedida alegando la empresa “recorte presupuestal” en octubre, cuando el diario tampoco pagó los salarios a los empleados. El sindicato de periodistas reconoció que esta situación es un punto crítico del trabajo del profesional en nuestro país.

Algunas rutinas del pasado ya no son seguidas por ciertos periodistas. El transcurso del tiempo, las penetración de nuevas tecnologías (el celular, internet, las computadoras portátiles, entre otras) significaron un cambio relevante en las conductas diarias de aquellos que “hacen la noticia”. Tal es así que los cambios repercutieron no solo en los instrumentos de toma de datos sino también en las metodologías con las cuales se consigue la información. El oportunismo aquel de “encender la grabación con cassette” para dejar grabando cierto programa o evento en la radio, ya no es pertinente ni necesario a la hora de haber constatado que los portales cubren los eventos anunciados de agenda. No sólo disponen del material producido escrito en formato de nota informativa (aquí podemos citar las nuevas “especialidades híbridas” de Ramonet, en tanto: periodistas institucionales, periodistas de empresa o periodistas de relaciones públicas, quienes se encuentran abocados a trabajar en formato periodístico los contenidos) sino también los formatos audiovisuales que son dispuestos en los sitios web, hacen que una persona que no fue a una charla, conferencia o evento público, tenga la posibilidad de verla en internet.

Sin embargo, los periodistas reconocen que tomar de allí la información y solo de allí es una tarea que contraviene la ética profesional. No desconocen que esa información allí seleccionada y dispuesta ha pasado también por un previo tamiz y tiene una intencionalidad específica de ser consumida. La insistencia, entonces, de “la llamada telefónica” como refuerzo o validación de un hecho que, o bien ha mencionado otro medio, o ha sido descubierto por una red social, es parte de una de las estrategias utilizadas a la hora de chequear la información que está dispuesta en internet. Esa llamada telefónica permite o bien refutar o afirmar aquella información sin “voz” que fue relevada.

Este caso es emblemático ya que, ante las citas de datos de internet en los medios gráficos, algunos responsables de las redacciones han adoptado ciertas estrategias de divulgación de conductas nuevas (y a ser corregidas o advertidas) por los superiores. Un ejemplo ilustrativo es el que fue relatado por una periodista de La República, quien describió que con un cartel en la

redacción se dio cuenta al personal que la información “levantada” de internet debía ser traducida en la nota informativa con su fuente referencial.

5.5.1 Un nuevo perfil

Uno de los cambios en las rutinas y en desarrollo del periodismo se relaciona con diferenciar qué es el tratamiento de la información entretenimiento o de la información. Uno de los periodistas consultados comentó su disgusto por la confusión de transmitir infoentretenimiento y no información a través del periodismo. Esta nueva forma de presentación de la información que pretende divertir, hacer “pasar el rato” a los lectores, televidentes, radioescucha, usuarios de internet, va en detrimento de la “calidad de información” y procedimientos que realiza el periodismo de información. La distinción de estas dos formas de ejercer la profesión parece importante para no confundir sus procedimientos y resultados finales. Para ello, el periodista dijo que esa práctica se parece más al “parodismo” del periodismo, en tanto imitación, burla, copia satírica de “algo”. La parodia es la recreación de un hecho que emite una opinión empleando recursos irónicos.

Otro de los cambios suscitados en las rutinas periodísticas se debe al creciente número de nuevos periodistas que se dedican a producir contenidos para los sitios web de los diarios en formato papel. Aparece como novedad este tema en una de las entrevistas realizadas para este trabajo y creemos relevante rescatar este aspecto novedoso ya que consideramos que nos interpela a la hora de pensar en el desarrollo de la profesión en un futuro no muy lejano. Así como Ramonet destaca la generación de nuevas “especialidades híbridas” sostendremos que existe una nueva aparición dentro del ejercicio del periodismo: “el periodista orquesta”, catalogado así por una de las periodistas entrevistadas. Creemos que esta nueva categoría de periodista podría deberse, por lo menos, a cuatro nuevas situaciones en el ámbito de lo periodístico:

- 1) Fundamentos económicos de la empresa: le paga el salario a un solo periodista por hacer el trabajo que antes realizaban dos o más especialistas.
- 2) Fundamentos tecnológicos: las notas en la web son notas esporádicas y no requieren de una calidad de imagen desatada. Asimismo, los formatos digitales de noticias han incorporado las nuevas tecnologías y disponen en la web de video, audio y noticias escritas. Esas tres tareas están, en la mayoría de los casos, en manos de los periodistas.
- 3) Fundamentos laborales: el ámbito laboral para el periodismo está en crisis. No sólo porque los empresarios de los medios así lo indican (radios en crisis y cierre de emisoras comerciales, falta de pagos en diarios, televisoras en un escenario de digitalización de la señal que aún no se define por falta de reglamentación), sino porque cada vez más los egresados de las universidades de comunicación y escuelas de periodismo arrojan al mercado de trabajo nuevos periodistas que desean conseguir un empleo. Para muchos de los nuevos periodistas el nuevo lugar que ocupan en un medio de comunicación les brinda la experiencia necesaria para continuar su carrera en otros medios. Los lugares son limitados y los egresados son cada vez más.

- 4) Fundamentos éticos: la formación en ética en el periodismo se relega a la “experiencia laboral”, lo que desplaza a la academia o a los institutos la enseñanza o transmisión. Este es un aspecto relevante que debería ser discutido en foros más amplios si se considera relevante el sinceramiento de los profesionales con su rol y su público.

Teniendo en cuenta esta situación coyuntural y de contexto, sostendremos que realizar distintas tareas a la vez no permitirá que el periodista desarrolle algunas habilidades necesarias para el desarrollo de su profesión ni adquiera profundidad en los temas que trata. A la sustitución del contacto directo con las fuentes, ahora se suma el contacto con presencia pero ante la atención del periodista enfocada más al registro de los datos (posición de cámara, luz, encuadre, color, sonido) que a la elaboración de un contenido propiamente, donde se pregunte y repregunte, atendiendo al contexto y lo kinésico de las puestas en escena. Esta atención va cayendo en detrimento de observación de criterios técnicos y no discursivos. No sólo se pierde profundidad al momento de contextualizar la información sino que la propia profesión se transforma, tema que no ha sido abordado por el sindicato de periodistas en forma formal ni considerado en las reuniones de los Consejos de Salarios (reuniones tripartitas donde se establecen los laudos y categorías salariales entre trabajadores, empresarios y el gobierno). La necesidad de propiciar otros foros de discusión parece que se vuelve reiterativo. Discutir la profesión desde “adentro” se constituye en un deber del ejercicio periodismo actual. ¿Habrá espacio para ello? ¿Será acogido de buen agrado el tópico dentro del ambiente profesional? Estas son algunas de las interrogantes que plantearemos.

5.6 Panorama mediático y ejercicio del periodismo

Ramonet (2011) desarrolla una idea que destacaremos, sostiene que los medios de masa ya no son tales sino que existe “una masa de medios”. De tal modo da cuenta de ciertos nuevos movimientos, concentraciones de empresas que se vuelcan al lado de la conquista de medios. Quien tiene un medio, tiene poder simbólico. Tiene más que eso.

Este es el panorama mediático de la globalización. Medios de comunicación de masas y globalización liberal van de la mano. Resulta urgente exigir a los grandes medios que permitan a sus periodistas actuar en función de su libertad de conciencia y no es función de los intereses de grupos, de las empresas y de los patrones que los controlan (p: 54).

A nuestro entender Ramonet equivoca el sujeto y el verbo de la acción que describe. Acordamos, tal como él lo sostiene, en que sí es urgente que el periodismo pueda ser ejercido desde la libertad de conciencia de los periodistas. Sólo así podremos hablar de “periodismo de calidad”. Sin embargo, no creemos que de modo alguno haya que exigirlo a una externalidad, sino a la propia conciencia de los sujetos involucrados y al desarrollo deontológico de la profesión. Esto podría transmitirse en la formación de los periodistas -es preciso y verdaderamente urgente que se haga-. Sin embargo, exigir hacia afuera, entendiendo el “afuera” como solicitar a los grandes medios que permitan, que den permiso, que dejen, que den paso al desarrollo de la libertad de conciencia de los periodistas nos parece una creencia ilusoria e imposible de ser concretada en su más cruda expresión. No puede serlo.

El poder mediático que ostentan los grupos económicos en la actualidad, muchos de ellos poseedores de otros medios o cadena de medios, operando dentro del sistema financiero

global, a grito de la bolsa de valores, intangible, urgente, veloz, no nos significa un poder con el cual poder dialogar en términos de ceder derechos o realizar una petición de principios. El poder económico busca afán de lucro. Los periodistas no deberían solicitar algo que está intrínsecamente en el desarrollo ético de su profesión. No sería posible buscarlo afuera. Se trata más de una conquista y una postura propia de los periodistas que de una solicitud elevada a los dueños de los medios.

El autor no desconoce este supuesto:

El sentido común advierte que, cuando un hombre de negocios compra un periódico, lo hace casi siempre 'o para defender su sistema político cuyo triunfo le interesa, o para convertirse él mismo en político haciéndose temer'. En cualquier caso, rara vez lo hará por amor a una información independiente y de calidad (Op. Cit: 37).

En tanto, no podemos compartir su pedido anterior cuando ya está de manifiesto el interés de cada participante del juego.

Acordamos que esta discusión está más vigente que nunca y que la misma debe darse dentro de los ámbitos que correspondan a la formación de los periodistas, sindicatos, en la academia y lugares de trabajo. Otro aspecto relevante planteado por el autor se relaciona con el exceso de información en la era de la sociedad de la información.

Es necesario descontaminar la información y exigir un decrecimiento de su volumen. Menos información, pero mejor información. De la misma forma que existen alimentos 'orgánicos', en principio menos contaminados que el resto, deberíamos poder obtener una especie de 'información orgánica', poder comprar un periódico con sello 'sin mentiras', consultar una web que exhibiera la etiqueta 'desprovista de rumores', ver un programa de televisión con el rótulo 'no testeado en ciudadanos' o escuchar en la radio el jingle 'producido con información verificada' (Ramonet, 2011: 55).

Cuando el autor habla de "descontaminar" parte del supuesto de que la información permanece contaminada, ha sido procesada: de estado puro a un procedimiento impoluto que luego la contamina. Tal vez se trate de la intencionalidad con la cual fue o es interpretada esa información, y esa polución sea parte no inherente a la información. Si el periodista requiere de la misma como materia prima para su trabajo, no debería dejar pasar esa "suciedad" hasta el final de su producto que luego conocerá públicamente la luz. En caso de que estemos hablando de periodismo, donde se cruzan datos, se chequean, se basa en fuentes, la amenaza de polución de esa información estará en todo momento, se ejercerá una tensión que el periodista deberá reconocer e intentar solucionar. Nos resulta extraño que otra vez es de orden exigir (no sabemos a quién, para qué ni cómo) el decrecimiento del volumen de información. Parece operar un pedido de retroceso del tiempo porque ya no sabemos qué hacer con aquellos fenómenos que llamamos "avances" de la tecnología.

La información es cada vez más abundante y no es cierto que se pueda abarcarla en su totalidad, completamente, exhaustivamente, si se tiene en cuenta las cantidades que circulan solamente en internet (no estamos teniendo en cuenta el volumen de publicaciones de libros, *papers* académicos, que circulan en formato papel, material fílmico, entre otros que no se han digitalizado aún). No sostendremos como solución a la complejidad de la circulación de un número cada vez más creciente de información que corresponda un pedido de decrecer su

volumen. Tal vez allí no esté la llave de la solución a la falta de sentido que hay en ella y en su propia mecánica de distribución. Cabe preguntarnos: ¿quién sería el encargado de llevar a cabo ese decrecimiento? ¿Bajo qué intereses y con qué criterios actuaría? Sí entendemos que, esta superabundancia de información que circula a grandes velocidades, plantea uno de los mayores desafíos que ha tenido la profesión periodística en toda su historia. Otra vez nos remitimos a la revisión de los procedimientos del tratamiento de esa información, a la tarea nada desdeñable de seleccionar y procesar la misma a través de los procedimientos cada vez más rigurosos y metodologías propias de validación de información dentro del periodismo. “No hay afuera”, como dice Lash al finalizar su *Crítica de la Información*. Compartimos con él que aquella posible crítica (de la información para Lash) del periodismo (para nosotros) tenga que, necesariamente, realizarse desde adentro del propio ejercicio de la profesión. Lo mismo sostendremos para el uso de las nuevas tecnologías, internet y dentro de ella, las redes sociales como fuentes de información. La rigurosidad con que se toma esa información corresponde más a un procedimiento interno que a una determinación interna del medio. Acordamos en que “el medio es el mensaje”. La velocidad con que circula la información en las redes sociales es ya la información misma, el mensaje. Los 140 caracteres divierten, fascinan, en cuanto ejercitan la capacidad de síntesis de quien escribe pero nunca profundiza; no podría hacerlo. La superficie del mensaje no debe confundir con el contenido. Hay aquí una nueva tarea del periodista en tanto usuario de las redes sociales. Contribuyen a una nueva organización del trabajo.

Seguramente lo complejo de la sociedad de la información y su velocidad sea que hemos perdido la capacidad de vernos viendo algo. Tal como lo plantea el filósofo uruguayo Sandino Núñez (2010), esa capacidad de “problematizar el enunciado” al tiempo que se problematiza el propio acto de enunciación (p:139). Cuando uno se ve como sujeto de acción y reflexión es que puede llegar a tener conciencia en acción de sus conductas y allí es donde sostendremos que es (o será) posible dentro del periodismo.

De acuerdo con lo sostenido por Virilio, el siglo XXI se caracteriza por la hipervelocidad en los procesos y de la información, generando efectos o “males” tales como desaparición del cuerpo, del espacio y del tiempo histórico. En nuestro campo de estudio, advertimos que este proceso pone en riesgo la aparición de la censura, indiferenciación y despolitización. Esto podría ocurrir desde el momento en que los acontecimientos pierden el contexto y carecen de profundidad y precisión. Refundar este criterio desde el ejercicio de la profesión será una de las propuestas de este estudio a través de la revisión de los planes de estudio de carreras periodísticas y del involucramiento de los profesionales y la creación de otros foros públicos para el debate de esta situación nueva. ¿Se reunirán los intereses y esfuerzos necesarios para hacerlo?

5.7-Reflexiones sobre la metodología y experiencia de campo

Muchas veces no fue posible observar a los periodistas en su trabajo cotidiano. Algunas empresas no permitieron el acceso y no aceptan “extraños” en sus redacciones. En los casos en que sí se realizó la observación participante (La República y La diaria), el diario de observación arrojó datos que confirmaron el discurso de los periodistas indagados sobre sus

prácticas cotidianas. Esta observación reforzó la verosimilitud de los discursos de las entrevistas realizadas¹³⁸.

Asimismo, catalogamos de acierto haber propuesto que el lugar de encuentro para las entrevistas lo marcara el entrevistado. Este aspecto de acuerdo metodológico permitió ajustar los tiempos y los espacios a aquellos que fueran de comodidad de los sujetos de estudio. Se dio una particularidad: solo en pocos casos (tres de diez) la entrevista fue realizada fuera del lugar de trabajo (una de ellas incluyó observación dentro de la redacción).

Las redacciones visitadas plantean un escenario caótico, en algunos casos, con personas que entran y salen todo el tiempo, gente caminando por los pasillos, que dan una idea de continua movilidad y agilidad. Cuando los periodistas se enfrentan a sus computadoras en la redacción, se someten a una especie de transe, donde el entorno pasa a segundo plano. Algunos de ellos, utilizan auriculares para escuchar programas de radio mientras trabajan (Ej. Martínez Chenlo en la diaria), lo que los “aísla” del escenario de la redacción.

En relación con la aplicación del cuestionario, se notó cierta sorpresa en los entrevistados en el momento en que se consultó por la definición de credibilidad. Esa pregunta despertó en la mayoría de los indagados cierto desconcierto. Algunos de los entrevistados catalogaron a la pregunta de “difícil”, “compleja”, “inesperada”. Creemos que esta reacción puede llegar a explicarse por diversos factores, nunca excluyentes y nunca determinantes, sino supuestos. Uno de ellos es la jerarquización de la investigación que se planteó desde la mirada del entrevistado. Muchos de ellos, al ser consultados por su disposición a participar de este estudio, mencionaron haber ya brindado tiempo de su jornada laboral para contestar preguntas a “estudiantes” que realizaron sus trabajos para promover cursos. Si bien todos y cada uno de los entrevistados fue alertado sobre la cantidad de preguntas, el tema y el objetivo final del material, esos datos parecieron no correr el horizonte de expectativa predefinido o instalado por la experiencia anterior. Otro de los factores podría ser que la persona que lleva delante este estudio es mujer, joven y aparenta menos edad de la que tiene. Ese detalle se transforma en relevante a la hora de manejar la presencia de la investigadora ante su objeto de estudio. Estos son también algunos de los aspectos que se tuvieron en cuenta al momento de reflexionar sobre la metodología utilizada. No es casualidad que en todos los medios fueron escogidos una mujer y un hombre periodistas, no por su género sino porque indagando en los puestos de edición o con mayor antigüedad en los medios escritos encontramos a hombres ejerciendo cargos ejecutivos (editores, secretarios de redacción, directores) con mayor frecuencia que mujeres. Así lo indicó una de nuestras entrevistadas: “Soy la única mujer editora de política que ha habido en Política en una redacción de diario de tiraje nacional”¹³⁹.

Creemos que las experiencias relevadas en este estudio que involucró a distintas generaciones de periodistas, género y con experiencia de desarrollo de diversas funciones dentro de las redacciones, han sido un aporte interesante para este estudio ya que plantea diferencias y similitudes interesantes a la hora de pensar en un fenómeno bastante reciente.

¹³⁸ Ver Anexo II.

¹³⁹ María José Frías en entrevista realizada el 11-10-2011.

Parece curioso plantearlo pero otro dato más resultó interesante de la experiencia de campo. En uno de los medios donde se realizaron entrevistas se le ofreció trabajo a esta tesista. En primera instancia pareció sorprendente: el objetivo del encuentro era extraer información de la persona entrevistada y no comentar demasiado de la experiencia personal de quien investigaba, solo aquello que fuera requerido por el entrevistado. Sin embargo, la oferta apareció luego de la aplicación del cuestionario.

Otra anotación es que en algunos medios se pudo constatar algunas contradicciones entre periodistas del mismo medio y ciertas condiciones de trabajo descritas. No hablamos de apreciaciones diversas sobre tópicos consultados sino de datos concretos que fueron aportados por los periodistas de un mismo medio. En un mismo diario se constató una respuesta afirmativa y negativa para la misma pregunta: ¿El medio tiene manual de estilo? Si bien en el resto de las entrevistas sucedió que la respuesta incluyó una explicación breve sobre el desarrollo implícito de cierta línea editorial y estilo sin tener específicamente un manual escrito, en este caso no fue así. Por eso, parece relevante dejar constancia de esta contradicción.

Bibliografía

Libros

- ✓ Álvarez Ferretjans, Daniel (2008) *Historia de la Prensa en el Uruguay. Desde la Estrella del Sur a Internet*. Montevideo. Editorial Fin de Siglo.
- ✓ Alsina, Miguel Rodrigo (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona. Paidós.
- ✓ Barbero, Jesús Martín (1991) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. México. Editorial Gustavo Gili S.A.
- ✓ Barbero, Jesús Martín (2002) *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile. Ediciones Fondo de Cultura Económica.
- ✓ Becerra, Martín y Lacunza, Sebastián (2012) *Wiki media Leaks. La relación entre medios y gobiernos de América Latina bajo el prisma de los cables de WikiLeaks*. Buenos Aires. Ediciones B.
- ✓ Borrat, Héctor y Fontcuberta, Mar (1989) *El periódico como actor político*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. S.A.
- ✓ Borrat, Héctor y Fontcuberta, Mar (2006) *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires. Editorial La Crujía.
- ✓ Boczkowski, Pablo (2006) *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios on line*. Buenos Aires. Editorial Manantial.
- ✓ Castells, Manuel (2001) *La galaxia internet*. Cultura Libre. Madrid.
- ✓ Castells, Manuel (2006) *La sociedad red. Una visión global*. Madrid. Alianza.
- ✓ Edo, Concha (2009) *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. México. Editorial Alfaomega.
- ✓ Fogel, Jean-Francoise y Patiño, Bruno (2007) *La Prensa según Gutenberg*. Madrid. Ediciones Punto de Lectura.
- ✓ Ford, Aníbal (1999) *La Marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires. Grupo Editorial Norma.
- ✓ Gomis, Lorenzo (1991) *Teoría del periodismo*. Buenos Aires. Editorial Paidós Comunicación.
- ✓ Guber, Rossana (2001) *La Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá. Grupo Editorial Norma.
- ✓ López, Manuel (1995). *Cómo se fabrican las noticias*. Edición Paidós. Buenos Aires.

- ✓ Luchessi, Lila y Rodríguez, María Graciela (2007) *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación*. Buenos Aires. Editorial La Crujía.
- ✓ Martini Stella, Luchessi Lila (2004) *Los que hacen la noticia, Periodismo, Información y Poder*. Buenos Aires. Editorial Biblos.
- ✓ Núñez, Sandino (2010) *Prohibido pensar*. Montevideo. Editorial Hum.
- ✓ Núñez, Sandino (2009) *El miedo es el mensaje*. Montevideo. Editorial Amuleto.
- ✓ Ramonet, Ignacio (2011) *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires. Editorial Capital Intelectual.
- ✓ Van Dijk, Teun (1990) *La noticia como discurso. Compresión, estructura y producción de la información*. Barcelona. Paidós.
- ✓ Vasilachis de Gialdino, Irene (1992) *Métodos Cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*. Buenos Aires. Centro Editor de América Latina.
- ✓ Verón, Eliseo (1993) *La semiosis social*. Barcelona. Gedisa.
- ✓ Virilio, Paul (2005) *La velocidad de la liberación*. Buenos Aires. Editorial Manantial.
- ✓ Virilio, Paul (2000) *Cibermundo, ¿una política suicida?* Santiago de Chile. Dolmen Ensayos.
- ✓ Virilio, Paul (1997) *Cibermundo. La política de lo peor*. Madrid. Ediciones Cátedra.
- ✓ Wolton, Dominique (2001) *Pensar la comunicación*. Buenos Aires. Editorial Docencia.
- ✓ Wolton, Dominique (2000) *Internet, y ¿después?* Barcelona. Gedisa.

Artículos de diarios / revistas

- ✓ Cimadevilla, Gustavo (2007) *Nuevos medios, legitimaciones y dominios. Algunas falacias de la sociedad de la información*. En Boletín de la BCN Nº 123. Medios y comunicación. Buenos Aires. Páginas: 105-118.
- ✓ Israel Garzón, Estrella (Enero-Junio, 2005). *Paradojas en la comunicación periodística. Valores –Noticia en una sociedad global*. En Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. Año 2. Nº 2. San Pablo. ALAIC. Páginas 54-63.
- ✓ Peluffo, Gabriel. *Arte y malestares de la cultura contemporánea*. Entrevista a Néstor García Canclini. Publicada en semanario Brecha el 3-12-10. Montevideo. Páginas 26 y 27.
- ✓ Redondo Escudero, Myriam (2007). *Pasividad y permisividad en Red. Internet y las “nuevas” estrategias de contacto con las fuentes informativas*. En Comunicación y Sociedad. Vol. XX, Número 1. Navarra. Pág. 87-101.

- ✓ Orozco Gómez, Guillermo (2002) *Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales*. Signo y pensamiento Nº 41. Departamento de Comunicación. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Vol. XXI. Julio-Diciembre. Pp. 21-33.
- ✓ Uruguayos Cien x 100 (2011). Separata publicada con el diario El País. Confianza en las instituciones. Consultora CIFRA. Página 22.
- ✓ *Multimedia y personalización en el renovado portal de El Observador* (27 de abril, 2011) El Observador. Suplemento Agenda Comercial. Montevideo. Página 8. .
- ✓ *¿Tenés hora?* (19 de diciembre, 2008) Separata del diario La diaria.

Artículos en libros

- ✓ Luchessi, Lila y Cetkovich, Gabriel ; *Punto Ciego en Fronteras globales*. Cultura, política y medios de comunicación; La Crujía, Buenos Aires, 2007.

Artículos de internet

- ✓ Eloy Martínez, Tomás (18 de noviembre de 2001) *El periodismo vuelve a contar historias*. Disponible en URL: http://www.bdp.org.ar/facultad/catedras/comsoc/redaccion1/2003/11/el_periodismo_vuelve_a_contar.php [Última visita: 20-07-11]
- ✓ De Pablos, José Manuel (2006) *Fuentes mudas (en la web): periodismo transit propaganda*. Revista de la UCM. ISSN: 1134-1629. Pág. 115-144. Disponible en URL: <http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0606110115A.PDF>
- ✓ Caballero, José Luis. *Internet: el placer de no hacer calle*. Disponible en URL: <http://www.revistalafactoria.eu/articulo.php?id=494>. [Última visita: 31-09-10]
- ✓ Becerra, Martín (2003). *Sociedad de la Información*. En Portal de Comunicación. Aula Abierta/Lecciones Básicas. Buenos Aires. ISSN 2014-0576. Disponible en URL: http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=11. [Última visita: 12-03-11]
- ✓ Ford, Aníbal (12 de agosto de 2006) *No es cierto que la tecnología lo resuelve todo*. Entrevista en diario La Nación, Buenos Aires. Disponible en URL: www.lanacion.com.ar/nota.asp?notaid=830911. [Última visita: 15-03-11]
- ✓ Siri, Laura (Marzo 2009) *La brecha digital, o cómo poner el carro delante del caballo*. En Alambre. Comunicación, información, cultura Nº2. Buenos Aires. Disponible en URL: www.revistaalambre.com/Articulos/ArticulosMuestra.asp?Id=31. [Última visita: 15-03-11]
- ✓ Masip, Pere (2005) *Rutinas periodísticas e internet en la información diaria*. Universitat Ramon Llull. Presentación en el III Congrés Internacional Comunicació i Realitat.

<http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/11/con-rutinas-periodisticas-e-internet-masip-2006.pdf> [Última visita: 12-03-12]

- ✓ *Queremos un diario moderno objetivo y progresista*. Publicado el 22-05-11. Disponible en URL: <http://www.larepublica.com.uy/comunidad/452964-queremos-un-diario-moderno-objetivo-y-progresista>. [Última visita: 18-07-11]
- ✓ Virilio, Paul (Agosto de 1995) *Velocidad e información. ¡Alarma en el ciberespacio!* Publicado en Le Monde Diplomatique. Disponible en URL: <http://aleph-arts.org/pens/speed.html>. [Última visita: 15-06-11]
- ✓ *Kapuscinski, Ryszard (2000) En la piel del reportero*. Disponible en URL: http://www.lainsignia.org/2007/enero/cul_041.htm [Última visita: 10-04-12]
- ✓ *La prensa y Twitter pueden opinar los periodistas*. Disponible en la URL: <http://knightcenter.utexas.edu/es/blog/la-prensa-y-twitter-pueden-opinar-los-periodistas>. [Última visita 23-11-2011]
- ✓ *Cómo el periodista Andy Carvin usa Twitter para informar sobre medio oriente*. Disponible en la URL: <http://ijnet.org/es/blog/como-el-periodista-andy-carvin-usa-twitter-para-informar-sobre-medio-oriente> [Última visita: 30-12-2011]
- ✓ *Hay que defender la historia*. Entrevista con Paul Virilio, por Rachid Sabbagahi y Nadia Tazi; editada con anterioridad en El Paseante. Nº. 27-28. Madrid. Disponible en URL: <http://www.temakel.com/emvirilio.htm> [Última visita: 15-06-11]
- ✓ *Brecha publicará cables de Wikileaks (Marzo, 2011)*. Disponible en la URL: <http://www.brecha.com.uy/ediciones/item/8109-brecha-publicara-cables-de-wikileaks> [Última visita: 17-11-2011]

Documentos en internet

- ✓ Ministerio de *Industria, Energía y Minería (2011). Políticas Institucionales 2010-2015*. Disponible en URL: www.miem.gub.uy [Última visita: 15-07-2011]
- ✓ Reporte Global de las *Tecnologías de la Información 2010-2011*. Disponible en URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2011.pdf [Última visita: 18-05-2011]
- ✓ Informe sobre conexión en el mundo (2011). Unión Internacional de Telecomunicación (UIT). Disponible en URL: <http://www.itu.int/ITU-D/ICTEYE>. [Última visita: 18-05-11]
- ✓ Informe (2009) Encuesta Nacional de Hogares. Instituto Nacional de Estadísticas. Páginas 111-118. Disponible en URL: http://www.ine.gub.uy/biblioteca/ech/ech2009/PrincipalesResultados_%202009_Totalv12.pdf [Última visita: 10-04-11]

- ✓ Informe Observatic (2010). Disponible en URL:
[http://www.agesic.gub.uy/innovaportal/file/999/1/Sociedad de la informacion en Uruguay.pdf](http://www.agesic.gub.uy/innovaportal/file/999/1/Sociedad_de_la_informacion_en_Uruguay.pdf) [Última visita: 17-05-10]
- ✓ Encuesta RADAR. *El perfil del internauta uruguayo* (2010). Disponible en URL:
www.gruporadar.com.uy. [Última visita: 18-05-11]
- ✓ *Reporte Global de las Tecnologías de la Información 2010-2011*. Disponible en URL:
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2011.pdf [Última visita: 17-05-11]
- ✓ *Twitter crece día a día en el mundo* (2011). Publicado en El País digital. Disponible en URL:
<http://www.elpais.com.uy/110412/lault-559538/mirador/Twitter-crece-dia-a-dia-en-el-mundo/%e2%80%ba/> [Última visita: 08-11-11]
- ✓ *Inside Facebook. Totalidad de usuarios internacionales de esta red social*. Disponible en URL:
<http://gold.insidenetwork.com/facebook/> [Última visita: 06-06-11]
- ✓ Algún momento York Times. Disponible en URL:
<http://www.abc.es/20100910/sociedad/algun-momento-york-times-20100910.html>. [Última visita: 10-12-2010]
- ✓ El fin de la era de la prensa. Disponible en URL:
<http://periodistas21.blogspot.com/2006/08/el-fin-de-la-era-de-la-prensa.html> [Última visita: 16-02-2011]

Estudios

- ✓ Asociación de la Prensa Uruguaya (1989). *Censo de Periodistas*. Montevideo, Uruguay.
- ✓ Fundación Konrad Adenauer, Instituto Prensa y Sociedad (2005). *Hábitos de trabajo del periodista latinoamericano*. Lima, Perú. Página 84-87, Capítulo Uruguay.
- ✓ Consultora Equipos Mori (2010). Estudio General de Medios. Consultora Equipos Mori. Montevideo, Uruguay.

Tesis

- ✓ Andrioli, Romina (2011). *El periodismo y las redes sociales*. Trabajo final de carrera de grado para obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Católica de Uruguay. Montevideo.
- ✓ Eloy Portillo, Aldana (2010). *Velocidad, tecnología, sociedad y poder en la obra de Paul Virilio y en su crítica*. Tesis doctoral. Ingeniería y Arquitectura Telemática. Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones. Universidad Politécnica de Madrid.

ANEXO I

Anexo Metodológico

Entrevistas

Anexo Metodológico

Preguntas para cuestionario de periodistas

Datos personales del entrevistado

Nombre:

Fecha de nacimiento:

Medio para el que trabaja:

Cargo y sección para la que trabaja en el medio:

Breve reseña de antecedentes profesionales:

- 1) ¿Cómo define al periodismo?
- 2) ¿Qué rol ocupa el periodismo en la sociedad actual?
- 3) ¿Qué significa para usted ser periodista?
- 4) ¿Cómo describiría su rol en el diario?
- 5) ¿Qué implica ese rol en el funcionamiento del conjunto de la redacción?
- 6) ¿Cómo define la credibilidad de un medio o periodista?
- 7) ¿Cómo se construye esa credibilidad?
- 8) ¿El medio tiene manual de estilo? ¿Lo conoce y utiliza?
- 9) ¿Cuál es el contrato de lectura del medio para el que trabaja?
- 10) ¿Conoce a qué público le escribe el diario (lectoría)? ¿Interactúa de alguna manera con los lectores? ¿De qué manera?
- 11) ¿Cómo es su jornada de trabajo en la redacción? Describa cuántas horas y días trabaja y qué procedimientos repite diariamente.
- 12) ¿A qué le denomina "Fuente"?
- 13) ¿Qué importancia le adjudica a la fuente en su trabajo cotidiano?
- 14) ¿Cuáles son las fuentes que utiliza con mayor frecuencia?
- 15) ¿Cómo las selecciona? Describa los criterios que utiliza para seleccionarlas
- 16) ¿En qué año comenzó a utilizar internet en la redacción?
- 17) ¿Accedió a la realización de un curso sobre internet o aprendió a utilizarla por su cuenta?

- 18) ¿Notó cambios en la rutina periodística luego de que comenzó a utilizar internet en forma cotidiana? -En caso de respuesta afirmativa: ¿Cuáles fueron esos cambios?-
- 19) ¿El medio para el que trabaja utiliza criterios conocidos por usted y determinados para el uso periodístico de materiales dispuestos en internet?
- 20) ¿Existen restricciones de uso o limitaciones tecnológicas para utilizar internet en la redacción?
- 21) ¿Utiliza internet como fuente?
- 22) ¿Con qué regularidad utiliza internet como fuente?
- 23) ¿Desde qué lugar la utiliza o se conecta? (Ej. Redacción, en su domicilio, exterior del diario, otros).
- 24) ¿Cuánto tiempo de su jornada laboral permanece navegando en internet?
- 25) ¿Cómo es el proceso de utilización de internet como fuente? ¿Qué criterios de selección utiliza cuando trabaja con internet como fuente?
- 26) En relación a las páginas en internet: ¿utiliza distintas pestañas o ventanas simultáneas? ¿Utiliza buscadores o alertas para detectar información de temáticas específicas en internet? - En caso de respuesta afirmativa se preguntará: ¿Cuáles?-
- 27) ¿Qué sitios web visita con mayor frecuencia? ¿Por qué?
- 28) ¿Utiliza redes sociales como fuente? Ej. De redes sociales: Facebook, Myspace, Twitter, LinkedIn, entre otras. ¿Por qué?
- 29) ¿Utiliza el correo electrónico como fuente? ¿En qué casos? ¿Con qué criterios?
- 30) ¿Contrasta o chequea la información que se selecciona en internet con otra fuente? ¿Cuál o cuáles son esas otras fuentes? ¿Por qué? ¿Cuál es el procedimiento que aplica?
- 31) ¿Cómo se utiliza esa información que se selecciona en internet como insumo de una nota informativa? ¿Cita el medio relevado en internet en la producción de la nota final?

Anexo I. Entrevista 1
Realizada el 06-07-2011

Gelsi Ausserbauer – Coeditora y cronista de Sociedad en La República

Nació en el año 1979. Entró a La República en enero de 2007. De 2010 a agosto de 2011 fue subeditora de la sección sociedad. Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Profesora de Literatura. Realizó una pasantía en periodismo en el Departamento de Prensa de la IMM en 2003-2004.

¿Cómo definís vos el periodismo?

Un periodista es una persona que su tarea es informar a la población de lo que está ocurriendo. Pero hay muchas maneras de ejercer periodismo. No es lo mismo el periodista que hace notas de color para una revista que el que tiene que buscar la primicia todos los días. En cualquier caso, me parece que hoy en día la tarea del periodismo escrito tiene que estar volcada más, no sólo a la información, sino hacia el análisis; porque la información está en mano de la televisión, la radio e internet. En este momento, me parece más que nada que el asunto va por captar primicias -porque otros medios, en general, no siempre, replican lo que pasa en los diarios- y, por otra parte, focalizar más, explicar más lo que está ocurriendo en la sociedad más que, simplemente, informar.

¿Qué rol ocupa el periodismo en la sociedad?

En este momento me parece que, justamente eso, el escrito tiene un rol más de análisis, supuestamente, no siempre pasa. Pero el resto es simplemente informar, es dar el título y poco más. Eso es lo que ocurre con nuestros medios, me parece.

¿Creés que los otros medios toman, más que nada, de los diarios?

La radio, sin duda, toma de los diarios. Y la televisión también. Después hay un conjunto de conferencias de prensa, de temas de agenda, que son idénticos para todos, porque son los mismos mails y faxes que le llegan a todo el mundo y los va a cubrir tanto la radio como la tele, sobretodo la tele, los diarios y los portales también. Después, los temas que se salen más de la agenda, la tele en general los toma, la radio casi siempre los toma, porque basta entrar a los portales de las radios todos los días al mediodía para descubrir los mismos títulos que vos pusiste, que pusieron el resto de los diarios; y los portales tienen un perfil diferente. Toman de los diarios, es cierto, pero actualizan un montón de información más pura, con menos análisis, pero más pura, que va ocurriendo a lo largo del día y, en ese sentido, tienen una agenda paralela, que los diarios también toman. Todos los días vos ves un montón de noticias que salen en los portales, cortitas, diez líneas, cinco líneas, y al otro día la ves ampliada de repente en algún diario. Hay diarios que toman más que otros.

¿Qué significa para vos ser periodista?

Para mí es una vocación. Cada vez que hago una nota intento, en general, porque muchas veces el apuro nos obliga a hacer cosas que no son ni la que más nos gustan ni las que consideramos las más relevantes para la sociedad, pero que tienen que estar, porque sino al día siguiente te la vas a haber comido, pero cuando hago notas pensadas o elaboradas intento, en lo posible, dar una mirada en un punto, porque tampoco nadie descubrió la pólvora acá, en un tema social, porque yo también trabajo con temas que tienen que ver con lo social, y para mí esa es la función. De repente mostrar algo distinto y en profundidad de algún tema interesante que pueda ser de interés general para la mayoría de la gente o en ocasiones de grupos o personas que no tienen voz como para poder salir a la sociedad a mostrar. Creo que viene por ahí. No siempre se puede hacer, pero cuando tenemos capacidad de hacer estas notas elaboradas, que no es todos los días, esto es lo que yo intento hacer con el periodismo.

¿No es todos los días por el tiempo?

No es todos los días por el tiempo. Indudablemente. Porque yo hoy puedo venir con la mejor idea de la vida y capaz que la puedo sacar dentro de dos semanas porque antes tengo que ir a cubrir conferencias de prensa, salió un tema del día y tengo que hacer algo antes de que lo perdamos, ya sabés que probablemente al día siguiente o al otro sale otro medio, y entonces al otro lo vas haciendo en el tiempo que te queda.

¿Qué tiempo tenés? ¿Hasta cuándo es el cierre? ¿Qué es lo último que podés meter? ¿A qué hora es lo último que podés meter?

Bueno, Sociedades de La República cierra más temprano que otras secciones de características similares en algunos diarios y más tarde que otras. No se sabe a qué hora cierran. Yo trabajo de dos a ocho. Yo trabajo seis horas por un vericuetto de La República que trabajo seis horas en lugar de ocho. Ahora nosotros marcamos entrada y salida que es algo que no se suele hacer en los diarios pero acá sí se hace. Entonces la idea es que a las siete o siete o algo la sección esté cerrada. A partir de ese entonces, toda nota que yo tenga que meter va a ser de último momento y si el editor considera que amerita sacar material que ya está armado, que lleva su tiempo, corrección, armado, pasar por secretario de redacción. Si amerita, perfecto, sino lo lógico es que los temas grandes del día a las seis de la tarde esté cerrado. Entonces dependés del tiempo, por lo tanto son, con el horario que yo hago, tengo cuatro horas, cuatro horas y poco para armar un tema, por eso mismo muchas veces con el tiempo que te sobra te vas armando otros temas que tienen que ver con notas más de profundidad, con artículos, entrevistas, otro tipo de notas.

Cómo definís tu rol en el diario y a me lo contestaste ¿Qué implica este rol en el funcionamiento en conjunto de la redacción?

