

escapar del periodismo divertido

Una cuestión que me preocupa mucho es cómo viene el recambio en el periodismo argentino, en los medios y sobre todo en lo que podemos llamar "personalidades periodísticas", aquellos que hemos podido hacer

una carrera y que hoy estamos al frente de programas.

Ese recambio no se da, porque en la década del 90 proliferó mucho (y todavía prolifera) la diferencia

entre quienes quieren hacer periodismo y los que quieren hacer periodismo "tipo CQC". Esto no implica una crítica a Mario, de quien soy muy amigo (además, él no tiene la culpa...), sino más bien una tendencia de enfoque profesional por parte de una generación de chicos que se ha formado mirando ese modelo periodístico, que es letal para el desarrollo del ideal de periodista independiente con opinión propia. Es un periodismo superficial, banal. Es un producto que no implica un análisis. Más allá de la crítica y de la ironía, que están bien manejadas, no tiene posibilidades de crecimiento. Termina generando una situación en la que el potencial entrevistado ya en-



tró en el juego de *saber qué debe hacer* para tener una visión favorable. Entonces, termina generando complicidades: *yo te llevo a vos, que me vas a hacer esta broma, que me va a venir bárbaro y nos vamos a divertir...*

Conclusión: no ocurría esto en los comienzos de los 90, en la que sí hubo un recambio de los periodistas de los 80. Ahora no hay recambio. Es una tendencia clarísima que se ha vivido en esta década. Esto no es casual. Hoy muchos de los presentadores periodísticos o los que se están incorporando a noticieros vienen de esa veta y no tienen vuelo... No pueden tenerlo porque hay un elemento del pasado que los condiciona. Un productor les puede decir:

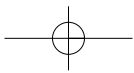
"vos no sos serio, porque yo ví lo que estabas haciendo antes".

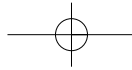
Así que hoy es un desafío y una oportunidad encarar un periodismo serio. Se ha confundido que para que no sea aburrido, tiene que ser divertido. Y son dos cosas distintas. Puede ser atractivo, y debe serlo, pero eso no significa que sea divertido.



[6]

Trampas





el periodismo joven

Me interesa comentar cómo veo las cosas en el periodismo joven, es decir, en cuanto a un fenómeno que me preocupa mucho en el periodismo de la Argentina.

Lo que noto en muchos chicos es la *falta de manejo de la técnica periodística elemental y la poca lectura*. Estos son los dos elementos más fuertes que yo marco en mi experiencia. Si no se domina el chequeo de fuentes, las técnicas de periodismo y hay falta de inquietudes y de conocimientos mínimos para encarar la producción de programas radiofónicos líderes de la mañana -que implican un manejo de elementos informativos importantes- no se sabe lo fundamental. Y esto no es algo simple.

Yo tengo un equipo de cinco productores y ninguno supera los 30 años. A mí me encanta trabajar con gente joven, porque es un elemento de ida y vuelta enorme. Tengo un jefe de producción ejecutivo que tiene mi misma edad y los restantes cuatro productores tienen menos de 30. Es un equipo de producción que se ha generado con una evolución natural, no porque se haya echado a nadie, si no porque esa evolución representa un camino de crecimiento lógico, porque luego pasan a trabajar en la televisión.

Hoy se inventó el nombre de productor *senior*. Es el productor ejecutivo que tiene más edad, por lo tanto más experiencia. Pero siempre trato de conformar mi equipo con gente joven. Por supuesto que hay muchos chicos que se presentan y dejan su CV, y a muchos les tenemos que decir que no.



la credibilidad es un bien social

La ética en el desarrollo de la profesión es un tema clave para la construcción de una trayectoria. Nuestra carrera es un maratón, no una carrera de cien metros. Por ejemplo, la carrera de un deportista es breve, diez o quince años. Nuestra carrera es larga y tiene una consecuencia, la consecuencia del maratón. Es decir, es probable que las instancias fundamentales vayan apareciendo en forma acumulativa.

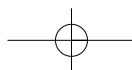
Nuestra obligación es prepararnos permanentemente en la búsqueda de esa superación y en la acumulación de experiencias, que tienen mucho que ver en el desarrollo y el oficio de nuestra profesión.

El compromiso ético es fundamental porque el capital que cada profesional debe cuidar es la credibilidad. De la credibilidad va a emanar una consecuencia social. Si el periodista es creíble, será importante para la sociedad. Se transforma en un individuo, en una persona, en un profesional trascendente para la gente. Por lo tanto hay que cuidar la credibilidad como un rol, como un bien esencial.

Yo siempre digo que *la credibilidad para un periodista es como la virginidad: cuando se pierde, se perdió*.

En la carrera de un profesional hay muchas circunstancias en las que la credibilidad puede estar sometida a prueba, porque el nivel de libertades con las que trabajamos siempre dista del ideal.

Siempre les digo a los chicos jóvenes que hay que preservar los principios y el ideal de la actitud honesta. Las tentaciones que encuentra un periodista a lo largo de su carre-





v i s t a p r e v i a

ra son muchas, que van desde pequeñas hasta enormes. Viajes, presentes, atenciones y demás... Hay que manejar con mucho cuidado todo esto, porque el periodista es una persona que tiene trascendencia y en general los distintos factores de poder de una sociedad en principio buscan estar bien con él. Como profesionales debemos preservarnos de esas tentaciones. Eso es fundamental para resguardar nuestra *independencia*, base fundamental de la *credibilidad*.

*Periodista. Médico neurólogo, egresado de la UBA con Diploma de Honor. Realizó un Master en Periodismo Político en Estados Unidos. Conduce "Puntos de vista", en *LS 10 Radio Del Plata* y "El juego limpio", en el canal de cable *TN (Todo Noticias)*. Los pasajes que se reproducen en esta sección pertenecen a una Conferencia organizada por el Área de Radio de la FPyCS, UNLP.



Tram(p)as

[para publicar]

Quienes estén interesados en publicar trabajos, artículos, comentarios o informaciones en la Revista, deben enviar el material a:
trampas@perio.unlp.edu.ar
Tram(p)as se reserva el derecho de editar el contenido de los textos y de publicar aquellos que considere oportuno.

[suscripciones]

Para recibir los próximos números de la Revista Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura,
trampas@perio.unlp.edu.ar
Consignar nombre y apellido, ciudad y país de residencia.

Precio del ejemplar: \$ 10

[números anteriores]

Quienes deseen adquirir números anteriores de la revista, pueden consultar sobre su disponibilidad escribiendo a
trampas@perio.unlp.edu.ar
El precio de cada ejemplar es el del último número en circulación.
En Trampas digital www.perio.unlp.edu.ar/trampas se publica el índice general, de los números 1 al 36, que incluye sumarios y editoriales de cada uno.