

# Por un día del periodista, sin algoritmos

Carlos Ulanovsky

---

Calculo que hace unos veinte años, tal vez poco más, pero casi seguro desde la década del 90, que cada 7 de junio, voces innegablemente realistas ponen el grito en el cielo para hacernos entender que lo que sucede a diario en nuestro gremio es de tal gravedad que vacía por completo la intención y oportunidad de alegrarse por la fecha. “ No hay nada para festejar”, se dice. A fuerza de escucharlo, pero también de padecerlo, también lo decimos e incluso lo naturalizamos.

Después del cambio de gobierno en 2015 la sensación de capa caída se volvió parte del paisaje cotidiano. Con la ley de medios desguazada en sus partes esenciales por decreto ; con medios hegemónicos caricaturizando el ejercicio del oficio; con sanciones y ninguneos a periodistas opositores; con simulaciones de conferencias de prensa, buena parte del periodismo empezó a respirar en situación de emergencia.

La parte triste, la más decepcionante, es que el periodismo argentino en todos sus géneros y modalidades atraviesa una etapa de débil creatividad, de muy débil desarrollo, y, como contracara, de multiplicidad de carencias. Razones no faltan. Veamos algunas.

Empiezo mencionando la puja entre el antiguo sistema analógico y el fabuloso, nuevo modelo digital. El viejo sistema está en sus estertores, flaquea por donde se lo mire, escuche o lea, pero por algunos de esos caprichos de la creación, es el que todavía sobrevive, generando algo de caja. El mundo *internetiano* , deslumbrante en tecnología , pródigo en redes, atrapante, tiene atractivos que se renuevan diariamente pero aún no da los dividendos que se esperaban de él. En todo el mundo y aquí también, cabezas rutilantes no solo admiten que todavía la pelea entre lo analógico y lo digital tiene final incierto, y peor aún, que no le encuentran la vuelta a la necesidad de volver rentables a portales, páginas web, medios on line después de 10-15 años de haberlos ofrecido gratuitamente.

La pelea también se desarrolla en otros ámbitos. La necesidad de hacer converger a los dos modelos, originó nuevas modalidades laborales, pero, a la vez, provocó confusión de roles, improvisación, tensión entre las zonas impresas y las virtuales y, lo peor, una fuerte precarización manifestada en sistemática caída de proyectos, cierre de medios, sobrecarga de tareas y la disminución de puestos de trabajos genuinos. Pérdida que los gremios de prensa, en Buenos Aires, hoy calculan entre 3 mil y 5 mil personas en los últimos cuatro años. Otros motivos. Desde hace unos años el mundo de la información viene demasiado entreverado con el mundo del entretenimiento. De esta fusión quién, sin dudas, ha salido más lindo en la foto, es el entretenimiento. En procura del brillo y de la pegada veloz esto ha originado una clase de periodismo más superficial, más banal , más endogámico. Eso que los grandes medios del mundo, han denominado *periodismo de cercanía*. Lo que importa es lo que pasa cerca de tu casa y, preferentemente, lejos de tu vida.

Nuevas molestias. Uno está escuchando radio, mirando televisión y se siente conminado a dejar de hacerlo por los aparatos más convencionales y , presuroso, o más, a correr para bajar una aplicación. ¡¡¡Aplicación!!!: palabra modélica de los tiempos que corren. ¿Y si no quiero?. ¿Y si quiero seguir escuchando en la radio que tengo en el baño o permanecer frente al plasma que todavía no terminé de pagar?. Entonces, uno habrá ganado para siempre el mote de decrepito y decadente Calificativos que se repetirían de no frecuentar las

multipantallas de los dispositivos más nuevos o renunciar a la discutible practicidad de la programación por demanda. En la gráfica, el panorama es igualmente confuso. Los formatos y artilugios del viejo sistema, ese en el que aprendimos el oficio y del que, al menos yo, sigo siendo pasajero frecuente, cruje por donde se lo mire. Pero, mal que mal, es aquél que tenía un solo cierre diario. Ahora da pelea, seguramente desigual, con otro que tiene, por lo menos, un cierre cada hora, 24 al día; que, los siete días de la semana, necesita de los clics de sus visitantes como antes necesitaba de los compradores fieles o de mantener vigentes los pactos de lectura con sus seguidores. Ese “nuevo periodismo” es el que jibariza cada vez más los contenidos a partir de la superstición de que la gente ya no está dispuesta a seguir leyendo y es el que inventó perversiones tales como las “informaciones en desarrollo”, que de tan precarias, nunca se terminan de concretar y más de una vez terminan siendo desmentidas o desarticuladas más temprano que tarde. Allí donde la búsqueda de instantaneidad desplazó a la oportunidad de informar mejor, no debe sorprender entonces la profusión de noticias falsas.