La relación permanente es con el editor. En nuestro caso la mayoría de las ideas surgen de nosotros mismos. Nosotros en particular en este momento no tenemos área específica de trabajo, algo que en otras épocas había ocurrido. Pero más o menos uno se va especializando en algunas tareas dentro del conjunto de los temas que pone en Sociedad que es una sección muy amplia. La mayoría de ideas parten de vos, de ideas, o de "mirá que hay que hacer esto, que está este tema en la vuelta". Las tratás con el editor y muchas veces las notas bajan de más arriba, dirección o secretaria de redacción. Hay que hacer ese tema, punto. A veces "hay que hacerlo para mañana, ya mismo". A veces "hay que hacerlo para los próximos días, vayan haciéndolo". Depende. Entonces tu rol consiste, entonces, en mantener, porque de última el responsable de la información sos vos; que los temas que están en la vuelta no pasen de largo, vos tenés que informar porque vos sos el que está en el tema en general y el editor no tanto. El editor tiene una posición más de coordinación. Entonces tenés esa responsabilidad. Informar de los temas que están en la vuelta, conseguir primicias, y por otra parte hacer los temas que te indiquen que hay que hacer aunque no sean tu propia idea. Entonces, bueno, los planteás, los hacés, en general el editor cambia los títulos si considera que hay que cambiarlos, y los colgados de las notas. El interior no se suele tocar, en general no se toca nunca. Y la relación y el vínculo también tiene que ver, como te decía, en mi caso, yo tengo vínculo con los correctores, con mis notas, o con los armadores, si hay que cortar, cortan. Entonces viene por ahí el rol.

¿Cómo definís la credibilidad de un medio o de un periodista? ¿Qué sería para vos la credibilidad?

Bueno, la credibilidad de un medio sería, entonces, la prueba a lo largo del tiempo de que la información que da es veraz, es precisa, y la verdad es que a veces... Es complejo el tema, porque tu nota puede ser lo más veraz y precisa que puedas, yo soy quisquillosa con eso, trato de consultar varias fuentes, a veces prefiero no sacar una nota si no lo puedo comprobar,

aunque la pierda, pero también la credibilidad del medio a veces pasa un nombre, entonces no va tanto por tu nota sino de repente por el título que aparece en la tapa. Pueden jugar un montón de factores. La gente no siempre lee línea por línea tu nota sino que se queda con el título, título que vos no pusiste, o a veces ni siquiera con el título, sino con el título que salió en la tapa. Entonces eso le da un matiz de subjetividad que hace que un medio se vuelva más o menos creíble sin contar tendencias políticas y otros factores que se juegan también en el medio. Pasa en todos los medios, porque vos hablás con colegas y pasa en todos los medios. De repente por cuestiones opuestas, pero pasa. Hay medios que son creíbles porque tienen esa capacidad de mostrarse transparentes, veraces, más objetivos que otros, pero muchas veces me parece que tiene que ver con eso, con una cuestión más de tomada a la ligera, por nombres o por márketing o prejuicios, y no tanto con una lectura en profundidad de lo que hace un periodista en particular.

¿La República tiene un manual de estilo?

No, no tiene. Últimamente se está intentando... Yo lo planteé algunas veces. Alguien tiró la idea de tener un manual de estilo. Incluso se planteó la idea de que por lo menos haya un manual para los correctores, o sea, no de estilo, sino de las normas ortográficas...

¿Los correctores corrigen según...?

A criterio de cada uno. Hay gente a la que le gusta más... Considera que por ejemplo los tildes de la Academia, "ese" sin tilde no están muy buenos, es mejor el viejo estilo y lo aplican.

¿Y el editor tampoco? O sea, ¿tiene un criterio también?

No. Cuando yo editaba tenía un criterio. Yo corregía las notas de los periodistas en general para darle un mismo criterio por lo menos. Actualmente, no quiero mentir, pero me parece que en general los editores no manejan ese criterio.

¿Lo tuvo alguna vez?

Desde que yo entré, nunca.

¿Cuál es el contrato de lectura del medio para el que trabajás? O sea, ¿qué te parece que le ofrece al lector?

Bueno, La República tiene un perfil muy puntual dentro del espectro uruguayo y tiene que ver con un lector de izquierda, de alma dura, por llamarlo de alguna manera, mayor de 50 años en general, y a ese lector le ofrece lo que ese lector considera que es una mirada plural en la que las visiones, lo que ocurre en la izquierda puede mostrarse a diferencia de otros medios que lo silencian o que dan una mirada crítica sobre eso, y me parece que es eso básicamente lo que ofrece de manera prioritaria. Igual el discurso ese de que es un medio plural... Porque en realidad se consideraba plural en que la izquierda no estaba en el gobierno, ahora tiene un rol diferente que es mostrar lo que hace el gobierno. De repente otros medios no lo muestran en la misma medida, según consideran los lectores de La República en general.

¿Interactuás de alguna manera con los lectores?

No. Esporádicamente llaman. Hace poco se creó un mail institucional: "@larepublica.net", antes no existía, se creó en marzo, y se publica en las notas. Cada vez que firmás una nota -que eso también tiene distintos criterios, qué notas firmás y qué no- aparece el mail. Hay lectores que interactúan y dicen, en general, para felicitar por una determinada nota. No descarto de ninguna manera que haya lectores que escriban para criticar. En general, las críticas las suelen mandar por carta, que es la sección *Tiene la palabra*, que la gente manda cartas o correos electrónicos específicos a esa dirección donde también pueden criticar ante determinado tema o lo que sea. Pero es muy difícil que vos tengas una interacción directa, esas cartas caen en la secretaría del director y vos no te enterás la mayoría de las veces. Las llamadas telefónicas son

muy esporádicas por estos temas. Y otra manera de interactuar pero indirecta es que si vos entrás a la página de La República, que no es una página que se actualice en el día como ocurre por ejemplo con la de El País o El Observador, sino que simplemente publica lo que salió en el diario, en la versión impresa, hay espacio para los comentarios, y ahí podés encontrar... Claro, este en general no es el mismo lector, no es el lector de La República. Entonces muchas veces los comentarios son críticos, no hacia las notas, sino hacia... Si la nota tiene que ver con un algún tema considerado positivo, algún adelanto del gobierno, algún plan para determinado grupo social o lo que fuera, muchas veces aparecen los comentarios críticos: "Qué bueno, pero se olvidan de...", para poner un ejemplo de estos días. Entonces vos sabés que ese no es el lector que compra La República. En general, ahí tenés, claro, las alabanzas o la crítica, pero es una crítica hacia el gobierno, siempre una crítica hacia al gobierno, rara vez a las notas.

¿A qué le llamás fuente? ¿Qué es una fuente para vos?

Bueno, la fuente es lugar de donde obtenemos información los periodistas, o sea, la persona o el medio. Simplemente eso.

¿Qué importancia le adjudicás a la fuente en tu trabajo?

Bueno, en realidad es la posibilidad que tenemos de escribir notas. Sin fuente no hay nota.

¿Y cuáles son las fuentes que vos utilizás con mayor frecuencia?

Bueno, nunca me puse a elaborar una clasificación. Mis fuentes son ciertos funcionarios o jerarcas con los que tengo contacto habitual o no tan habitual, que si yo llamo sé que me pueden pasar información o responderme alguna duda en determinado tema. Por otra parte también son fuentes determinados sitios de internet que consulto diariamente para obtener información. Creo que por ahí pasa la mayor parte... Y los dos tipos de fuentes me parecen prioritarios.

¿Cómo los seleccionás? ¿Con qué criterio? ¿Por qué son esos funcionarios y no otros? ¿Por qué esos sitios y no otros?

Los sitios por su temática, básicamente. Si tienen que ver con el área social son útiles.

¿Son de gobierno o son informativos?

Pueden ser de gobierno o pueden ser informativos o pueden ser de organizaciones. No son lo más completo los de organizaciones. Esporádicamente podés conseguir algo. Digo "organizaciones" o también me refiero a sindicatos, grupos, publicaciones específicas de una temática que uno ya sabe que están ahí a la vuelta. En general, la información en esos sitios si es interesante y puede producir notas interesantes, no es frecuente. En cambio, los sitios informativos la información es permanente, se consulta por las dudas, aunque las posibilidades de que obtengas una primicia es esporádica. Es más que nada por un tema de agenda que van a tener todo el resto de los medios. Y en cuanto a los funcionarios o los jerarcas, tiene que ver con la temática. Uno ya sabe cuáles son los referentes en determinadas áreas, después puede pasar de haber hasta dos o tres referentes en una misma temática y uno opte por uno y no por los otros dos o tres porque tiene más confianza con ese, porque lo conoce más, lo que no significa que no llames a otro porque no tenés tanta confianza como para mandarle un correo y decirle: "Pasame tal cosa".

¿Te acordás cuándo empezaste a usar internet en la redacción?

A ver, cuando yo entré yo no tenía internet en mi máquina. Internet en mi máquina pasé a tener en el 2009. Mediados del 2009... No, principios del 2009, cuando estaba a punto de empezar mi etapa como periodista sub-editora, como sub-editora propiamente dicha. Los dos años que estuve en La República había dos computadoras en el fondo de la redacción en las que el 80 o 90 por ciento de los periodistas y editores consultaban, lo que en la jerga era "el

ciber”, para poder conseguir. Después yo tuve suerte que como sub-editora a cargo me consiguieron una computadora con internet, la única de mi sección de momento.

¿Cuántos son en la sección?

En ese momento éramos seis. Ahora somos, podríamos decir que somos cinco con el editor. Somos tres permanentes, un periodista que escribe más que nada para Sociedad, y el editor. Y ojo que todavía existe el sistema “ciber”, es decir, hay algunas personas en la redacción que todavía no tienen internet. Son los menos. Hoy por hoy son los menos. Se ha ido ampliando. Son computadoras muy lentas entonces eso también impide ciertas cosas, como por ejemplo, últimamente se está usando el Twitter. Esto es nuevo, es nuevo pero sirve porque determinados sitios tenés la actualización de las noticias en el acto y no tenés que andar entrando una por una, lo cual ya es complejo con la computadora tan lenta. Entrar uno por uno, una bobada, pero hay sitios como el de El Observador, que son muy pesados que no puedo abrir con mi computadora. Ni lo intento porque me la tara. Pero el Twitter también es muy pesado, entonces me complica tenerlo abierto todo el día para poder vicharlo. Intento, pero para actualizarlo me tara el resto de los programas. Es todo un tema, ¿no? La República no es un lugar amigable con los temas que tienen que ver con internet, pero a pesar de eso ha tenido que irse de a poco poniendo a tiro porque, imaginate que los primeros dos años lo de internet era durísimo. Estaba tres cuartos de hora, cuando tenías tiempo, vichar si hay algo nuevo, pero no podés atender eso como una fuente prioritaria porque no te da el tiempo.

Usar internet, no aprendiste a usarla...

En realidad yo aprendí a usar internet antes de tener internet porque hice un curso de computación cuando era adolescente y después de eso puse internet en mi casa por primera vez, obviamente no era banda ancha. Y obviamente aprendiendo más con el uso. Primero hice un curso antes de tener computadora.

¿Notaste cambios en tu rutina periodística o en tu forma de trabajo después de empezar a usar internet? Ahora, por ejemplo, que te pusieron en 2009.

Sí, hay cambios, claro.

¿Qué cambios?

Bueno, a ver. Ya no tenés la excusa de que como no tenés internet te comés un determinado tema, de esos que yo te digo que no son la primicia de la vida pero es un tema que sale en un portal y que ya sabés que al día siguiente lo van a tener todos. Te cambia la forma de trabajar porque tenés que estar todo el tiempo pendiente de internet, en realidad estás todo el tiempo pendiente de internet. Estás pendiente de internet desde el momento en que el correo electrónico lo tenés que tener abierto todo el día porque puede surgir una conferencia que salga de apuro, cualquier tema que te lo vas a comer si no tenés internet. Ya lo del fax no corre como antes. Cuando yo entré era mucho mandarse fax, que se pierden en una redacción tan grande, un montón de cosas. Estás pendiente de internet todo el día, más que nada del correo electrónico. En cuanto a los portales de información o las noticias que puedan surgir de algún portal del gobierno o alguna organización también es vital, más que nada por eso que te decía, que no te comas algo que va a tener todo el mundo. Justo salió el informe en la página del ministerio tal, y que, bueno, es relevante. Una columna que la descubras a las seis de la tarde y no tenemos tiempo para elaborarla no va a haber otra manera de tenerla que publicarla. Así que estás pendiente todo el día de internet.

¿El medio para el que vos trabajás usa criterios conocidos por vos y determinados para el uso periodístico en materiales de internet? ¿Tiene algún criterio?

No. No hay ningún criterio.

Si vos sacás algo de un portal y no lo podés conseguir de otra manera, ¿lo quitás?

Mirá, el nuevo secretario de redacción, entre las primeras que hizo fue colgar de las paredes: "Citar fuentes, incluyendo portales de internet o programas de radio o televisión". Yo tengo como práctica citar siempre. Esto no es muy bien visto muchas veces porque el hecho de que vos puedas levantar de un sitio de internet y después no tengas la capacidad -porque no te atienden el teléfono, porque no pudiste corroborarlo, lo que sea- de ampliar esta información, quedarte con eso, que muchas veces, además, lo que publica el sitio de internet es lo que ellos levantaron de la tele, del informativo del mediodía, o de lo que sea, es como una cadena, ¿no? Si vos no pudiste ampliarlo o lo descubriste a último momento y no te dio el tiempo para ampliar, como te digo, porque nadie te atiende el teléfono, pero vos lo viste en la tele, ponele, o te pasan el video abajo, el link, y está ahí, indudablemente eso pasó, yo tengo la práctica de citarlo. Y ahora me parece que en el diario, después de que asumió esta directiva, se está empezando a citar. De hecho, en los últimos días han salido notas en las que dice: "Fuente Wikipedia". Recuerdo una el domingo que yo editaba y que mandó un corresponsal de Colonia, y bueno, hay un recuadro sobre un ejemplo en Alemania del tema que él trataba acá en Uruguay, y puso "Fuente Wikipedia", pero no todo el mundo tiene la misma práctica. Ahora está viendo esta directiva, pero en general no hay otro tipo de directivas al respecto, más allá de la tácita.

Restricciones de uso y limitaciones tecnológicas, lo que me decías.

No te cortan nada. No es un lugar donde tener Facebook abierto esté bien visto. Yo sé que hay medios donde lo tienen abierto permanentemente para conseguir noticias, lo que no implica que muchas veces en el medio la gente no chatee, eso ocurre permanentemente. Acá, si bien personalmente yo nunc a chateé ni nada en el trabajo porque me disperso un montón y porque es un trabajo que requiere concentración y yo no trabajo tantas horas como otras personas, yo ya sé que, que te aparezca el Facebook así de lejos no va a estar bien visto porque la gente va a interpretar que lo estás usando con fines personales y no laborales. Una de las opciones que yo puedo entrar de mi computadora a Facebook pero no va a ser la mejor capaz. Puntualmente hemos tenido que entrar para conseguir números; muchas organizaciones sobre todo, capaz que a veces no tienen ni portales, o sí los tienen pero actualizan sus noticias en Facebook. Pasa más que nada con las organizaciones o con ciertas divisiones del Estado que optan más que nada por ese mecanismo. Es raro que pase pero ta...

Usan más el Facebook que su portal, digamos.

Exacto. No implica esto que el Twitter sea muy bien visto, me da la sensación. Pero me parece que tiene una connotación diferente, se liga más a la noticia y menos a la posibilidad de que andes mandando tweets... No tiene chat, o si lo tiene yo no lo sé usar, la verdad. Desde el punto de vista del color, entonces con el Twitter todo bien, con el Facebook no tanto.

¿Usás internet con regularidad?

Sí. Hay días que no le podés prestar ni bola porque estás atrasado con tus propias notas. Todo va a depender del día. En cambio, si no tenés temas, que puede pasar que no tengas, ahí es cuando más tenés que navegar en internet para poder encontrar algo, aunque sea una puntita donde pueda surgir algo.

¿Te conectás casi siempre desde ahí o seguís trabajando en tu casa?

Desde el momento en que marcamos entrada y salida acá, a partir de esto que ocurrió en febrero, yo ya no entro con la asiduidad... Yo antes entraba en mi casa antes de venir, entraba a internet para venir con la idea de lo que voy a trabajar en el día y a veces a la vuelta también. No te digo que ahora no lo haga pero ha cambiado el sistema, he ido acortando un poco. Hoy entré, por decirte algo. Hay veces que entrás para saber lo que vas a hacer; puede que a las dos justo haya algo y te lo comés.

¿Cómo es el proceso de utilización de internet como fuente? Aparece algo en Twitter, ¿lo chequeás con otra cosa?

A ver, en primer lugar, yo ya sé que tengo un espectro de sitios al que voy a entrar sí o sí, además el correo abierto todo el día y Twitter abierto de a ratos. Este espectro yo lo cumpla siempre, determinada cantidad de organizaciones o ministerio o lo que sea, que yo voy a revisar sí o sí, y portales de información también. Esporádicamente no, con cierta regularidad. Cuando entro a la hora, o a las dos horas, de nuevo, y así sucesivamente. Ese es un criterio. Por otra parte, cuando encontrás algo que te puede servir, casi siempre, si es un portal de noticias ni hablar, no solo lo vas a chequear sino que vos vas a llamar a alguien para hacer tu propia nota. En general son cosas breves las que aparecen en internet, no tienen la personalización que tiene una nota en un diario al otro día. Entonces vos lo vas a hacer como un insumo para llamar a determinadas fuentes que te permitan ampliar esto, como un dato. Después puede pasar que haya un informe subido en una determinada organización en que no haya demasiada posibilidad de ampliar porque el informe mismo ya es rico, lo suficientemente rico. Siempre podés ampliarlo, bajarlo a tierra con algún ejemplo, agregarle la voz de alguien que diga algo acerca de eso. No siempre da el tiempo.

¿Buscadores para buscar información en particular?

Google. Todo el tiempo no pero sí hay temas en los que, bueno, ¿qué hay de esto? ¿Hay algo en la vuelta? Para varias cosas: primero, para corroborar que esa nota no haya salido en otro medio antes, que te puede pasar que te lo hayas comido, aunque nosotros leemos los diarios todos los días, que haya salido un sábado que yo no trabajo o un día que no pude leer los diarios, eso ya es una clave, porque sino ya no es primicia y voy a tener que darle vuelta al tema, por ejemplo. Y después para buscar información. Qué organizaciones tratan determinado de interés, cuál es el jerarca de tal sección que yo no sé quién es.

Los tenés que nombrar: ¿Cuáles son los sitios que visitás con mayor frecuencia?

En mi área sitios como la página de la Intendencia, las diversas páginas -porque no es una- del MIDES, la página del INAU, MontevideoComm, El País, el portal de El País, ya te digo que El Observador no lo puedo abrir porque no tengo la capacidad, a ver si me está faltando algo... Tengo más de un correo, todos los correos que por supuesto nunca pueden faltar, hay algunas organizaciones también, no todos los días de repente. Y bueno, tener Twitter que saltan cosas como UNESCO, UNICEF, todo metido en el mismo lugar, ciertos ministerios, de repente el Ministerio del Interior, Ministerio de Turismo, puedo estarme olvidando de algo en este momento.

¿Y la página de Presidencia?

La página de Presidencia, eso sí, es permanente todos los días. 180, sí, los portales de información todos.

¿Qué redes usás?

Twitter, sí. No es que vas a descubrir la pólvora, pero tenés, como te decía, todo junto en el mismo lugar, entonces los portales se van actualizando ahí. Facebook esporádicamente, como red social, esporádicamente cuando tengo que buscar alguna organización que no la encuentro por otro medio, pero no tengo el Facebook abierto, podría decir que nunca.

¿Las redes profesionales o Youtube?

No. Youtube no tengo ni la capacidad para ver videos prácticamente. La red de profesionales me hice ahí en su momento, no lo uso, y creo que MySpace no, nada.

El correo electrónico para vos es una fuente. Si hay una persona que te manda un mail y vos lo conocés y te manda un estudio o lo que sea...

Sí, claro. Además para conocer lo ocurrido en la agenda, al otro día, en la semana, lo que fuere.

¿Y cómo chequeás la información que seleccionás de internet con otras fuentes? ¿Cuáles son esas otras fuentes y qué hacés? ¿Llamás por teléfono a tal persona para que te diga lo mismo?

Fuentes vinculadas al tema. A ver, puede pasar que la opción que tengas es llamar a la misma fuente que entrevistaron para que diga lo mismo pero que me lo diga a mí y que yo pueda repreguntarle y ampliar la información, porque como te digo, en general lo que aparece es muy esquemático. En general, está mucho mejor si además de esa fuente, que no siempre aparece, porque a veces en las noticias de los portales ni siquiera tienen una fuente específica, sino que uno que más o menos adivina de dónde salió, las puedas contrastar con una fuente si no la tiene, o con dos, mejor. O tomar ese tema como un insumo, como te decía, y en algunos asuntos podés hacer la fuente que tiene esta postura y la otra que es la contracara para poder dar una visión distinta. O de repente conseguir un estudio académico que aporte información por lo menos para un recuadro para contextualizar sobre determinado tema. Las posibilidades son, yo diría, infinitas.

¿Cuándo reservás la fuente?

En general cuando la fuente te pide que no la menciones. En general yo no oculto la fuente salvo que me diga: "Esto mejor no digas que fui yo", y en realidad no es tan frecuente que pase.

¿Alguna vez les pasó o te pasó a vos de ver algo en estos portales y chequeás y no es?

Dejame pensar... Puede haber cosas que de repente, me ha pasado sí, en cosas que de repente llamás para contrastar y te dicen: "Bueno, pero no es tan así". Puede pasar. O de repente no para negar sino para un hecho muy puntual que ocurre en determinado lugar pero que tiene características que vos imaginás que pueden ser noticia al otro día y que te digan: "Bueno, no, pero te voy a explicar por qué pasó. Por esto, por esto y por esto". El portal es tan inediatista, porque no tiene más remedio que serlo, eso lo contrasta muchas veces lo que ocurre. Se queda con lo puntual, pero sí ha ocurrido, incluso a veces pasa después que determinados organismos del Estado vinculados con una noticia o que fue publicado en un portal salen con un desmentido que te llega por correo a las dos horas o al otro día o cuando sea, a veces más rápido o a veces menos rápido, reproduciendo determinado punto o explicando determinada cosa que salió publicada en un portal. Esto ocurre. Últimamente pasa tanto que ni esperan al otro día que se publique en un diario, salen a desmentir antes. Pero no es tan frecuente, lo que pasa que es como te digo, en general no profundizan demasiado porque no tienen tiempo.

Y muchas veces está mal escrito.

Y sí. Sí, hay de todo. Hay algunos portales que además son más inediatistas que otros, entonces esos capaz que escriben peor pero tienen una gama más amplia de noticias que van cambiando permanentemente, y hay otros que vos sabés que en ocasiones, no siempre, están escritos con un poco más de esmero pero no cambian tanto las notas. Hay portales como 180 que la misma nota va a estar prácticamente de mañana y de tarde. El País tiene una mezcla. Mezcla lo que salió ese día en su edición con noticias que van cambiando frecuentemente. Vos sabés que la mayoría son cables del exterior que capaz que a vos no te van a salir tanto en estas secciones, o que te pueden servir como un insumo, para que vos digas: "Ah, se puede hacer una nota con esto".

¿Vos del exterior consultás algo?

Depende... Hay etapas en las que se me da por consultar diarios, portales de diarios del exterior. No siempre tengo tiempo, esa es la verdad, pero hay épocas en las que lo hago más seguido, para aprender, porque la realidad es que suelen ser mejores que nosotros.

Quando vos armás la página, ¿cuántas notas entran más o menos?

¿En cada página? Ahora La República tiene un modelo diferente. Se privilegian las fotos. Antes en La República eran muy chicas y nosotros sabíamos los caracteres que tenían y hoy te puedo decir que es la mitad de caracteres que antes.

¿Cuántas páginas son?

Hoy tiene cuatro, a veces cinco. Cuando yo editaba teníamos siete todos los días, y éramos tres el último año. El último año de La República fueron seguros de paros y otro montón de temas. Entonces había que recurrir a cables y otras cosas. Ha cambiado el perfil. Hoy por hoy, en general, hacer una nota no muy larga pero que tiene que obligatoriamente tener un par de recuadros, cosa que a mí me parece bien porque ameniza la lectura y puede dar con otras cosas que no tienen que ver con la noticia pura y dura sino con un contexto o de repente dos notas, y te diría que es muy raro que haya más de tres por página. Y cuando te digo tres te digo una central, una que de repente tiene la misma cantidad de caracteres que la central pero no tiene una foto o tiene una foto pequeña, y una chica. Más de cuatro imposible con el nuevo modelo. Antes, en general, nunca más de cuatro, pero a veces había de cuatro.

Anexo I. Entrevista 2
Realizada el 08-07-2011

Marina González – Periodista de Internacional en La diaria

Nació el 5 de enero de 1983. Estudió en periodismo en la Universidad de Stendhal de Grenoble en Francia y se recibió en 2003. Trabajó en Radio Francia Internacional y en la Agencia de noticias AFP. Viajó en 2006 a vivir a Uruguay. Trabajó en el portal Universia y colaboró en el semanario Brecha. Comenzó a trabajar en Internacional en La diaria en junio de 2010.

¿Cómo definís el periodismo? ¿Qué es el periodismo para vos?

Bueno, a mí me encanta mi trabajo. El periodismo es un vínculo... O sea, como un canal de información, una especie de intermediario entre el público y lo que pasa en el mundo o la sociedad, etcétera. Como que somos traductores en cierto modo, porque la idea es explicar de manera que todo el mundo pueda entender cosas que a veces son un poco complejas. Es el papel más importante: Hacer llegar la noticia, que sea entendida y que se entienda cuál es la importancia y por qué.

¿Qué rol ocupa en la sociedad actual?

Depende. Depende mucho de los medios. El periodismo en general ahora, sobre todo en Uruguay, suele incidir bastante en la agenda política del país. O sea, por más que también obviamente pasa por las fuentes y por los políticos que hablan y etcétera, me parece que, o sea, hay ciertos temas que se les da más bombo que a otros, y eso incide mucho en la agenda. Hay dos cosas, está eso de seguir a la agenda y está también el hecho de seguir mucho. Hay una parte de seguimiento, tanto en Uruguay como en Francia, creo que pasa en todo el mundo, todo el mundo habla de lo mismo y es medio difícil generar novedades. Como que las informaciones son las mismas en todos lados, en todos los diarios, y es difícil salir de eso. Porque decís: "Ah, si no doy esta información, ya la dieron los demás". Y van a decir: "Ah, se comieron esta información". No, no nos la comimos, nos pareció mejor hablar de otra cosa.

¿Qué significa para vos ser periodista?

Eso, poder servir de intermediario. O sea, a mí lo que me importa en todo caso, capaz que no tanto lo que significa sino lo que me gustaría que fuera... Hay también una parte educativa. Sobre todo en internacionales. A mí me interesa pila poder hablar -que me cuesta, es una lucha perpetua, incluso en un medio como La Diaria que es más abierto a esto-, poder hablar de países que nadie conoce. Aprovechar que pasó algo en algún lado. ¿Qué está pasando en Sri Lanka? Ta, el mundo árabe ahora está re bueno, te permite acercar realidades que son distintas, que son difíciles de entender. Eso en cuanto puedo, lo hago. Me gusta hacerlo, es la parte que más me interesa. Eso también tiene que ver con el hecho de ser intermediario, de tratar de acercar cosas complicadas y lejanas.

¿Cómo describís tu rol en el diario?

Mi equipo son tres: sub-editora y tu compañera. Bueno, en general, en los momentos que está todo mal, soy un poco la defensora de la causas perdidas, porque me parece que justamente tendríamos que obviar un poco más las cosas que da todo el mundo y que tendríamos que darle más énfasis a lo que nadie, y a lo que de última capaz que es lo más importa. Capaz que los africanos están muy lejos pero no por eso es que no importe que se estén muriendo de hambre. Mi rol es escribir, buscar noticias que sean un poco de lo habitual, también buscar las que son habituales y que hay que dar. Escribir y tratar de que la nota esté lo más clara posible.

¿Cómo definís la credibilidad de un medio o un periodista?

Pasa también por eso de no equivocarse, que eso, en realidad, como que depende mucho de lo humano. Para mí, hace poco me equivoqué en una nota y ta, horrible.

¿Qué pasó?

Me equivoqué porque era una nota sobre Puerto Rico. El estatus de Puerto Rico. La visita de Obama a Puerto Rico. Yo no tengo ni idea de Puerto Rico. Todos los días cubro cosas de las que no tengo ni idea. Siempre busco, trato de ir a los medios locales, porque te permite ver el punto de vista local, que también es un poco tramposo, porque a veces le falta contexto, y los medios no sabés qué orientación tienen. Y a veces hay muchos países donde todos los medios tienen cierta orientación y no podés encontrar uno que piense distinto, y que no represente a la población, en realidad. Ahí cometí el error de no agregarle a eso fuentes que fueran internacionales, agencias. En realidad, si puedo evitar pasar por las agencias, prefiero. No me gusta, prefiero ir a fuentes más locales. Y ta, fui a las fuentes locales y no entendí, entendí que Puerto Rico quería ser independiente, que en realidad no es el caso. Y la pifíé, y mi editora también, tampoco se dio cuenta. Nos lo comimos todos, hasta el director del diario, leyó la nota y tampoco... Y ta, me gusta ser una rata, pero la pasé horrible. Y para mí eso es muy malo para la credibilidad de un periodista. Eso no es generalmente común, muy mala periodista por eso. Pero sí, creo que más que nada eso, tratar de no equivocarse, que es muy difícil. Y también puede pasar con pila de detalles. Un diario creo que pierde credibilidad cuando tiene muchos errores de sintaxis, errores de tipeo, ese tipo de cosas creo que le hacen mal a un diario. Y después también la credibilidad depende mucho del punto de vista del lector, porque capaz que para un lector que es más de derecho, que es blanco, le parece más creíble El País que La Diaria.

¿Tu medio tiene manual de estilo?

No, no tenemos. O sea, está en la cabeza de la jefa de los correctores, pero es un debe que tiene, todavía no lo hizo.

Pero los correctores sí. Tienen un estilo por lo menos.

Claro. Justamente la función de los correctores, creo que es una de las fuerzas de La Diaria, es una de las buenas cosas que tiene La Diaria, de darle mucha importancia a la corrección. Hay tres correctores que están ahí, todas las notas son filtradas, todas las notas son releídas. O sea, vos conocés: los filtros, la editora, la corrección, vuelve a la editora.

¿Vos sabés a qué público le escribe el diario? ¿Tenés una idea?

El diario le escribe a un público informado. Hicimos muchas encuestas, sabemos que nuestros lectores son informados. Son jóvenes, hay una tendencia bastante joven, que no quita que también tenemos personas mayores. Uno de los objetivos de La Diaria es, y de cierta creo que lo logró bastante, hacer que los jóvenes vuelvan a la prensa. Yo igual trato de no pensar tanto que mi lector es informado, sobre todo en internacionales. Porque podés ser informado y no tener idea de Puerto Rico como yo, o de cualquier otro lado. Es bastante difícil esa cosa de decir "sí, pero nuestros lectores son informados". Trato de no tenerlo demasiado presente eso porque creo que es medio tramposo.

¿Interactuás con algunos lectores? ¿Te llegan algunos mensajes? ¿Llaman?

La que se encarga de eso es mi editora. Alguna vez, cuando hubieron quejas, por ejemplo lo de Puerto Rico, yo no le contesté pero lo que sí me pasó una vez, al principio que me había quedado, una mujer que me escribió... Yo viví en África, viví en Guinea Ecuatorial, y escribí una nota sobre Guinea Ecuatorial, y una mujer me escribió que había estado en Guinea Ecuatorial, diciéndome "qué bárbara la nota", no sé qué, y ahí mi editora me lo pasó y yo contesté

personalmente. Y después lo que tengo, como La Diaria es una suscripción, muchas veces decís “yo trabajo en La Diaria” siempre hay alguien que te dice “yo la recibo”, y ahí te hacen comentarios. Todos los vecinos de mi madre que reciben La Diaria, que les encanta, son personas muy mayores y les encanta comentar mis notas. Hace un tiempo ya en una entrevista sobre Haití llegué a hacer una pregunta que me habían hecho sobre tal cosa. “Hablando con un suscriptor de La Diaria me dijo que hay que estar loco para ser presidente de un país como Haití. ¿Qué te parece?”. Me parece que eso está bueno, poder usar eso, esas interacciones. A mí no se me hubiera hecho esa pregunta, pero hablando con la gente te inspira cosas.

¿Cómo es tu jornada de trabajo?

De 2 a 8, 9, o 10, depende.

¿Me describís tu jornada?

Muchas veces miro los temas del día. Lo que hicimos es que nos escalonamos con Andrea. Cecilia, la editora, casi no escribe. Andrea llega a las once, busca temas y manda temas. Cecilia también manda temas, como que Cecilia abre un plano general. Yo llego, muchas veces ya miré los temas en casa. Según los días, por ejemplo, los domingos yo mando temas desde casa antes de entrar. Cuando llego a La Diaria, prendo la compu y vuelvo a mirar si no pasó nada o si no hay nada. También como yo al tener muchas fuentes francesas y africanas, los medios que yo consulto sé que Andrea no consulta, para ver si no nos comimos nada, que no hay nada que esté salado. Y en general arranco con una nota que ya de los temas se estuvieron peloteando sea un tema, entre comillas, mío. Tratamos de dividirnos bastante los temas; todo lo que tiene que ver con derechos humanos es más bien mío, países árabes, África, Francia, es mío. Siempre en el día hay algún tema que esté cantado que es para mí, entonces arranco con esa nota. Cuanto más largo, mejor. Trato de arrancar con una nota que sea importante para así ya ir avanzando. A eso de las tres, tres y media, llega Cecilia, y ahí ya coordinamos mejor. Y sigo de largo. Voy siguiendo las notas. En general hago dos notas grandes o una grande y una un poco más chica, breve.

¿Cuáles son las fuentes?

Diarios electrónicos extranjeros, en general. Para mí EFE es una especie de cosa, que es la agencia que tenemos en La Diaria, es un bastón de apoyo, digamos, pero no es una fuente para mí. Hay muchos días que no la abro. Porque yo tengo un problema con las agencias.

¿Por qué?

No sé, para mí son como que las agencias dictan la agenda de informaciones del mundo. Me embola pensar que estoy siguiendo la misma agenda que están siguiendo en Argentina, en Perú, en Francia, en España. Un embole. Lo que sí, la agencia que más me gusta, cuando encuentro algún cable de ella, es AFP. Me gusta más la manera que enfocan las cosas, y también capaz porque conozco la interna, sé cómo trabajan. EFE es más conservadora. Eso sirve igual. EFE sirve, está bueno mirar las noticias del día ahí, como que te da un buen rastreo de lo que va a cubrir toda la prensa mundial.

¿Y fuentes personales?

Sí, tengo contactos. Lo que tengo sobre todo son amigos que están un poco en todos lados en el mundo.

¿Son periodistas?

No. O sea, algunos son periodistas sí. Tengo una amiga que vive en Haití, ponete, que eso está re bueno, tener a alguien en el lugar. Precisás algo, poder llamarla o mandarle un mail. Tengo varios amigos en Guinea Ecuatorial. Tengo una amiga que es consultora que viaja por todos lados en África, está re bueno. Tengo una amiga que está en Sudán. Tengo otra que está en

Venezuela. O sea, es sobre todo eso. En el lugar donde yo estuve es muy internacional, no en Grenoble, sino Ginebra, donde estaba antes. Eso me permite tener contactos que de por sí viajan mucho, y que están en todos lados. Y conozco muchos franceses que viajan por el mundo, que viven repatriados. Ahora tengo un amigo que se fue a vivir a Colombia, también está bueno.

¿Sos de llamarlos en algunos casos puntuales?

Sí, pero el tema es que por ser solo dos, siempre andamos corriendo. O sea, no puedo darme el lujo de estar llamando a la gente. Antes de trabajar en La Diaria para mí una nota sin fuente propia no era una nota. Yo no concebía escribir una nota sin llamar por lo menos a alguien para preguntarle: "Che, ¿qué te parece?" Ahora no, tuve que acostumbrarme. La mayoría de mis notas son solo a base de fuentes de internet. Solo en caso de que le queremos dar mucha importancia a un tema, o que justamente en ese país yo tenga una súper buena fuente donde pueda ayudar, en ese caso sí. Pero después no sé. En Chile sí tengo fuentes, tengo buenas fuentes, que las conseguí de alguna nota que hice, que pude hacer contactos. Pero de a poquito sí, la gente que voy entrevistando siempre tengo el contacto. No sé, una diputada alemana que está en el Parlamento europeo. El tema es que hay tantos países en el mundo que si trabajás en Internacionales no podés estar llamando y consultando cada vez, y aparte no tenés gente conocida en todos los lugares. Una nota de Alemania no voy a hacer una por mes, voy a hacer una cada tanto.

¿Qué importancia le adjudicás a las fuentes en tu trabajo? Más o menos me lo contestaste.
Muy importante.

¿Y cuáles son las fuentes que consultás con mayor frecuencia? Puntualmente, ¿cuáles son? ¿AFP es una?

Google noticia. Selecciono el país más cercano, aunque no esté. Después como cubro mucho Argentina, TÉLAM, La Nación, Página 12.

¿Clarín?

Clarín nunca lo consulto. Primero porque me colapsa la computadora, porque es muy pesada la página, y porque ya es demasiado. Considero que con La Nación ya estoy medio ahí. Pero si citan a Clarín en alguna nota, voy a Clarín a fijarme, obviamente, pero no es que la abro...

¿Sitios del gobierno?

Voy muy poco. Depende del tipo de información que sea. Primero la información la agarro en la prensa local y después voy a fijarme a la fuente original, entre comillas. Por ejemplo, en el caso de Ecuador voy mucho a El Ciudadano, que es de gobierno en realidad.

¿CNN, BBC?

BBC sí. Eso es algo que aprendí a entrar entrando a La Diaria porque son fuentes que usan mucho Cecilia y Andrea. BBC, Reuters, El País de Madrid. También uso mucho una página, cuando es cuestión de África, que se llama Jeune Afrique -Joven África-, que está buena, porque aparte tiene una sección por país. Según el país que vos quieras cubrir entrás ahí y tenés todas las informaciones de cada país. Es francesa pero trabajan con africanos. Tienen muchos corresponsales en los países mismos y la redacción en París está absolutamente compuesta por africanos.

¿La Diaria tiene corresponsales?

No, lamentablemente no. Tratamos con Argentina pero nada fijo. Eso es una falta terrible.

¿Y los criterios que usás para chequear estas fuentes son su credibilidad? ¿Creés en algunas y en otras no?

Si las uso de fuentes es porque más o menos creo en ellas. Lo que es de gobierno, por ejemplo en Ecuador, sé que ahí voy a tener solo la información oficial. Lo que hago es tener en cuenta cuál es. Si me voy a Le Monde sé que voy a tener un punto de vista francés, si es cuestión de Libia no va a ser capaz el mejor... Puede ser esa pero la tengo que completar con otra cosa.

Nunca solas.

Sí, sí. Incluso cuando escribo una breve tengo mínimo dos fuentes.

Si La Nación dice una cosa, si Página 12 dice otra, del mismo tema se contradicen, ¿qué hacés ahí?

Argentina es un rompecabezas para mí. Aparte, claro, como yo viví mucho en el extranjero, no conozco a la Argentina como los uruguayos. Entonces cuando veo eso lo que hay que decir es "tal dijo esto, tal otro dijo lo otro", no me meto, no me considero armada para poder juzgar lo que pasó. Al menos que tenga tiempo y ahí sí voy a llamar a alguien, tengo a varios politólogos que manejan bien el tema Argentina y todo eso. En general, aparte el tema de Argentina es que es una cuestión de polarización. Realmente no podés buscar la verdad, no hay verdad. Porque los de La Nación y Clarín están segurísimos que lo que están diciendo es la verdad, ellos te lo juran por Dios, y Télam te hará lo mismo. Pero la idea tampoco es dar opinión.

¿En qué momento empezás a usar Internet? ¿Te acordás?

Bueno, en la escuela de periodismo tuvimos una clase de búsqueda de información en Internet. Los motores de búsqueda, incluso me olvidé de algunos, que estaban buenísimo, no sé cuáles son, los tengo que buscar. Me enseñaban los distintos motores de búsqueda que había, cómo hacer una búsqueda, qué términos usar para buscar lo que uno quiere. Cosas que ahora las tenemos re integradas pero que en ese momento no eran tan obvias. Sí, ver qué tipo de fuentes eran, los resultados, poder darse cuenta viendo los resultados cuál te va a servir más que otra, cuál corresponde más. Después Internet en el trabajo en pasantías lo usé poco y nada. Era solo los mails, pero como fuente de información era casi nada. Por las pasantías que hice, Radio Francia, incluso cuando trabajaba para la redacción en francés internacional, o sea, sobre las Américas, era mucho por teléfono. Aparte yo hacía mucho el trabajo de producción, o sea que yo hacía todas las entrevistas. Igual yo no era la que buscaba las informaciones, me decían "tenés que hacer tal cosa". Me mandaban a hacer algo. Yo en el momento de Katrina, ponele, me pasaba horas llamando por teléfono a los franceses o a quien sea que estuviera allá en Estados Unidos para hablar con gente, pero no era vía Internet. Alguna cosa, me metía a algún diario, para estirarme ponele, pero no.

No sacabas información de ahí.

No, no, para nada.

¿Y cuándo empezás a usarla siempre para trabajar? ¿Acá en La Diaria o antes?

Yo creo que fue en La Diaria. Estoy tratando de acordarme. No, porque incluso en el curso era mucho a base de entrevistas. En Brecha todo lo que hice fue mucho a base de entrevistas. Es La Diaria sobre todo.

En el correo te llegan informaciones, a tu correo personal.

Sí, sí. Muchas veces ni las leo. Los titulares de los diarios a veces ni los abro. Antes me servían, ahora dejé, es spam casi.

Cuando citás, ¿cómo citás? ¿Ponés comillas o transcribís y ponés "según dijo tal"?

Sí, o sea, lo que voy a citar textualmente y en general lo que retomo tal cual, son únicamente las citas. O sea, una fuente propia que tuvo un medio, ponele, Télam dice que Filmus dijo “blablablá”, retomo el “blablablá” diciendo “dijo Filmus a Télam”. Después, lo que no es así literal, o sea, lo que no son citas, en general lo reescribo, y como lo hago en base a varias fuentes, hay muchas cosas que lo dicen todos igual o más o menos la información es la misma en todos lados, o sea que esa información no voy a citar la fuente o sino digo “dijeron los medios argentinos”. O sea, no cito textualmente a un medio que no citó a nadie, no lo voy a citar, porque nunca lo voy a usar como única fuente, y lo voy a reescribir con mis palabras y con lo que yo entendí. Mi trabajo no es copiar a los demás medios.

¿Sabés si La Diaria tiene algún criterio en esto de citar cosas de Internet?

Cuando entré se citaba mucho más. Incluso cuando reescribíamos, siempre citando. Era casi como religioso, y tuvimos reuniones sobre el tema de los contenidos y eso, y otros compañeros dijeron “che, es medio pesado eso de ‘dijo Fulano, dijo Mengano’, ta, todo bien, pero si está en todos lados no pongan la fuente”. Y ahí empezamos a reducir bastante. Si está en todos lados tampoco vas a andar diciendo: “dijo La Nación”, “dijo Clarín”, “dijo...”.

¿Alguna vez te pasó citar algo que era mentira? Que salieron a decir todos los demás que no era.

No me acuerdo. Creo que no. Me parece, pero puede ser, es probable, pero no me acuerdo nada grave. Lo que sí, lo que se me ocurre que fue más o menos, no sé si llegó a ser mentira o no, nunca terminé de entender bien, también porque después no tuve que retomar el tema, fue el tema de la ley en Bolivia que supuestamente autorizaba los transgénicos, que cuando fue promulgada se anunció que no se autorizaba. Es que el gobierno hizo un cambio en la ley... Igual en el momento ese pusimos: “La ley finalmente no autorizaba...”, pero ta, no, no. Creo que no fue una falsa información en realidad.

¿Tenés alguna Google alerta? ¿Te llegan alertas de temas?

Sí, tenía antes. También se terminaron convirtiendo en spam, no las miro más. Es muy difícil lograr recibir lo que querés. Había hecho una alerta para Guinea Ecuatorial justamente. Recibí todos los partidos de fútbol, todo. Te sirve el 10% de lo que recibís en realidad.

¿Y el correo electrónico?

Sí, yo siempre cuando entrevisto a alguien le doy un correo, sabiendo que me va a spamear, ¿no? Pero no importa, porque sé que dentro de lo que me manda en algún momento hay algo que sirve. Sí, recibo pila. La dificultad es poder clasificar eso.

Y por ejemplo, cuando buscás eso que hablábamos hoy, Internet como fuente, si algo que te queda dudoso, ¿lo tomás igual aunque sea un tema importante? ¿Llamás a alguien?

En general, nunca me pasó... Si está en Télam y en La Nación, que son dos medios que jamás coinciden, lo doy por bueno. Pero depende, depende mucho del tiempo. El tema que nos juega pila en contra es eso, el nivel de productividad que tenemos que tener para llenar las páginas del día y a veces no te da el tiempo.

¿Son cuántas?

Somos tres en total, pero somos dos que escribimos. Y todos los días son dos páginas y los martes y los miércoles salimos con cuatro páginas. En la semana tratamos de liberar a una de las dos para que pueda escribir para adelantar algo para el martes. Eso quiere decir que durante la semana también hay un día que tenés que escribir dos páginas vos sola, al final si en ese caso hay una sola, ahí sí, pero ta.

¿Reservás la fuente?

Ah, sí, me pasa seguido.

¿Y cómo actuaste ahí?

Sí, si no perdés la fuente. Incluso, si puedo, para no generar problema a la persona, ni siquiera, según lo que sea... Pero en estos casos, si puedo evitar decir "según la fuente anónima", "según pudo saber La Diaria", ponele. Pero no voy a decir, es como apuntar mucho a la persona.

¿Alguna vez te pasa que salen en otros lados cosas que escribiste vos y no te citan?

La verdad es que veo poco, no me entero. Porque leo poco la prensa uruguaya. La leo más la parte nacional, pero la internacional leo la prensa extranjero. Lo que sí sé es que mis notas pusieron en la agenda temas acá, pero después que hayan citadas, no, no me enteré y no me importa.

¿Las redes sociales las utilizás como fuente?

Tengo Facebook, pero Facebook me sirve más cuando tengo amigos que, no sé, llega alguna noticia de algún lado, alguna cosa, digo "ah, mirá". Todas esas cosas no le interesan a mi editora. Y después me hice una cuenta de Twitter solo para poder seguir a todos esos políticos twittearinos, que yo no twitteo nada pero solo estoy ahí chusmeando lo que dicen y publican.

¿Has sacado alguna cosa?

Sí, alguna cosa saco. Pero muchas veces, para lo que me sirve sobre todo, veo que algún diario cita el Twitter de Fulano, y voy a ir al Twitter de Fulano a ver, y capaz que me permite ver si hay alguna novedad desde que dijo esa cosa que se citó y todo ese tipo de cosas. El Twitter no es algo que abro todos los días para ver qué pasa, es un extra, ponele. Depende la personalidad, hay gente que sabés que twittea mucho, entonces te metés. Si vas a hablar de Hugo Chávez, te metés.

Y por ejemplo, ¿sos de consultar Youtube?

No, Youtube no, la verdad que no. Alguna vez Youtube sí, por Facebook algún video que me mandan y lo miro, pero ir a buscar a Youtube no. Para cosas personales sí lo hago, pero para cosas profesionales no.

Anexo I. Entrevista 3

Realizada el 21-09-2011

Valeria Gil, periodista de sección Política del diario El País.

Nació el 27 de julio de 1984. Es licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República egresada en 2007. Comenzó a trabajar en periodismo en el diario La diaria en 2006 como colaboradora en Sociedad hasta 2007. Más tarde trabajó en el diario Últimas Noticias (un mes y medio) en Política y Salud y desde febrero de 2011 trabaja en Política del diario El País.

¿Cómo definís el periodismo?

Qué carajo es...

Para vos es tu profesión.

Sí. Para mí es la profesión que amo, que me gusta hacer y mi vocación.

¿Qué rol creés que ocupa esta profesión en la sociedad, qué tan importante es?

Que es importante, en el sentido de que es lo que transmitimos a la gente es lo que lo toma, lo da por cierto, y en los hechos se discute, se forma opinión pública, por eso es importante.

¿Qué significa para vos ser periodista, en lo personal?

Un gran desafío, un gran desafío por el trabajo que tiene que todos los días el hecho de tratar de conseguir noticias, de mantenerse, de que es un trabajo desgastante, no es un trabajo como cualquier otro y estás muchas horas adentro de una redacción, entonces me parece que es algo lindo pero que te tiene que gustar mucho para poder hacerlo, porque lleva mucho trabajo.

¿Cómo describís tu rol en el diario?

Me encargo de cubrir Frente Amplio, Política, pero más que nada vinculado a la actividad parlamentaria, todo lo que implique la fuerza política, mesa política, secretariado, y todo lo que tenga que ver con el Parlamento a nivel de proyectos de ley, reuniones de bancada, más que nada soy como el nexo entre Poder Ejecutivo y el diario.

¿El rol te lo asignaron o vos lo propusiste?

En Últimas Noticias estaba haciendo Gobierno, y cuando vine para acá me llamaron porque había un lugar libre en Frente Amplio y me ofrecieron eso. Pero me gusta, está relacionado, prefiero Frente que Gobierno.

¿Vos reportás a quién? ¿Cómo trabajás? ¿Cuántos son en la sección?

Somos 12: está el subeditor y el editor. Más que nada el trabajo es con el editor, y también si hay reuniones está el secretario de redacción, más que nada es él el que te dice qué tema vas a hacer, más que nada para domingo, por ejemplo.

¿Quién es el editor?

Carlos Ríos

¿Y el subeditor?

José Luis Aguiar.

¿Cómo es la rutina?

El día anterior tenés que mandar previsiones de qué actividades hay o qué cosas, de la agenda, podés conseguir. Al otro día, a la 1, manda un mail general con el tema que le toca a cada uno. Y a partir de eso, empezás a trabajar en ese tema. Si surge otra cosa, podés cambiar después, pero más que nada trabajás así. Tenés libertad para salir, para hacer notas afuera, te podés mover afuera, que en otros diarios a veces se complica.

¿Y está previsto que te paguen los viáticos?

No, te llevan.

¿Qué es para vos la credibilidad de un medio o de un periodista?

Creo que tiene que ver con la calidad de la información que se da. Creo, más que nada, el hecho de tener una fuente declarando o el hecho de tener algo que respalde la información que das, documentos, lo que sea. Que sea creíble significa que se pueda comprobar que lo que dice es cierto.

Comparando tu experiencia en Últimas Noticias y acá, ¿cómo evaluás el tema de la credibilidad?

No creo que uno sea más creíble que otro. No pienso que un medio sea más creíble que otro. De repente puede dar una nota más acertada que otro, pero eso va y viene, no es que sea más creíble. O sea, no le atribuyo la intencionalidad o una deformación de la realidad. Creo que, en algunas informaciones, puede tener unas fuentes que lo hacen más creíbles. En determinadas notas, no en general que un diario sea más creíble que el otro. Creo que se trabaja de la misma manera.

¿Tu medio tiene manual de estilo?

Sí.

¿Lo usan?

Sí, más que nada es el editor que lo usa, pero podés opinar.

Cuando vos entraste, ¿te dijeron “este es el manual de estilo”?

No.

¿Te enteraste laburando?

Sí.

¿Sabés quiénes los leen? ¿Se preocupan por quiénes leen el diario?

Sí, todo el tiempo. Siempre estamos orientados en trabajar para el lector, en este diario. O sea, no importa que una información haya salido en otro lado un día antes, al lector del diario le interesa leerla. Entonces no es una competencia de "si lo dio el otro diario, no lo damos". Lo que hacemos es pensar en el lector primero, o sea, darle la información para que la pueda leer. Es distinto el lector de la semana que el del domingo, ahí pueden haber notas más de encare o de resumen de la semana porque se sabe que la gente que compra el diario el domingo no es la misma: el fin de semana compra mucho más gente, es gente que de repente no está enterada de todo lo que va pasando. Pero siempre la prioridad número uno del diario es el lector. Incluso cuando entrás te lo dicen: es un diario comercial, que depende de las ventas; no como otros diarios que, de repente, venden poco y se manejan de otras maneras, nosotros dependemos de las ventas.

¿Y cómo definen al lector?

Sabemos que un diario de domingo lo puede comprar cualquiera. Es el uruguayo común y corriente que quiere leer los avisos, que compra el diario para enterarse qué pasó en la semana, para distraerse, para hacer una lectura. Es cualquiera, no es un lector específico, no está determinado.

¿Y qué diferencias encontraste entre medios?

Lo que te decía, por ejemplo, en Últimas Noticias sí era diferente porque, de repente, si otro diario sacaba algo, como que nosotros siempre pensábamos que no podíamos sacar lo mismo... Y acá no importa, aunque saques lo mismo, no interesa; porque lo que interesa es darle la información al lector. O sea, lo primero es el lector. Y lo mismo a nivel de fuentes. Más que proteger una fuente, lo que interesa es el lector: o sea que si vos tenés una información, la tenés que dar, porque tenés que priorizar al lector.

Te pido que definas una jornada tuya en la redacción? ¿A qué hora entrás? ¿Qué hacés?

Todos los días más o menos lo mismo. A la 1 mandan el mail, luego, me pongo a mirar los diarios, charlamos un poco con mis compañeros y después arranco a llamar por teléfono, generalmente voy a los lugares que quiero ir, me voy al Palacio, despacho por despacho, trato de tener una relación más personal con las fuentes, de charlar, voy, tomo un café, charlo, que me cuenten. Es mucho más fácil porque podés entablar una relación de confianza, y aparte te pueden contar cosas que vos por teléfono no las conseguís.

¿Qué denominás fuente?

Es el lugar de donde sacás información.

¿Cuáles son las que usás con más frecuencia?

Legisladores, gente que integra los organismos del Frente, y también gente que no ocupa un cargo pero que está ahí, secretarios.

¿Cómo manejas la frecuencia en consultarlos?

Tengo fuentes a las que consulto todos los días, todo el tiempo, con las que tengo confianza. O sea, todos los días hablo: “hola, ¿cómo andás? ¿Todo bien? ¿Hay algo nuevo?”, básicamente eso.

¿Y esas fuentes las trajiste contigo o las conseguiste acá en El País?

Hay fuentes que sí, que las tenía. Pero otras las conseguí acá. Las mejores fuentes que tengo las conseguí de casualidad, fue de ir y conocer determinadas personas. Y también algunas me las pasó un compañero, “llamá a Tal y decí que llamás de parte de tal persona” y como que ya estás entablando una relación.

¿Desde que trabajás en periodismo estás en internet?

Sí.

Aparte de estas fuentes más personales, ¿sos de consultar algunas páginas en particular?

Todos los días. La del Frente Amplio, Partido Socialista, Partido Comunista, Asamblea Uruguay, MPP, o sea, voy a las páginas de los sectores más grandes, más que nada los que sé que actualizan. Entro a todas las páginas.

¿Y otras? En medios...

Uy Press, generalmente entro porque hay cosas de política. Y después todo el tiempo estoy entrando a los portales.

¿Eso cuándo, de mañana o más tarde?

Cuando llego al diario empiezo a mirar. Y cuando estoy llamando, voy mirando.

¿Qué portales usás más?

El del diario, el de El País, Observa, MontevideoCom, Subrayado. Todos.

¿Y oficiales?

Presidencia, es el que más actualiza.

¿Son confiables, te ha pasado de encontrar alguna información que no sea?

No.

¿Hay algún criterio en El País sobre uso de internet, de Youtube, de alguna cosa que no puedas cargar?

No. Lo único que no podés, desde mi máquina, es chatear por Facebook.

¿Por Gmail sí?

Sí

¿Y por qué no podés?

No sé, porque tengo compañeros que sí chatean. Algunas máquinas no están habilitadas. Pero no, no hay restricciones.

Acá no pasa, acá todo el mundo entra.

Acá al contrario, te dicen que tenés que entrar a Facebook y a Twitter para seguir la información. Tenés todas las herramientas, no tenés ningún problema.

¿Vos usás Facebook y qué otra cosa usás? ¿Twitter?

Nada. Pero no tengo Twitter. Tampoco veo que pongan demasiadas cosas en Facebook.

¿Y tenés algunas de tus fuentes ahí en Facebook?

Sí, tengo.

¿Pero no te ha pasado conseguir nada ahí?

Sí, algo así, pero no es algo que diga que ahí saco información todos los días. Puede haber algo, algún comentario que sirva para tomar y preguntar y averiguar algo, pero nadie te va a pasar información importante por Facebook. Puede haber una opinión, una crítica, algo.

Y en ese caso la podés usar pero no sería una nota extra. ¿Cómo lo manejas?

No, una nota no es eso. Una nota es llamar...

El correo. ¿Cuándo usás el correo? ¿Tenés muchas fuentes en el correo? ¿Tenés el del diario? ¿Tenés el personal?

Sí. Dos casillas: el del diario y el personal.

Y usás las dos.

Más que nada la del diario.

¿Qué cosas recibís?

O sea, mail de actividades de sectores. O sea, lo que recibo ahí son documentos o cosas que me pasan, que me las paso a fuente, eso sí todo el tiempo, no de que me comparten para pasarme...

¿En qué caso reservás la fuente?

¿En qué sentido?

¿En qué caso vos no revelás quién te pasó la información?

Nunca. O sea, tengo determinadas fuentes que no puedo, nunca la revelo.

¿Y ahí cómo lo ponés? ¿Cómo lo describís? ¿El lector cómo se da cuenta?

Por el lugar en la que está. Pero no la puedo... O sea, hay fuentes que son sagradas en el sentido de que dependés de ella y no la podés citar nunca. Aparte hay personas que las cuales

si vos decís que lo sacaste de tal lado, demasiado directo, se dan cuenta. Lo tenés que manejar vos.

¿Y ahí cómo hacés?

“Una fuente de tal sector” o “una fuente legislativa”, ni aclaro si es diputado o senador. O “fuentes que participaron en tal reunión”.

¿Y en qué casos no las revelás?

Porque podés quemar a alguien por el hecho de decir. O sea, si das demasiado detalle la podés quemar a la persona, o sea, no te conviene ni a vos ni tampoco podés perjudicar a alguien.

¿Y te pasa todo el tiempo?

No, o sea, yo cuido la fuente si a mí la fuente me sirve. O sea, si es un tipo que yo no lo conozco y le pongo un grabador y me dice cosas y no me aclara que esto no es para citarlo, lo cito igual. Estamos hablando de una fuente la cual tenemos una relación de que te pasa información, esa fuente la tenés que proteger al máximo porque dependés de eso para hacer tu trabajo.

¿Alguna vez te ha pasado de usar información de algunos de esos portales como insumo para tu trabajo?

Sí, siempre.

¿Y ahí cómo hacés? ¿Vos vas y corroborás por otro lado?

Sí, claro, me sirve para llamar

Siempre terminás llamando.

Sí, sí.

¿Les ha pasado de, por ejemplo, algún comentario o alguna cosa que ven en Facebook y lo llamás a esa persona y te desmiente algo?

No, nunca.

Donde trabajás vos, en la redacción, ¿se usa mucho el Twitter y el Facebook?

Sí, todo el tiempo.

¿Pero siempre para volver a llamar o alguien lo usa distinto?

No, también lo usás en el caso de que sin llamar, en el caso de que haya dicho algún comentario, crítica, por Twitter. Por ejemplo, Bordaberry siempre lo hace, entonces citás directamente el Twitter y ya está. Pero casi siempre se toma para una nota grande, si es una columnita no.

¿El País Digital tiene redacción separada?

Sí.

¿Y tienen contacto ustedes con los periodistas?

Sí, todo el tiempo.

¿Son de pisarse temas?

A veces pasa. No de pisarse temas, pero pasa de que llamás a alguien y ya lo llamaron. O dentro del mismo diario, pudo haber llamado alguien de Economía, alguien de un suplemento, y no sabés. Pero generalmente si hay algo grande se coordina, si hay temas grandes. Pero a un legislador, por ejemplo, lo puede haber llamado otro y lo llamás y “recién hablé con alguien de tu diario”.

¿Vos cómo ves tu laburo desde que empezaste hasta ahora?

¿En qué sentido?

¿Qué has adquirido? Desde tus primeras notas hasta ahora.

Me parece que evolucioné bastante. Adquirís obviamente experiencia en la práctica, porque no hay otra manera. En todo sentido, a nivel de cómo manejarte con las fuentes, más en política, que es muy difícil porque son tipos que están acostumbrados a tratar con los medios. Aparte en cierta forma te utilizan para pasar lo que ellos quieren o decir lo que ellos quieran, o sea, no podés ser ingenuo en ese sentido. Te sirve para la parte de la ingenuidad, te sirve para ir ganando experiencia, y a nivel de escritura también obviamente. No es lo mismo que escriba una nota freelance o algo así a que estés todos los días con la presión de estar en un diario, de que tenés que entregar a tal hora, y qué tenés que hacer. A veces más de una página o una apertura, o sea, más que nada eso.

¿Cuándo es tu hora de cierre?

A las 11 tiene que estar todo cerrado.

¿Estás hasta el cierre?

Generalmente sí.

O sea que vos antes de las 11 vos tenés que tener...

Antes de las 11 tiene que estar todo el diario cerrado.

¿Vos más o menos cuándo entregás?

Depende. 10, 10 y media.

¿De qué extensión son tus notas regularmente?

Largas.

¿De cuánto?

Pasa que escribimos en páginas, pero son 6 mil o 7 mil caracteres. Son páginas largas.

¿Es por día esto?

Sí.

¿Y es un tema solo o te dividís los temas?

Eso según el día, pero una apertura puede llegar a 6 mil caracteres, según la página que te toque. Pero una cabeza de página no te baja de 5 mil caracteres. Tenés que llamar a más gente para que te haga declaraciones, con algo tenés que llenar.

¿Y ahí cómo manejas el tema del tiempo?

Yo escribo bastante rápido por una cuestión... Yo prefiero ya más, o sea, todo lo que pueda para corroborar que tengo todo y después ponerme a escribir. Prefiero llamar a mucha gente y después como a las 6 y media, 7, arranco recién a escribir, o a veces más tarde.

¿Qué día descansás vos?

Los domingos.

Los domingos no vas al diario, ¿pero de lunes a sábado vas siempre en ese horario?

Sí, una vez al mes tenemos rotativo.

¿Alguna vez de cerrar y no haber confirmado algo?

No, eso no. O sea, nunca, no podés dar algo sin confirmarlo, obviamente. Sí te puede pasar de que tengas la nota pronta y enterarte que pasó algo más que no tenías entonces tenés que cambiar todo. Pero cerrar sin confirmar algo, no. O sea, podés tener alguna información contradictoria en el sentido de que alguien te pase algo y otro te diga: "No, esto es mentira", pero bueno, yo casi siempre cuando me pasa eso trato de conseguir alguien que me lo declare para que no me lo desmientan al otro día. Más que nada eso, pero cerrar así sin confirmar algo, no.

¿Y cómo hiciste para perder esa ingenuidad?

Yo más que nada, o sea, he manejado, bueno, es algo muy independiente, siempre desconfiar lo que me están diciendo. O sea, hay determinadas fuentes en las cuales confío claramente, pero los políticos en general siempre trato de desconfiar lo que me están diciendo. Porque cada uno te dice según sus intereses, obviamente, entonces siempre trato de desconfiar y chequearlo con por lado, o hablar con más gente. Y en ese sentido ya vas conociendo las fuentes, qué grado de confiabilidad tiene la fuente. Porque hay determinadas personas que te pueden decir una cosa pero no es así por más que te lo declaren o te lo digan. Y también me ha ayudado gente que tengo, o sea, periodistas veteranos que siempre me dan consejos y eso.

¿Vos cómo definirías el ambiente del periodismo?

¿El ambiente de trabajo?

Claro.

Bastante salvaje. Mucha competencia. Competencia con otros medios y competencia adentro del medio también. Porque adentro del mismo medio siempre estás compitiendo y afuera obviamente que también. Por eso decía, es un trabajo exigente por el medio en sí.

¿Vos cómo manejas eso?

Yo soy de competir porque tengo personalidad. Me gusta competir, no me molesta. También te hace mal estar todo el tiempo, todo el día pensando... Yo como que tomo distancia de lo que es el trabajo y la amistad con alguien. O sea, tomo distancia en ese sentido, como cualquier trabajo.

¿Y en los momentos que no estás en el diario sos de colgarte con alguna cosa que “tenga que ver con” o te descolgás?

No, siempre estoy. Es una tortura. De mañana escucho radio y eso. O sea, por eso te decía que es estresante según cómo lo lleves vos. Qué te importa, te vas a enganchar con eso. O sea, me cuesta desengancharme.

¿Cuánto influye el informativo de la noche?

Nosotros no vemos el informativo, lo ve el Digital, y hacen una lista de temas; si hay algo que no tengamos nos avisan. Casi nunca. Salvo que haya algo de último momento.

Anexo I. Entrevista 4
Realizada el 3-10-2011

Fernanda Muslera periodista de suplemento O2 de El Observador.

Nació en Uruguay el 22 de setiembre de 1979 y desde muy pequeña se fue a vivir a Buenos Aires, Argentina. Es egresada de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Trabajó y vivió en Nueva Zelanda, Asia, Argentina y España. Destaca su trabajo en el diario ABC en Madrid en la sección Cultura. Desde setiembre de 2011 trabaja en El Observador.

¿Acá estás en política?

No, en el tema del día de los fines de semana. Va variando. ¿Vos trabajaste acá?

No, yo trabajé en La Diaria.

Y nada, así que en ABC trabajé en cultura y además hacía muchas entrevistas, por ejemplo, a directores de cine, escritores, pero también colaboraba con otras secciones. Colaboraba, por ejemplo, con un suplemento de los domingos, más al estilo de lo que hago acá, o sea, hice algunas cosas así para ese suplemento y otras que hice para actualidad, pero más que nada para cultura.

¿Pero eso implica que vos solo publicás los fines de semana o también publicás los días de semana?

Suelo publicar los fines de semana aunque también los viernes estamos todos en la sección. Los viernes generalmente le damos a una mano a la gente de internacional, pero bueno, eso también es para el fin de semana ahora que estoy pensando. En la semana alguna cosa saqué, por ejemplo, saqué un artículo que salió para cultura, para O2, pero más que nada fin de semana.

¿Cómo definís vos el periodismo?

Es información al servicio del ciudadano. El periodismo yo creo que tiene que tener una función informativa pero también una función educativa y general, de poner temas a debate y ampliar el horizonte de conocimiento y de racionalización de las personas.

¿Y para vos personalmente qué es ser periodista?

Para mí ser periodista es muy importante porque como que a mí me costaría mucho hacer una carrera en la que no sintiera que estoy, de alguna forma, ayudando a mejorar algo del mundo en algún aspecto. Entonces, para mí, al principio no me fui por el lado del periodismo, si bien yo escribo de toda la vida, desde los 8 años escribía, poesía... Y entonces, como que al principio a mí me interesaba la carrera por el lado de la sociología de la comunicación es básicamente lo que hice. Y a mí me interesaba mucho el tema de la investigación, poder dar cuenta de

fenómenos, profundizar. A mí en realidad me interesa el periodismo más de investigación, y el periodismo también me interesa, no el periodismo de prensa diaria, es otra cosa, entonces por eso...

¿Y el periodismo de investigación acá tuviste la oportunidad de hacerlo?

Estoy contenta de que... A mí me interesa mucho el área cultural, entonces en España estuvo bueno porque yo pude meterme mucho con el área cultural. A mí me encanta el cine y la literatura. Y después también, que lo hice un poco en la otra sección, que te digo que colaboraba en el diario, que hice unos años de freelance, pude hacer un poco lo que se llama periodismo literario, y eso a mí me gusta mucho. Artículos muy largos y muy en profundidad para ciertos temas. Y lo bueno es que acá, que esta sección de fin de semana, que en principio si la ves tiene una estructura que tiene mucho más espacio. Durante la semana podés escribirla en otro estilo, podés tener un estilo informativo, las cinco W... No sé qué artículo has leído mío.

Te seguí hace como tres fines de semanas atrás.

¿Leíste, por ejemplo, lo de las heladeras y eso?

No.

¿Jóvenes y política? ¿De la escuela?

Sí, sí.

Bueno, entonces yo trato siempre de darle a mis textos como un estilo literario a temas que a veces son más duros. Hay temas que se prestan más que otros. Levantar un poco las historias de las personas porque creo que es el periodismo que más llega, también, a veces. Porque el periodismo, solo los datos y yo qué sé, y que te lo cuenten así de forma súper fría, yo creo que a veces es importante contarlos de una forma mucho más narrable, más como un cuentito que te puede informar y todo pero que te entre más. Para mí el periodismo puede llegar a ser como una forma de arte. Yo miro mucho a los periodistas del nuevo periodismo... Periodistas que hacen un periodismo bien escrito, literario y en el sentido de utilizar, aprovechar esas técnicas literarias para contar historias, pero también bien armado con sus fuentes, con sus datos, y ese es el periodismo que a mí me interesa.

¿Y qué periodistas, por ejemplo?

Por ejemplo John Hersey, Tom Wolfe, ese tipo de escritura. A mí me gusta mucho un periodista que se llama Jon Krakauer que escribe el libro este *Into The Wild*. Ese estilo que lo lees y es periodismo pero que es tan atrapante como cualquier historia. Como por ejemplo, ese libro *Hiroshima* de John Hersey.

¿Y al diario ABC cómo llegaste?

Porque fui a hacer un máster.

¿Y ahí cómo fue?

Me seleccionaban para el máster, tenía que hacer una serie de pruebas. Yo cuando me inscribí tenía idea de querer hacer un máster en periodismo, y no tenía poder adquisitivo para hacerlo en medios como El País o El Mundo donde te sale más de 10 mil euros hacer el máster.

Entonces llegué y me contacté con ABC, en ABC era un poco más económico el máster y además me dieron a mí media beca con lo cual pude hacerlo. Te hacen una serie de pruebas escritas, pasé eso, me dieron la beca y empecé. Ahí me di cuenta de que yo quería direccionar mi carrera hacia el periodismo escrito, que ya lo otro lo había experimentado y que no me cerraba y que lo que quería era escribir.

¿En qué año llegás a España?

2009, en enero.

¿En medios argentinos no trabajaste nunca?

No, trabajé sí antes de irme, entre una cosa y la otra en Argentina estuve 4 años y medio. Sí, trabajé en alguna revista, pero revistas menores. Trabajé en radio, en Radio Palermo, pero ya te digo, nada a este nivel. Porque quizás yo no estaba tan interesada en periodismo, no me di cuenta... Al principio yo iba más por el tema de la gestión cultural, me interesaba más. Después fui a Nueva Zelanda y después estuve por Asia seis meses, y ahí un poco tuve que escribir cosas del viaje, y ahí como que me di cuenta que iba más por ese lado. Al principio tenía un interés más de investigación; cuando estaba haciendo la carrera no estaba interesada en el periodismo porque a mí me interesaba más la investigación académica. Pero al final tampoco me fui por ese lado y terminé así. Viste que comunicación es una carrera...

Te da muchas posibilidades, es muy versátil.

Claro, es muy versátil pero tampoco te orienta...

Ah, no, claro que no. Por eso mismo, es una ventaja y una desventaja.

Hay periplos que son más rectos, y depende también el país. En España vi que está muy organizado el tema de los becarios. Estás haciendo la carrera y te vas a hacer dos meses de becario a no sé qué diario. Yo no estaba en todo ese sistema tan organizado. Acá los diarios generalmente no... No conozco a nadie en la Universidad que haya accedido como becario durante la carrera, por ejemplo. Es diferente.

¿Cómo es tu rol en el diario? ¿Cuál es tu rutina? ¿Qué es lo que hacés?

Mi rutina, esta nueva rutina...

¿Trabajás todos los días?

De lunes a viernes y un fin de semana al mes, un día, o sea, un sábado al mes o un domingo al mes. La rutina es que los lunes generalmente llegamos y estamos con mi jefe, con Gabriel, y con mi compañera María, discutimos un poco los temas que pueden ser para este fin de semana, que surgen muchas veces, puede ser, de ideas nuestras o de Gabriel. Y entonces eso lo vamos viendo y cada uno tiene un tema después y lo va desarrollando en la semana. En la semana salgo a hacer entrevistas o hago cosas por teléfono, una investigación, y voy escribiendo y ya más o menos para el viernes a la mañana está terminado.

¿Qué extensión tienen tus notas? ¿Tenés algún límite?

Es que los sábados y los domingos ya está estipulado. Los sábados es la portada, después las dos primeras páginas, y después la página 4 y la página 5 a veces tenés media página y a veces no la tenés, depende de la publicidad. Entonces serían tres páginas y media, por lo general, y los domingos son dos páginas. Y después que tenés que... Las entrevistas hay que armarlas: maquetar y si va a salir en infografía... Y bueno, todo eso, organizar toda la página.

¿Para vos es importante la credibilidad un medio o un periodista?

Sí, es re importante.

¿Cómo la podrías definir?

Es re importante, es la base de un medio y la base de un periodista. Si nadie te cree, tu palabra no tiene ningún valor. ¿Qué es la credibilidad? Tratar de ser fiel, no digo objetividad porque no existe, como que en periodismo literario es muy claro, todos somos personas, sujetos, y carecemos de objetividad. Pero la objetividad es ser fehaciente a cosas que estás contando, obviamente no mentir, tratar de no tergiversar. Tener un punto de vista, que está bueno que el periodista tenga un punto de vista, porque creo que para eso es periodista, porque si no podés tener un punto de vista de la realidad no podés ser periodista, pienso yo. Pero eso, tratar de no ser tendencioso, tratar de tener una objetividad dentro de tu subjetividad. Tratar de ser pulcro y quisquilloso con tu trabajo.

¿Tiene un manual de estilo este medio?

No lo sé, no me lo dieron. Nunca me hablaron de manual de estilo. En ABC sí había manual de estilo

¿Y te lo daban al entrar?

Sí, me lo dieron. En el máster te dan manual de estilo. Teníamos como una materia en que veíamos cosas de estilo.

¿Tenés una idea de qué público lee este diario para el que escribís?

No, mirá si digo cualquier cosa... Pero tengo la idea de que es un grupo más o menos cultivado, clase media, media-alta, tengo entendido que es muy interesado por temas empresariales, por ejemplo. Y más que nada eso.

¿En cuanto a edad? ¿Un poco mayor?

Creo que sí, no lo tengo tan claro, cuál es la edad de la gente que compra el diario.

¿Interactuás con algún lector?

Sí. Yo tengo el mail. Hay periodistas que ponen el Twitter. Yo prefiero poner el mail para que pueda haber algún tipo de interacción si así lo desea. Y he tenido alguna, o a través de Twitter, alguna vez me confundí con un dato, una cifra, usé mal un gráfico y un hombre me escribió, yo le contesté y nada, quedó agradecido después porque hice un artículo sobre... Ese hombre que me escribió era un matemático, escribí un artículo sobre el mal desempeño de los jóvenes en ciencia y matemática. Y yo fui lo llamé para hacer una entrevista, como que me pareció bueno que él... Un error mío pero estuvo bueno que me lo dijera y también que yo le contesté enseguida, y quedó precioso de mí y después también esta persona que lee el diario, que se ha interesado, está bueno poder entrevistarlo. Justo además estaba trabajando en el área que yo necesitaba y nada, lo entrevisté.

¿A qué le llamás fuente?

Fuente yo le llamo a la persona que me puede servir como fuente de un determinado tipo de información.

¿Cuáles son las fuentes que vos utilizás con mayor frecuencia para tu trabajo?

Todo tipo. Las fuentes, para mí, uruguayas son nuevas. Pero, ¿qué fuentes utilizo? Va cambiando todo el tiempo porque como yo no estoy en una sección... Imaginate que si yo estuviera en actualidad cubriendo sanidad, tendría fuentes más parecidas. Estoy en una sección que cambia todo el tiempo y de repente puedo llegar a colaborar con cultura o con otras áreas. Y entonces uso fuentes de todo tipo y todas las semanas va cambiando. Obviamente que también, a medida que va pasando el tiempo, esas fuentes las vas reciclando para otras notas. He llamado a alguno, por ejemplo, un psicólogo que entrevisté la otra vez sobre jóvenes y política, y después quería un psicólogo para hablar sobre el tema del mal desempeño de los jóvenes en ciencias, y lo llamé y él me pasó otro que justo estaba especializado acá, y volví a esa fuente.

¿Y has heredado fuentes?

Casi todas. También he conseguido mis fuentes en otros temas, pero imaginate, llego a un país que no conozco. "¿Politólogo?", "Sí, tomá". Sí, obvio, he heredado casi todas las fuentes.

¿Y vos cómo sos de utilizar Internet? ¿Lo utilizás como fuente? ¿La citás cuando la utilizás?

Internet utilizo... Entro a medios. No utilizo internet, no entro a cualquier blog y de ahí saco... No, no. Yo, por ejemplo, entro mucho a The New York Times, entro a The Economist, entro a The Guardian, o entro a El País de Uruguay, o entro a ABC, o entro a El Mundo, y generalmente esas son fuentes que cito. No utilizo como fuente cualquier blog. Siempre voy a la fuente original, porque claro, una noticia se replica mil veces. Una noticia de The New York Times puede estar replicada muchas veces. O por ahí utilizo Internet para un informe. La otra vez estaba viendo un panorama de la criminalidad en Uruguay, del Ministerio. Un informe de este

tipo, y ese tipo de cosas. La palabra que te decía antes era un punto de vista altruista de la profesión.

¿Acá hay alguna restricción para usar alguna herramienta tecnológica? ¿Alguna restricción de ver videos en internet o algunas aplicaciones no las carga?

No, no.

¿Y tu jornada laboral cómo es? ¿Entrás de mañana?

Mi jornada laboral es de 11 a 19. A veces me quedo más o tengo una entrevista a otra hora y no vengo directo a la oficina. No me estás controlando con el tiempo. Este es mi horario, e igual nunca trabajo menos.

¿Y te conectás con la información desde el momento en que entrás a la redacción o ya desde antes tenés una rutina que te vas informando de cosas o cómo hacés?

El de periodista es un trabajo que no empieza y termina en la redacción, para nada. Leo lo más que puedo, quisiera leer más, tener más tiempo para leer. A veces cuando estás en un tema como que estás mucho con ese tema y no podés leer todo lo que quisieras. Pero siempre estoy leyendo en Internet. De hecho no leo mucho en el trabajo, prensa. Solo leo en mi casa de noche o a la mañana. Y eso, vas en el ómnibus y estás leyendo el diario.

Cuando utilizás otro medio como fuente, ¿hay alguna limitación en tanto a las reiteraciones? Internamente digo si has tenido algún comentario al respecto. ¿Podés citar cualquier medio todas las veces que quieras o hay alguna restricción al respecto o vos te limitás por algo?

Jamás me dijeron nada de eso. Y tampoco es que tengo ahí: "Bueno, voy a citar al The New York Times tres veces porque sino...". No. Entonces poner el artículo de The New York Times. Si hago un artículo más así, que es muy de fuente, entonces trato de usar... Un análisis de la situación de Afganistán, ese tenía muchas fuentes, era básicamente fuentes de medios en inglés, internacionales, y bueno, trataba de hablar un poquito... No iba a hablar todo de The New York Times. Pero no tengo una regla.

¿Y por qué esos medios te parecen creíbles? ¿Por qué los seguís?

Son los medios más importantes del mundo, son medios creíbles. Me gustan más o menos pero son medios que son referencia a nivel mundial, New York Times, The Guardian, The Economist, son medios muy importantes.

¿Y acá en Uruguay? Me decías El País.

Me refería a El País de España, pero también chequeo El País. También miro un poco, Brecha. A veces no me da el tiempo. La Diaria, La República, pero a veces no me da el tiempo de ver todo. Como tratar, trato. En Argentina también, miro un poco Clarín, Página 12 y La Nación. También trato de mirar un poco de El Mundo, El País y el ABC.

Estás contaminada.

Claro. Contaminada, pero no podés mirar todos, entonces al final lo que hacés es un poco de vuelo de pájaro. A mí de mirar otros medios me surgen ideas, que no es copiar.

¿Y alguna vez te pasó en esto de seleccionar temas entre todos y te proponen a vos, alguno no te gustó?

¿Acá?

Sí.

Obviamente hay temas que me gustan más que otros. Que no me gustó de “me quiero matar”, no. Igual también yo sé que los temas que me pueden interesar más pueden tener menos cabida en un diario. Eso también lo tengo claro. A mí me interesan más los temas sociales, culturales, menos densas desde el punto de vista de lo que es un diario, y eso tiene menos cabida en un diario, de eso también soy consciente. Al final soy como muy curiosa y creo que es una condición muy importante para un periodista, ser curioso. A mí, de una forma u otra, siempre me entra curiosidad. El periodismo está muy bueno porque estás aprendiendo todo el tiempo, y eso me gusta.