Hace muchos, muchos años me enseñaron, y por suerte no lo olvidé, que el periodismo consistía en buscar y conseguir una determinada información sobre un tema, trabajarla, procesarla, sistematizarla, ponerla en valor informativo y redaccional para, finalmente, transmitirla con propósitos masivos y honrando al máximo la verdad y la honestidad. Posteriormente, y como un tácito reconocimiento a los maestros que me inculcaron estas nociones, pasé diez años haciendo docencia y enseñando cosas como las que acabo de mencionar. Cambio va cambio viene, llegó un momento en que me pregunté si habré hecho bien, y hasta me planteé la posibilidad de haberme equivocado.

Es que, de pronto, empecé a ver cómo muchos periodistas olvidaban esos conceptos básicos para meterse en terrenos inconvenientes y ajenos. En los terribles años de plomo circuló la historia de un jefe de redacción que catequizaba a sus redactores del siguiente modo: “No dejes que la verdad se interponga entre vos y una buena nota”. Más adelante, en los 90, los periodistas encabezaban los rankings de prestigio, aún con investigaciones discutibles, tratando de sustraerle el trabajo a los jueces y fiscales, peleando la tapa, con recursos de corto alcance. En los tiempos que corren, cuando los jueces y fiscales son uno de los principales generadores de titulares, lo que pasa con muchos periodistas es más doloroso. Apoyados en jueces y fiscales corruptos se mimetizan con procedimientos propios de organismos de defensa, de servicios de inteligencia y obtienen repercusión apelando a aprietes, a deslealtades, a carpetazos, a dineros mal habidos y a la divulgación ilegal de escuchas telefónicas.

Vale decir que al diagnóstico de baja o muy baja creatividad, cuestiones que se pueden calificar como estéticas o artísticas o culturales, se le deberían sumar otros argumentos, en este caso, éticos y morales. Otro de los grandes fenómenos que advierto es que hoy en día no solo los periodistas ejercemos el periodismo. También capturan y movilizan información los oyentes que llaman a las radios para informar, al segundo, que tal o cuál servicio de subte se encuentra interrumpido o que sigue sin solución un corte de luz masivo. O la tarea de los reporteros ciudadanos que, con sus telefonitos, captan una granizada o los incidentes en una manifestación y de inmediato los suben a la página de un noticiero de TV. Cualquiera de esos materiales tienen un lugar asegurado en los noticieros más formales, así como son contenidos comunes y corrientes los registrados por las cámaras de la calle o de los edificios o las de cualquier comercio. Y ni hablar de los millares de columnistas anónimos de las redes que muestran con humor mucho de lo que los medios grandes carecen. Todos ellos, que

entendieron la velocidad e instantaneidad de Internet, son, periodistas sin título, los nuevos proveedores de noticias.

De otras fuentes también se nutre el periodismo actual. ¿Quién hubiera dicho hace diez años, o poco más, que ese latigazo de 140 caracteres (ahora sabiamente extendido) llamado tuiters se convertiría en crucial fuente informativa, al punto que grandes diarios del mundo rastrean las redes para no quedarse afuera de los más sabrosos tuiters de ayer. Algunas autoridades de redacciones argentinas importantes que consulté para esta crónica me aseguraron que hoy en día también eran insoslayables Facebook e Instagram y, muy especialmente, las alertas informativas que varias veces al día emiten medios argentinos e internacionales. Son todos elementos que condicionan los nuevos códigos de la edición y que se confabulan para que estos tiempos sean los del “pensar cortito”. ¿Cuánto tiempo pasará hasta que algún oportunista edite un periódico basado únicamente en contenidos provenientes de las redes sociales? (Mejor, no dar ideas).