En cuantos a redes sociales, Facebook, Twitter. ¿Sos de utilizarlos como disparador o como fuente en algún momento?

Sí consulto Twitter y Facebook pero no soy así, no estoy todo el día publicando cosas en Twitter. Sí que miro, pero yo no soy tan activa. Pero sí lo miro y consulto, pero soy un nivel medio, que no soy de las que está ahí siempre metida con Twitter y tampoco de las que no lo utiliza.

¿Y qué, por ejemplo, te interesa seguir en Twitter?

Yo sigo a diarios internacionales, medios, a medios que yo sigo, una revista española con la que he colaborado, que se llama FronteraD. Periodistas, periodistas que conozco, y eso.

¿Y en el Facebook?

El Facebook solo lo uso con mis amigos, con eso de que vivís fuera es una forma para mí de tener en mi vida a la gente que tenía lejos. Pero también los cuelgo a mis artículos siempre en Twitter o en Facebook. Y también de mi círculo salen lectores, al entrar al diario. Pero también puedo colgar las cosas de narración. Pero Facebook es personal, no tengo un Facebook profesional, tengo un Facebook personal.

Y en tu experiencia en España y acá en El Observador, ¿qué diferencias ves? ¿Hay alguna diferencia en la rutina? ¿O de la forma en que se organiza el diario?

Sí, hay una diferencia fundamental que es en el tema de la integración de la redacción. Porque en España están en temas proceso de integración. Cuando yo empecé a trabajar ahí justo habían hecho, no un edificio nuevo, pero una redacción nueva. Y la habían diseñado supuestamente para la integración, pero igual faltaba para que estuviera cien por ciento hecho, porque la integración es una cosa más mental que el edificio. Y entonces siempre están esas distancias entre el periodista digital y el periodista, y bueno, la idea es que haya un

periodista integrado. Yo escribo un montón para la idea de periodista integrado. No creo que tenga que haber una sección de papel y una sección de internet separadas. Yo creo que el periodista tiene que hacer las dos cosas. En realidad lo que yo veía es que en Internet, por ejemplo, yo sabía hacer las cosas, podía cargar mi noticia para el papel y cargar mi misma noticia para Internet, y yo no tengo el concepto de que Internet es menos. Al contrario, Internet tiene mucho más difusión, el papel vive y muere en el mismo día. Internet no. Es un archivo, es un archivo constante, y para mí es muy importante que mi artículo salga en Internet. Había más integración en la redacción, acá están muy separados para mi gusto. A veces me asusta un poco, hago un artículo en papel y sale impecable en papel y después en Internet no sale, o sale el texto pero no sale la infografía que era central para el texto. Igual en este diario, no sé, es particular porque tiene como una edición impresa que hay que pagar, y después tienen algunos contenidos... Eso a mí me confunde. Porque no sé hasta cuánto quieren ellos poner y cuánto no. Pero bueno, iba a salir en Internet.

¿Acá la redacción está separada?

Ahora estamos acá que en realidad no es ni la redacción, pero cuando estábamos abajo, estábamos como en una isla, como en el medio, y ahí es Internet. Pasa que, para mí es más interesante para el periodista poder hacer una noticia y aprovecharla para los dos soportes. Claro, siempre está el tema de quién cuelga los cables y esas cosas en Internet. A mí particularmente como periodista no me interesa colgar noticias. Entonces no sé, como yo pienso eso pienso que el periodista le tiene que gustar salir a la calle, porque el periodismo tiene mucho que ver con salir a la calle. Entonces no sé cómo se resuelve. También es verdad que a veces está el problema de la gente que sale poco a la calle. Pero quizás hay un periodista que no soy yo que le interesa estar ahí colgando noticias. A mí como periodista no me resulta desafiante y no me interesa, pero sí me interesa... No es que no me interesa Internet, no me interesa estar trabajando en Internet para colgar noticias, pero sí me interesa en ejercicio mío, de contenido propio, y poder darle una visibilidad en Internet que traiga a los lectores.

¿Y cómo lo ibas resolviendo ese tema cuando trabajaste en España?

Había una sección de Internet, pero sí de repente un periodista de Internet sí escribía para el papel, pero era más a la inversa; que los periodistas de papel los contenidos los pasaban a Internet. Igual está en proceso, la integración en realidad es complicada.

Y acá está bien diferenciado, entonces, la redacción de internet con el papel.

Sí. Acá por ejemplo yo digo que si tuviéramos un sistema de Internet para periodistas podríamos colgar nuestras noticias y estaría sacando trabajo a la gente de Internet porque ellos tienen que colgar las noticias de cada periodista. Pero si cada periodista cuelga su noticia y no te lleva nada, diez minutos, eso se podría hacer.

¿Y con el tema del tiempo cómo te parece que se resuelve? Porque el diario sale al otro día.

Claro, no lo vas a publicar antes que salga en papel. Pero después a la tarde la ponés vos o sino bueno, se la dejás a alguien si quieren que salga de mañana. Pero muchas veces lo que hacíamos era cargarla y no darle "publicar" ni nada, y dejarla ahí, y después el que entra lo que

hace es publicarla en portada o lo que sea. Pero vos la cargabas. Acá es que falta el tema de los hipervínculos, utilizar los recursos de Internet... O sea, veo falencias...

¿Y eso será por conocimiento o por qué te parece que puede ser?

Lo que pasa es que yo creo que el periodista que trabaja en Internet tiene que estar constantemente publicando cosas y eso va en contra de poder darle más tiempo a cada artículo. Si cada periodista sube su noticia se va a preocupar más, porque es su noticia. Yo si la subo a Internet voy a hacer todo lo posible para que esté bien, que tenga hipervínculos, que si estás citando a The New York Times que pongas el hipervínculo a ese artículo de The New York Times. Eso es lo importante. Que esté la fuente original. Eso no lo veo. Entonces, si vos hacés eso es algo que está bien y son diez minutos.

Y vos cómo ves el tema de -me ha pasado a mí en entrevistas que he tenido con otros diarios- el periodista siempre tiene un horario de cierre, entonces siempre está apurado por el tiempo, y que tiene un espacio que es físico, que es el espacio que a uno le permiten escribir, y otro que es el tiempo de cierre, que vos como lo hacés en fin de semana capaz que lo manejas distinto. Muchos, me ha pasado que responden que no da el tiempo para leer todo, que el tiempo está siempre aquejando. ¿Cómo lo vivís vos?

El tiempo es importante, lo que pasa es que, si me falta también reconozco que me lo llevo a mi casa. Si yo veo que no lo termino acá lo termino en mi casa. Claro, yo puedo hacer eso pero también te quiero decir que soy una persona que cumple su horario, soy como muy perfeccionista en lo que hago, y eso es un problema a veces quizás. Claro, yo no estoy en prensa diaria. Pero me ha pasado igual de tener un artículo que hacer el mismo día. Si me dan poco tiempo no, pero también está bien porque sino uno puede extenderse, me quedo así, como que me engancha. Cuando toco un tema es como que lo siento a ese tema y como que quiero llegar al fondo.

Y en cuanto al a versión en papel de este diario y ABC, ¿hay alguna diferencia? ¿La rutina de trabajo? Más allá de lo digital que me comentás.

Es que también era bastante distinto lo que yo hacía allá. Cambia el país, cambia todo. Estaba en Madrid, en España, y cambia todo. Estás en la oficina de cultura y siempre venía alguien, que el director de cine de no sé dónde, que una entrevista a no sé quién, que sacan este libro, imagínate la editorial que tiene España. Siempre a nosotros nos llegaban pilas y pilas y pilas de libros. Es como que te manejabas un poco con ideas pero también te manejabas mucho por la agenda cultural de lo que iba surgiendo. Yo tenía... en un punto, por lo menos en el área de cultura. Acá está muy centralizado en Montevideo todo, y en España está Madrid pero en España las comunidades autónomas tienen mucho.

¿Y por qué no viniste a cultura acá?

Gabriel fue el que me propuso, y no soy de sociedad pero igual a mí me gusta. Yo ahora pienso que me gusta la sección que estoy yo que estar en O2. Porque tenía esa cosa de periodismo más de investigación.

¿Tu maestría la egresabas con tesis?

No, la maestría no. La carrera sí. La maestría no, no tenía tesis, pero teníamos un proyecto, no de tesis, un proyecto de corresponsalía del barrio, entonces eras corresponsal en el barrio y ahí hacías un montón de notas sobre el barrio y lo creabas con una versión web, y lo subías ahí. Dando hincapié en el periodismo integrado y la convergencia de las secciones, es como una promoción a que tenga una redacción integrada.

¿Y qué pensás del periodismo que lo mandan con la cámara de fotos y tiene que filmar?

Sí, es un perfil del periodista orquesta. Se habla de que el periodista tiene que hacer cada vez más cosas. No me parece mal pero por otro lado, por lo menos el periodismo que me gusta hacer a mí, me gusta poder tener periodismo más abierto, más libre para escribir. Pero también está bien, yo no tengo problema en filmar o sacar fotos, pero tampoco soy una súper entendida en sacar fotos. Creo que si los periodistas van a sacar fotos tendrían que capacitar más a los periodistas en esas áreas. Por ejemplo, en el máster es una carencia eso. Porque son muy buenos en muchos sentidos, y tuvimos alguna materia de fotografía o de filmar, pero ...

Porque en la carrera de grado no tienen comunicación...

Yo tuve, por ejemplo, un taller de cine documental y filmé, pero no, tampoco. Fotografía no hay nada.

Nosotros acá tenemos en la licenciatura, por eso te preguntaba.

Ah, ¿sí?

Sí, en la carrera de grado en comunicación.

Son espectaculares, porque te da todo un marco teórico, para mí está buenísimo. Pero la práctica es bastante nula. Y de fotografía yo no di nada. Y de filmar di algo para hacer video documental. Y después lo demás, fotografía y filmar, pero muy malas las materias esas. El máster buenísimo, pero esas materias fueron muy malas. Entonces, claro a mí, por ejemplo, editar, me sale súper mal. También yo reconozco que no es me culpe por mi cuenta, no me pagué un curso de TV, no lo hice aparte porque pretendí hacerlo en el máster. No funcionó. Y yo creo que también me daban pocas horas, porque no estaba bien planteado eso. Creo que sería bueno eso, que medios que están interesados en que sus periodistas hagan eso, que den un curso bueno. Tampoco puede hacer todo el periodista. Pero bueno, ir y sacar una foto de la cara de un tipo tampoco me cuesta nada en realidad. Es que depende, depende de qué clase de fotografía te pida que hagas. Si quiere un reportaje fotográfico necesitás más tiempo. Si es sacarle una foto a un tipo en la cara, no es tan complicado.

Anexo I. Entrevista 5

Realizada el 15-09-2011

Rómulo Martínez Chenlo. Editor de Deportes de La diaria.

Nació el 4 de diciembre de 1960 en Uruguay. Comenzó a ejercer el periodismo en 1982 en una agencia que se llamó FC Press. Estudió periodismo en Buenos Aires. Su larga trayectoria lo llevó a ejercer la profesión en distintos formatos, con especial énfasis en radio y prensa. Fue Jefe de Prensa de la Asociación Uruguaya de Fútbol y docente de periodismo deportivo en la Universidad ORT de Uruguay. Actualmente dirige y condice el programa Deportivo Uruguay en Radio Uruguay –SODRE.

¿Cómo definís el periodismo? Qué definición manejas vos de tu profesión?

Me acerco más a comunicador que a periodista, en tanto comunico sucesos o comunico alguno de los tenues o vehementes razonamientos que yo pueda hacer. Tengo un desvío grande en que no me gusta cómo se desarrollan fundamentalmente a partir de los grandes medios estas cosas, que me pretenden imponer el recorte de realidad y lo próximo que tengo que pensar, entonces me cuido mucho de tratar de, con toda la información posible, emitir cuál es en ese momento mi idea o mi opinión de las cosas a ver si los receptores la pueden enriquecer o debatir o también, de alguna manera, aprobarla.

¿Y al periodismo cómo lo definís?

¿Teóricamente o como poder establecido?

Como las dos.

Es un oficio muy interesante, absolutamente necesario, que ha ido evolucionando a través del tiempo precisando formas de expresión, y también seguramente entregándonos pequeñas obras de arte en veinte líneas que enaltecen la profesión. Y además alguien ha advertido que se trata de un poder capaz de modificar casi todo en la sociedad donde esté actuando. Podrá ser en un ámbito social, en un pueblo, o podrá ser en el mundo, pero necesariamente esa sensación de poder y de gestar poder me parece que no la puedo apartar de... No lo imagino como imagino el oficio veterinario. ¿Qué hace un veterinario? Un veterinario se dedica a la salud de los animales y a la profilaxis... No le veo que pueda tener tanta incidencia en la vida que viene en relación al recorte de realidad o de ficción que nos dan y que nosotros tenemos que masticar poniéndole mucha atención a ver si eso es cierto. Y otro, absolutamente en su buena fe, legitiman todo eso que están diciendo porque lo está diciendo el diario, la tele, la radio, porque también está esto.

¿Y si te pregunto qué rol ocupa el periodismo en la sociedad actual?

Determinante. Absolutamente determinante. Periodismo como comunicación absoluta, total. Tiene tanto pero tanto poder que puede armar y desarmar la realidad, lo que vendrá, y por tanto, nuestra vida. Determinante. Tanto como el poder político.

¿Qué significa para vos ser periodista?

Significa una realización propia a la cual llegué sin darme cuenta, el disfrute de poder hacer algo que me gusta mucho, que me consume mucha energía, que me traga la responsabilidad de lo que estoy haciendo, pero disfruto después de hacer todo esto.

¿Cómo describís tu rol en el diario?

Ese disfrute no es pleno si no se dan condicionantes que son casi utópicas pero sin embargo hay lugares donde he llegado al umbral de esas cosas utópicas, y una de ellos es La Diaria.

¿Por qué?

Porque en La Diaria el poder de gestión que tengo yo como editor de deportes es tan amplio y absoluto que se apoya en lo que yo supongo, porque le hago de espejo a los demás, los demás ven en mí la idoneidad, que deben decir: "Si este tipo está escribiendo de esto o manda hacer una nota de esto, no admite discusión". Y no admite discusión tampoco de ningún tenor de vínculo comercial, que eso es muy importante. Ni político. "No toques a este"... Porque acá decís que, o "estará bien para tal empresa", y eso está bárbaro. Eso está bárbaro porque no siempre esos toques que se dan a cada momento son para menospreciar o para menoscabar a ese político o a esa empresa o a ese lo que sea, sino también muchas veces son para enaltecer lo que están haciendo o el producto que venden o lo que fuere. Y eso te deja absolutamente liberado a que vos, con tu conocimiento, con la propagación que tengas de tu oficio o profesión, puedas hacer, con la materia prima que es diaria, lo que te parezca en ese momento que tenés que hacer, sin corta-pizza, sin que nadie te controle absolutamente nada. ¿Por qué? Porque es una apuesta a la responsabilidad y a la idoneidad de tus pares. Y también hay un espíritu, hay una línea de pensamiento, que es común. Allí hay o un imán natural o un conocimiento en quien formó el plantel o hasta una simbiosis posterior de cómo se van dando las cosas. Eso no está en discusión, pero todo lo demás... La fortaleza que te da que apuesten a tu idoneidad y tu forma de trabajar, que después uno se la trata de trasladar a sus compañeros de igual manera, es muy importante, creo yo, para sentirse realizado en lo que uno está haciendo.

¿Qué implica este rol que vos desarrollás en el diario, o sea, como editor, en el funcionamiento del conjunto de la redacción?

Bueno, es una de las patas, como la de los demás editores, de fundamental importancia en cuanto a la responsabilidad en la cadena de producción. Y la cadena de producción la entendemos como de contenidos, es decir, hacia dónde apuntamos, que tiene que ver con una política editorial que se deja transparentar por la forma de hacer periodista más que por una línea a la que apostamos, y sobre todo porque esa máxima de que está muy lindo pero tiene que salir, y ahí se tiene que cumplir el tiempo de la cadena de producción, que implica la edición de las notas, el pasarlo a corrección, la coordinación con fotografía, el que dé en armado, retocar esas pruebas. Todo eso implica mucha responsabilidad y desgaste que, bueno, es tu rol de editor. Tengo sí menos intervención sobre las notas pedidas en tanto entiendo que le he entregado la camiseta para que juegue a ese periodista y que lo que él me trae es lo que debe salir, a menos que en ese caso, hasta por razones de vida o de formación, haya datos que estén incorrectos.

¿Cómo definís la credibilidad de un medio o de un periodista?

Es difícil de definir pero me resulta bastante fácil de encajar con la idea. Es decir, en mi caso esa definición me llega como receptor. Muchísimas horas de mi vida soy receptor y no emisor. Y entonces tengo la certeza absolutamente de que si ese, más que es medio, si ese periodista al cual ese medio lo pone ahí, tiene la información, el proceso de razonamiento y sus ideas no son impuestas sino que las deja allí para que se las tome como opción o no, me da absoluto resguardo de lo que está diciendo, nadie se lo está imponiendo ni nadie le está inventando y que, seguramente como producto de su información y desarrollo, no se anima a tirar bolazos para tener que corregirlos mañana. Para mí es una de las prácticas comunes contemporáneas que no están buenas. Yo creo que nosotros nos tenemos que poner rojos de vergüenza y agarrar cada vez que nos salen las cosas mal, y no dejarlas pasar y si al otro día alguien pide un desmentido, un desmentido. O tomar como fuente los pasillos o las cosas no confirmadas o “lo sentí por ahí”, y eso es bastante común. Ahora, obviamente que eso quita cualquier fiabilidad por lo menos para mí como receptor, que creo que la validez de la fiabilidad está en lo que opina el receptor.

Y cuando decís “ahora se ve mucho”, ¿antes no?

Capaz que no o capaz que es la evolución de un periodista dentro de su carrera, y capaz que es así. Antes me formaba con ciertos espejos que no permitían que sucedieran más allá de que creo que era un valor que traía de mis mayores. Por ejemplo, creo que hay muchos gurises, conozco muchos gurises a los cuales no les da nada no llevar los deberes, obligación escolar mínima. Yo estoy seguro que si yo, estoy seguro, no me debe haber pasado nunca en la vida, pero creo que si un día no llevaba los deberes, colapsaba. Guantánamo lo menos. Las responsabilidades creo que se van trasladando y es una responsabilidad informar lo que uno tiene que informar y no inventar. O es una responsabilidad confirmar si tal aseveración es veraz o no para después plantearla. Pero puedo quedarme sin confirmarla pero no la puedo usar entonces.

¿La Diaria tiene un manual de estilo? Nunca tuvo, ¿no?

Bueno, La Diaria tiene un largo anhelo que es tener su manual de estilo. Se debe estar procesando. No, pero quiere tenerlo. Surgió sin, pero después hemos querido tenerlo.

¿Cuál te parece que es el contrato de lectura del medio para el que trabajás? O sea, ¿qué le propone al lector?

Le propone fiabilidad, respeto, sinceridad y largamente creo que otro de los puntos que tiene es que no vende falsa objetividad. Yo he planteado muchas veces en documentos de La Diaria que, por ejemplo, lo que pretende ser deportes es responsable, ecuánime y justo, no objetivo. Si este sujeto está decidiendo un verbo ya es subjetivo totalmente. Me dan cosita a mí esos medios que pretenden tener una moral de plástico. Allá vos.

¿Conocés el público al que le escribís?

Esto parece ser como una novia de la escuela que ya no está enterada. Yo creo que sí. No, no, no tengo certeza si hay un público para el cual le escribo. Sí tengo certeza de que es lo que yo, como amplio receptor, quisiera recibir bajo los lineamientos básicos que en este caso tiene La Diaria. Uno de cuyos lineamientos básicos es procurar generar buena lectura. Capaz que hay

alguien que está esperando, por ejemplo en deportes, que cuente las evoluciones del puntero derecho del minuto 17 al 34, que se llama Cristiano Ronaldo... Entonces ahí es donde yo digo: "Sí, conozco mi público", porque el público que lee La Diaria sabe que no va a encontrar eso. Y que sí capaz que va a encontrar en esos 1000 caracteres una historia mínima de un niño jugando con piedritas, en ese mismo lugar donde en otros diarios lo que tiene es ese tipo de cosas. También creo que conozco a mi público por el respeto que se maneja nuestra página, que sabe que nunca va a jugar con trascendidos privados que escapan en absoluto a la vida deportiva, a la vida que tiene que transmitir un medio de comunicación.

¿Interactuaste alguna vez con lectores? ¿Son de escribir algunos de ellos?

Muchas veces. Digamos que nunca tuve una interacción de mucho ida y vuelta sino de atender cada uno de los reclamos que llegaban y que llegan a deportes. Tal vez de una manera seria y medianamente galante. En algunos casos cuando el evento a discutir está totalmente en las antípodas de lo que nosotros pensamos, ahí estiro mi explicación, y en muchos casos te llama la atención y como que encontrás una faceta que no pensabas, creías que eso pudiera pasar. El caso más notorio es la crónica del partido de Copa Libertadores de América entre Nacional y Fluminense, que la escribí yo. Había escrito también el partido de primera vuelta en mi notebook, y cuando fui a mandar el archivo por absoluta aceleración del cierre, estábamos pasados del cierre y estábamos jugando con un permiso especial de los compañeros para que ese partido pudiera salir. Cuando mandé ese archivo uno se llamaba "Nacional Fluminense" y el otro se llamaba "Fluminense Nacional", mandé el archivo equivocado, del partido que ya había pasado, no entendí una pregunta que me hacían sobre una instancia de juego y salió publicado el partido pasado. Entonces muchos de esos lectores lo que preguntaban era: ¿Qué partido estaban viendo? O tal vez sea el mundo contemporáneo en el que vivimos, interpretando de facto que había una trampa expresa, que alguien se había querido a dormir temprano o cosas por el estilo y había puesto cualquier crónica. Ahí fue un momento en el que me sorprendió la reacción de los míos, por llamarlos de alguna manera. O sea que hay momentos en que uno no conoce tampoco la reacción fundamentalmente. Pero sí contesto todo.

¿Cómo es tu jornada de trabajo en la redacción? ¿Cómo hacés la rutina?

He tenido distintas rutinas por mis distintos desempeños dentro de La Diaria y por los viajes previos. Estando a 20 minutos caminando de La Diaria me iba muy temprano, muchas veces arreglaba todo mi día desde La Diaria, lo que generó una seguridad de presencia en el lugar físico casi full time. Desde allí hacía también mis otras obligaciones de radio y docencia, todo lo hacía desde allí. Después tuve una segunda etapa en la cual iba inmediatamente post-mediodía y ahora estoy en una nueva etapa en la cual estoy llegando a La Diaria a las 3 y media, en un viaje de 100 kilómetros.

¿Y qué es lo nuevo que hacés?

Bueno, es que vos me vas a preguntar sobre mi labor en La Diaria o sobre mi labor físico en La Diaria? Porque si no te digo toda la mañana... Mi función de editor de deportes empieza en el desayuno inmediatamente después del baño cuando prendo radios y repaso en papel o en formato electrónico lo que haya. Tengo una novedad en mi vida que te la paso, que es que en

los últimos 20 días, un mes, el Twitter es mi índice. Reviso los tweets y seguramente ahí no me deja perderme nada de lo que yo quiero. Me entero de cosas que no quiero también. Pero es como el índice, el índice de laburo. Tengo con Gonzalo, con quien trabajo más directo, Gonzalo casi tiene un ejercicio autónomo de sus obligaciones, sabe cuál es la temática que nos gustaría tener para mañana y se va ocupando de la que puede y la que le gusta y de la que sabe, y si hay algo que no puede encarar y no está encargado también me lo hace saber. “Sería bueno...”, “¿Viste lo que pasó con esto?”, “Sería bueno una nota con esto otro”. El esbozo inicial de las páginas de deportes de La Diaria no nos cambiaría si pudiera tener la logística y las facilidades de poder hacerlo, seguirían saliendo igual. Por un problema de presupuesto algunas cosas han variado, pero básicamente era: una página ya predeterminada para ese día con algo ya específico, pensado, y una página para la actividad del día o lo que había pasado en el día anterior o la carga de información u opinión que dar. Siento que la información opinada o que la opinión informada es un formato que podemos repetir cuantas veces sea necesario, en tanto estamos partiendo de que la síntesis de una información trabajada y resguardada como tal y que quienes emiten lo hacen de la manera que decía al principio. Fundamentalmente hay una parte, hay uno de esos días que se ha quedado muy por el camino, que es el de una entrevista, sistemáticamente una entrevista. Yo lo que hago es ir acumulando más y más información, obvio que la voy procesando pensando en el poco sentido común que pueda tener y a partir de ahí vamos modificando lo que haya que cambiar en ese día, pero por lo general la predicción del día anterior ya está.

Contame lo de los tweets, cómo llegaste y cómo lo usás.

El Twitter me lo presentó Nelson Barceló hace como un año. Me dijo: “Te vas a maravillar con esto, podés ir tirando opinión e información en 140 caracteres”. Cobardemente lo hice a nombre del Deportivo Uruguay, y el Deportivo Uruguay se apropió de ese Twitter, y hace bien poco, a sugerencia de mi hijo más chico, que me escribió una cosa en Twitter, me dijo que me hiciera un Twitter, me lo hice para eso, pero de inmediato lo empecé a usar como elemento de búsqueda de información. Entonces es búsqueda de información al instante en tanto los periodistas que van desarrollando sus tareas lo suben. Yo no sé si lo haría. Estoy preparando una nota en la mañana, me dicen tal cosa, yo no sé si lo haría, realmente no sé si lo haría, pero se ve que la competencia en formato electrónico es así.

Cuelgan notas que van a salir mañana en un medio.

Te ponen aseveraciones del momento. “Casal me amenazó”. Y yo capaz que no estaba ni enterado de eso. Lo hacen y ahí utilizo dos vertientes: los medios, información que tengo que procesar varias veces, y los periodistas. ¿Pero después qué pasa? A los periodistas los retwittean otros, y también están los deportistas. Entonces me resulta como índice para ver dónde quiero apostar. Antes mi rutina era abrir mi Gmail, después pasé a abrir el Facebook también, que tiene también muchas cosas que pueden aparecer así, y ahora me doy cuenta en la inmediatez de la planificación de mi gestión del día que ahí tengo muchas cosas, e inclusive como va avanzando ese proceso y la gente lo va manejando cada vez mejor, hoy me dice: “Increíble jugada de un brasileño que se la hizo en Argentina anoche”. Dice el Twitter, puede ser el gol de año, y aparecen unas letristas en celestino ahí...

Un link.

Pero no siempre es un link. Todas las cosas que aparecen en celestino en el Twitter no siempre son link. Unas que aparecen en numeral, todavía no sé qué quieren decir, pero las pinchás y te da el mismo tweet. Pero sí, hay un link que dice "Pick" no sé cuánto, y te pone y pinchás y en el momento vi la jugada del partido. Proceso que antes me hubiera llevado muchísimo tiempo, o esperar un informativo... Y realmente me va... A igualdad de condiciones me pone en la elección de temas, porque yo elijo también. No es que todo lo que digan eso me lo creo o cosas por el estilo. Ahí me pongo medio chapado a la antigua. Veo que hay una bobada ahí y sigo de largo, o un medio que considero no fiable, sigo de largo.

¿Y vos cómo lo usás? ¿Los otros qué ven del tuyo?

Eso es más difícil. Cuando hacés tu ficha Twitter hay gente que se ve que ya estaba en eso que te recomienda, no sé cómo es, y te ponen cosas lindas. "Tenés que seguir a Fulano, tal cosa", y eso a vos te gusta y medio que te pone en la obligación de hacerte el interesante y poner alguna cosa que no sea **(35:56)**. Pero básicamente creo que he puesto o alguna información que pueda estar muy escondida, muy escondida, o he planteado cierta indignación en alguna cosa, o poca cosa más. Por ejemplo, ayer vi una de Forlán que dice: "Estoy conociendo Italia, pero más me queda conocer por nuestro país", y hay un link de Tienda Inglesa haciendo el aviso de Tienda Inglesa. La verdad no entiendo, eso está pago claramente. Pero yo terminé viendo el aviso de Tienda Inglesa. Chupate esa mandarina.

¿A qué le llamás fuente?

Bueno, los lectores de esta respuesta tendrían que conocer mi forma de ser. Tengo muchísimo respeto por la academia y por la teoría y por la seriedad y la base ineludible que eso representa. Pero dentro de mi pobreza mental trato de ser creativo y discutiendo de todas las cosas. Fuente es o un individuo o un texto en el cual yo creo y en el cual me afirmo. Fuente puede ser una personalidad o puede ser el empleado de la casa de repuestos, y puede ser una enciclopedia o puede ser un diario de barrio. En tanto sé que todas esas personas, porque siempre hay atrás una persona, están procesando esa información de la manera y con la confiabilidad que yo preciso. Eso es una fuente. Escondida o pública.

¿Qué importancia le das vos a la fuente en tu trabajo cotidiano?

Le doy relativa importancia porque en mi trabajo cotidiano tengo un primer inconveniente de convencerme yo, saberlo yo, entonces son la prueba del 9 la fuente. Son la confirmación de que lo que empecé a pensar y voy a poner y lo que estoy pensando, si me lo dice Fulano, es así. Utilizo pocas fuentes para revelar lo inescrutable, lo que no se sabe, lo que no se conoce. Porque creo que me interesa poco la exclusividad y mucho menos la primicia. En todo caso me interesa la primicia de lo fiable. Este lo puso, todos los demás no lo pusieron y este lo puso. Eso sí me interesa. Pero no lo quise sacar antes que los demás. Y ahí es donde respeto la teoría y la seguridad. Uruguay acaba de jugar el campeonato Preolímpico de Básquetbol, perdió su partido con Canadá y todos los medios dijeron que estaba eliminado. No estaba eliminado. Y La Diaria puso que no estaba eliminado, y con dolor, una nota que yo mismo procesé, puse que dependía de un tercero y que ese tercero era casi imposible que eso sucediera porque había

perdido todo... Al otro día eso sucedió y yo sentí que no habíamos hecho nada especial pero que habíamos cumplido y los demás no. Es decir, no salí a decir “Nosotros dijimos...”, es un sentimiento que creo va en una de las primeras preguntas: ¿Qué es lo que entrega fiabilidad a tus lectores? Eso.

¿Cuáles son las fuentes que utilizás con mayor frecuencia?

No me apoyo en búsqueda, a través del caché de Google, profundizo, profundizo, y me voy apoyando en textos e historias que le den el contenido debido a lo que estoy contando. Después sí tengo algunos individuos que están en situaciones al as cuales yo no puedo acceder y que a veces preciso de su confirmación de si eso es así, si no es así, si está, pero no les chupo información de la que no me quiero ahondar. Si no me la dicen, por algo será.

¿Cómo las seleccionás? ¿Qué criterio usás para confiar en una y no en otra? Ya me lo contestaste.

La fiabilidad. Las primeras veces es seguir una recomendación de alguien, porque ¿cómo sabés si es fiable o no? Y ahí la fiabilidad de quien te lo recomienda. Y algunas veces es por ensayo y error. Si yo que soy un especialista en cierta materia escucho disparates que se dan como verdades absolutas sobre mi materia, a ese individuo y a ese medio ya no tiene la menor fiabilidad de nada. Estaba pensando en Fox Sports y en sus transmisiones de equipos uruguayos. Cuando transmiten equipos uruguayos dicen muchos disparates, entonces cuando están transmitiendo La Equidad de Colombia contra Trujillanos de Venezuela, todo lo que están diciendo durante las dos horas de la emisión, para mí ya está en torno de máxima duda, cosa que no me pasa con otros individuos cuya formación y preocupación por lo que están haciendo sé que es máxima.

¿Cuándo empezaste a usar Internet en la redacción? ¿Te acordás?

Sí, porque resultó muy novedoso y fue en 1995, en Radio Nuevo Tiempo. Me llamaba la atención el “hot” mail. Era caliente, ¿no? Y bueno, sus desarrollos posteriores han sido cada vez más valiosos y muy cerca de periodistas más jóvenes.

¿Sabés cuándo la usaste o para qué la usabas? ¿Cómo fue tu acercamiento?

Buscar información, buscar información. Lo que pasa que los buscadores antes del Google no resultaban tan simpáticos ni eran tan amplios, pero con la aparición de Google... Vos tenés que estar preparado para interactuar con eso y tenés que tener cierta formación. Entonces a partir de ahí lo podés hacer. Pero preparado de información, ponele, histórica, porque sino comés cualquiera.

¿Y qué cambio notás en la rutina periodística?

Puede ser mucha porque, primer, el caudal informativo es insostenible casi. Las posibilidades de informar con internet son increíbles. Entonces el editar lo que informar es... Tenés mucho más. En cabeza de editor se te abren muchísimas más posibilidades. Es mucho más laburo. Hay un twittero, que es un informe que vas a hacer vos, que se llama “dannycarmelo”, que es horticultor. El tipo te tira todos los futbolistas uruguayos que juegan en el mundo, uno atrás

del otro. Fulano de Tal en tal lado. Entonces estaba pensando en una simple noticia del Durazno Fútbol Club y el tipo me tira todo eso, y yo no sé para dónde agarrar. Sí sé, pero te amplía tanto. Ahí te ofrece muchísimas posibilidades pero también te genera más laburo, en no macanearla, en no dar una cosa por otra. Por ejemplo, muchas veces ha pasado, no sé si lo hacen por problemas técnicos o por mala intención, el portal de Tenfield pone datos equivocados, muy equivocados. Como hay una cuestión de seguir a ese portal en términos de información deportiva, la gente copia, pega, cualquier cosa. Lo cual me parece que está bueno si yo voy a poner, si voy a escribir los mismos once nombres que tienen escrito ellos. Ahora, si no los tengo y los quiero dar, me parece que los tengo que buscar. Tenés que ser selectivo también en la elección de lo que estás sacando por internet, pero ayuda muchísimo.

¿Te acordás cómo era antes?

Sí, claro. Era radio, teléfono y máquina de escribir. Escuchar la radio, sacar apuntes, hasta eso te ha cambiado. Escuchaba la radio y sacaba apuntes de lo que estaba diciendo el tipo, después no lo conseguías. Después nos pasábamos en nuestros lugares de trabajo y en mi casa a tener siempre un cassette puesto en el radiograbador, cosa que escuchaba, ñacate. Tengo testigos de que lo hice además en La Diaria, tenía el coso puesto. Después que sabías que ibas a encontrar algo en la noticia, y ahora casi ni se te mueve un pelo. Está Fulano en tal lado, y sabés que si es bueno el portal se lo van a subir. Ahí están en carácter de selectividad que tiene que tener el individuo que dice “yo lo escuché”... Yo, por ejemplo, en este tipo de cosas, si yo lo estoy escuchando, lo está escuchando todo el mundo. Estoy hablando de radio o de televisión. Entonces, lo que me gusta es el concepto de protagonista y lo que no me gusta es violar el trabajo de mi colega. Si dijo lo mismo frente a 20 personas y yo no estaba ahí, pienso: “¿Yo estaría ahí? ¿No estaba ahí?” Y después contrariamente, creo que aparte de tu generación, si lo dijo en otro lado para mí no queda intocable. “No, ya lo dijo en tal lado” o “ya salió”... Bueno, en todo caso manifestaré que eso surgió en tal lado, cosa que no es vergonzosa, y llamaré por teléfono para que me diga lo mismo, porque me interesa que mis receptores estén enterados de eso. Así que ha cambiado, sí. Estoy andando con más cassettes en el bolsillo: tengo un pendrive.

¿Utilizás Internet como fuente?

Sí, ¿pero sabés cómo la discuto? Ah, busco a todos los amigos de internet por ahí para discutirle.

Y con eso del Twitter que me contabas, ¿lo abris durante la mañana y lo seguís chequeando durante el día?

Ah, sí.

¿Todo el tiempo?

En computadora, en el teléfono no. Tenemos un amigo en común que está enfermo. En computadora, sí. Pará, yo ahora, después de una fortísima inversión de mi vida en mi carrera profesional, siendo una inversión de mi vida en mi vida también, entonces tengo un absoluto respeto por mi carrera profesional y por los medios donde estoy, pero yo cuando salgo de acá no me voy a meter en la computadora. Cuando termine mi gestión de hoy no me voy a meter

en mi computadora. Eso es una ventaja que te da el Twitter también, mañana, si me perdí de algo hoy... No me voy a meter en la computadora, pero me voy escuchando radio. Pero me refiero al ejercicio del Twitter.

¿Hay algunas páginas de internet que vos las tengas como cabecera? ¿Que sabés que sí o sí en el día las vas a chequear o no? O sea, ¿algo que vos reconozcas como que siempre vas a la misma?

No, no. Sí hay algunas que son repetidas o que son referencia o que me fijo a ver qué dice tal o cual.

¿Y cuáles son los sitios web de referencia? Sin ir a buscar por link o por si alguien dijo y lo ponés a buscar. Solamente por ver el sitio, ¿tenés alguno que abras?

Me escapo a mirar Tenfield, por ejemplo, que es el de la referencia más masiva. Hay uno de algunos exalumnos míos que es muy perdido pero que justamente, como sé cómo trabajan, lo sigo.

¿Cómo se llama?

FaltaUno.com o FaltaUno.uy o algo así. Cuando estaba Quenonino te dije que lo miraba a veces. Y bueno, mientras el de 13 a 0 fue de 13 a 0 obviamente que lo miraba. Lo que pasa que, ¿sabés qué? Yo creo que estamos en otro nivel de la vidriera, y me parece que esos portales son para los que miran la vidriera. Nosotros estamos en la cocina, creo. Pero mirar, miro, y me configuro, por ejemplo, mi perfil de Gmail está configurado. Cada unos meses voy y tiene 20 mil páginas y tal cosa, pero no lo miro nunca. No me daría el tiempo.

Y de Facebook, ¿cómo me decías que lo usabas?

El Facebook lo empecé usando también con ese mismo criterio de buscar cosas, cosas que son ignotas para los medios de comunicación masiva pero que sin embargo en algún medio de pequeñas posibilidades está. Este año me pasó con un equipo de un pueblo cuyo nombre me llamó tanto la atención desde el principio que me puse a investigar sobre ese pueblo. Se llama 18 de julio. 18 de julio es el nombre del pueblo donde está el Fortín de San Miguel, que yo conocía. Y esa comunidad, serán 2 mil, 3 mil, estaban jugando el campeonato más importante que podían jugar. Entonces nadie lo atendía eso. Te mentí, hay una página que sí reviso siempre, se llama GIEF, Grupo de Investigación de Fútbol del Interior, que es una red que no cobran y que cada uno da la información de su pueblo y se re-manda, y otros que sí cobra, pero no importa eso. Y entonces, por ejemplo, cuando me asfixio, que ya no encuentro información, entro a poner "Las Piedras – 18 de julio" en el Facebook. Y me encuentro que no tiene Facebook, entonces casi entro a la cantina de los tipos. Eso más un conocimiento y una preparación que tengo que tener de antes, porque si yo no sé cómo se juega el campeonato del interior ni quién es Fulano, no me sirve para nada, me hace de alguna manera sacarle ventaja a los demás.

¿Y alguna vez te pasó de reservar la fuente? ¿Algún caso puntual?

Sí, porque el tipo dice: "No quiero". Y esto hay que hacerlo saber, el tipo dice: "No quiero que digas que soy yo. Me parece válido y el responsable final ahí soy yo. No lo voy a decir.

Anexo I. Entrevista 6

Entrevista realizada el 07-07-2011

Carlos Cipriani- Editor de El País Cultural.

Nació el 10 de noviembre de 1960. Empezó a ejercer el periodismo en 1977 en revistas y semanarios como La Gaceta Universitaria, Alternativa y 2021. Desde 1989 fue colaborador de la sección Cultural de El País. Colaboró con el semanario Brecha y en revistas argentinas. Trabajó en La República como editor de la sección Sociedad y Cultura.

¿Cómo definís el periodismo?

El periodismo es una forma obviamente de comunicación. Es un medio de comunicación, eso está en la tapa del libro. Ahora, depende. ¿El periodismo que yo hago? ¿El periodismo que consumo? ¿El periodismo que aprendí? ¿El periodismo que habría que hacer? Tiene muchas puntas.

El que vos hacés, ¿cómo lo definís?

A mí me parece que el periodismo exige una acumulación cultural importante, que no alcanza con hacer una carrera breve. ¿Breve en qué sentido? Yo el ejemplo que pongo siempre es este. Por la experiencia mía como docente, una experiencia muy breve, pero que me sirvió para ver una confusión que tienen muchos estudiantes de periodismo cuando ingresan a una carrera que se llama Ciencias de la Comunicación y tienen vocación de periodistas. Es algo así como la gente que se confunde y quiere ser maestro e ingresa a la carrera de Ciencias de la Educación. Son dos cosas distintas, ¿no? Una cosa es hacer una carrera académica que vos después vas a pretender generar conocimiento dentro de un área, y otra cosa es que te gusten los niños, que te guste la docencia, que te guste la pedagogía y salir y mojarte y embarrarte y esas cosas. El periodismo, para mí, es a Ciencias de la Comunicación como Magisterio es a Ciencias de la Educación. Es una actividad que exige acumulación cultural, cada vez más especificidad, o sea, tenés que tratar de completarte en un área, pero tanto el periodista deportivo como el de política, el de economía o el de cultura va a destacarse en la medida que haya hecho esa acumulación cultural en sentido antropológico. Lo mismo pasa con el entrevistador, por ejemplo. Cuanto más acumulación tenga, va a poder entrevistar hoy a un político, mañana a un escritor, a un músico o a alguien en situación de calle, etcétera. Tiene más herramientas, tiene más conocimientos. Pero después tiene que tener también el gusto por la adrenalina, ¿no? En algún momento en el inicio de la carrera, después uno se va quedando en la oficina. Pero en el inicio de la carrera hay que hacer calle, hay que moverse, hay que fabricar una agenda, hay que tener buenas fuentes, confiables, generar credibilidad en esas fuentes para tener la mejor información, y el resultado de eso va a ser una nota, un informe, una crónica, un reportaje, todas las variantes del género, que se supone que tiene que estar cada dato chequeado, que tiene que haber más información que estilo, y que tiene que haber una aproximación a la verdad. Eso es el periodismo. Es lo mismo trabajás en un suplemento como el Cultural o en un suplemento deportivo como Ovación, acá en el diario El País. Tendría que ser así. No tendría, por ejemplo, que estar mejor o peor escrita una nota porque sea de un área o sea de otra. Tendrían que estar todas bien escritas, todas bien chequeadas.

¿Qué rol ocupa el periodismo en la sociedad actual?

El periodismo que a mí me interesa, no solo como productor sino como consumidor, cada vez menos obviamente, pero el mundo del espectáculo todo tiene que estar espectacularizado. Y bueno, la ignorancia casi que se está volviendo un valor, ¿no? Hay gente que hace dinero en televisión, en radio, jactándose de la ignorancia. Te estoy planteando todo lo contrario, y es una verdad. Es cruel pero es así. Porque si yo te planteo mi modelo no te da dinero, cada vez te dificulta más sobrevivir. Lo otro que es casi una parodia el periodismo, una parodia de comunicación en general, da dinero, a gente que por supuesto le hace muy bien lo que hace, porque lo vende, pero no son periodistas. Y eso se inicia en programas de la cultura del bajo. Lo que antes se veía eran espectáculos de bares nocturnos en el bajo o en las fronteras de las ciudades, y eso llegó a la televisión. Llegó por programas de entretenimiento, pero después se va filtrando en todo el tejido. Lo terminás viendo en programas matutinos para señoras, niños y no sé qué, y los ves en programas infantiles, y los ves en los programas deportivos y los ves en los noticieros y los ves en todos lados. Entonces, ¿qué espacio queda? Cada vez menos. Yo tengo un par de programas de radio que escucho, uno parcialmente y otro en general de mañana pongo eso porque sé que en una hora estoy al tanto de lo que pasó.

¿Cuáles?

Los Sabuesos, lo escucho, porque creo que lograba articular lo que es los ritmos de la radio hoy, los ritmos del periodismo hoy, que hay que tener un poco de humor, buena onda, hacer chistes, pero va la información con un chequeo profundo. Entonces uno, en principio, hace que ese programa que es el peor programa, joroban con eso, es algo serio. Pero te puedo decir en medios de prensa, periodismo miscelánea, en general, una revista digital que se llama Va de nuevo, que no la leo toda, no leo todos los artículos, pero siempre encuentro algo que son notas trabajadas. En Brecha, por ejemplo,, leo a Pernas también, (10:06), lo conozco pero además respeto mucho lo que hace porque además no lo hice nunca ni está dentro de mi campo de intereses, ni conozco esa área de trabajo. Pero hay poca cosa más, la parte cultural de Brecha es penosa. Ya no es ni siquiera un tema de... Antes uno compraba el semanario de izquierda, otro compraba el de derecha y otro compraba el de centro. Ahora son penosos todos. En el área cultural no se rescata mucho. En el área política ya no me interesa la lectura de periodismo porque son tantas las tensiones en juego, los tejes y manejes, que nunca sabés a quién creerle, porque detrás de eso siempre hay un interés de empresa o un interés comercial o un interés de corporaciones. Las corporaciones también han ganado y han llevado al periodismo a un estado... Decadente no es la palabra, porque no es que haya decaído. Eso es normal. En 22 años de El País Cultural hubo momentos que decayó, eso es normal. Lo que no es normal es la degradación. Que la gente esté trabajando en una profesión, que tiene mucho de profesión porque profesás, que tiene mucho de oficio, sin ética. Vos no podés ser periodismo sin ética, y hoy parece que sí.

¿Cómo describís tu rol?

Yo básicamente soy... Estudié, pasé por dos universidades. Estudié Derecho y estudié la Licenciatura de Letras. Leer siempre me gustó mucho, pero no solo leer literatura aunque haya

hecho Letras, sino que cada vez me interesa menos la literatura. O sea, me interesa releer literatura porque creo que también la literatura y también el arte, todo lo que sea creación, está siendo agredido por ese mundo del espectáculo. Entonces es más fácil editar, hay más títulos, hay más autores, y hay menos cosas que superen una media. Me regocijo cuando se reedita... Ahora llegó la reedición de una novela de Calvino. Bien. Voy a leer algo, me va a dar algo y voy a disfrutar y voy a crecer. Crecer no porque ya estoy viejo, ya dejé de crecer. Pero complacer, ¿viste? En plástica es lo mismo, predominan las performance y las instalaciones, 50 años en el mundo. Acá se da, y no solo se da sino que son apoyadas. La División de Cultura del Ministerio de Cultura lo que hace es casi que apoyar solo esa línea, más allá de los fondos concursables. Como línea estética, como línea de trabajo, la novelaría también está instalada dentro del Estado como patrocinador de la cultura.

¿Cómo definís tu rol en el diario?

Mi rol es, como editor tengo que leer notas de todas las áreas, porque acá nos cruzamos las notas, o sea, todos leemos una nota de música, una de danza, una de cine, una de literatura, y todas las áreas que te imagines, y algunos prefieren leer las de música y otros prefieren leer las de sociología, pero esa persona va a ser un poco, de los cuatro editores, la que de pronto va a hilar más fino en la nota de su competencia, por llamarlo de alguna manera. Pero todos leemos todo, eso es una parte del trabajo: leer, corregir, chequear todos los datos. Fíjate que trabajamos en cada semana con tres periodistas a la vez. Uno que se arma, que se decide qué nota va, otro que se está leyendo y editarlo para la primera corrección y agregarle la foto, y otro que es el que ya se prepara para ir a la imprenta. Eso te pone un poco loco, tenés que soportar ese estrés de a veces no acordarte de la nota tal en cuál de los tres suplementos va. Y a la vez, debido a ese ritmo y a esa exigencia, es que somos varios los que leemos las notas, los que chequeamos los datos, que los nombres estén escritos, las fechas sean las correctas, para minimizar el nivel de error, lo cual no quiere decir, porque es un mito o una leyenda, que en el Cultural no hay errores, o no hay erratas. Hay errores y hay erratas. No en todos los números, no te puedo decir que en todos los números. Nosotros tratamos de que no haya pero las hay. Ahora, ese es mi rol acá, o el principal. Después está el otro que es el de orientar y el de generar posibles notas. Porque hay un tipo de notas que sale de los libros. Nosotros tenemos contacto con todas las distribuidoras, no tenemos ningún compromiso, no hay publicidades, no hay nada, simplemente recibimos libros o vamos buscar, de los cuales se hace una selección y se piensa quién es el colaborador que lo puede leer y reseñar. A veces los colaboradores se lo llevan, no les interesa, lo devuelven. Hay todo, hay una trama. Pero también con algunos libros surge la idea de una nota: "Mirá, si juntamos estos tres libros se puede hacer una nota", quién la puede hacer, se habla con ese colaborador... Esa es la parte del trabajo en relación al colaborador y desde el material bibliográfico. Después está la otra que es la del periodismo que incluye por ejemplo las entrevistas o los informes. Pensar temas y hablar, sondear a ver quién lo puede hacer, hablar con ese periodista y agregarle más periodismo al Cultural. Nosotros tuvimos una época hace poco donde predominaba mucho la reseña, era más bien un suplemento de reseñas bibliográficas que un suplemento de periodismo cultural. Fue una época como te dije hoy, de bajada. Ahora estamos intentando hacer eso con pocas páginas. Creo que tendríamos que tener más páginas.

¿Cuántas tiene?

Tiene 12 páginas. Llegó a tener 24 en una época.

¿Cómo definís la credibilidad de un medio o un periodista?

Por el tiempo, ¿no? Solo el tiempo y el seguimiento. Yo elijo como consumidor... Consumidor no me gusta decir la palabra. También el tema de la economía y las finanzas ha dejado caer una serie de términos como ese que te dije, consumidor, producto. A mí me cuesta llamarle a esto "producto", sé que se le llama producto. Para mí es un servicio el suplemento, seguro. El tema de elegir como lector de periodismo un periodista no es una tarea sencilla. En algún momento tuve referentes, cuando empezaba, ahora no es que esas personas no sean referentes míos, sino que dejan de ser referentes en la medida que uno desarrolla su camino y tiene una forma de hacer las cosas y sabe que no va a ser más el que quiso ser. Por ejemplo, para mí Abbondanza es el tipo que escribe mejor en Uruguay. Que escribía mejor hace 30 años y sigue escribiendo mejor hoy, por el estilo, por la cultura que tiene una nota, por la cabeza que tiene y porque dice cosas. Y dice cosas con belleza. Pero yo en algún momento por ahí quise imitarlo, no profesionalmente pero antes de convertir esto en mi fuente de trabajo. Después es un ídolo, un amigo, un colega. Yo si veo la firma "Jorge Abbondanza" voy y leo la nota. Y eso hago con otra gente. Con Alsina ni que hablar. Siempre que diga "Alsina", el nombre Alsina, leo nota. Y con Rosario Peyrou, veo el nombre de Rosario Peyrou y leo la nota de Peyrou, a veces aunque no me interese demasiado el tema. Y hay unos cuantos más, no muchos más, en periodismo cultural. Carlos María Domínguez... El periodismo cultural tal vez - no me quiero contradecir, estoy pensando sobre la marcha- es el área donde hay más firmas confiables. Porque si vos llegás en una disciplina a tener una docena -siendo muy riguroso y muy subjetivo-, llegás a tener una docena de firmas confiables, creo que está bueno, ¿no? Lo hacés en otras áreas -en política, en economía...- encontrás doce firmas que vos decís: "Yo a estos les sigo". Esa gente se hizo confiable y creíble en varios aspectos que te los mencioné como respuesta a otra nota. Ética, compromiso, el chequeo de datos, no cometer plagio en ninguna medida, citar siempre la fuente, sacar conclusiones propias, tener una mirada propia, que la vas a buscar en ese porque el otro no la tiene y porque vos tampoco la tenés, entonces te puede enseñar algo. Esa suma de cosas creo que hacen al tema que me preguntás.

¿Este medio tiene un manual de estilo? El País en general y el Cultural.

El País tuvo un bosquejo, un boceto, que llegó a salir en librito. Si un día encuentro un ejemplar te lo puedo pasar. Que justamente es de la época de Homero, se lo convocó a él para tratar de hacer un pequeño manual básico. Creo que está en desuso, no sé. En el diario no sé, porque yo estoy lejos de la mecánica diaria del diario. Acá sí, en el Cultural tenemos un manual que también básicamente sigue las reglas de Homero, que tampoco eran todas de él, sino que venían del periodismo americano, mejor dicho del periodismo de Estados Unidos. Y se pueden dar, mirá, yo cuando tenía un taller ahí en la ORT...

¿Qué dabas en la ORT? ¿Seguís dando?

No. Un taller de periodismo. Pero estaba bueno porque era taller. Se daba toda la parte de informes, cómo se hace un informe. Me llevaba menos de una clase, menos, explicarles, y yo

los jorobaba y les decía: “Me va a llevar un poco más de media clase explicarles las bases de un estilo, porque la estiro, la voy a estirar, porque sino en cinco minutos se los cuento. El problema es que si les cuento en cinco minutos eso me van a echar. A ustedes les tienen que cobrar todos los meses, así que hay que estirla”. Y es así. Ya están formados. Como las grandes superficies hoy incluyen a las academias, a las facultades, a las universidades, también lo que hace 40 años pasaba en otro lado empezó a pasar acá que es un mercado de carreras. Las carreras se venden. Estudiar más largas de lo necesario. De lo necesario a nivel sistemático, porque para mí el periodismo, si vos tenés 15 años... Yo empecé y ya tenía 27 años, pero claro, yo ya había hecho dos carreras y empecé a leer a los 12, Horacio Quiroga, *Los cuentos de la selva*, antes había leído a Perico, pero si vos tenés más o menos 10 años de lectura, bueno, si vos leíste a Dostoievski, leíste a lo que se te ocurra, pero además leíste algo de sociología, leíste algo de esto, de lo otro, algún filósofo se te cruzó por el camino. Fuiste al teatro, viste más funciones, y viste más cine, y bueno, llegás con una ventaja a iniciar la carrera que no empieza a los 18 años. Pero de última el tema... Me perdí.

El manual.

El manual es lo sistemático, lo otro es lo asistemático. Vos recibís una necesidad de una facultad, ¿no? En la facultad yo te ordeno los temas para que vos una cosa que en la calle te va a llevar 10 años descubrirla yo te la resuelvo en cinco minutos, y te cobro. El estilo básicamente consiste en... Cuando vos ves a esa frase, por ejemplo: “Llegado a este punto, tenemos que decir”. No. Si llegaste a un punto donde tenés que decir algo, decilo. No escribas: “Llegado a este punto...”. Si vos vas a decir: “En suma”, no, no digas “en suma”, porque ya está. Si vos decís “En suma” el que está leyendo, se termina la nota. Es el mensaje que tiene. Hacé vos la suma y dame el resultado. Los adverbios terminados en “mente” en inglés funcionan. En español son un desastre. No es “eliminemos todos los adverbios terminados en ‘mente’”, pero hay algunos que son espantosos. Sobre todo algunos que son “te te”. Son muy largos, ¿para qué? La forma adverbial. Porque, o sea, el adverbio “terminantemente”, ahí tenés con “te te”, pero “en forma terminante” no mejora mucho, mejora desde el punto de vista visual-formal, pero como adverbio, ¿es necesario en la idea que vos estás manejando? Después tenemos un cosito parecido a este de teléfono grabador que adentro estaba lleno de adjetivos, entonces viene alguien que escribe una nota con demasiados adjetivos, vos le das esto: “Tomá, lleváelo a tu casa y poné acá adentro todos los adjetivos que sobran en la nota”. Adjetivos que lo único que hacen es... Son vocativos. Los adjetivos que sirven son los que funcionan como definiciones. Si vos precisás un adjetivo para definir algo y no podés hacerlo con un nombre, lo ponés, pero no para decir “qué hermoso, qué lindo, qué estupendo”. Ese tipo de cosas es la que tiene que tener un manual. No son mucho más complicadas. No empezar, por ejemplo, una nota, que acá a veces se hace y no nos da el tiempo de corregirla porque los tiempos son también mucho más rápidos, pero no empieces una nota con una cita, que ya me complica para mí como editor que ya tengo que arrancar con una letra cursiva o entre comillas. Y el tipo que lee la nota: “¿Quién es el que está hablando?” Ya empezás con una duda, y vos como periodista no tenés que transmitir dudas desde la primera línea. Que quede claro más adelante quién es el que dijo algo y después vos lo entrecomillás y ponés la cita, por ejemplo. Otras cosas, bueno, yo qué sé, que la nota no pese más en centímetros cuadrados las citas que lo que escribimos como periodistas, salvo que sea una entrevista donde ahí sí tiene que ser totalmente al revés, la pregunta tiene que ser muy breve y tiene que

predominar la respuesta. Y después poca cosa más. Hay mil ejemplos pero todos se resuelven con lo que decía Unamuno, eso hay que manejarlo y hay que tenerlo ahí: vos te levantás y agarrás la billetera, las llaves, y esa frase de Unamuno, que el tipo decía: "Escribe claro el que piensa claro". Primero tenés que pensar y después escribir. Normalmente la nota mal escrita es porque la gente hace lo contrario.

¿Conocés al público al que le escriben en el suplemento?

Conocemos a una parte del público que ni siquiera te sabría decir si es mínima o capaz que es todo el público, no sabés, porque no sabemos cuántos lectores tenemos. La versión en papel no es como hoy de pronto un suplemento dentro del digital, que vos sabés cuántas personas... Hay sorpresas respecto a eso hoy, normalmente hubo toda una campaña que vino con el tema de Windows que era "la gente quiere leer notas cortitas, chiquitas y hace zapping...". Bueno, ahora se está viendo que las notas que tienen más entradas son las notas más largas y más trabajadas, es decir, con más datos. Y tiene su lógica, yo ya lo veía en los 90... "Lo veía", digo, yo tenía esa posición y discutíamos. Yo decía que cada vez menos gente, en la medida de que vivimos en el mundo del espectáculo y de la farándula, cada vez menos gente le interesa leer, cada vez menos gente le interesa perder, entre comillas, "tiempo en leer", porque si pierde tiempo en leer le queda menos tiempo para consumir, y lo que quiere es consumir, pero no consumir información. Al ser menos gente, esa misma gente, la que te lee más material, porque le interesa el tema. Desde puntos de vista diversos, ¿no? Puede ser un empresario, puede ser un comerciante, que quiere tener toda la información que es lo que le va a dar poder, una nota chiquita no se lo da y la nota extensa sí. Ahí, en ese tipo de periodismo, de pronto, yo tengo datos del suplemento del fondo, que más o menos tiene una idea del público, cosa que a la empresa le da una ventaja, le permite invertir más tanto en sueldo de periodistas como en tiempo y espacio. Nosotros en el Cultural no lo tenemos.

¿Y tienen alguna forma de contacto con algún lector que se quiera comunicar?

Habitualmente llaman acá por teléfono. Lllaman para decirte que hay una fecha que está equivocada o una errata de esas, o a veces llaman también para elogiar, o llaman para tratar de contactarse con el autor de alguna nota. Muchísimo para colaborar, para traer material, eso es imponente. Hasta un tiempo atrás había una cosa que se había bautizado como "los colaboradores espontáneos". Eran tipos que tocaban el timbre y venían con una nota. En los tiempos de Alsina se trabajaba de ese modo. Las notas se recibían y sin compromiso ninguno se leían, y si estaban bien se publicaban y se pagaban a los 15 días siguientes a la publicación. Podía la nota acá dormir un mes o un año y podía salir. Después esa realidad fue cambiando y hoy actualmente tenemos como un staff.

Estable.

Ahí va. Son, ponele, 25 personas entre dibujantes y escritores que están en planilla. Para tener un colaborador de afuera hay una exigencia, después de las leyes de Astori, de que tiene que tener factura y tiene que tener de algún modo un documento. Si tiene eso y la nota es buena,

también a veces se acepta. Pero se restringió el número de colaboradores. Y por esa historia hay gente que llama, te decía, y que quiere traer una nota o lo que te conté.

¿Cómo es tu jornada de trabajo en redacción? ¿A qué hora entrás?

No, no tenemos horario.

¿Trabajás todos los días?

Sí, trabajo de lunes a viernes acá y oficialmente son 6 horas pero es bastante flexible porque de repente todos los días te llevás algo, te llevás algo para leer o algo para pensar o algo corregir a tu casa, o los fines de semana seguís en la vuelta. A veces acá te vas un rato antes pero al otro día te quedás un rato después. No es una redacción de diario, que te quedás 9 horas o la última noticia llegó cuando vos te estabas por ir y te tenés que quedar 6 horas y te sacás el hollín con una pala.

Ahora vamos a entrar a lo puntual. ¿A qué denominás fuente? ¿Qué es una fuente?

¿Una fuente a nivel informativo? Vos lo sabés, vos estudiaste y estás haciendo una Maestría, me preguntás a mí algo que ya sabés. Yo digo, hay fuentes primarias, hay fuentes secundarias, terciarias y cuaternarias. La fuente primaria es... Yo estoy haciendo un trabajo, por ejemplo, hice hace poco sobre las revistas, sobre el tema del regionalismo, nativismo, en los años 20. Yo lo que tengo que hacer ahí es ir a la Biblioteca Nacional y conseguir la fuente primaria, o sea, la primaria-primaria serían las cartas manuscritas, pero dentro de lo que hay, bueno, yo tengo que ir a buscar primaria en este sentido. El primer artículo sobre nativismo, ¿en qué revista se publicó? ¿En La Pluma? Después seguir eso, también dentro de las fuentes primarias, para determinar si hubo polémica, si no hubo polémica, si había otra posición que era la de cosmopolitismo. Después están las fuentes secundarias que son libros de archivólogos o investigadores, filólogos o historiadores, que me enseñan a mí a sumar más pruebas a las cuales yo les doy créditos. Hay pocos en Uruguay. Una persona que vos me digas: "Vos no necesitás ir a la Biblioteca Nacional a revisar la fuente primaria porque ya fue Fulano De Tal que es el tipo más serio y que hizo este trabajo". ¿Entonces para qué voy a ir yo a hacer el mismo trabajo que él ya hizo? Tomo el libro de él. Eso ya va a ser una fuente secundaria. Tiene que tener algún nivel de seriedad del otro. Ahí pararía con las fuentes documentales, porque a mí ya las terciarias no me sirven, que sería un artículo de prensa donde se mencione el libro que Fulano hizo sobre lo que se trabajó en la Biblioteca Nacional. Eso no porque eso es mi trabajo. Después, ¿qué otro tipo de fuentes hay? Es como todo, las otras fuentes que son, llamale verbales, orales, es como todo, es decir, tenés que tener confianza en esa persona, saber que no está interesado en el tema, te puede estar usando como mensajero. Yo he trabajado, no puedo hablar mucho de eso, sería un atrevido, porque yo no he trabajado en las áreas donde ese tipo de fuentes son importantes. En el periodismo cultural es inexistente esa fuente, no existe, porque alguien puede venir a avisarme a mí que Fulano De Tal va a hacer un libro, o alguien me puede avisar que Fulanito se peleó con el guitarrista de la banda, entonces a partir de ahí voy a hacer una nota, pero no he trabajado así. En el periodismo cultural puede darse eso, pero yo no. He entrevistado a todo tipo de artista y de creador y de hacedor de cosas en distintas áreas, pero siempre porque vi la obra, me interesó y quiero conocerlo o ya la conocí por otros motivos y voy y lo entrevisto. Porque sacó un disco, por algo concreto. Eso es

lo que te puedo decir de las fuentes. En un país, no, en país no, no digo Uruguay, pero Montevideo es una sociedad medio psiquiátrica, ¿no? Yo creo que ya está a ese nivel. Tiene mucha concentración de gente, gente que decidió -a lo largo de un periodo histórico extenso- dejar su vida, dejar su tradición en el campo, dejar su presente. En el campo el presente es el presente, porque si vos tenés los tomates en la tierra, y las papas, y las frutas en los árboles, vos estás preocupado de la helada, estás preocupado de que no venga un zorro, un conejo, estás preocupado de eso, y estás conectado con la tradición. En cambio, cuando vos venís a la ciudad -hasta ves generaciones, es un proceso complejo- pensás en un futuro, y cada vez menos en el pasado y en la tradición, porque lo que te importa es el consumo de lo que vas a tener mañana, todo lo que tenés que hacer hoy para mañana tener la casa, el auto y el perro. Había un reclame de Sony que decía: "esta es mi mujer, este es mi perro, este es mi Sony...". Entonces es el futuro, y eso es alienante. Te va alienando individualmente y como sociedad. Es difícil cuando hay tantos intereses contrapuestos, todo el mundo está pensando en correr la liebre, que sea una fuente confiable, que sea una fuente pura, que no tenga ningún interés, que no te lleve a vos a tropezar, a resbalar, a meterte en un problema. Pero eso lo sé más por experiencias de algunos amigos que necesitan trabajar así que como experiencia mía.

¿Cuáles son las fuentes que vos usás con mayor frecuencia?

Bibliográficas.

Ta, vamos a pasar a internet. ¿En qué año empezaste a usar internet en la redacción para trabajar?

Yo te he contado hoy que cuando yo trabajaba en el suplemento de los domingos, que fue del año 93 al 2002, ahí en los primeros tiempos no había PC, lo que había era un sistema que se llamaba Falco, le decía "La Falco", era un sistema en red que cada periodista ingresaba en esa especie de procesador de datos, donde básicamente lo que se podía hacer era escribir y alguna cosita más, pero poco. Fue al final ya, en 2002, yo pasé a, no me acuerdo bien, tengo una duda ahora, pero digamos que no fue hace mil años, fue en el entorno del 2000 que tuvimos acceso todos, no solo a la posibilidad de trabajar en esa máquina Falco con internet, sino a trabajar con internet en un PC. Más o menos fue por ahí. Porque en el 2002, yo te contaba, en el 2002 yo pasé del suplemento de los domingos a la sección Ciudades y no todos teníamos internet en el PC. En el 2002 había una máquina, una Falco que incluía PC por sección, pero no todos los periodistas tenían un PC. Y te cuento que en La República en el año 2005, en el segundo semestre del 2005, eso que a vos te contaron que se llamaba "el ciber", eran dos máquinas que había en el fondo de la redacción, o sea, en la cara opuesta a donde estaban los secretarios de redacción, en el lugar más oscuro y triste que había en esa época. Tenías que hacer cola o estar escribiendo y con la responsabilidad de estar editando y mirando a la máquina a ver si había un hueco, que había que golpear la mesa para decir "el próximo soy yo". Yo trabajaba ahí, un grupo lindo de muchachas, todas colaboradoras mías y eran damas. Entonces, claro, tenía esa ventaja, o usaba una o usaba otra. "Dale, Fulana, andá al fondo que a vos no te va a decir que no". Entonces conseguía que bajemos una foto o... Porque la usábamos para fotos, nada más, para poder bajar alguna foto.

¿Qué cambió en tu rutina periodística cuando instalaron internet en la PC de cada uno? ¿Te acordás?

Cuando yo entré acá en mayo del 2006 ahí sí tuve que... Mirá, en mayo del 2006 yo llegué acá y todavía estaba la Falco. Que a la vez se le habían incorporado un montón de trucos y posibilidades y programas que yo no conocía, que no conocía porque me había ido en 2002 al 2006. En esos cuatro años yo no sabía nada de lo que había pasado acá. Entonces tuve que aprender eso para poder trabajar. Habré estado una semana para acordarme de lo que sabía e incorporar algo nuevo. Y a los tres meses el diario compró el sistema este que se llama Milenium que permite trabajar dentro de las maquetas, maquetas de páginas, páginas centrales, tapa. Y bueno, hubo que aprender ese otro programa y ahí sí ya entré a trabajar por un lado lo que es el trabajo en red del diario, un sistema que está en red del diario, y el internet. Te diría que en los últimos 5 años he trabajado todos los días, entonces ya está incorporado. Yo sigo pensando que lo menos importante, es lo que define en un porcentaje mínimo el resultado del trabajo, pero a la vez es lo primero que uno hace. Lo primero prendo la luz. Como tenemos las luces individuales, vos llegás, prendo la luz, prendo la computadora y lo primero que hago es: entro, la primera página que tengo es la del diario, El País Digital, y después voy a Adinet, y después voy al Gmail, y después me metí a lo largo del día... Siempre hay algo para buscar. Primero, las fotos ni que hablar. Las fotos que están libres, ¿no? Que no tienen copyright. Hay que buscar, y eso me gusta, me gusta todo el tema de imagen también, y nosotros no tenemos editor de fotografía, o sea que de algún modo a la parte que editamos los textos, toda la parte de imagen, lo que sale lo elegimos nosotros, por eso a veces sale tan mal, ¿viste? Pero bueno, tratamos de hacerlo bien. Internet, no se puede decir nada que no haya dicho alguien. Es una herramienta genial y además se ha desarrollado, porque te acordás que antes entrabas en un sitio y tenías que saber navegar porque sino era un lío y ahora con Google vos ponés tal cosa y... Se puede discutir, "se puede discutir" no, hay que discutir el orden. Es decir, no te vas a quedar con la primera página que se abre, porque tenés que saber que esa es la que tiene más entradas pero no es la mejor. Entonces, bueno, hay que también tener una agenda de páginas a ver. Pero en la medida que juntás cuatro o cinco fuentes, y las cruzás, vas chequeando datos. Es fundamental. No solo datos, sino que para hacer notas, que no son exactamente las que hacemos acá pero para algún tipo de nota, cómo hacés vos, ponele, yo estoy escribiendo una nota que sale un libro, *Tropa de Elite*, el de la película. A la vez sale la segunda parte de la película. Bueno, ta, yo digo: "Tengo libro, tengo la película, tengo nota". Pero yo voy a escribir sobre estas realidades que estoy hablando, de la seguridad ciudadana, es un tema que está en la calle hoy acá en Montevideo, pero antes estuvo en Bogotá, estuvo en Nueva York. Me tengo que informar de eso. Entonces entré en internet y sorpresivamente encontré que el libro *La ventana rota*, que es el que cuenta toda la historia, las teorías que hay para resolver los temas de seguridad, estaba en PDF, entonces me bajé el libro, que andá a encontrarlo. Y bueno, ahí tenés todo el desarrollo del tema en Nueva York, como ejemplo positivo pero con cosas objetables. Tenés el ejemplo de Bogotá, que en general los entendidos del tema lo ponen como el mejor, y tenés los ejemplos de los países donde la llamada mano dura no funcionó. Ahí yo tengo nota, tengo paquete, entonces cito todo. Tenés que estudiar para hacer la nota. Internet es una herramienta, es esto, lo otro, es bárbaro, porque al haber más circulación de información, de papeles, de textos. Los problemas de distribución que hay si vivís en América. Es increíble que acá lleguen... Se calcula que a Montevideo llega el 10% de la bibliografía que llega a Buenos Aires. O sea que ya hay un montón de cosas que no las conseguís si no vas a Buenos Aires. Estamos hablando de libros papel. Es verdad que también tenés MercadoLibre hoy y por ahí ponés el libro que vos querés

y te sale que hay diez ejemplares y en qué estado están y a qué precio están. Pero mi generación está apartada, está entre dos tiempos, ¿viste? Entre dos formas de trabajar. No podés cambiar todo. Mi generación prefiere encontrar el libro en papel y si no puede encontrarlo, bueno, ahí lo bajás de internet. Pero ese material, cómo te voy a decir, son casi cosas azarosas, que a veces se dan. Es como que vos estás colocado, estás haciendo una antología sobre cuentos del carnaval y agarrás un libro y pum, justo encuentro carnaval, y agarrás otro... Y no podés crear, algo mágico. Estás en una nota, vas a la feria, y decís: "Pah, seguridad ciudadana en Panamá y yo justo estoy haciendo la nota. Bueno, me lo compro". Y en internet es lo mismo. Estás con esa nota y a veces hacés así y decís: "Mirá esto, que no sabía..." y te lleva. Una entrada te lleva a otra, y es medio azaroso. Yo la busco la información, me meto en internet, después que dije "tengo nota", no antes.

¿Tenés algunos sitios de cabecera que siempre entrás a buscar información?

No, no. No tengo porque son tantos, y además al ser tantas áreas. A veces sí, obviamente, vos consultás a un colega que es especialista en música si vas a ser algo de música y vos no tenés un especialista. Bueno, ahí sí estás hablando de fuentes que está bueno intercambiar. Creo que es más un trabajo que te demanda otra energía, que te demanda convivencia con otra generación en general. Son demasiadas exigencias. Yo tengo 50 años, trabajé así, camino con la evolución, trato de adaptarme, voy incorporando herramientas, voy aprendiendo, pero no me da el tiempo para más. Se da realmente el cambio generacional. Yo no sé cómo va a trabajar, no tu generación, sino la que te sigue a vos, que hoy tiene 15 años. No sé cuáles van a ser las herramientas.

¿Concebís la utilización de las redes sociales como fuente?

No.

¿Ni usás?

No, para nada. La red social que yo tengo es mía. Tengo mis contactos a los cuales a cada uno personalmente le hago una pregunta sobre lo que me interesa tener mi información, o al revés, le envío la información. Muy pocas veces, incluso, uso los contactos todos juntos, de mandarle el mismo mail a 25 personas, porque para mí eso es frío. A mí cuando me mandan un mail y sé que se lo mandaron a 30 más, en general ni lo abro. No le doy importancia, no es algo personal. A ver, si vos me mandás un mail a mí yo, primero por respeto, lo abro, pero además por curiosidad. Entonces me manejo ahí, redes sociales no, por favor.

¿Y el correo electrónico? O sea, te llega, por ejemplo... No sé cómo trabajás. Te invitan a conferencias, presentaciones de libros, ese tipo de cosas sí.

Sí, todos los días. Todos los días.

¿Y son de ir a cubrir eventos sociales?

No. Cuando son actividades propias del Cultural, por ejemplo, hace poco se inauguró en el museo del diario, el que está en 18 de julio, Museo de Arte Contemporáneo, se inauguró una

exposición de Mingo Ferreira que era uno de los colaboradores del Cultural que ahora está jubilado, oficialmente, porque te jubilás y no podés trabajar. Es un tipo que está bien y es un fenómeno. Hizo una exposición con trabajos entregados en el Cultural. Algunos salieron y otros no se publicaron, pero él los hizo para acá. Y bueno, a esa exposición, obviamente. Somos parte de... Pero por dos motivos no cubrimos eventos. Uno es por la periodicidad del suplemento, es decir, nosotros no trabajamos con la actualidad, porque nunca llegamos con la actualidad. El diario es "Primero siempre", nosotros somos "segundos siempre". Porque no podemos ser primeros, porque si mañana va a pasar esto, y mañana va a pasar esto, y yo ya tengo el número armado, no te puedo poner ni una noticia. Eso por un lado, y por otro lado porque es inabarcable. Es inabarcable porque si vos estás trabajando con la cultura estás trabajando con algo que tiene muchos eventos, muchas actividades, muchas presentaciones, entonces uno elige, puntualmente va... De pronto, cuando viene alguien de afuera, un escritor, la Feria del Libro, y alguien va a hacer una nota, se le pide que vaya a la conferencia que va a dar, va a ser una entrevista un poco más rica. Pero no es una norma de trabajo.

En cuanto a esto que habíamos hablado hoy, el tema del chequeo de las fuentes, ¿se cita? Ya me dijiste que sí.

Sí.

¿Hay una forma especial de citar?

No...

¿Alguna vez hiciste alguna nota citada con algún sitio de internet?

Si es muy importante la referencia, pero agencias de prensa, lo que sea, hay que citar todo.

"Hay que citar todo" decís vos.

No, no, ya sé, pero digo, hay que citar todo no con un criterio académico. También académicamente se dice que si... En Estados Unidos está legislado, acá no. Si vos usás más de 12 fuentes no hay plagio, porque vos no vas a aportar ningún conocimiento propio, pero hiciste una combinación de información y opinión y todo que es un trabajo propio. Un artículo de prensa es lo mismo. Si yo te hago una nota, y yo estoy haciendo la crítica de una novela, obviamente que yo ahí tengo incorporado todo lo que leí de Todorov, y todo lo que leí de no sé quién, no voy a estar citando... Pero cuando hay una referencia explícita, una idea concreta, que vos la estás tomando de algo, no te hablo del truco, lo otro son trucos que, bueno, uno usa para que cuaje la mayonesa. Pero cuando es una referencia que importa o que da inicio a la nota o la concluye o es muy importante como dato central, hay que citarlo, no hay duda. No hay referencia siempre asterisco-fuente, que eso sería lo académico. De repente va mencionado entre paréntesis... La nota esa que estoy haciendo tiene un montón de información de agencia de noticias, y bueno, llega un momento en que uno tiene que decidir. Que vas a poner: "Hasta aquí informado por agencias internacionales de prensa", ya está, y entre paréntesis ponés AFP, ANSA, no sé qué, no sé cuánto. Pero a veces yo soy obsesivo compulsivo y pongo las fechas, pero eso sí es personal y no siempre queda bien.

¿Vos ves citado alguna nota de ustedes en otro lado? ¿Sabés si se replica o no?

No. Hay un ida y vuelta, pero no le hacemos un seguimiento. Pero hay. Hay convenio con La Jornada de México, que es un suplemento muy bueno también, que en América es de los mejores -en papel diario, digo, siempre están las revistas-, donde nosotros podemos publicar notas que sacan ellos y ellos notas que saca el Cultural, completas. Después el diario tiene convenios también con lo que se llaman Grupos de Diarios de América, que están Clarín, Mercurio y La Nación, no, no me acuerdo cuáles son. La Nación y El Mercurio seguro, y no sé qué otro diario de Brasil, y ahí también, uno cuando firma el contrato e ingresa a la empresa está cediendo los derechos para esas publicaciones. Si una nota mía sale publicada en La Nación no puedo exigir que me la paguen porque hay un convenio que está encima del convenio que yo tengo con el diario. Eso es a nivel de retroalimentación. Más claro que retroalimentación sería inter-alimentación. Pero creo que es un suplemento que tiene... O sea, que tiene prestigio, que le da al diario prestigio en determinados ámbitos, y que hay gente que lo tiene como fuente. Si lo citan mucho no sé.

Anexo I. Entrevista 7

Realizada el 5-08-2011

José Luis Martínez – Editor de Sociedad e Internacional en La República.

Nació el 5 de agosto de 1960. Trabajó como periodista en diarios como La Hora, La Hora Popular, en agencias de noticias como IPS, Prensa Latina. Comenzó en La República en el año 1992. Actualmente trabaja como periodista para páginas web de España entre las que se encuentra la de Safe Democracy. Escribió siete libros sobre temas nacionales e internacionales, entre los que se destaca “Los soldados del general”.

¿Cómo definís vos el periodismo?

Vos tenés que comunicar hechos que suceden y que pasan, más allá de que después haya - dentro de los diarios, de los canales, de las radios, o donde sea, o en internet- lugares para vos opinar, el periodista en principio es un comunicador de hechos, que tiene que ser lo más objetivo posible, lo más imparcial posible. No siempre se logra, obviamente, es decir, porque depende con la óptica que vos mires. Un accidente de tránsito, si lo ves desde esta esquina o si lo ves desde la otra, obviamente la percepción es distinta y lo vas a contar cómo lo viste. Pero para eso tenés muchas fuentes, si hay un accidente buscás al que lo vio de este lado, al que lo vio del otro lado, y al que lo vio del otro lado, y los elementos que haya.

¿Qué rol ocupa el periodismo en la sociedad actual?

En Uruguay, yo creo que lamentablemente es un periodismo muy politizado y a veces se torna poco independiente en función de los intereses políticos de dueños de medios o de sectores políticos o de gobiernos o de organizaciones de todo tipo. Creo que todavía en Uruguay no tiene un desarrollo muy independiente y objetivo. Todos los medios en mayor o menor grado los podés identificar de qué signo son o a qué apuntan. Yo creo que eso no tendría que ser así, el periodismo tendría que ser realmente una empresa X que tiene un rol que cumple que es informar, vende información. Obviamente, el que quiera hacer un semanario para un partido o para una organización está en todo su derecho pero vos ya estás comprando eso. Sabés que ahí el periodismo, la propaganda, la publicidad, se va mezclando un poco más. Yo quiero un periodismo cada vez más independiente que se pueda realmente financiar, y vende noticias, como hay otro señor que vende el pan y que es esencial para la comida de la gente, el periodismo es esencial para que la gente se informe de lo que sucede en Uruguay y el mundo.

¿Eso te parece que tiene que ver con el inicio del periodismo en Uruguay, que era partidario?