Para no quedarnos únicamente en un diagnóstico infectado de pálidas, pienso en salidas posibles. Y digo, o mas bien sugiero o recomiendo que muchos periodistas deberían resignar sus visitas cada 4 de julio a la embajada de los Estados Unidos, de rechazar los encuentros secretos en hoteles de lujo, colgar para siempre los ambos Armani, reelegir las fuentes ahora transformadas en clientes. Y retornar a la calle, a cambiar los off por los on, dejar de imaginar que son partícipes del poder, aflojar con el cinismo y volver a creer un poco más en la sensibilidad y en la intuición y no tanto en las redes sociales. Porque si todo continúa demasiado parecido a como está, arriesgo otra hipótesis para nada envidiable: dentro de nada, los estudios de radio y televisión y las redacciones, escritas u on line quedarán desiertos de verdaderos periodistas y atestadas de influencers, instagramers y youtubers.

Sumo otras razones para que una parte mía permanezca animada.

- Soy optimista porque desde hace tiempo se están haciendo cosas excelentes, destacadísimas en el género de la crónica. Textos extensos, bien documentados y bellamente escritos, acercamiento de mundos tan reales como desconocidos. Y tremendamente necesarios para épocas como las actuales, en la que comunicólogos confiables sostienen que en las redes el tiempo de atención para la lectura de muchos usuarios no supera los 35 segundos.
- Me despierta esperanza que los jóvenes tengan mucho más claro algo que, a su misma edad, nosotros, los más veteranos, no veíamos ni cuadrada: que uno no es la empresa en la que presta servicios. Me corrijo un poco, y digo: no necesariamente, porque algunos jovencitos talibanes sí están aferrados a la camiseta de la empresa y se nota que eso les gusta, demasiado.
- Enciende mi fe también el hecho de que en los últimos años se hayan creado y hayan podido persistir montones de medios autogestivos e independientes, tanto impresos, como digitales. Según fuentes confiables (Asociación de Revistas Culturales Independientes Argentinas, ARECIA), más de 200.
- Renueva mi ilusión algunas reacciones colectivas de los trabajadores. Ejemplos: al inicio de la gestión del actual gobierno la redacción de La Nación se pronunció públicamente en contra de un editorial de claro carácter destituyente publicado en una edición impresa del diario. Se juntaron, se armaron de carteles, se fotografiaron sin temor repudiando la provocación empresarial.

- En varias ocasiones una parte importante del gremio se movilizó en la defensa de los medios públicos, ninguneados por el gobierno. Y ni hablar de las reacciones que provocaron los salvajes despidos en la agencia oficial de noticias Télam.
- La respuesta casi unánime, con honda preocupación, sin miedos a las represalias, de la redacción de Clarín contra los recientes despidos de más de 60 compañeros. Sensibilizados por esta circunstancia en muchas redacciones, empezando por la del propio diario, los trabajadores desacataron la decisión y se solidarizaron con los compañeros afectados.
- Hace crecer mi confianza también que muchos jóvenes encontraron maneras originales y prácticas de desafiar a la precarización. Sin esperar el milagro de obtener un mendrugo de pauta oficial encararon su propio proyecto. Aún en condiciones laborales muy críticas la gente de Radio del Plata defiende a diario su fuente de trabajo. Hasta el momento, la reconversión más exitosa ha sido la de Tiempo Argentino: se sacaron de encima a varios empresarios inescrupulosos y tomaron el diario en sus manos para convertirse en cooperativa.
- Son muchos los que para seguir adelante apelaron al sistema de financiamiento colectivo. Un ejemplo muy reciente. El cohete a la luna (el medio digital creado por Horacio Verbitsky hace un año y medio) lanzó una propuesta de suscripciones a sus lectores por 250,500 y 1000 pesos mensuales. Son numerosos ya los medios que adhirieron a esta clase de contribuciones. Es una manera de ser verdaderamente libres. En lugar de esperar migajas de la publicidad oficial o del empresariado independiente que inevitablemente pone condiciones o de poderes comerciales y publicitarios que solo respetan las decisiones del mercado, los verdaderos sostenes del medio pasan a ser sus lectores (pueden ser oyentes, televidentes, internautas) que son quienes realmente tienen interés en que su medio preferido sobreviva. Es un modo muy válido de sortear la falta de recursos y de poner, negro sobre blanco, la violencia implícita de un Estado indiferente y en retirada.
- Feliz día del periodista. Hoy y siempre.

Disertación de Carlos Ulanovsky en la charla-debate titulada "Periodismo amenazado: la actualidad profesional desde la mirada de tres generaciones", de la que también participaron Nora Veiras y Luciano Couso. La actividad se realizó el 4 de junio de 2019 en la Plataforma Lavardén (Rosario) en el marco del Día de lxs Periodistas y Trabajadorxs de Prensa.