Sí, vos vas a la raíz del periodismo y todos los grandes pro-hombres del Uruguay de todos los partidos y de todas las tendencias, todos pasaron por el periodismo. Fueron de alguna manera, entre comillas, contaminando, pero poniendo esa impronta que a veces no te permite que sea realmente una cosa que podrías crecer más incluso. Mucha gente te pregunta “¿Y por qué en otros lugares venden millones y acá vendemos tan poco o los escucha tan poca gente?” Bueno, la gente también, si vos le vas a dar algo que ya sabe que va a comprar, mucha gente dice “no

quiero”, “me vas a vender esto y me decís que soy maravilloso porque vos defendés a Fulano o Mengano”.

¿Qué significa para vos ser periodista?

A mí me encanta. Yo soy de los que creen que el periodismo es el rol que llevás 24 horas. Soy de los tipos que se va a acostar igual a la una de la mañana después de una fiesta y paso por la televisión a ver si veo la CNN en Español a ver si se cayó una Torre Gemela o si un avión se vino abajo. Lo llevás adentro, hay gente que no, que lo toma como una profesión. “Esto me financia una carrera de otra área”, hay compañeros que estudian literatura, compañeros que estudian filosofía... Esto es un medio para ganarse la vida para una carrera que quieren hacer. Yo no quiero hacer ninguna carrera, yo sigo siendo periodista. Obviamente estudio cosas de periodismo, no me quedo... Me sigo actualizando dentro del periodismo, no me interesa ser ni profesor de literatura, ni matemático, ni ingeniero nuclear. Quiero ser periodista.

¿Y te formaste en periodismo?

Sí, en la Universidad del Trabajo en Uruguay, en la Udelar, y después en Cuba, en el Instituto Martí de Periodismo Internacional, después en Ecuador en la Ciespal, después en Medio Oriente en Israel, después en Washington, en México. Yo trato de formarme y seguir formándome y todos los años trato de hacer seminarios o cursos que me actualicen, en especial en el área que yo más o menos domino o me gusta o que trato de profundizar. También creo que en periodismo uno tiene que saber un poco de todo pero tiene que profundizar en un área. Los todólogos que hay en la radio y la televisión que hablan de todo, desde la bolsa en Wall Street hasta la caída de las Torres Gemelas, no. O sabés de una cosa, o sabés de cultura, o sabés de economía, vos te especializás en algo. Obviamente como sos periodista leés y tenés información de lo que sucede, pero para profundizar tenés que estudiar algo.

¿Qué implica el rol de editor en el funcionamiento del conjunto del diario?

El editor escribe poco y dirige, organiza el trabajo. En mi caso, en lo que es Sociedades, decir: “A ver, muchachos, ¿qué temas tienen para hoy ustedes?”, “este, este, este no, este me parece que es flojo, este no me gusta”, “escuché que hay tal libro en tal lugar, ¿por qué no profundizamos en eso?”, “si vas a hacer este llamó también a Juancito que te puede aportar otra línea de información para completar lo que vos tenés”, “¿qué te parece si hoy hacemos cómo está la mortalidad infantil en Uruguay?”, “¿qué pasa en el Vilardebó?”, “¿qué pasa en el Inda con los comedores? ¿Cuántos comen? ¿Qué comen? ¿Por qué?”, vos de alguna manera orientás al periodista, más allá de que el periodista venga con ideas que vos las manejas y las usás. Y después, en el caso del mundo, vos ves la información que viene y decidís: “Bueno, ¿qué es importante? Hay una manifestación en Argentina, guerra en el Líbano, en Libia”. Vos definís qué temas son para vos prioritarios a la hora de editar la sección.

¿Cómo definís la credibilidad de un medio o un periodista? ¿Cómo se logra?

¿Cómo se logra? Siendo lo más imparcial posible, lo más profesional posible, lo menos partidista posible. Esto es un trabajo y afuera vos tenés tu vida. Entonces todo lo que le des vos, obviamente a vos te interesa algún tema y lo manejas o lo vas a usar, pero no lo tiñas de política a todo porque eso te quita profesionalidad y te quita respeto ante tus colegas, ante los periodistas. Yo toco muchos temas, escribo muchas columnas acá en La República de análisis donde muchos lectores no comparten lo que yo digo y me insultan con epítetos muy fuertes, con calificativos muy fuertes, a los cuales obviamente yo no contesto, pero tienen su derecho, las cartas de los lectores o en el lugar donde puedan ellos escribir. Pero nadie puede decir que lo que yo digo no está fundamentado. Yo lo que digo es que si largo una bomba y no sé qué, lo dijo la BBC, el periodista Tal, o el jefe Tal. Yo no digo “mataron a 100” libremente porque a mí se me ocurrió que mataron a 100. Yo cotejo la información y pongo la fuente de donde la saco. Eso, a mí me podrán decir “no lo comparto” o “no lo creo”, pero eso es lo que dice la fuente esta, esta y esta. Y eso es lo que te da credibilidad. En alguna medida los periodistas serios se basan en eso, la gente: “Mirá, este tipo es serio, cuando habla te da ejemplos de por qué lo dice, de dónde lo sacó...”

¿La República tiene un manual de estilo?

No, no tenemos manual de estilo. Se intentó en alguna oportunidad tener un manual de estilo pero nunca se logró y no tiene un manual de estilo. Está más adelantado lo que es el tema de la diagramación que lo que es el estilo.

¿Y en la cotidiana cómo hacen?

Yo trato de que la gente escriba como en las agencias de noticias. Un copete, el desarrollo de la información, y vos podés empezar a contar desde abajo sin ningún tipo problema y la gente siempre va a estar enterada de lo que sucede porque leíste la información en el copete. Y después la famosa pirámide invertida, yo creo que es una de las mejores cosas para escribir en forma equilibrada, porque te evita meter adjetivos, sustantivos, calificativos. No, yo doy información.

¿Conocés a qué público escribe tu diario?

Sí, yo creo que es un público de centro-izquierda o de izquierda, en líneas generales. En líneas generales también es de mayor edad. La nueva gente que está aquí en la empresa está tratando de revertir eso y tratar de llegar a otros sectores de la sociedad entonces hay subproductos que tienen que ver con todo eso, pero eso es lo que más o menos hay.

¿Interactuás de alguna manera con los lectores?

En líneas generales no. No te da el tiempo físico para hacerlo. Estás acá 8 o 10 horas adentro medio corriendo y haciendo cosas, y además estás en una inercia... El lector muchas veces es una persona en realidad lo que quiere es descargar su forma de pensar, sus problemas, quiere alguien que lo escuche, en realidad. A veces se torna un diálogo medio de catarsis que no te conduce tampoco a mucho. Sí interactuamos con las fuentes. Si viene un lector que dice: “Mire, hay un incendio”, “¿Dónde es el incendio? Dígame. ¿Qué pasó? ¿Usted vio la gente que se moría o no?”, en ese caso sí porque hay información de por medio y el diario va a cubrir o va a seguir. Pero la cosa personal no me interesa realmente, a menos que estemos en un lugar

de debate donde vos tenés el tiempo suficiente, ya sea un bar o un seminario, vos te sentás a debatir y obviamente tenés que dar tu posición.

¿Y esas consultas llegan por mail, por carta?

Llegan por mail, por carta, por internet, por llamadas telefónicas, que se evacúan generalmente por llamadas al director, cartas al lector, o en la página web las opiniones que pone gente debajo de tu nota.

¿Cómo es una jornada de trabajo en la redacción para vos?

Generalmente yo me levanto temprano y empiezo a escuchar informativos, a escuchar programas en la radio mientras que de pronto puedo hacer otras cosas para otros medios en el exterior o estoy revisando mails. A las 10 de la mañana hablamos con los periodistas, en este caso en Sociedad, y bueno, “¿Qué tenés?”, “¿Qué no tenés”, por teléfono o personalmente si estoy acá, y después se empieza a trabajar, a buscar información para la sección Internacional, tener las fotos, coordinar con las fotos que vayan a entregar fotos en el caso de Sociedad. Y después empezar a diagramar. Yo me siento a diagramar: “Bueno, quiero esta foto grande acá, quiero un recuadro acá, tres noticias acá”. Un poco es eso. Después viene todo eso hecho enmaquetado, como va a salir, yo me siento en la computadora, lo leo todo de nuevo, veo los títulos, si el titular no me gusta le cambio el título, se lo consulto al periodista si está, trato de respetar lo que es el trabajo del periodista, pero si hay un error conceptual o hasta hay un problema de diagramación porque no entra toda la palabra tengo que buscar sinónimos.

¿Cuánta gente hay en Internacional?

Uno: yo. O sea, yo tengo que hacer las seis páginas de Internacional, más las cuatro páginas de Sociedad. Entonces a veces se torna complejo. Entonces, claro, la jornada me voy generalmente diez menos cuarto de la noche.

¿A qué le denominás fuente? ¿Qué es una fuente para vos?

Es todo lo que te va a aportar elementos para información que vos tengas. Si chocó en la esquina el auto y el camión, todos los que lo vieron son fuentes que te van a aportar elementos para vos extender esa información. ¿Qué pasó? El médico te dijo que hay tres muertos, la policía te dijo que la culpa la tuvo el camión. Vos vas agregando todos los elementos de esas fuentes. Cuantas más fuentes tengas más imparcial va a ser la información, más completa va a ser, más rica va a ser, más producción va a tener esa información.

¿Qué importancia le adjudicás a las fuentes al trabajo cotidiano?

Es fundamental, yo creo que si no, no tiene sentido, si no, ya empezás a opinar. Entonces decir “No, a mí me parece que el camión venía a mucha velocidad...”, y qué se yo, ¿hay un técnico que diga que fue culpable? ¿Alguien midió? ¿La policía técnica? ¿En realidad se murió el tipo o está en el CTI? A todo eso llegás con los elementos que tengas información.

¿Cuáles son las fuentes que usás con mayor frecuencia?

Bueno, en el caso internacional las agencias de noticias, diarios extranjeros, páginas web obviamente. En el caso de sociedad, páginas web de todos los organismos públicos y privados que se consultan para ministerios, entes autónomos, sindicatos, organizaciones empresariales, etc. Los propios involucrados. Si ahora hay un problema en el Pereira Rossell llámás a los médicos del Pereira Rossell. En ese mismo problema llámás al Ministerio de Salud Pública. Es decir, a todo lo que tenga que ver con eso, vos tratás dentro del área. Puede ser también que escuchaste el informativo y te dio una pista de algo, viste un portal y te dio una pista de otra cosa. Hoy la información por suerte es mucho más amplia y más dispersa, y hay mucha más. Entonces, vos podés, el que tiene Twitter: “Vi en el Twitter que el diputado Tal dijo tal cosa”, y me dio una pista. Capaz que llamo al diputado ese para que me amplíe la idea que el tipo tiene.

¿Y con esa idea sacás una nota, con la idea esa sacada de Twitter, diciendo “en Twitter dijo”?

No. El tipo usa un medio prehistórico o de papel, el soporte que sea para dar su opinión, su información, pero vos llámás a donde nace eso. Si lo dijo un diputado, si lo dice el Ministro, si lo dice el Ministerio a través de un comunicado de prensa, vos tratás de identificar bien su lugar.

¿En qué año comenzaste vos a usar internet en la redacción?

Cuando empezó acá. La verdad que no me acuerdo. Cuando empezó acá en Uruguay empezamos a utilizar.

¿Y qué cambios de tu antes y tu después de internet?

Y bueno, mirá, un cambio fundamental es que vos antes el archivo lo tenías en hojas, escrito, después lo tuviste en diskette, lo podías tener en un cassette grabado. Hoy lo tenés en internet, hoy sabés que tu nota que vos le hiciste al ministro donde están todos los datos de la mortalidad infantil te lo guardaste en un blog tuyo en internet y ahí tenés tu archivo. Mañana decís: “¿Cómo está la mortalidad?”, “bueno, el ministro en la última entrevista me dijo esto, esto, esto”. Todo el mundo sube cosas a internet. Imaginate, antes vos tenías que ir a la biblioteca, al ministerio a esperar al ministro que sacara unos papeles y empezaba a dar vuelta los papeles. Ahora el ministro tiene puesto todo ahí. El acceso es mucho más rápido.

¿Y en la cotidiana cuando trabajas, eso de las fuentes que decimos, cómo hacías?

En la cotidiana tenías que salir con el grabador a ver al ministro o llamarlo por teléfono. Era lo único que había. En un momento fue con el fax, entonces llegaba un comunicado por fax. Ahora no, viene el mail, te manda el mail, todo lo demás. Lo leo, me interesa, no me interesa, voy a llamar al ministro, no lo llamo. O utilizo solo ese pedacito porque estoy haciendo otra cosa, o esto como es una breve ni lo llamo al ministro porque lo que voy a dar es que mañana se reúnen y nada más. Eso lo vas calibrando. Y además yo creo que también, y que eso es lo bueno, si mañana estamos haciendo la gripe H1 vos podés mirar qué está pasando en el contexto de la región, qué pasa en Buenos Aires, Brasilia, Asunción del Paraguay. Enriquecés tu nota de otra manera. Antes tenías... “¿Y ahora cómo averiguo en Chile? ¿Cómo será? ¿Qué habrá pasado?”, ahora lo tenés todo casi al instante y ahí guardado.

Y trabajas en internacional antes, sí.

Sí.

¿Y cómo hacías? ¿Con cables?

Con cables. Cables, que en ese momento no había computadora, venían en papel, escritos. Vos lo leías y había una persona que los tipeaba. Vos elegías qué ponías y lo tipeaba. Era mucho más engorroso. Pero además el tema de internet yo creo que democratiza mucho la información, porque además mucha más gente tiene acceso, por eso yo creo que el tema de las fuentes cobra una importancia vital porque es el plus que vos le agregás a la información. Si el ministro renuncia, todo el mundo se va a enterar por Twitter, por Facebook, por lo que sea, por las páginas web, los diarios, las revistas, los canales. Entonces, ¿cuál es tu plus? Bueno, lo que vos le agregues. Este renunció por esto, porque le fuiste a averiguar vos. La noticia puntual casi hoy la tiene todo el mundo entonces vos tenés que darle algo extra. Y hoy las fuentes te sirven para todo eso, para recoger mucha más información.

¿Cambió el diario en el tiempo? ¿Cómo lo ves?

Cambió. Cambió para bien y para mal. La gente también ahora dice: "A ver si levanto por ahí", y como también en internet no todo es bueno, es decir, si no sabés levantar, levantás cualquier porquería, hay problemas. Hay compañeros que levantan pero levantan cualquier cosa, lo levantan mal, no saben sacar información, no saben buscar. Está todo, está todo lo bueno pero también lo malo. Entonces si no sabés bien te complica. Lo otro era mucho más lento y más acotado pero vos tenías que hablar con la persona al lado. Vos lo anotabas, lo grababas, pero estaba ahí. Hoy ya está más complejo porque el que quiere subir esa información, con qué intención, cómo, cuándo.

¿La República tiene algunos criterios en cuanto a internet o algo así?

No, vos manejas que las fuentes, no importa el soporte, quién lo dijo, lo dijo la cadena BBC de Londres o lo escuchaste por radio o lo levantaste de una web. No importa, lo que importa es que vos cites la fuente, de dónde sale. ¿El Ministerio de Salud Pública? ¿Una fuente del Ministerio de Salud Pública? ¿Cómo te la dijo? ¿Por mail? Porque vos le mandaste una pregunta y el tipo te dijo: "Te paso este dato pero no me nombres". ¿O lo sacaste de la web? ¿O te lo dijo el ministro en un pasillo? Vos lo que citás es la fuente.

Internet como fuente la usás todo el tiempo.

Sí.

¿Qué medios estás todos los días, que son de confianza tuya, que sabés que ahí lo encontrás y no lo discutís?

No, según el tema. Si es Sociedad, toda la web... Por ejemplo, hoy lo que diga el SMU en su web, Sindicato Médico del Uruguay, con el lío del Pereira Rossell y los médicos, yo no discuto, lo dijo el SMU. Sé de dónde viene eso. Claro, si lo dijo el blog del Doctor Tal, yo no sé ni si es Doctor Tal. Obviamente, si me interesa lo que dijo porque aporta a la nota que estoy haciendo,

llamaré al Doctor Tal o le mandé un mail: “Usted, doctor, ¿de dónde es?”, “No, yo soy del Casmu, Grado 3, Grado 18, y digo esto”. Si es el médico que se recibió ayer tiene un blog donde pone desde la novia y las mujeres desnudas hasta capaz que no es muy importante.

El tema de las redes sociales, aquello que hablábamos, Twitter, Facebook.

No, a menos que sea como le pasó a Daisy Tourné que en el Facebook de ella apareció la foto de ella desnuda bañándose. Es la Ministra, es la diputada, es la senadora, y es una persona pública. Ahora, si lo digo yo en mi Facebook, nadie me cita, soy un periodista más del montón. Si mañana Aldo Silva dice que está loco Mujica, bueno, es Aldo Silva, un tipo mediático. Pero es distinto. Depende de la importancia que tenga el tipo. Si lo dice... Dos por tres están citando cosas que dice Bordaberry en Twitter, bueno, porque es el senador. Obviamente mucha gente dice cosas en el Twitter, ahora, no todo el mundo levanta Twitter porque es según la persona. Pero bueno, el que es un senador es un tipo público y se hace responsable de lo que dice. Vos podés tomarlo obviamente.

Podés tomarlo para el diario que está todo bien.

Se puede tomar y hay gente que lo toma. Obviamente, como también puede haber: “Twitter no es mío, porque hay otro que se llama Pedro...”, no sé qué, “Senador, ¿usted lo puso en el Twitter?”, “Sí, sí, lo puse”, “Ah, bueno, ta”.

Hacés un chequeo.

Siempre chequear la información, la que hay que dar.

Y en el caso de reservar la fuente, ¿es de común acuerdo con la fuente?

Lo hacés con la fuente, en general. Hay fuentes donde los tipos vos consultándolos ya sabés que no los vas a citar, porque lo comprometés. Si es un General el que te va a hablar de un tema medio urticante, el General no quiere aparecer con nombre y apellido porque va haber un lío bárbaro en cuestión disciplinaria, pero obviamente vos sabés quién es, “dijo una alta fuente del Ejército”, “dijo un Oficial del Ejército”. Vos lo citás con confianza porque sabés quién es el General. Y eso lo mismo para cualquier cosa.

¿A qué medio le tenés más confianza?

Yo, en general, me guío por las agencias de noticias porque tienen un tipo en cada capital, y los grandes medios.

¿Como El País...?

Sí, sí, claro, El País de Madrid, Clarín. Tiene mucho dinero y venden noticias y su negocio no es pasar cosas malas. Tratan de ser los mejores porque ellos venden. Su negocio es vender. Vender información, tiene que ser la mejor, la mejor escrita, la más completa, etc, etc. Entonces buscás las grandes cadenas, CNN, TV Española, Folha de San Pablo en Brasil. Y acá obviamente, buscás las fuentes, el Sindicato Médico, ASSE, el Ministerio de Salud Pública, la Facultad de Medicina, el decano...

Si vos me tenés que describir cuando llegás al diario, llegás, ¿tenés algo...?

Sí, leo las páginas que hay de cada sección, en este caso tengo dos, las dos secciones que tiene, y distribuyo el trabajo, bueno: “¿Vos qué tenés? ¿Qué tenés? ¿Qué tenés?”, ¿Qué vas a hacer? ¿Esto? No, mejor no hagas esto, hacé esto otro que es más importante y lo vamos a poner acá”, “¿Con quién vas a hablar?”, “Con este, con este...”, “Y hablá con Juancito también que Juancito te va a pasar esto”, “¿Y vos qué tenés?”, “Esto”, “No, bueno, mirá, hay una conferencia de prensa en Maroñas, andá que es importante”, “¿Para el fin de semana qué tenés?”.

¿Qué cambios ves en compañeros? ¿Hay más gente joven?

Sí, más gente joven. Saben menos de historia.

¿De historia nacional o internacional?

Saben poco. Saben poco de política. Son partidarios de esto o del otro, pero no saben de política y analizar política. Entonces pueden escribir lo mismo de que renuncia el ministro a que el ministro se compró un chupa-chupa. No les explica mucho más. Y segundo, veo que mucha gente, esto es un trabajo más para otra cosa, que antes no sucedía eso. Antes el periodista empezaba y hacía toda la vida y moría siendo periodista. Y está apurado con irse rápido a la casa y nada más. Rapidito, quiere escribir rápido e irse. Antes el periodista disfrutaba de todo esto, se reunía con hombres y mujeres, en el bar de la esquina, a hablar de lo que sea, compartir, hacer chistes, y ahí vos ibas aprendiendo muchas cosas. Y ahora eso no sucede mucho.

¿Por qué?

Creo que es la dinámica de la gente joven hoy. Obviamente si yo le digo a alguien joven “Vení vamos a sentarnos a un bar”, dice: “No, muy aburrido, me muero ahí”. Y eso va haciendo a la gente más aséptica. Antes el periodista tenía esa cosa de compinche. Obviamente hay relaciones entre la gente en una redacción, hoy nadie... Una cosa mucho más, no sé... Mucha gente no disfruta esto. Mucha gente escribe una nota, se va y no sabe cómo va a salir, no le interesa, la ve al otro día igual. La gente más vieja disfrutaba ver hasta cómo va quedando en la pantalla, cómo quedó, qué fotos tiene, quedó linda, no quedó... Mucha gente le da igual firmar o no firmar la nota. Antes vos querías hacer una buena nota para poder firmarla para que la gente dijera: “Uh, qué buena nota hizo este tipo firmada”. Yo le digo a mucha gente: “Muchachos, ¿por qué no escriben?”, gente que está capacitada para hacer una columna de opinión en determinada sección, no, no les interesa. Publico los sábados o los domingos la columna de opinión. La escribo los viernes de noche o los sábados de mañana. Y la hago en mi casa, escribo la nota. Y lo disfruto. Qué título le voy a poner, cómo la voy a encarar, es un tema de placer.

¿Cómo llegaste a periodista?

¿Cómo llegué a periodismo? Bueno, empecé estudiando, y cuando estaba en la Udelar abrió el diario La Hora y unos compañeros míos que estaban también ahí me dijeron: “¿Te animás a venir al diario?”, “Dale, vamos”. Y ahí empecé a trabajar.

¿Te acordás qué hacías?

Desde barrer el diario hasta ensobrar fotos. Las fotos se ensobraban en sobres de manila. Partido Nacional, ahí ponías las del Partido Nacional, Wilson... Y escribí de todo, escribí sindicales, escribí de música, escribí de política, parlamento. Pasé por todas las secciones habidas y por haber, menos economía, que no me gusta, pasé por todo, y deportes, tampoco pasé por deportes. Pero no sé, escribíamos de música en una revista de música. Al principio hacés un poco de todo, vas cumpliendo el perfil de lo que te gusta.

¿Te acordás la primera nota que te publicaron?

Sí, publicaron una nota en una revista que se llamaba Identidad, que salía en la última etapa de la dictadura. Una nota sobre un cura sandinista que a la postre fue ministro sandinista, que se llamaba Cardenal de apellido, que es poeta y era cura. Y me acuerdo de eso porque no había fotos, y no había internet, entonces, ¿qué hicimos? Alguien vio una foto del tipo, hicieron un dibujo, un dibujante que no me acuerdo el nombre, y la nota salió con el dibujo. La nota hablaba de la liberación y de ese tipo. Hice notas sobre Elvis Presley o Tina Turner o Led Zeppelin en esa revista de música. Hice notas de canto popular, hasta que empezás a tener tu perfil.

¿Y cuándo llegaste a internacionales?

Sobre el 92, 93, que entre acá. Yo ya hacía notas internacionales para un suplemento que se llamaba La Hora Internacional, que iba una vez por semana. Y estaba en política nacional y pedí para cambiar para internacional porque a mí me gustaba mucho y a partir de ahí empecé a perfeccionarme en eso y me quedé ahí porque me encanta. Circunstancialmente publico en Sociedad, pero circunstancialmente. Disfruto de esos temas, de ver esos temas, de ver informes en televisión de esos temas.

¿Algún maestro que te acuerdes que te influyó mucho?

El subdirector de El País de Madrid, que además me hizo el prólogo de uno de los libros míos, que ahora no me acuerdo cómo se llama, que es un tipo maravilloso. Y Lincoln Maiztegui también, un tipo bárbaro, que aprendés y aprendés. Y son esas cosas buenas que te van quedando, que vas aprendiendo. Ni siquiera te lo dicen como enseñanza, lo hacen de forma casi natural, después a la larga te vas dando cuenta que ellos también se prestan. Maiztegui también me hizo el prólogo de un libro. Te lo hacen porque ellos creen que vos realmente sos una persona confiable. Ellos no quieren escuchar su nombre con cualquiera, es una recompensa que genera.

¿Los diarios de hoy cómo los ves? El periodismo que se hace en diario.

Hay de todo. Yo creo que lamentablemente pasa mucha gente por los diarios, pasa rápido y se va para otro lado.

¿No pasaba antes eso?

Antes no. Antes entrabas y quedabas y te jubilabas prácticamente. Hoy pasa mucha gente entonces nunca da tiempo a consolidarse a alguien. Si vos te consolidás en una sección de un diario X tenés que tener un equipo de gente trabajando, como cualquier cosa, un tiempo de trabajo, más allá de que sea buena o mala. Por más que sea buena, igual necesitás un tiempo, y acá no pasa eso. La gente pasa rápido y se va para otro medio. Mucha gente le gusta mucho la TV, obviamente. Mucha gente agarró toda esta cosa de ONG, fundaciones, UNICEF, todo lo demás, que es una cosa muy fácil, laburás de lunes a viernes, sábado y domingo no laburás. Claro, el diario no es... Trabajás de lunes a sábado o incluso el domingo, entonces tenés un día libre.

¿Paga mal el periodismo en Uruguay?

Sí, paga mal.

¿Siempre fue así?

No, capaz que en algún momento no, comparado con los estándares de vida que había en ese momento, pero hoy sí, hoy no son platales. Un portero gana 40 palos en el Banco República, un periodista saca 18 o 19 mil pesos bruto...

Última: trabajaste durante la dictadura.

Trabajé al final de la dictadura.

¿Tenés alguna experiencia...?

El diario que teníamos nosotros, el diario que salió en esa época, el ministro era Volentini y bueno, la experiencia fue que un día hasta los periodistas salieron a pegatinear, porque había un diario partidario, y hasta los otros periodistas salieron a pegatinear la calle. Era un periodismo contestatario a la dictadura dentro del marco de lo que se podía. Me acuerdo cuando salió Seregni del balcón, esas cosas sí te acordás.

¿Y qué escribías en esa época?

Ahí escribía política. Pero son cosas lindas, ya era democracia, al principio de la democracia, cuando salieron los presos políticos del Penal de Libertad, vos los veías salir todos pelados, caminando con la bolsa, y queríamos hablar con ellos. Son situaciones lindas. Wilson en el barco... Son cosas que suceden en un momento bastante tenso, que son lindos de recordar, pero bueno, era producto de una época, yo creo que el periodismo no es eso hoy y obviamente no puede serlo. Eso es el resultado o era la única forma de hacerlo en ese momento determinado, pero hoy no, hoy es profesional y vender noticias.

Anexo I. Entrevista 8

Entrevista realizada el 3-10-2011

Gabriel Pereyra, editor en jefe de Política y Actualidad en El Observador.

Nació el 7 de julio de 1965. Empezó a ejercer el periodismo en 1984 en un semanario partidario de izquierda. Más tarde, pasó al diario La República y al semanario Búsqueda. Luego, trabajó en la revista Posdata. Actualmente conduce un programa de televisión "En la mira" que se emite por canal de cable bajo la señal VTV. Comenzó a trabajar en El Observador hace 11 años. Primero fue editor de Política y actualidad.

Si te pido una definición de periodismo, ¿vos qué te parece?

Una disciplina que se dedica a contar historias.

Si te pregunto qué rol ocupa el periodismo hoy en la sociedad actual.

Cuenta historias e informa a la gente. Yo creo que también hoy, con la abundancia de información que hay, también hacer periodismo es tanto decidir qué es lo que contás como lo que no contás. Qué es lo que filtrás de todo ese mar de información que la gente recibe. Se ha convertido, quizás siempre lo fueron, intermediadores entre una parte de la realidad y la gente, y ahora son entre un montón de informaciones que están en la vuelta y la gente. También son intermediadores de lo que se genera en muchos lugares y lo que llega a la gente. Cuando uno entra a una página cualquiera con información, no sabe si esa información es verdadera, sin embargo cuando hay periodismo en el medio y sabe quiénes son los que están en el medio, la información adquiere otra calidad.

¿Y para vos personalmente qué significa ser periodista? ¿Cómo llegás vos al periodismo y qué significa para vos?

A mí me gustaba contar historias por la vía de escribir.

Pero no te dedicaste a la novela o a otra cosa.

No. Me gustaba contar historias ciertas, y la realidad es la mejor manera de contar historias, donde más historias hay. Yo siempre digo que cuando muchos vienen y escriben en un formato, porque hay formatos, los periodistas deportivos escriben de una manera, los periodistas de política escriben de otra, y los periodistas de sociales escriben de otra. Los periodistas políticos, por ejemplo, están lejos del concepto de que creen que no están contando historias. Yo creo que los que cuentan historias son los que escriben en sociedad, van a la calle, van a los cantegriles, y un tipo que está escribiendo una información del Consejo de Ministros no está contando una historia, está contando una historia de doce tipos poderosos que se juntan a hablar. El tema es cómo enfocamos eso para que la historia sea realmente una historia y no una mera crónica, una mera versión taquigráfica de una reunión que no explica nada. La historia para ser entendida tiene que tener un contexto, tiene que tener un antecedente, y a veces tiene que tener un final abierto. Para mí el concepto de

historia es fantástico porque resume la manera de presentar al buen periodismo en cualquiera de sus formatos. Algunos tienen un formato de crónica y otro de entrevista, incluso también una entrevista es una manera de contar una historia personal de una persona, de un segmento de su vida. Yo hoy lo que creo que hago es, desde mi función de periodista, ejercitar una mirada de la realidad. Yo no elijo contar cualquier historia, elijo las historias que me interesan o la que le interesa al medio en el cual trabajo. Soy consciente de que voy a un segmento de la realidad, que es el que le interesa a este diario. En una época este diario tenía un gran perfil económico, en esa época las historias económicas eran muchísimo más importantes que lo son ahora, hoy es un diario con más variedad de temas. Para mí hacer periodismo hoy creo que es distinto, es contradictorio con la intención. Para mí el periodista es una intención, una intencionalidad andante. Creo que es imposible hacer periodismo sin intención. Entonces yo lo que hago es ejercitar mi intencionalidad y contar la historia de mi subjetividad.

Dijiste que lo separaste de tu comienzo. ¿Te acordás cómo fue tu comienzo?

No, yo pensaba en realidad que uno podía contar historias desde una cierta asepsia y una pretendida imparcialidad. Totalmente convencido de eso. Nunca desde la objetividad, siempre lo tuve claro, pero sí desde una perspectiva y pretendida imparcialidad que justamente lo que dejaba fuera era la intencionalidad, no era posible para mí ser intencionado, y hoy para mí es imposible ser intencionado. Cambié.

¿Producto de la experiencia?

Creo que la experiencia. Creo que la experiencia te da mucha cosa, te da la posibilidad de ser más intencional en tus intenciones, de ser menos cuidadoso, de ser más arriesgado o más osado, en que eso se note menos. Por ejemplo, antes cuando yo escribía de algo trataba de que la nota no trasuntara lo que yo pensaba. Hoy a veces intento que la nota trasunte porque me parece hasta un dato de transparencia para el lector, que el tipo sepa que eso que estoy escribiendo... Es notorio que yo tengo una mirada, porque hasta por la manera en que lo presento, en la manera que lo dirijo.

¿Tu rol en el diario qué incluye? ¿Cuáles son tus tareas y qué es lo que implica tu rol en el diario?

Todo. Todo lo que se pueda publicar en el diario, todo me incumbe. No significa que todo lo haga, porque sería imposible, pero todo me incumbe.

¿O sea que todo el tiempo una mirada global de todo lo que está en el diario o estás en una zona?

O sea, eso significa mi trabajo, no significa que lo haga. A ver, yo soy jefe de la redacción a todos los efectos. De contenido, de contratación de personal, de todo. Eso no significa que lo pueda hacer todo, todo el tiempo. Por eso hay un editor jefe que abre, que soy yo, y otro que cierra el diario, hay una mesa de redacción que supuestamente es la que se encarga más del trabajo de leer las notas y hay un editor por área, pero en la medida que estoy al frente de la redacción mi responsabilidad es todo.

Y si vos no estás, ¿alguien ocupa tu lugar?

No, mi lugar nada, el lugar de uno no lo puedo ocupar otro, porque está uno en el lugar ese.

Pero si no estás porque te enfermás o pasa algo.

Hay alguien que hace el cierre. De repente no hay nadie que pueda ocupar el lugar con la toma de decisiones de ese nivel. Lo que se da es que en la medida que en la medida en que van desapareciendo las cadenas, el último que queda es el que queda. Así como nosotros decimos: "Bueno, mirá, vos que estás al cierre, vos sos la guardia, vos sos el último hombre, todo lo que pasa ahora es tu responsabilidad". Eso no significa que él pueda hacer lo que yo hago. En materia de información, la información que llega la tiene que procesar y él es el último hombre. Un poco las redacciones funcionan así, por eso no es imprescindible.

**Si te pregunto por la credibilidad de un medio o de un periodista, ¿vos cómo lo definís?
Como periodista y como lector o consumidor de medios. ¿Qué es para vos la credibilidad?
¿Te parece importante?**

Qué preguntita. La credibilidad sin duda que es importante porque un periodista es creíble, no es otra cosa. Lo que pasa es que las personas que te tienen que creer, que son las otras, seguramente no tengan el mismo concepto de credibilidad que vos tenés. A mí me ha pasado de que gente reivindica algunas cosas de mí como periodista y otras que son lo contrario. Yo creo que a las cosas básicas que tiene ser creíble, que no todos los días se desmienta información, que la información que das se demuestra que es precisa y certera, que no das información de un mismo lado, que te importa poco quién pierde, todo ese tipo de cosas, que hay talentos que uno los puede poner a veces, como es el estilo personal, este que te digo de no ocultar la intencionalidad para que la gente sepa... Para que se vea transparente a uno mismo. Y creo por sobre todas las cosas, y puede parecer contradictorio, por esa pregunta que me hacés si me parece importante. No tiene que importarle mucho, a ver, político hace lo que su condición le dice o hace lo que su votante le pide, para quedar bien con el votante. Yo creo que nosotros estamos dirigidos a la gente, pero los diarios no los hace la gente. Seguramente si nosotros fuéramos como la gente quiere que seamos seríamos pésimos periodistas. La gente no hace a los medios, la gente quiere cosas, por eso nosotros publicamos notas que son notas de interés público, no notas que le interesan al público. Si el público fuera a elegir lo que le interesa seguramente querría que nos metiéramos nuestras cámaras y micrófonos en lugares donde no son dignos de ser metidos. Entonces por un lado no me importa mucho, me importa lo que yo creo que tengo que hacer, y posiblemente mucha gente crea que no soy creíble por hacer eso. No sé si es claro lo que estoy diciendo. Porque de última tu pregunta parecía obvia de tu parte, decir "¿te importa eso? ¿Te parece importante?". Sí, me parece importante pero definime credibilidad. Si vos decís: ¿para quién es importante ser creíble? Para los lectores. Y vos seguramente tengas definiciones de credibilidad entre tus lectores, y capaz que ninguna te importa mucho, pero bueno.

¿Este medio tiene un manual de estilo?

Sí. Un manual de estilo, hace poco me preguntaron y lo mandé pedir porque tenemos un manual de estilo que se actualizó, cuando entró había uno que estaba desde la fundación del diario, que cumple 20 años este año, y luego, a los pocos años de estar acá, se cambió, se modificó. Era un manual de estilo y un manual de línea editorial, el papel que El Observador

cumplía en la sociedad y tal, en líneas generales, y nunca más se utiliza. Esa es la verdad. Es una cosa que en algún momento se divulgó pero no es que cada uno que entra en el diario le damos eso. Tratamos de que algunas cosas en cuanto al estilo más básico como en redacción y tal, cómo se escriben algunas siglas, y que los números se escriben de una manera y de otra, decírselos y lo van acomodando los correctores, pero nada más.

¿Se podría decir que vos conocés el público al cual escribe tu diario?

No. No, yo me hago una imaginación. El diario tiene una línea editorial y tiene productos que supuestamente se adecúan a esta línea editorial. Y supuestamente eso está ligado a un público objetivo que nosotros imaginamos. Pero no tenemos idea, yo creo que nunca tuvimos realmente idea y eso que los diarios han dejado de ser medios de comunicación masivos, son medios de comunicación social pero no son masivos. Supuestamente sería mucho más fácil identificar a los lectores. Ahora con internet es todavía mucho más fácil identificar a los tipos que te entran así y ver su perfil y tal, pero no creo que haya un corte que puedas decir: "A esta persona le interesa El Observador y a esta otra no".

Si tenés que describir tu jornada acá en la redacción, ¿cómo es? ¿Vos tenés un horario fijo?

Sí, digamos que entro de mañana después de que abre el diario, vengo a las diez, nueve y media o diez. Leo los diarios; tengo una crisis de identidad importante porque antes leía los diarios y me parecía una novedad, y ahora leo los diarios y son cosas viejas. Lo que importa es la computadora prendida, ¿no? Y ahí se empieza a plantear las nuevas tareas que se nos han incorporado, tratar de comprender esa realidad en que el producto que hacemos, que es nuestro producto central empresarialmente hablando, es un producto que nosotros mismos empezamos a ver como caduco cada mañana. Nos vemos tentados a guiarnos por lo que está en los portales. Tenemos la noticia acá y ya cuando yo llego acá ya está la repercusión de la noticia, entonces ¿qué hago? ¿Me detengo en lo que pasó ayer? Eso ayuda mucho a pensar en que tenemos que seguir haciendo diarios de ayer o tenemos que hacer diarios que no hablen de lo que pasó ayer.

¿En qué están ustedes?

Estamos en ese proceso. Estamos en un proceso bastante complicado porque la gente tiene que liderar el cambio. Hay gente que viene de la cultura vieja, esa cultura de redacción, una redacción que está pensada, armada desde hace muchos años, con un presupuesto enfocado a un producto que ya no es exactamente el que queremos tener hoy. Entonces es muy difícil esta redacción pensar que va a funcionar en un 100 por ciento con este otro producto que es una cosa distinta, es otra empresa. Esto es anterior al diario y ahora es una productora de contenidos. Antes teníamos una salida, que era el papel. Nuestro producto se tenía que ajustar en todo al papel. Ahora tenemos otras vías de salida que no son el papel, entonces el producto tiene que pensar también en eso. Y tiene también salidas potenciales como el celular, que todavía no, pero ya empezamos a tener algunas experiencias y tenemos que ir pensando, incluso la gente que contratemos de aquí en más, sea gente que conozca, capacitada, que también... Es un proceso muy complejo, sobre todo cuando el mercado no acompaña. Porque estamos dirigidos a un mercado que se está comportando, todavía, de la manera antigua, porque por algo nuestro principal producto sigue siendo el diario. Lo que banca esta empresa

económica y financieramente es el diario. Si hacemos una proyección, a mediano plazo seguramente el diario deje de serlo y sea la web. ¿Pero en este tránsito que hacemos? ¿Matamos a este bicho que nos está dando de comer y nos subimos al otro?

¿Combinan las redacciones? Ustedes tienen un portal que actualizan todo el tiempo. ¿Conviven esas redacciones o son periodistas separados? ¿Cómo trabajan? ¿Son los mismos periodistas?

Desde el punto de vista de la gestión nos damos cuenta que estamos actuando mal porque tenemos periodistas para la web y periodistas del diario. Desde el punto de vista de lo que queremos, de esto que definimos como una empresa de contenidos, eso está mal. Lo que no tenemos muy claro es si es posible hoy tener toda una redacción única, con esta redacción que tenemos y con esta cultura que tenemos. Entonces lo que estamos haciendo es dando pasos y tomando algunas medidas que nos permitan posicionarnos para hacerlo. Periodistas del diario que hacen pasantías permanentes en Observa, periodistas de Observa que pasan para acá, coberturas conjuntas desde el arranque. Ya editamos al mismo tiempo; uno por la web y otro no. O si vamos a cubrir un evento en la calle sabemos ya de pique si vamos con fotógrafo o con camarógrafo, si vamos con cámara de fotos o a hacer un video. Sabemos que eso plantea un montón de complejidades porque apostamos al video, y vamos con una cámara de video, sabemos, por ejemplo, que las tomas de video no son buenas como foto. Entonces hay veces que hay que pedirle al fotógrafo que vaya a hacer de fotógrafo y de camarógrafo. O mandar un periodista a hacer cámara; le va a reventar la cabeza, en un momento, pero sabemos que ese es el proceso. Estamos hablando de encontrar la manera, de encontrar la vuelta, de tener ese camino para cada una de las partes. No es todo igual, todo lo mismo. Lo que sí, estamos tratando de instalar... Para nosotros lo primero conceptualmente sería acercarme de primero la web. Llega a las cinco de la tarde un periodista con una noticia. Lo que le cuesta a ese tipo tirar esa noticia en la web, porque sabe que es lo que va a diferenciarnos mañana en el diario, es tremendo. Pero si no lo logramos que realmente eso lo subamos, nos va a obligar a nosotros mismos para hacer algo distinto para el día siguiente en el diario. Nos va a obligar a ir con la repercusión de eso que dimos y no con la noticia, hacés como el proceso inverso. No es fácil.

¿Por un tema más cultural o...?

Por toda la suma de las cosas que te dije. De base cultural, priorización de trabajo, una redacción montada en veinte años no se desmonta en uno. Cuando te digo una redacción montada te digo desde sus formas de organización hasta la cultura de los periodistas que tenemos. De pronto hace cinco o seis años era más importante contratar un periodista que escribiera bien, hoy a ese tipo lo mandás a la calle y te dice "no sé sacar una foto". Ahora necesitás tipos que tengan la cultura virtual muy metida, no tenés material humano formado. Estamos haciendo cursos de tal, cursos de esto, cursos de lo otro, pero venimos de atrás.

Y la redacción del diario en papel, ¿qué franja etaria tienen de media?

Es muy joven. No sé cuál es la media pero... Yo soy el más viejo de todo. Yo soy viejo, eso no significa nada. Cuando yo entré acá el editor de redacción tenía 60 años. Y tenemos, yo qué sé,

el editor de O2 tiene menos de 30 o 30, el editor de economía debe tener 32 o 33. El nuevo editor de política tiene 24 o 25. Los editores del digital tiene uno menos de 30 y otro 30. Es bastante joven.

¿A qué le llamás fuente?

Una fuente es todo aquel lugar, persona o medio, o lo que fuera, donde vos recurrís para recoger información y dársela a tu público.

¿Qué importancia le adjudicás vos a la fuente en tu trabajo?

La máxima. La máxima y es un lío bastante complicado que cada vez me ido replanteando, he ido tratando de restarle importancia a la fuente porque muchas veces la valoración de la fuente hace no valorar al lector.

¿Por qué?

Porque yo me doy cuenta que si el fin de semana, el sábado, que me tocó a mí trabajar, en una entrevista me decían: “Bueno, no, esto de la salud, papapa”, y le digo: “no, esto es clarísimo, ganó el sindicato; ganó el sindicato, tenemos que hacer esa lectura”. Y cuando sale el ministro me da bronca, ¿por qué está diciendo esto? Entonces la autocensura del no digo lo que tengo que decir porque el tipo que me pasa información... Yo he ido con el paso del tiempo tratando de minimizar la importancia de las fuentes en ese plano, en ese plano, tratar de imponer una relación con los tipos en la que entiendan que está todo bien, que esa una relación frágil, a veces sutil, de conveniencia, ninguna de mis fuentes va a mi cumpleaños. Pero no podemos perder nuestro objetivo. No trabajamos para las fuentes: trabajamos con las fuentes para nuestros lectores. Eso.

Cuáles son –no sé si tenés algunas-, que las utilices con mucha frecuencia.

Depende, sí. Depende dónde. Yo qué sé, por decirte algo, si el jefe de la bancada parlamentaria del gobierno es fuente tuya o el jefe de policía es fuente tuya, vos sabés que llamando a uno es el que sabe todo, es el que tiene todo. Distinto es si tenés uno más abajo y contra un rincón, que ese no tiene por qué saber todo, necesita llamar a otro. Y en este país nos hemos acostumbrado a trabajar con una fuente, cosa peligrosa, no siempre buena, sobre todo cuando hay información que no es tan lineal, sino que tiene lectura, es complicado eso. Pero es difícil en este país trabajar con muchas fuentes.

¿Por eso de la conveniencia?

No, porque acá todo el mundo oculta. Porque acá nadie te quiere informar, nadie te quiere contar, nadie colabora con el periodista, y porque la información está muy segmentada en general. Los centros de poder, hay cada vez más como una... Son pocos los que saben menos cosas. Si son cuatro tipos los que tienen la información, vos a veces accedés a uno, a los otros tres no necesariamente. Y tenés que optar entre darla con esa fuente o no darla.

¿Y cruzás? ¿Sos de cruzar fuentes?

Sí, claro, siempre se puede. Pero no es la mayor parte de las veces en las que se puede cruzar fuentes. No es tan sencilla esa teoría de cruzar fuentes. Porque yo te soy sincero, los ámbitos normalmente no son tan cruzados cuando hay información reservada.

¿Cuándo vos comenzaste a usar internet en la redacción? ¿Desde que sos periodista?

No, yo empecé con máquina de escribir.

¿Y cómo fue esa transición?

Hasta el año 91 en La República había máquina de escribir, pasé a Búsqueda en el 91-92 y había máquina de escribir, y ahí en Búsqueda cambiamos por las viejas Mac, cuadraditas. Yo creo que en el espíritu... Vos fijate que yo siempre digo, qué es lo que nos ha pasado, que antes con máquinas de escribir donde vos escribías, corregías a mano, después un tipo que lo... el otro lo recortaba y lo armaba en frío, y con eso se hacía una película. Se hacía la chapa y cerrábamos el diario a las doce de la noche. Hoy escribimos acá, sale el diario ahí, y seguimos cerrando el diario a las doce a la noche. O sea, nos hemos comido todo el avance tecnológico. No mejoraron sus procesos de producción. Sí mejoraron sus contenidos y la cantidad de información que se procesa. Pero los procesos de producción nos los morfamos rápidamente. Podés poner un tipo con una máquina de escribir y otro con una computadora y Google y todo, y vos decís: "este tipo tiene que hacer tres diarios". No, seguimos haciendo el mismo diario. ¿Y la diferencia fue tan grande de calidad entre un diario y otro? No, yo creo que no es tan grande la diferencia, no es tan grande. Sobre todo porque los diarios básicamente se destacan por lo que pueden obtener y deben obtener por teléfono y no por internet, sobre todo en este país donde la información internacional no es tan importante como puede ser en otros países, nos importa más la información local y esa información se sigue obteniendo por las mismas vías, por suerte. No, y el periodismo de fondo es más o menos la misma cosa.

¿Y por qué te parece que hay como una tendencia –no sé si una tendencia- en esto de que la velocidad de internet también acorta el tiempo? Porque hay más información, no sabemos si verdadera o si nos va a servir mucho, pero hay más información porque la gente accede más, y a su vez hay que obviamente hacer un proceso para seleccionarla, porque con solo el alcance o tenerlo no te puede servir. Pero con esta información, vos decís que el proceso de producción no se modificó en tanto sí hay una velocidad en que vos, yo qué sé, imagino, tenés que ir a la biblioteca a acceder más a papel, que ya te costaba ir a un ministerio, que alguien te diera un papel, un expediente, y hoy en internet te lo pasan en PDF, ponele. Ahí hay un tiempo que está acelerado. Ahora, ¿por qué eso, que es con más facilidad, qué te parece que no...?

En algún lugar se puede perder ese tiempo de llegada. Yo, mi experiencia, hace 25 años que estoy en la redacción en papel, es que sigo observando la misma urgencia, con los mismos ahogues sino con muchísima más información. También es cierto que el hecho de que, digamos, hubo una época en la que yo trabajaba en Búsqueda y cualquier documento que conseguíamos era publicado, éramos como el registro histórico, era importante publicarlo porque era el registro histórico que iba a quedar del documento ese. Hoy eso ha perdido valor. Entonces yo creo que parte de la velocidad es que antes el documento que vos conseguías tenía un gran valor y eso te daba tiempo, te ganabas el tiempo. Hoy el documento lo conseguís

antes por internet pero ya lo tienen antes, porque todo el mundo te va a entrar ahí y ya está ahí colgado. Entonces creo que el acceso a la información hizo depreciar el valor de la información que los medios divulgan. Eso por un lado. Y por otro lado tuvimos que aumentar muchísimo más nuestro papel de mediadores. Antes, nuestro papel no estaba tan centrado en lo que no publicábamos, no recibíamos tanta información basura, porque no llegaba tanto, teníamos que buscarla. Ahora nos llega tanta información basura que destinamos buena parte del tiempo a ver qué no publicamos. Y eso también es hacer periodismo hoy. Hoy por hoy es tan importante hacer periodismo con lo que no publicás que con lo que publicás.

Volviendo a tu rutina. Trabajaste antes con la máquina y hoy con internet. ¿Ves alguna diferencia en aquella forma de trabajo? Por ejemplo, esos compañeros que vos me decías, que alguien tenía 60 años. Hoy ya no te pasa encontrar a alguien con esa edad haciendo periodismo en este diario. En la rutina de trabajo, ¿se ve aquello, aquella deformación que vos tuviste? No me expresé bien. Vos aprendiste periodismo o a trabajar en la redacción con gente de otra generación que hoy no está. ¿Hay alguna diferencia con el periodismo aquel y en este periodismo, en la redacción? En la concepción del trabajo, en la forma de trabajo.

Sí, yo creo que la evolución de la sociedad se ve en todos lados. El cambio, digamos. Cuando yo entré a trabajar en periodismo recién arrancaban las primeras universidades de periodismo, las facultades de periodismo, las carreras de comunicación en el país, por lo cual antes las redacciones estaban llenas de tipos. Por otro lado, hoy hay gente que habla cinco idiomas y tiene dos máster y no sabe nada de la vida. En la medida que somos intermediadores y tenemos que ir a lugares a buscar, y saber a dónde tenemos que ir a buscar y con la gente que nos tenemos que vincular, uno tiene que tener una cierta comprensión del alma humana para saber quién te miente, quién no te miente, cómo vincularse para que no te usen. Yo creo que los periodistas del Uruguay siempre hablamos desde un lugar. En la década del 80 y del 90 los periodistas eran tipos sin formación académica que iban ahí, se sentaban, y el tipo te daba clase. En esos años cayeron en desgracia porque la democracia los mató, los demostró con fragilidad, y los periodistas fueron preparando su capacidad intelectual, de formación, y están en ese plano de poder mucho más cercano. Antes era un doctor con un tipo que no estaba recibido; ahora es un doctor con un tipo que es un licenciado en comunicación. Desde ese lugar mejoró. Desde otro lugar no mejoró. La tentación del éxito, de que una nota te puede posicionar bien de grande...

¿Hay alguna restricción de búsqueda en internet?

No.

¿Vos particularmente utilizás internet como fuente?

Sí.

¿Qué, por ejemplo?

De todo tipo y color. De todo. Ahora estaba escribiendo una nota y no me acordaba la fecha en que había sucedido un hecho, fui a internet y lo busqué. A ver, pero tengo idea. Si internet me dice que fue en el 2002 y yo más o menos me acuerdo que fue en el 90... Internet no es distinto a lo otro, no es distinto a cualquier manejo de fuentes, el mismo manejo que hacés

con las demás fuentes, lo hacés con internet. Y si viene un tipo acá a la puerta y te da información, ¿la publicás? No. Es igual. O sea, no cambió nada de eso, el criterio es el mismo. Hay más información disponible, los riesgos son más grandes, pero las posibilidades también son más grandes. Ahora tengo contacto con tipos que tienen tareas importantes en el exterior, que antes era un drama. Ahora les mando un mail, me mandan fotos; mejoró todo eso, pero lo demás es igual.

¿Te pasó, por ejemplo, de acceder a El País de Madrid y que, por una información incorrecta, se quebrara la credibilidad que le tenías? O en otro medio...

No.

¿Utilizás las redes sociales?

Twitter. Facebook no.

¿Sos de seguir políticos?

No, políticos no sigo. Ninguno. No me interesa. Uso Twitter básicamente para dos cosas: divulgar mis notas, tanto de acá como de televisión, y para sacarme alguna calentura matinal, cuando me caliento con alguien descargo allí; y para tener unas ciertas referencias informativas que me las entero más rápido allí que si me las pongo a buscar. Por ejemplo, un colega que sé que está en determinado tema, o algo que querés a ver en la mañana, o alguien te putea.

¿Y se usa Twitter como fuente? ¿Te pasa como editor?

Sí, es un medio más como cualquier otro. Es como que me digas; yo de mañana, a veces, recibo alguna prensa partidaria, de los colorados por ejemplo. Ya no las leo más, hay tanto para leer que tengo que seleccionar. Y esos tipos ya sé lo que van a decir, no me va a aportar demasiado. Si hay algo muy importante, lo habrían puesto en el diario. Si hay una noticia o algo, yo sé que hay alguien que lo va a leer.

¿En qué caso reservás las fuentes?

¿Proteger a la fuente?

Exacto.

Sí. También digo, tratemos de que no nos digan cosas obvias. Porque el uso de la fuente anónima no es el uso sino cómo se usa. Para cualquier pelotudez te piden fuente anónima, me parece que eso ha despreciado a la fuente anónima. Sobre todo en este país, la transparencia y todo eso.

¿Por qué vos sos periodista de El Observador?

Porque tengo nociones de libertad que me permiten trabajar como quiero, porque me siento cómodo, porque hago casi todo lo que quiero y porque tiene una política editorial digna dentro de mis parámetros para hacer periodismo.

Anexo I. Entrevista 9

Entrevista realizada el 11-10-2011

Álvaro Giz, director periodístico de Últimas Noticias. realizada el 11 de octubre de 2011.

Nació el 12 de mayo de 1959. Se recibió de técnico en la carrera de Comunicación Social que se realizaba en el Instituto de Filosofía, Ciencia y Letras de la Universidad Católica. Trabajó en Últimas Noticias desde 1983 hasta 1989. En el año 1984 se fue a trabajar a Búsqueda hasta el año 1999. Ese año fue editor de política de El País hasta el año 2005 donde ingresó como director periodístico de Últimas Noticias desde 2005.

¿Cómo definís al periodismo?

Nosotros somos gente que trata de reflejar la realidad que nos toca vivir día a día, de los sucesos históricos en presente, prácticamente. Tenemos que ir en perspectiva hacia atrás en el tiempo y tener una perspectiva de futuro. No tengo una definición de periodismo. Sé que es, me parece que lo que hacemos es informar a la gente de lo que pasa en su mundo circundante en las diferentes áreas que puedan ser de interés para los lectores, los escuchas.

¿Qué rol ocupa el periodismo en la sociedad actual?

A diferencia de lo que puede parecer, que la prensa hoy no tiene predicamento, creo que la gente hoy está más informada que nunca. Ese es el gran tema, a través de todos los medios que existen hoy. Como nunca la gente estuvo tan bombardeada. De repente, lo que no tiene es profundidad en el conocimiento de las noticias, pero sí hay información como un barniz, hay un conocimiento superficial de mucha cosa, no una pintura en profundidad. Hay mucha información de manera superficial y poco profunda. La gente tampoco está requiriendo demasiada profundidad, el uruguayo habla mucho de los temas pero sin conocer qué hay detrás de cada uno.

¿Qué rol tiene este diario en relación a eso?

Tratamos de profundizar un poco más la información. Hoy día vos tenés los diarios, la radio, la televisión, internet, son todos, hasta por la forma de redactar en internet, es todo más corto. En los diarios tratamos de profundizar la información y tratamos de dotar al lector de mayores elementos para que pueda hacer su evaluación.

¿Qué significa para vos ser periodista?

Nunca me lo planteé. Es un modo de vida. No me reconocería siendo otra cosa, y tal vez el hecho de ocupar un cargo hoy me haya alejado de estar en la calle y conseguir la noticia.

¿Cómo es tu rol en el diario?

Trato de sacarle la carga administrativa y trato de meterme en la información que es lo que más me interesa. Trato de abordar todas las áreas del diario. Hay que resolver enfermedades y licencias del personal, si se rompe una máquina, hay que definir algo de logística porque se

tienen que ir al exterior o interior del país. Eso saca tiempo para pensar en lo que debería ser mi rol, en lo que trato que sea mi rol, que es la parte periodística. Yo trato de tener incidencia en todas las áreas del diario. Tengo reuniones diarias con los editores y el secretario de redacción. Nada me es ajeno. Y todo lo que va a salir, conozco todo lo que va a salir, tengo una incidencia directa en lo que trabajamos. Nos reunimos a las 14 horas para planificar y otra de definición de tapa a las 23 horas para definir tapa. Podemos hacer alcances. Eso quiere decir que se tiene que tener en cuenta el cierre para el interior del país porque la distribución se hace por carretera y hay que llegar a Artigas a las 6 de la mañana. Se hace en pool con todos los demás diarios. Para Montevideo lo que podés hacer es sacar una página. Ejemplo: anoche fueron los actos del Bicentenario. Cambiamos la fotos de tapa del diario y para Montevideo se hizo una tapa distinta y se completó la edición para que salga la última información. Se hace un alcance para la información última.

¿Cómo definís la credibilidad de un medio o periodista?

Por las informaciones que da. Hay una cosa que es clave: la credibilidad la construís durante muchos años pero en dos meses la podés destruir. Tal vez es una de las cosas más difíciles, una de las cualidades de un medio más difícil de construir. Es un bien a preservar. Por eso los periodistas somos tan sensibles cuando alguien nos desmiente. A veces estamos expuestos a que nos desmientan aunque lo que publicamos es exactamente así. Construirla cuesta muchísimo y destruirla es muy fácil. ¿Cómo se construye? Dando noticias verdaderas, reflejando lo que dicen las personas que vos entrevistas, teniendo una actitud ética que no te lleve a manipular la información. Hay gente que lo hace, optamos por no hacerlo.

¿Este medio tiene manual de estilo?

Tenemos manual de estilo, muy básico pero tenemos. Se le pide a los periodistas que lo apliquen. La gente de corrección es la que hace el filtro. Se trata de cómo escribir determinados cargos, cómo encabezar las informaciones, cómo nos gusta que estén escritas las noticias, algo básico.

¿Conocés a qué público le escribe este diario?

No, yo te diría que no tengo un conocimiento de qué público. Sí te puedo decir que el público que hay es bastante mayor, mayor de 40 años. A los jóvenes nos cuesta llegarle porque el diario tiene un costo y ellos no siempre están dispuestos a asumirlo, además tienen otro contacto con las tecnologías que prácticamente los aleja del formato papel. Tenemos un público de amplio espectro, por lo general personas mayores de 45 años sin ningún apunte al ABC1 como otros medios. Lo que tratamos es que políticamente todos los sectores de todo el espectro político se sientan cómodos con la lectura del diario. Queremos que no se sientan agredidos. No nos importa tener una línea política, nos interesa tener una línea informativa, veraz, independiente y que sea imparcial.

¿Cómo definís a la fuente?

Es un bien muypreciado, Si vos tenés una fuente que te dice lo que realmente es, que eso lo vas a saber después, ¿no? Pero si lográs construir una relación con una fuente que tiene un lugar privilegiado en el gobierno, en los sindicatos, o en la actividad que tú quieras, es un bienpreciado, es una parte del valor agregado del periodista. Así como lo es tener una buena agenda, lo es tener una buena fuente en los puntos clave de un gobierno. La fuente es la planta que vos tenés que regar todos los días. Si vos no lo regás todos los días, si algún día te pasás de agua, tenés el peligro de que se marchite. Yo tengo gente (N.de autor: se corrige y dice: fuentes), desde hace 25 años. Pero claro, va en la conducta de cada uno y en la relación que vas teniendo, no tiene que ser de amistad pero sí de conocimiento y respeto mutuo. Tiene que saber que vos no vas a hacer un uso indiscriminado de lo que te dé, de lo que te informe, porque esa relación con la fuente que tiene que ser suficientemente cercana, donde sentís el calor de la fuente pero no te quemás, vos en ese “toma y daca”, tenés opciones que tenés que admitir que te van a decir algo que no es para publicar. Ahí vas a evaluar la importancia de la fuente, de la noticia, los réditos futuros que esa fuente te va a dar y ahí determinás si publicás o no.

¿En qué casos reservás la fuente?

Reservo la fuente en todos los casos que sea necesario. Siempre es mejor que alguien diga y de la cara y diga con nombre y apellido. Cuando se trata de informaciones y no de opiniones. Otra cosa es que una fuente opine y te use a vos para dar su opinión. Vos podés decir que no, pará, que si vas a decir algo de fulando o mengano decirle que lo diga con nombre y apellido. Ahí podés poner el límite y decirle que no porque eso es usarte. Cuando hablamos de información de algo que pasa entre cuatro paredes. Una reunión de ministros, por ejemplo. Ahí tenés que tener una fuente que te informe de lo que pasa adentro. Ahí hay que ver si esa información es perjudicial para otra persona. No es fácil tener una fuente. No se construye de buenas a primeras. Todo ese condimento chusma que tiene nuestra profesión, por eso nos encanta los chusmerío. No es farunduleros sino chusmerío de información importante. Es importante eso porque indica qué va a ser tu carrera periodística.

¿Te acordás cuándo empezaste a usar internet en la redacción?

El sistema era precario, pero en 1999 en El País ya tenía una computadora como editor. Usábamos unas máquinas Apple y teníamos una o dos computadoras que estaban conectadas en la redacción en el fondo. Estaba muy libre. El auge de internet empieza en 2001 o 2002, no antes de eso. Consultar on line en esa época. El resto de los periodistas tenían correos electrónicos y los consultaban.

¿Cómo cambió tu rutina de trabajo con el acceso a internet?

Yo siempre digo, incorporamos a Google, Yahoo como periodistas de la redacción. Fue un cambio fundamental. Tengo carpetas en desuso pero tengo un placar de carpetas con archivos de recortes que hacía. Hoy es impensable que tenga recortes de diarios, semanarios, revistas sobre temas que iba siguiendo. Ahora es innecesario porque en buscador te soluciona la vida.

¿Puede ser una fuente internet?

Yo creo que no. Lo que está pasando ahora con internet en materia informativa, con todas las herramientas que hay, existe una catarata de información de cosas que van pasando, que antes te enterabas. Hoy reservar información es bastante más difícil. Por eso es la apuesta de los diarios a darle más profundidad y redactar mejor la noticia, porque lo que es la noticia por sí se conoce más rápido que antes. Yo me imagino a un periodista en 1900, con una guerra en Turquía, que los tipos escribían y mandaban lo que hacían. Esos tipos no podían imaginar lo que pasa hoy. Hoy muchas cosas que hay que filtrar, hay muchos datos... pero ir a... lo que más me sirve es ir a bancos de datos en relación a las noticias que se dieron en determinado tema.

¿Y en relación a las redes sociales?

Sí, también. Son elementos complementarios. Hay gente que twitteo cualquier cosa y otros dan puntas de información. Hay algunos que dan como ganas de pegarle por lo que twittean pero hay otros que dan puntas de información y vos preguntás: che, qué pasó con esto? Los editores tienen la orden de tener un twitter para saber qué está pasando. No para twittear sino para seguir lo que está pasando. En la campaña, los políticos estaban en Facebook y seguimos a los políticos. Ahora están en twitter.

¿Existe alguna restricción de uso en la redacción con las redes sociales?

Sí, con Facebook. Tenemos un par de máquinas habilitadas. También te vas para el otro lado, ¿no? El Facebook decidimos cortarlo. No hubo incidente. La parte técnica del diario nos pidió que no lo usemos.

En caso que se toma el twitter, ¿se cita?

Hay gente que twitteo y se cita a los políticos que lo hacen.

¿Sos de ir chequeando información en internet?

Voy siguiendo la Tv con cable, la radio, internet. Mi rutina es escuchar la radio, leer los diarios, los radios te adelantan todo lo del diario. Los canales son para la noche. Entro a internet. Chequeo los diarios on line, no miro toda la prensa extranjera, me fijo en Argentina, en Brasil. Cuando ocurre de un acontecimiento internacional es otra cosa. Si pasa algo particular, ahí sí. Tenemos agencias y usamos internet. El día que mataron a Bin Laden hicimos un diario nuevo. Hicimos la edición del interior y tuvimos que hacer de apuro una versión nueva otra vez. Sacamos un diario todo nuevo. Se tiraron unos cuantos ejemplares.

¿Te acordás cómo era tu rutina en el diario antes de internet?

Ahora hay muchos periodistas que están demasiado pegados a internet, al escritorio y en esta profesión hay algo fundamental y es estar en la calle. Es una regla, vos encontrás mayor rendimiento del periodista y él mismo logra atraer mayor información cuando está en la calle. Está bien que los tiempos se complican porque lleva muchas horas, pero el contacto directo con las personas no hay nada que te lo sustituya. Internet es una herramienta elemental para el trabajo del periodista pero no es la fuente de información, el que piense así está equivocado. Las personas son la fuente los que protagonizan los hechos. Internet es

imprescindible, es un periodista más para complementar la información pero no encontrarla ahí. Tal vez la encontrás ahí pero el periodista tiene otra función.

¿Cómo ves el avance de internet y el futuro del diario papel?

Nosotros tenemos una página web que refleja lo que es el diario en papel. Da todo el contenido del diario. Tal vez en términos económicos no sea lo más redituable porque tiene todo el contenido del diario pero es una apuesta que ha hecho la empresa, no tengo injerencia en esos temas, creo que debemos tener una página on line pero por ahora no la hemos concretado, porque además creo que hay que hacer una página que esté bien hecha con una estructura hecha para eso. No creo en la muerte de los diarios. Creo que hay gente que prefiere leer con el papel y no la computadora. Tal vez es porque soy de la vieja escuela pero creo que tienen mucho para dar todavía.

¿Qué diferencia ves de generaciones de periodistas?

El diario ha perdido a la gente de mayor calidad que ha migrado a otras actividades, no sé por qué se ha dado eso. Todo tiene que ver con todo. La educación que se imparte no es tan buena. No se lee tanto. Si hablo con un periodista, quisiera saber cuántos leen libros.

Esto viene de la mano del nivel educativo en Uruguay. Antes las clases de literatura eran para tomar el gusto a la literatura. De unos años a esta parte hay un déficit y se pierde calidad. Uno aprende a escribir de acuerdo a lo que ha leído. Por ahí se ha perdido, porque cuando entrás a internet, la escritura que hay es un espanto. No es solo culpa del que lo escribió y de las estructuras que hay, en relación a las estructuras de las redacciones porque no hay mucha gente que haga docencia en las redacciones. Hoy las redacciones son reducidas por temas económicos. Había antes 10 personas que eran colaboradores que a veces aportaban sobre temas específicos pero hoy los diarios no los tenemos. Lamentablemente es un tema económico. La torta publicitaria se reduce para escritos porque se agranda para repartir con otros nuevos medios, la tv está recuperada, las páginas web también tienen parte de la torta de publicidad. La publicidad callejera, los ómnibus. Eso hace que haya menos dinero para invertir. Había antes docencia o encuentros entre generaciones que daban nociones de tertulia que hoy no la ves. No hay tiempo. Yo trato de ir a la redacción y hablar con ellos y para que puedan relacionarse de otra manera. De 50 periodistas en total somos 10 de mayor experiencia. Antes los periodistas tenían fama de tomadores, de mamados, porque terminaban de trabajar a la 1 de la mañana donde se hablaba de muchas cosas, se tenía una cultura interesante. Ahora la mujer no va a tomar al boliche con los hombres, porque además tenés más de un trabajo y eso hace que se tengan otras necesidades. La vida hoy nos lleva a hacer otras cosas, nadie se queda a perder tiempo en un bar.

Anexo I. Entrevista 10

Entrevista realizada el 10-11-2011

María José Frías, editora de Política de Últimas Noticias.

Nació el 19 de setiembre de 1972. Comenzó a trabajar como periodista en 1992 en el diario La Mañana, después en medios de prensa que nunca se editaron. Una de esas experiencias fue en el diario El País, que tuvo un proyecto para enviar un diario por fax a los empresarios. Esto sucedió cuando no existía internet. Trabajó como periodista en seminarios como Opinión del Partido Colorado, La Prensa y en el diario La República. Desde diciembre de 2006 es editora de Política de Últimas Noticias.

¿Cómo definís el periodismo?

Bueno, el periodismo es... (silencio). Decía el secretario de redacción Alejandro Amaral Moraes: es como un sacerdocio. Es una profesión que se hace solo con mucha pasión que si esto no te encanta, como ser médico, es horrible. Te hablo desde la prensa escrita porque hay otras opciones de periodismo que son más cómodas o distintas. En esto en particular creo que la clave es saber ver lo que otros no ven en lo obvio, en lo que sucede todos los días. Es el arte de preguntarse más que de preguntar. Medio como un niño, preguntarse todo. En caso de la prensa escrita, y cada vez más lleva mucho el análisis, la capacidad de no tomar las cosas tal como están sino de enrabar ideas, asociar que esto ocurre por esto y por esto. Es la búsqueda de dar respuestas. Porque creo que es la búsqueda de las versiones, porque no hay verdades, yo creo que hay versiones, entonces es un poco eso, el arte de juntar todas las versiones para tratar de darle al lector lo más aproximado a la verdad que igual no es verdad, pero lo más equilibrado o aproximado.

¿Qué significa para vos ser periodista?

Ah, y bueno, todo eso. Es lo que yo quiero ser. Significa un gran sacrificio porque la vida de uno es todo esto. Significa resignar otros espacios porque cuando uno se quiere acordar todo, hasta la vida social se vincula con esto, porque uno empieza a tratar a gente de este ambiente, que es periodista, y es difícil porque estás en esto todo el día. Es difícil porque estás en esto todo el día. Significa una gran tensión, gastritis, significa estar en competencia permanente, incluso a veces absurda.

¿Competencia entre periodistas?

Sí, pero incluso con toda la onda. Porque una cosa interesante es que solemos hacer los que llevamos más tiempo, nos juntamos, ponele una vez por mes y hacemos asado y nos juntamos con gente de otros medios y uno se encuentra cuando sale y se ve con otros de otros medios. Conversamos y tenemos compañeros que tienen parejas en otros medios. Uno quiere ganar, porque cuando ves en otros diarios algo que vos no supiste, uno se enoja, y a veces pasa angustiado porque aquello es importante pero solo nos damos cuenta nosotros. Es un poco surrealista. Uno se junta con ellos y elogia el trabajo de ellos pero es surrealista porque para el lector no es importante porque no lo va a saber pero para uno es central. Es un pilar muy importante. Yo soy esto.

¿Cómo es tu rol en el diario?

Yo edito Política. Política es en los medios uruguayos es la sección más importante de cualquier diario. Es donde cae el peso del tema del día. A menos que haya un huracán o algo así que no puedas creer, las tapas uruguayas son de temas políticos. Creo que en Argentina pasa eso también. En el resto del mundo no es tan así. Mi rol es que todos los días junto con los periodistas. Tengo los periodistas que cubren, tengo 5 personas a cargo que cubren áreas

específicas que llevan una agenda. Tengo una rutina y es que todas las noches hacemos algo que es una tortura para ellos, que es la agenda. Ellos me dejan anotado qué piensan trabajar al otro día. Eso incluye las repercusiones del hecho más importante que estamos dando, eso incluye sesiones de cámara. Me dejan anotado lo que se les ocurra. Al otro día escucho la radio y pienso a lo largo de la mañana pienso cómo vamos. Luego tenemos una reunión y digo qué es lo que creo que voy a poner en mis páginas. Creo que fulano va a llamar a este, este y este y le va a preguntar tal cosa y entonces yo pienso poner este título. Pienso antes, a qué quiero llegar. Luego doy indicaciones y van trabajando. A lo largo de la tarde hago algunas llamadas, escribo alguna nota si tengo tiempo, hago entrevista de temas... Yo cubría militares y son difíciles y les gusta seguir hablando con los que ya conocen. Con ellos hablo yo, pero es por ese tema, nada más, porque no le cuentan a otro. Llamo o me llaman. Si no, estoy controlando el twitter. Por esa deformación que tienen los periodistas que todo lo ponen en twitter, entonces a veces no sabés y te enterás por ahí. Ah, mirá, fulano dice tal cosa. Ahí voy marcando la rutina que no siempre sale fantástica como la planeaste temprano. A las 19 tenemos una reunión donde objetivamente se dice que tenemos estos títulos y vemos los temas fuertes con el número de páginas. Después armo las páginas, hago dibujos, le digo al maquetador que quiero esto acá y esto acá, elijo las fotos, leo todas las notas, edito las notas y título y soy responsable y corrijo la tapa. La corrijo con el director. El decide qué va y la ajusta. Los editores leemos la tapa para que no se repitan palabras y colocar los propios títulos. Ahí puedo cambiar una palabra. Política tiene 5 páginas, aproximadamente.

¿Cómo definís la credibilidad de un medio o de un periodista?

Y porque no mienta. Un periodista tiene que ser... la credibilidad de un periodista es lo más importante que tiene porque es lo que le permite tener información y fuentes. Eso se logra, cuando le adjudicás un textual tiene que ser así, y respetar la fuente. Cuando uno, sea que quiera aparecer como fuente o como persona declarando, cuando un periodista pone lo que alguien dijo, le corta el principio y el final, lo saca de contexto, lo corta de una manera... uno sabe, uno sabe cuándo lo que está haciendo es una maldad. No digo que se haga, es más, creo que la mayor parte de las veces no se hace y cuando los políticos salen y dicen que alguien los sacó de contexto es la manera de que quedar bien parado y los periodistas no sacan de contexto habitualmente. Uno tiene que ser fiel, no cambiar el sentido, no utilizar una cosa que el tipo dijo pero aludiendo a otra cosa. Eso está mal. Es trampa. Yo creo que tiene que ser fiel que cuando la persona que no quiere ser citada no tiene que estar citada, y además, que no se desprenda de nada de la nota quién es. Que no haya nada que identifique quién fue ni ahora ni dentro de una semana. Ser fiel a la fuente. No mentir. A veces uno se equivoca y pierde credibilidad porque titula mal y me ha pasado de poner una palabra que no es exacta porque no me entraba y achiqué y si no presto atención no era. La credibilidad es lo más importante junto con la agenda.

¿Qué es una fuente para vos?

Es alguien que te da información y es veraz. Respetar la fuente significa... a veces te dicen algo que no quieren que salga hasta determinada fecha, entonces uno tiene que tener la posibilidad de negociar de guardarlo pero decirle que no se lo de a más nadie. Si no voy a respetar el acuerdo, porque sé que esa información la sabe él y 15 más, yo le digo, mirá, voy a llamar a otros para averiguarlo, pero no puedo no decirlo porque hay otros que lo saben. Lo que puedo hacer es llamar a otros que me digan. Te aviso que lo voy a hacer. Una fuente es alguien que te da información, el que te cuenta, tiene que ser veraz.

¿Este medio tiene manual de estilo?

No.

¿Conocés al público al que está dirigido el diario?

Es claro que no tenemos un público con un particular interés a la economía. Es evidente. Tampoco tenemos un público cautivo de izquierda como La República. Eso no me lleva a pensar que no me leen personas de izquierda. No escribo para que me lea ese público, escribo para que me lea cualquiera, tratando de que sea equilibrado. No lleno la página de blancos ni colorados, pongo todo. Pretendo que la información llegue completa. No tengo en ese sentido, un público específico.

¿Qué fuentes se utilizan con más frecuencia?

(Titubeo al empezar a hablar) Hay de todo. A ver, a veces la persona te declara y a veces es fuente. Un ejemplo: el Presidente Mujica es fuente de Búsqueda y de La República, a veces el presidente declara como presidente y a veces que se publica que “fuentes de presidencia declararon que el mandatario piensa tal cosa”, y es tan obvio que es el presidente... solo que no quiere aparecer. Fuente puede ser cualquiera, o sea por ejemplo: a veces uno tiene un ministro y dice que esto es off the record. Lo que es Off es fuente. Puede ser de un ministro hasta un portero. Sindicales tiene gente de fuente un portero, los de la salud tiene un enfermero. Son fuentes válidas y no mientan.

¿Cómo se maneja esa información? ¿Se chequea?

Como fuente... Sí. Siempre se chequea. A veces vos llamás a una fuente que no te miente. Vos tenés secretarios que lo que te dice es posta. Y preguntás si vio entrar a tal o cual y vos sabés que lo que te dice es verdad.

¿En qué año comenzaste a usar internet?

No me acuerdo el año exacto, fue hace tanto... pero estaba en el diario La República, fue antes del año 2000. Fue hace tanto que había una persona que se le pagaba el salario para que entrara a internet, porque la primer forma que tomó internet para la prensa escrita. Había una persona con una computadora sola y le decías qué querías escribir y entonces te traía cosas del mundo sobre ese tema y leías en papel que te traían de lugares que no se sabía mucho cuáles eran. Era como ir a la biblioteca pero más rápido. Había un funcionario, que tenía esa función y se utilizaba solo para eso. Yo trabajaba en papel con archivo para buscar lo que se había hecho. Era brutal. Las redacciones tenían, pocas mujeres, muchos hombres, el periodismo era tarea de hombres y mucho viejo, y nadie había estudiado. Eso arranca en 1980 pero antes no había estudiantes de comunicación. Despreciaban que hubiese estudiado. Andaban a media máquina. Lo habitual es que escribieras una nota en el día, si no escribías no importaba. Las redacciones estaban repletas de gente. Precisabas mucha gente. Porque vos no podías pedirle a una persona tres temas, no había internet y no había celular. Vos tenías que ir a las reuniones. La prensa era oficial, en el sentido en que vos ibas a las reuniones de los partidos y tenías que ir a las puertas, porque después no te atendían el teléfono. Era imposible preguntarle a nadie lo que había pasado en la reunión porque los agarrabas a la salida te declaraban, se iban y nunca más. Nadie intentaba preguntar porque era todo muy laxo. Veníamos también de una dictadura donde lo único aceptable era la versión oficial. Nadie preguntaba más. Perdías si no ibas. Competíamos en eso. Entonces ibas y esperabas 6 horas. Y si vos querías contar algo más, un contexto, tenías que tener memoria y los periodistas viejos eran referentes porque ibas a buscar en el papel, que eran montañas y montañas que eran diarios clasificados. Antecedentes de un asesinato o algo así, preguntabas a un viejo y te decía que coincidió con algún otro evento. En archivo vos lo buscabas con esos parámetros. O ibas a la Biblioteca Nacional a buscar el material. Era así, horas en las reuniones, todo se tomaba con calma, y si venías y no pasaban nada, no pasaba nada.

¿Qué periodistas tenés como referentes?

Nunca seguí a un periodista en particular. Siempre tuve como objetivo escribir de política pero nunca tuve un referente. Me gusta cómo trabaja Lanata en Argentina y me gusta Perfil y Noticias pero nunca tuve un referente.

¿Cómo llegaste al periodismo?

Mi bisabuelo fue periodista, yo soy del interior. Tuvo un diario que fue muy conocido en su época y fue intendente. Mi abuela tiene incidencia en mí. Ese diario que se llamaba El Pueblo tenía un corte político y estaban en el sótano de la casa. Yo los leía. Como eran los diarios de 1920 con peleas políticas. Me gustó mucho leer porque mi madre y mi abuela eran grandes lectoras. Llegué al periodismo y me gustaba escribir como a todos los adolescentes. Me hubiera gustado hacer docencia pero en mi familia existían esos traumas por m'hijo el doctor porque no había nadie universitario, entonces mis abuelos tenían la tesitura de que tenía que ir a estudiar algo, y docencia no era suficiente. Mi madre me sugirió comunicación y periodismo y eso era parecido a la docencia, no sé de dónde lo sacó. Empecé como todo lo que empiezo lo termino, lo terminé. Mi abuela dice que yo soy periodista porque mi abuelo lo era. Por eso. Por eso.

¿El diario maneja criterios para el uso de internet?

Salvo los editores el resto no puede acceder a Facebook. Discutible. Cuando esa decisión la tomaron los administrativos, nosotros peleamos para que eso no fuera así, para que todos tuvieran Facebook. Tampoco es tan importante, pero antes de Twitter, Facebook todo el mundo tenía y los políticos ponían cosas en su Facebook. Ahora pasó de moda, a nadie le importa Facebook pero en aquel momento, era importante y decidieron limitarlo porque tenemos un plantel de muchachos muy jóvenes y esto no es planteo de trabajo muy rígido. Todo el mundo, acá Álvaro Giz me embroma porque dice que tengo un sindicato de mates alrededor mío, porque son todas mujeres y toman mate y van y vienen y conversan. Facebook tiene eso de que se pasaban para acá y para allá porque se colgaban cosas en los muros y todos querían verlas, es verdad, se generaba un clima de fiesta y era poco lo que se usaba para trabajar, entonces se lo cortaron. Eso generó cierta dificultad al principio porque el editor tenía que controlar el Facebook de todos los políticos porque ellos no podían acceder, pero dejó de ser porque nadie lo usa, y el que cuelga en Facebook te avisa por Twitter.

¿Y cómo hacen con Twitter?

No es válido para darlo solo, o sea para decir bueno, me das el twitter para... es más te enterás de todo. Hay legisladores que siguen una sesión de Cámara por Twitter. Te ponen: "ahora habla fulano", te ponen textual lo que está pasando. Viste? Entonces eso permite que tengo un periodista, porque no voy a cubrir eso por Twitter, mando un periodista y voy viendo entonces sé lo que está pasando, quién está hablando, si se picó o no se picó. Entonces, hay veces que llamo a alguien y le digo: "Estate atento a esto que dijo fulano y llamá a mengano". Sí, Twitter no es una fuente, es algo que te permite estar todo el tiempo actualizado. Es más, a veces se excede. Yo por ejemplo les tengo prohibido poner algo de nuestras noticias durante el tiempo de trabajo. Yo no twitteo nada del contenido del diario, no me interesa que mañana voy a tener, porque eso te avisa. Aún cuando nadie más lo tenga. Si yo twitteo: "mañana entrevista con Tabaré Vázquez. Lea en Últimas Noticias", los tengo en cinco minutos a todos parados en la casa de Vázquez tratando de saber qué es lo que yo tengo y ellos no tienen. Ayer fue un ejemplo claro y hoy es un ejemplo claro con los dichos de Tabaré Vázquez, porque lo que dijo sobre Bush y Estados Unidos con el problema entre Uruguay y Argentina lo tenía solo El Observador y Canal 4, y Canal 4 lo dio en el último informativo de la noche. Ningún diario llegaba y El Observador lo Twitteó y luego lo publicó entero. Es más, me sorprendió porque nosotros no lo teníamos, lo perdimos y entonces lo levantamos entero y citamos a El Observador porque lo sacamos de ahí y dije: "hoy El Observador va a ser un destrozo porque va a publicar muchas cosas y tiene que haber publicado en la web lo mínimo". Pero no, publicó

todo. Salimos igual aún cuando nosotros no lo teníamos. Yo creo que es una buena herramienta para mirar lo que tienen otros pero no tenés que escribir porque escribas lo que escribas, perdés.

¿A quién seguís?

A todos los políticos de forma masiva, a otros periodistas, medios de comunicación, sectores y partidos que twitteen comunicados de prensa... Eso.

¿Han usado el Twitter y citado lo que toman de allí?

Sí, claro. Por ejemplo: yo lo sigo a Bordaberry que twittea todo, absolutamente todo y entonces uso lo que dice para hacer un puntito clave, que es un recuadrito chiquito y a veces ponés que mientras habla en el Parlamento, puso en el Twitter tal cosa. En el Parlamento es donde más se ve. Cuando no hablan porque no les dan la palabra, uno ve que un político twittea y el que está hablando se entera que twitteó y le contesta y los que están ahí que no tienen twitter no saben a qué cosa responde. Es una cosa muy bizarra (se ríe). Sí, se levanta y se pone que publicó a Twitter. A veces no los llamás a todos porque todos opinan en twitter entonces llamás a 5 o 6 y a los demás los ponés desde su opinión en Twitter. Pongo: "por su parte, fulanito expresó en Twitter".

¿Cómo ves esta nueva herramienta repercutiendo en las rutinas cotidianas?

Cambió mucho pero no cambió por las herramientas sino por lo que espera el lector. Nací con la dictadura, no sé cómo era antes, pero estamos hablando que los diarios siguen siendo igual de políticos. Yo creo que ahora el lector requiere una cosa más masticada, elaborada. Hay un trabajo que se hace más profundo que facilita este tipo de herramientas, que es la reconstrucción de las reuniones internas. Vos no te quedás más con lo que te declaran en la puerta: eso es para la radio o la Tv que es superficial. Yo para decirle eso al lector debo tener en cuenta que para que este tipo diga tal cosa ahora, antes se reunió con fulano y mengano y le dijo esto y aquello. Uno es como una mosca en una pared para dar lo más exacto. Internet aportó y quitó. Cada vez menos se ve en los diarios eso de caer en.... Se escribía horrible en los diarios pero es que se usaba un lenguaje florido, se escribía como cada uno quería y no era algo concreto. Se usaba menos lo concreto. Ahora somos más concretos. Hay un problema porque todo lo que tiene ventajas plantea desventajas. Antes nadie se resistía a ir a algún lugar. Vos los mandabas con lluvia torrencial a pararse a una esquina porque por ahí iba a pasar fulano e iba. No era opcional. Los muchachos, dentro de lo posible, tienden a "Está en internet, porque alguien lo va a subir". Dentro de poco nadie va a ir a las conferencias de prensa. Pero después, si no lo cuelgan te morías buscándolo o te quedás sin saber. Hay una tendencia mayor a no querer moverse, eso que estoy acá dentro sentado y eso hace que se pierda el valor fundamental con el intercambio directo con la fuente. Cuando yo conozco a alguien me va a decir las cosas si me ve la cara me va a contar más cosas que si lo llamo por teléfono. Eso se perdió, ese trabajo fino de estar, charlar, de tomar un café con uno y otro. A veces en internet también pasa que todos levantamos algo que está con errores. No hay derecho de autor, no existe, nadie te cite. A veces tiran un bolazo y todos levantan. Es difícil resistir la tentación, a mí me pasó varias veces. Yo hacía Presidencia y me tocó ver cómo cada una semana hacían renunciar al Canciller. Salía en El Espectador y todos lo levantaban y salía como verdad cuando yo llamaba y llamaba y decía que no lo ponía porque no lo puedo confirmar y no lo voy a dar por eso. Quedaba con el Jesús en la boca pero al otro día se veía que no era verdad. No lo sacaba. Los periodistas más jóvenes confían más en internet que en sus propias fuentes. Concluyen que simplemente que no estoy encontrando quién me lo diga, porque si está en internet es así. Y no es así. Yo fomento incluso que trabajen al revés, a la vieja usanza, es más difícil. Les doy el título y el tema. Les digo que llamen a este y este y después de escribir la nota, mirás lo que sale en internet lo que tienen los demás para ver si te falta algo. Porque

los demás te influyen y te matan. Lo lees en internet y es la verdad. Te cuesta horrores después de leer poder desprenderte entonces primero hago eso y después controlo. En el vínculo entre fuentes de tus periodistas y las tuyas, ¿encontrás diferencias? Sí, hay diferencias por el tipo de fuentes y sobre todo porque esto es un sistema político envejecido. Entonces como son viejos y uno lleva años trabajando en esto, los conociste desde que no eran nadie entonces yo hablaba contigo cuando eras edil y ahora que sos ministro me atendés igual. Es inevitable si te llama un muchacho y tenés alguna información muy interesante, no se la vas a decir, porque tiene 20 años y va a tener un trabajo luego. Yo me acuerdo que cuando yo era joven siempre había alguien mayor que llamaba después que yo y preguntaba si esto es así o mintieron. A mí no me lo decían, perjudica un poco tener mucha gente joven y estudiante y un nivel de recambio muy grande, es muy alto el nivel de recambio. Cuando un tipo sale y los senadores ya se han acostumbrado a hablar con alguien y se fue a otro medio, tengo que volver a poner a otra persona.

¿Por qué te parece que se da ese recambio?

Se da porque los sueldos son bajos. Son bajos en relación al trabajo y la responsabilidad y lo que yo le cobro al tipo que no sabe. Cuando no consiguen las cosas se tienen que hacer cargo. Yo les digo: “Y cómo lo consiguió este otro” y se lo tengo que exigir, pobrecito, si no hace la plancha. Pero la realidad es esa. Los sueldos son bajos inclusive entre los medios que pagan más. Si vos considerás que el que paga más es El País y un periodista está cobrando en la mano aproximadamente 20 mil pesos, es muy poco. Si vos considerás... si lo comparás con un recolector de residuos, hablo de un profesional. Ese debería ser el piso y no el techo. Estamos hablando de un país, en prensa escrita debemos ser sólo en Montevideo haya unos 300 periodistas y hay 12 cargos de editor, donde vos tenés 300 tipos pueden acceder a un sueldo mayor que el que tienen. Acá cuando empieza un periodista gana el laudo que es de 11 mil pesos en la mano, porque no tiene experiencia, y dicen que ganan bien, pero porque tenés 20 años y vive con los padres. Para ser su primera experiencia laboral me parece que está muy bien. Ahora si te digo que dentro de 30 años vas a ganar no más de 20 y que no importa el esfuerzo que hagas porque ese será el monto que tendrás cuando te jubiles. Eso lleva a que los muchachos, vayan y vengan en los distintos medios porque me dan 2 mil pesos más o por días libres. Se mueve mucho en prensa escrita, que son jóvenes porque demoran 5 años en darse cuenta que esto no es negocio. En esto queda el apasionado porque es un ejercicio atroz: nunca más un cumpleaños en hora, ni cine ni teatro, trabajás 6 días a la semana. En 5 años se van a una empresa de comunicación. A veces tenés gente que hubiera sido fantástica y te dice: “Y sí, lo que pasa es que estoy ganando 13 mil pesos pero me llevan por 30”. Te llevan brillantes periodistas que después escriben dos frases en un aviso de la tele. ¿Y qué le vas a decir?

¿Cuál es para vos el futuro del papel?

Yo creo que nunca va a desaparecer. Se decía que los libros iban a desaparecer por internet. Y nada que ver. No es lo mismo el papel. Me parece que el diario de papel seduce a la mayoría para ser leído on line. Me parece que eso de que todo el mundo tiene computadora, no siempre es así. No estamos hiperconectados. Me parece que vivimos en una especie de micromundo y digo que todo el mundo tiene, pero tenemos acá que somos tres millones y somos poquitos. No tiene todo el mundo. No es verdad. Creo que sí es verdad que los diarios venden menos, o que hubo una caída en las ventas y después de estabilizó, y el papel no es rentable en ningún lado y el papel se complementa con el sitio web.

Últimas Noticias tiene sitio web pero es para dar le versión impresa...

Sí, tiene la misma. Yo creo que se complementa con el papel. El papel es la publicidad. Si yo leo en papel el diario voy a encontrar en internet algo que se renueva permanentemente y me incentiva. Ahora, creo que la gente lee papel y luego internet. Es verdad que hay gente que lee

medio en internet pero que de todas maneras no habría comprado igual el papel. Los estudiantes no lo compran, aunque no existiera internet. Lo que creo que el papel debería salir menos dinero y que la apuesta sea a medios por internet que se sustenten de publicidad donde saquen más dinero. Sin dudas. Creo que no se termina el diario papel.

¿Por qué trabajás en este diario?

Porque me trajo la vida. Porque no sé, porque se fueron dando distintas circunstancias y fui cambiando de trabajo. Cuando llegué en 2006 no estaba trabajando en prensa escrita, estaba trabajando en publicidad. Mala idea, soy periodista y no puedo hacer otra cosa. Me llamó Álvaro y me ofreció venir y me vine. Es común que a los periodistas nos llamen por trabajo, que te lleven para algún lugar. Es raro que uno salga a buscar trabajo, porque todo el mundo te conoce. Yo cotizaba alto porque ya tenía experiencia. No ganaba mal, yo tengo hijos y no estoy para explorar por menos plata, por la marquesina, y como luce más. Yo no me voy por menos dinero. No dieron con el precio y me quedé. Ahora menos, porque soy editora. La vida va llevando a eso. El Observador me quiso llevar pero no fui, no quise porque me pedían extensión horaria y no podía criar a mi hija. Ser periodista no me podía impedir ser madre, por ejemplo. Soy la única editora mujer de política que hubo en este país y con hijos. No es limitante. Me obligó a sacrificar cosas. Los periodistas viajan van y vienen por no priorizar.

¿Hay idea de hacer otra cosa con el sitio web?

Hay ideas pero siempre terminan siendo unas decisiones empresariales, que es económica, pero no debería ser económica porque uno piensa que son dos pesos más porque serían pocos periodistas más. Pero acá y en todos los medios eso termina pasando porque lo que te impide conseguir cosas son estas cuestiones. Los periodistas tenemos toda la idea, se manejó y se trabajó sobre un proyecto para un sitio web. Se trató de explicar a la parte empresarial de cómo sería el proyecto y cómo se recupera el dinero, etc, etc, entonces no cierra la idea todavía y esta idea no contribuye.

¿Cómo sentiste el rol de la mujer en el periodismo?

Soy la única editora mujer de Política. Era difícil antes. Te "botijeban". Te ponían a escribir.... La nota primera que escribí fue de tarot. Te tomaban porque era barato tomar estudiantes. La plata me parecía bien, eran 3 mil pesos que te pagaban. Hago lo que me gusta y me pagan y escribía lo que sea. Yo escribo muy rápido, hice mecanografía. Cuando empecé escribía a máquina y lo descubrieron rápidamente y me traían los cables y fax y escribía la cantidad que me pedían. Bueno, ta, me fue bien. Era lo menos periodístico que podía existir. Me tomaron cariño como hija. Mi primer editor me dijo que las mujeres no hacen política y después me llevó a escribir. Me mandaron a charlas, a actos y fui agarrando. Era raro. Hoy por hoy es un mujererío tremendo. Antes no era así.

Anexo I. Entrevista a informante calificado
Entrevista realizada el 27-10-2011.

Presidente de la Asociación de Periodistas de Uruguay (APU), Daniel Lema.

Nació el 30 de agosto de 1976 en Mercedes, Soriano. Comenzó a ejercer el periodismo en 1996 en el diario La Mañana. En 1998 pasó a trabajar como periodista al diario La República hasta 2004. Ese año comenzó a escribir en el semanario Búsqueda. Es dirigente sindical por el sector prensa en la Asociación de Periodista de Uruguay desde 2000. Es presidente de APU hasta 2012 (el mandato tiene una duración dos años).

¿Cómo se constituye APU?

Los mandatos durando 2 años en APU. Hoy se compone en directorio por 14 representantes. Presidente, vice, secretario general, tesorero, temas gremiales, prensa, responsabilidad social, formación, temas gremiales y representantes de cada área de trabajo: prensa, televisión, radio y agencias de noticias.

¿Cómo arranca tu militancia?

Arranco en el año 2000 cuando ocupamos por 11 días el diario La República. Entré al sindicato primero en el sector prensa, después fui tesorero, luego vicepresidente y ahora presidente.

Contame lo que recuerdes de la huelga del diario La República. ¿Es el último gran conflicto que se vivió en el sector prensa?

Sí. Se venía dando una situación re compleja de malas condiciones de trabajo. No nos pagaban en tiempo y forma y después laburar era un problema. Te voy a poner un ejemplo banal pero los baños eran un desastre, la limpieza un desastre. Un cúmulo de problemas. Después que trabajé ahí uno puede trabajar en cualquier lado. Pero en el medio de eso, estábamos en negociaciones con la empresa que pertenecía a Federico Fassano, hacemos una elección de delegados porque veíamos que las cosas se complicaban y de repente un día Fassano echa a 5 de los 7 delegados que había. Yo me había ido de vacaciones, porque cubría Presidencia y estaba re cansado. No me echaron a mí porque yo no estaba. Parece que se armó una asamblea re compleja y todos los delegados hablaron. Esos que hablaron fueron echados. Ahí arrancó el conflicto. Fimos al PIT CNT y nos dijeron que había que ocupar si no la empresa no transaba. Duró 11 días y retomó alguno el trabajo pero a partir de ahí fue muy complicado. Mañana mismo tenemos una reunión en el Ministerio de Trabajo porque no están cumpliendo con los convenios.

Pero ahora el directorio de La República cambió porque compró acciones un empresario argentino...

Claro, el tema es que entró una nueva empresa al directorio. La cosa anduvo bien durante los primeros meses pero al tiempo ya hemos tenido problemas de atrasos en los pagos. Nosotros los estamos citando porque tenemos una cláusula en el convenio que es que aquellos trabajadores de diarios de Montevideo que trabajan 6 días a la semana y cumplen 48 horas, tengan una vez al mes un franco especial. Además del día libre que corresponde, que tengan un día más para juntar al mes. El Observador les daba dos días libres y como eso sucedía también en Últimas Noticias, dijimos –Vamos a masificarlo para el resto. La República no lo quiere cumplir y nos lleva y nos trae con eso. Mañana les vamos a decir –Che, ya pasó un año y no has aplicado el convenio. Estamos citándolos por eso.

¿APU tiene registro de cuántos periodistas trabajan en cada diario?

Es un número difícil de saber. La movilidad entre periodistas y medios tiene etapas. Pasó por ejemplo cuando arrancó esta nueva movida de La República. Eso generó una serie de cambios, La República trajo gente de otros medios, entonces esos otros medios se pusieron a cubrir

eso. Ahí se armó una movida de periodistas entre El Observador, El País, Últimas Noticias. Esos son los que más mueven la plantilla. Pero un número estimado te puedo comentar. En Búsqueda, que es un semanario, seremos 30 periodistas. En El País hay 700 empleados. Tal vez lleguen a tener 100 periodistas. En Últimas Noticias pueden llegar a 40, mientras que en El Observador serán cerca de 60 periodistas. En la diaria serán 25 aproximadamente. Seremos 400, no más que eso.

¿Cuántos de esos periodistas están afiliados a APU?

El 40% de la plantilla de Búsqueda está afiliada al sindicato. Después en El Observador hay 40 afiliados. En La República tenemos 30, en El País hay cerca de 25 socios. Donde menos tenemos socios es en la TV. Tenemos fuerte canal 12 y canal 4 y 10 pocos. Tv ciudad bastantes y canal 5 bastantes. Son los que eran contratos chaché. Radios es muy poco. No sé si es por la forma de trabajo, poca gente en la radio, los movileros que no comparten espacio físico con otros periodistas. Eso de compartir el espacio es muy importante, la cantidad de gente que esté junta en un lugar. Hoy tenemos 1200 afiliados en total. Tenemos de todo, no sólo periodistas sino gente de cable. Son una base importante de los afiliados. En el último Consejo hablamos de hacer una campaña de afiliación. Hoy tenemos un número importante y eso indica que los trabajadores están representados. Es cierto que no son la mitad más uno del total, pero es un número importante.

¿Cuáles son los laudos del periodista hoy?

Tenemos distintas categorías. Hay una nueva categoría que es "Periodista sin experiencia en prensa", que son aquellos que vienen de otros medios como radio, televisión, y aquellos que son "Periodista sin experiencia", que son los que empiezan y nunca trabajaron en ningún medio. Esos pueden estar en esa categoría un año solamente. El básico es de 14.007 pesos uruguayos (740 dólares, aproximadamente) y el laudo del Cronista es de 16.779 pesos uruguayos (880 dólares, aproximadamente).

Desde que arrancamos los Consejos salarios hasta hoy el aumento real del salario en este sector fue del 24%. Es uno de los temas que genera mayor inquietud en el sector. De todas formas creo que siguen siendo bajos la mayoría de los laudos y las categorías que tenemos en prensa, hablando específicamente de los periodistas a diferencia de la radio y la tele, porque nosotros no tenemos horarios. Hay días que tenés que cubrir sesiones en el Parlamento, por ejemplo, y trabajás 12 horas y marchás. No hay horas extras. Te complica la vida social, entonces hoy seguimos pensando uno de los grandes temas que tenemos que mejorar. Un cronista de diario está muy por debajo del cronista de televisión, que son los que ganan más por lejos, ganan 10 mil pesos más. La radio paga menos. Tal vez gane un cronista de radio tres mil pesos más que uno de prensa.

¿Cuáles son a tu entender los puntos más frágiles del trabajador en prensa en Uruguay hoy, sumado a esto del salario?

Discutimos mucho en el Consejo de salarios el tema del franco especial. Tal vez uno diga que no es muy importante pero para muchos trabajadores que trabajan sin libre, tener dos días seguidos libres es una solución. Para la empresa es perder plata, porque no quieren dar ese día. El convenio tiene una cláusula que dice que si la empresa alega que no te lo puede dar porque están complicados en el laburo, el periodista debe acatar esa situación, pero luego sí tiene que retomar ese franco. No puede pasar eso durante varios meses. Sí eso sucede, ahí se empieza a negociar, y se pregunta qué pasa. Hasta ahora hubo algún lío en algún medio porque no se quiere dar. Las condiciones diarias de trabajo son importantes. Poder tener tiempo libre para esparcimiento, que el trabajador no esté metido todo el día en la rosca esa. Otra cosa es que ya se creó la Unidad de gestión de derecho de autor pero no se ha firmado el convenio aún. No sabemos si sale antes de fin de año porque no hemos podido arreglar con todos los diarios aún.

A grandes rasgos: ¿Qué trata el convenio?

A lo que apuntamos es a que quede establecido un pago mínimo, por lo menos, al trabajador, el periodista por concepto de derecho de autor de sus notas. Nosotros alertamos que no es un sueldo aparte ni nada de eso. A grandes rasgos serán 500 pesos cada 3 meses. Por tirarte un número, no es super importante pero es algo simbólico que el trabajador recibe del uso que hacen las empresas de sus notas. Ahí empieza la discusión porque las empresas dicen que tal nota no merece derecho de autor o tal actividad no debería recibir derecho de autor. Es discusión nos tiene bastante complicados. En otros medios ese tema es distinto porque, en la Tv se hace un fondo común entre todos los periodistas y se reparte el dinero entre todos. Yo diría que son los grandes temas, estos que te comenté, porque después tenés las computadoras que no andan, esos líos de siempre.

En cuanto al uso de internet en las redacciones, ¿le llegó a APU alguna inquietud de parte de los periodistas de diarios por este tema?

Hubo un caso de una periodista de El Observador que fue echada y nos enteramos luego que tuvo que ver algo que ella había publicado en su Facebook sobre los medios de comunicación, donde la crítica bien podía ser para otros medios pero también para el que ella trabajaba. Llegó este tema a la mesa del Consejo porque vino alguien a comentar: Miren que pasó esto. La persona que fue despedida no quiere hacer ningún reclamo pero en este momento deberíamos empezar a pensar estos temas. Y me acuerdo que se armó un lindo debate sobre lo que escriben los periodistas en las redes sociales o en twitter. Porque varios compañeros decían que hay libertad de expresión y tiene derecho a decir lo que le parece. Yo me acuerdo que yo estaba de acuerdo con eso. Pero a vos te indentifican con un medio. En mis contactos hay políticos o de áreas que yo cubro como periodista. Y yo sé que hay determinadas cosas que, me gusta pero no las puedo escribir u opinar de determinado tema, aunque esté a favor o en contra. Porque sé que eso me va a condiciones. Lo mismo es con la relación con las empresas, empezás a averiguar y te das cuenta que en Brasil hay códigos para algunos periodistas de algunos medios. Te dicen que no podés escribir de esto o aquello, que tenés que tener cuidado porque vos trabajás en esta empresa, y tenés que cuidar el nombre de la empresa. En Estados Unidos se aplica. Las agencias de noticias, también lo aplican. Este es el único caso que nos llegó y nos despertó esa inquietud. Y nos dijimos: vamos a tener este lío también. Porque hasta hoy en día, cada vez que discutimos las condiciones de trabajo y todo lo que tiene que ver con el sector prensa, la parte que tiene que ver con internet es como una subsidiaria. Se utiliza el mismo nombre de grupo como si fuera un subgrupo. De hecho, en el tema de laudos salariales, sobre internet o trabajadores en temas web se han creado muy pocas categorías. Está editor de diseño web y nada más. Como trabajadores no nos hemos puesto a analizar en profundidad el tema. Hay gente que cree que básicamente se trata de la misma categoría en los dos medios. No cambia en un soporte u otro. Puede ser que se nos esté pasando algo de la parte técnica, pero aún no se nos han quejado, de soporte web. Para nosotros internet está siendo una especie de cosa nueva y estamos viendo cómo lo vamos a encarar.

¿APU hizo algún censo de periodistas en Uruguay?

Hay un censo muy viejo, fue hecho en 1996 y 1997 y le faltan datos. Nuevo no hubo. Ahora hay un trabajo que está haciendo la comisión de género de APU y se les ocurrió hacer un censo con enfoque de género. Se consiguió financiamiento para eso. Hemos estado hablando para hacer un censo completo de medios pero sale mucha plata y no tenemos financiación. Este que te comento de 1997 fue hecho con mucho esfuerzo con la Facultad de Ciencias Sociales. Está muy desactualizado pero es lo que tenemos.

¿Qué piensa APU en relación a la digitación de contenidos? Hay muchos diarios que solo publican en la web lo que han publicado ese día en el diario papel...

Por ejemplo: Búsqueda pronto va a sacar su página web, va a tener un portal donde vos vas a ver las noticias el día, pero si querés acceder al contenido de Búsqueda va a estar si pagás 4 dólares para acceder. Ahora entonces, Búsqueda contrató a periodistas para eso, pero es algo que no lo he preguntado, ni se ha definido. Por ejemplo: si en algún momento hay una actividad como la sesión de diputados con el tema de la caducidad, por ejemplo, está el cronista de Búsqueda: le van a pedir a él que mande alguna cosa a la redacción de la web, o cómo va a ser la cosa. Yo había visto que la televisión lo hace: los mismos periodistas aportan al portal de internet la misma información y en prensa he visto al diario El País que lo hace y comenta cosas con la web. Eso es por plata aparte o no? Y después tenés el gran debate de qué poner en internet y qué no. El País y Últimas Noticias ponen todo su contenido del diario en la web a las 8 de la mañana. El Observador restringe algunas notas que solo las encontrás en el diario papel. Búsqueda dice que no va a poner nada libre. Si quieren ver el número tienen que pagar. Es un gran debate porque creo que con el paso del tiempo, a la larga, tenés que liberalizar la información porque hablaba con algunos y comentábamos que el País de Madrid es gratis, el Mundo es gratis, NYTimes te cobra los contenidos. En Búsqueda dicen que no liberalizan el contenido porque aún no saben si va a dar dinero o no. Ahí podés ver algo de esa discusión de si va a sobrevivir el papel. Nosotros y las empresas no tenemos claro qué va a pasar con esto y cómo nos tenemos que parar ante esto, si nos mudamos a la digital, si el papel va a desaparecer, si mantengo el papel: qué le doy a internet y qué dejo en papel. Caso claro es El Observador. Es tres veces más visto en la web que lo que se calcula en papel. La gente entra más al portal. El País es igual pero el domingo vende mucho. Supongo que Búsqueda va a pasar lo mismo.

En Uruguay, ¿Cómo es el tema de la propiedad de los medios gráficos? Tienen tradiciones familiares, y hay ahora inversores extranjeros...

Sí, El País es un diario tradicional de muchas familias de hace tiempo, en Búsqueda vos tenés al grupo Disco de supermercados Disco y Geant, decidieron comprar en Búsqueda. No sé por qué, pero son dueños de eso. Yo nunca los veo, ves a los dueños una vez al año en las fiestas. La República tiene inversor extranjero, argentino, que comparte con Fassano, si dueño de siempre y uruguayo, Últimas Noticias es del grupo Moon que lo financia. En El Observador tenés a Peirano como dueño y a un inversor extranjero que estaba en el Frigorífico Pull de Cerro Largo. Se dan pequeñas movidas de accionistas que entran y que salen del negocio. Esos datos nos escapan un poco.

En Uruguay no se audita tiraje ni venta real. Esos datos los tiene cada empresa gráfica. ¿Qué piensa de eso APU?

No tengo muy claro qué es lo que ellos le declaran al Estado, a la Dirección General de Impositiva. Ahí tienen que dar unos números. Ahora hay una movida que no lo está haciendo la Asociación de diarios sino la gente vinculada a revistas, que están con ganas de que se comiencen a auditar los tirajes. Es como un secreto de Estado. Hoy públicamente sólo la diaria y el semanario Voces está auditado por su cuenta. Nadie más está auditado. Estamos a favor de que se empiece a decir que tiran tanto. Igual no da seguridad de nada, en realidad lo tengo claro y lo sé que muchas empresas tiran más de lo que venden, y tiran mucho más sólo para poder recaudar avisos. Para eso, llevan las boletas mostrando el número, más allá que la venta puede ser menos de la mitad. Otro gran problema es que la gente lee menos, o lee menos en papel. Está estancada la venta. Se vende menos que hace 10 años. Es cierto que la publicidad que es la principal fuente de ingreso de un diario está migrando de a poco a la Televisión y a la vida pública porque es más barata y más visible. La publicidad en los medios escritos termina siendo para un público muy focalizado. No tengo información sobre que haya mejorado mucho

la publicidad en internet, por ejemplo. En El Observador lo tienen desarrollado pero no implica un gran ingreso por ahora.

¿Qué piensa APU en cuanto a la formación de los periodistas? ¿Tiene algunas propuestas al respecto?

Hay sí una riña declarada entre quienes estudiaron periodismo y quienes no. Se ha generado una disputa que no tiene sentido. Es importante que cuanto más estudies mejor. No estoy de acuerdo con que tengas que estar titulado para ser periodista. Yo estudié en la Escuela Técnica de comunicación y pensé en hacer comunicación. Pero estaba trabajando ya en medios entonces decidí estudiar algo que me sirviera para lo que hago pero desde otro enfoque e hice Ciencias Políticas. En los diferentes medios fui aprendiendo con los veteranos que no tenían formación. Son fundamentales en la cocina de la cosa, para que te digan cómo se trabaja una nota, una fuente. Yo me acuerdo en Búsqueda que tenía atrás mío a Raúl Ronzoni, yo escuchaba cómo le hablaba a la fuente y ahí aprendía. También hay que reivindicar lo que se aprende en la Universidad. Tal vez hay que pensar que las carreras te dan en el último año talleres de periodismo y son cosas que no se ajustan al laburo. Estamos peleando por formación, convenio con las empresas para dar cursos o talleres en el interior del país, darle al trabajador herramientas concretas. En el interior es necesario. Yo soy del departamento de Soriano y voy a Mercedes, la capital, y leo un diario y no entiendo de qué hablan. Son muy localistas y está muchas veces mal escrito. El diseño es malo, le falta mejorar el producto para mejorar el servicio a la gente. En el interior del país se venden muy bien los diarios. El Telégrafo de Paysandú, Cambio y El Pueblo de Salto, Acción y Crónicas de Mercedes, El Heraldillo de Florida, El Acontecer de Durazno, Centenario de Cardona. Venden 5 mil ejemplares por día. Soriano tiene dos diarios, tres semanarios y se venden todos. Vamos a seguir tratando de hacer convenios para fomentar la formación. También nos presentamos a INEFOP. Pueden ser talleres mensuales o traer a gente de afuera que sea buena y que nos cuente la experiencia del extranjero. También hemos peleado el reconocimiento por competencia notoria. Hacerlo acotado, con casos puntuales. La Universidad dice que pasen por cursos o talleres para poder dar eso. Estamos en esa experiencia.

ANEXO II

Apuntes de cuaderno de campo

Anexo II.

Durante el proceso de investigación, se registró en un cuaderno de campo las experiencias relevadas en las instancias de entrevista con los periodistas estudiados. En dos casos se realizó observación participante y en el resto se tomaron notas con la intención de incorporar ciertas expresiones e impresiones que no se registraron en audio por distintos motivos. Uno de ellos es porque los entrevistados no quisieron dejar constancia de algunos comentarios o bien comenzaron a hablar de ciertos temas luego de que la entrevista se dio por finalizada.

1- Observación participante en el diario La República. Realizada el 06-07-11. Una hora de duración.

El objetivo que se persigue es observar qué procedimientos utiliza la periodista Gelsi Ausserbauer como coeditora de Sociedad en La República cuando comienza su jornada laboral en la redacción del diario.

Entra a la redacción a las 14 horas. Marca tarjeta y sube a la redacción con los diarios del día. Lee todos los titulares de tapa de los diarios que tiene en el escritorio. Falta La diaria. Lee La República mientras detecta que hay una noticia en la sección Justicia del diario que ya la sección Sociedad ha cubierto. Comenta con los compañeros de la sección este hecho. Aparece el editor de la sección y le comenta que “tienen que seguir el tema”. Le contesta que estaría bien ampliar la noticia y para eso acuerdan llamar a una fuente para que les dé más información sobre el tema.

La redacción está casi despoblada. Sólo la sección sociedad está casi completa. A las 15 horas se reúnen los jefes de redacción para armar la grilla temática del día del diario entero. A veces los temas los marca el directorio, y a veces lo propone el periodista al editor, comenta la periodista.

Geli nota que una nota que sale en otro diario (Ultimas Noticias) es una que ella vio ayer en un portal de noticias. La nota no cita la fuente de internet, comenta con sus compañeros.

Abre el mail personal para fijarse si hay conferencias que cubrir en el día (usa 3 casillas personales de distinto proveedor: Gmail, Hotmail y Yahoo y una de Gmail de la sección). Encuentra un mail de una actividad que se desarrolló ayer y que llegó en la tarde (después de cerrar la sección sobre las 18 horas). Como esa información no se cubrió por un periodista, abre el portal de Presidencia y se fija si hay información. En el portal de Presidencia hay una nota sobre el tema con audio y foto. La selecciona con el mouse y la pega en Word. Con ese material hará una “nota chica” informativa muy breve para la sección del día, comenta con su colega.

Le pregunto qué va a hacer con eso y me contesta este procedimiento aclarando: “No voy a estar robando información puntual a otro medio. Cuando se trata de una primicia tiene que ver con información privilegiada que uno no saca de internet. Tal vez podés sacar la idea de una nota o de una punta que todavía no se ha cubierto desde el periodismo, pero las primicias las sacás de otras fuentes”.

Abre el correo de la sección Sociedad del diario (seccioncomunidad@gmail.com) y ve un mail enviado por la Facultad de ciencias sociales que invita a un Congreso de Sociología que arranca hoy en la tarde. Lo copia y lo deja en su escritorio porque está preparando su agenda del día.

Lo va a tener en cuenta para una nota más larga de esas que prepara con tiempo sobre temas de interés.

Abre portal de noticias de Montevideo.com. Abre su cuenta de twitter. Mira dentro de ella las novedades de las cuentas que tiene como referentes. Veo que tiene a Unicef, Mides, y organizaciones sociales. Abre el portal de noticias de El país. Dentro del portal, lee los titulares y abre una nota de "último momento". Es de un tema que trata la sección y que ha tratado el diario pero tiene una fuente nueva. Han consultado a un sindicato. Gelsi habla con el editor y acuerdan llamar a un vocero del sindicato para incluir en la versión de mañana su voz. "Lo voy a llamar aunque me diga lo mismo, pero me lo dice a mí", me dijo. Abre Espectador.com. Me dice: "trabajan codo a codo con El País, tienen la misma información". Abre yahoo.com (Correo personal pero no detecta nada interesante).

Abre su cuenta personal en Twitter. Va a la dirección del Plan ceibal. Sigue a 180 portal de noticias, Unicef, El espectador, portal Montevideo, ungc-uk, entre otros.

Abre el portal de noticias 180. Mira los titulares sin ampliar noticias. Abre el portal de Presidencia. Sólo abre una noticia que es la que pega luego en el Word. Comenta con sus compañeros que hay sectores del gobierno que apuntan a un público joven y sin embargo no usan las redes sociales. Se dirige al investigador para comentar que son ejemplo de ello los programas del Ministerio de Desarrollo Social que no usan Twitter pero que hay otros que sí. "No hay un criterio unificado para estas cosas". También comenta que hay sitios que no le sirven de insumo porque actualizan su portal a las 17 horas. Eso no será parte de la sección a menos que sea algo muy relevante y no pueda dejarse fuera.

2- Notas de campo de acuerdo a cada entrevista relevada

Entrevista 5.

La entrevista se realizó en la redacción de La diaria a las 19 horas. Su jornada comenzó a las 15.50 horas y el cierre de la sección Deportes es a las 21, aproximadamente. Publica dos páginas diarias: "con información opinada", comenta el entrevistado. Vive en el departamento de Florida, así que le lleva un viaje de casi dos horas llegar a la redacción.

Trabaja junto a otro periodista de Deportes. Los dos escuchan radio mientras trabajan con auriculares sentados frente a la computadora. Además de actualizar la información de portales informativos de internet, escuchan programas deportivos en ciertas emisoras nacionales. En la mesa de trabajo hay cassettes de audio, pilas y números anteriores del diario. Una de las complejidades de la entrevista fue tomar distancia y colocarse en rol de investigador, ya que el periodista es además un colega muy conocido para quien realiza el estudio. Desde que comenzó a utilizar Twitter en 2011, sigue a medios de comunicación y periodistas. Desde hace un mes lo utiliza como índice informativo, comenta. Además, tiene siempre cargado el Facebook donde también tiene como "amigos" a clubes deportivos, deportistas e instituciones del ámbito que cubre como periodista.

Entrevista 6.

La redacción del suplemento Cultural de El País está separada de la redacción del diario. Se encuentra en otro edificio. Allí trabajan seis periodistas. En una de las paredes se lee un cartel: "Para escribir en este suplemento no hay que ser húngaro sino tener talento". El entrevistado trabaja editando texto que envían los periodistas columnistas y además, recibe el material fotográfico que envían los colaboradores. Recibe por mail una ilustración para enviar al diagramador. La descarga y la coloca en una carpeta en su PC. Comenta que tiene que buscar en internet las fotos de los libros que saldrán con reseña en el número siguiente para el cual trabaja. "Usamos las fotos que son libres". Además, comenta que necesita bajar un libro en pdf.

Entrevista 8.

La entrevista se realizó con la redacción de El Observador, en un salón de reuniones, ya que en momentos de realizarla el edificio donde se aloja el diario estaba siendo reformado por albañiles y la redacción se trasladó a un lugar de "emergencia". El periodista se muestra desafiante en el transcurso de la entrevista. La investigadora asume que intervino la cédula de entrevista predeterminada con el fin de conseguir un clima más cálido y ameno para el desarrollo de la entrevista. En una breve charla inicial donde el entrevistado consulta por el destino de la información que brindará, dice que no le importa la política, a lo que la investigadora contesta "no te creo". Ese comentario provocó un cierto clima de distensión ya que generó risas porque el entrevistado aclaró que "lo partidario" es lo que no le interesa. En realidad esa reacción de parte de la investigadora se dio como una forma manifestar el absurdo ya que el periodista no solo es editor en jefe de la sección Política sino que es columnista de opinión del diario. Además, tiene una reconocida trayectoria en programas de entrevistas con personajes del sector político del país, así como también se reconoce su participación en un programa de estilo controvertido en el Canal 10 que se llamó Zona Urbana. Actualmente conduce el programa En la Mira en el canal de cable VTV.

Sobre el diario en el que trabaja me comenta que el mismo se sostiene por la edición en papel y no así por el portal de noticias en internet, y comenta que los periodistas con menos experiencia (jóvenes) tienen deficiencia en la teorización del periodismo.

Su uso del Twitter genera cierta polémica ya que reproduce artículos de opinión y realiza comentarios sobre la actualidad política. Utiliza el Twitter como un medio más de vehicular sus opiniones e informaciones, tal como lo hace en las columnas de opinión que publica semanalmente en El Observador. "Difundo mis calenturas matinales", comentó.

Entrevista 9.

La entrevista se realizó en la oficina donde trabaja como director periodístico del diario Últimas Noticias. Mientras se sucede la entrevista suena varias veces el teléfono de la oficina. Atiende y me comenta que tendrá que resolver un problema. Habla con una persona que está solicitando la realización de una cobertura periodística y le contesta que eso está programado ya y que el periodista estará allí. Corta y llama al periodista para indicarle a dónde tiene que ir pero le avisa que ha hablado con una persona y le dijo que ya estaba previsto. Luego retoma la entrevista y aclara que este tipo de situaciones se dan todo el tiempo y que en su cargo tiene que atender estas solicitudes.

La redacción está en el tercer piso de un edificio muy viejo, cerca del centro de Montevideo. Allí trabajan 15 periodistas. En el subsuelo funciona la imprenta del diario.

Comenta que tiene idea de cambiar la web del diario que le parece muy poco atractiva. Aclara que no se mete en esos temas porque son comerciales y no es su competencia, pero comenta que pondría un contenido renovado y activo.

Luego de terminar la entrevista consulta a la investigadora si tiene trabajo y ofrece un lugar en la redacción si lo considera como posibilidad.