

Mario Wainfeld, columnista de Página 12

Lo dado siempre es poco

Hay que discutir todo y no conformarse con ser un eco del público, advierte el periodista. Asegura que la prensa está en una etapa fascinante, y recuerda que la mayoría de sus trabajadores ejerce en condiciones precarias.

Por Magdalena Bagliardelli*

Foto: Rocío Fornero

No creo que se puedan defender buenas causas con un vocabulario de 200 palabras”, dispara Mario Wainfeld al reflexionar sobre los desafíos del periodismo para correrse de los modelos dominantes de comunicación, en una etapa que, describe, es de gran avance democrático. “¿En qué sociedad y en qué momento de la sociedad se está discutiendo o está transcurriendo la actividad periodística?”, se pregunta. “Yo creo que en este momento es fascinante hacer periodismo en Argentina. Es un momento de enorme disputa, cosa que todo el mundo ve, y algunos aprueban y otros no. Y otra cosa que se dice menos: la sociedad

argentina es una sociedad que ha avanzado muchísimo en sus niveles de democracia y de información. A eso está poco de moda decirlo; pareciera que por un lado o por otro, siempre hay que decir no”. A 30 años de la instalación democrática, considera que la sociedad se ha vuelto más sofisticada en sus discusiones, en la complejización de su agenda. Antes de ser periodista, Wainfeld se dedicó a la abogacía. Hasta que descubrió en la escritura, el modo más feliz de su militancia. “Agotadas ciertas perspectivas de la vida política”, decidió trabajar en *Página 12*. Los primeros años de la nueva actividad le resultaron muy difíciles. Sin embargo, a pesar de los riesgos, aceptó ser jefe de la sección Política, donde todas las semanas escribe una columna de análisis. “Hace diecisiete, dieciocho años

que trabajo muy bien en esto. A la profesión de abogado la largué sospechosamente rápido. Largué todo y me consagré al periodismo”, cuenta en esta entrevista con **El Cactus**, durante su presencia en el Encuentro Panamericano de Comunicación (UNC) que se hizo en la Escuela de Ciencias de la Información en junio último. **—¿Cómo salir de las agendas que plantean los grandes grupos de medios?** —Para mí hay que discutir discurso, modelo, formato, lenguaje, vocabulario... Yo no creo que se puedan defender buenas causas con un vocabulario de 200 palabras en un medio de difusión. Comunicar supone una amable tensión entre escuchar y entender lo que propone el público y saber que no basta con ser el eco de su propio público. Uno tiene que adelantar cosas, agregar valor a lo que dice

el público. Me lo digo a mí primero y se lo digo al notable, pequeño y aguerrido equipo que tengo en la radio. Si nosotros transmitimos lo mismo que los oyentes nos dicen en las llamadas telefónicas no se entiende para qué nos *garpan*. ¿Para qué me pagan si el oyente llama y emite un discurso y yo después digo lo mismo, más largo? Eso no va...

—¿Cuáles son las condiciones y condicionamientos de la práctica periodística?

—Una de las condiciones más evidentes son las económicas o las relaciones económico-laborales entre los periodistas y los medios en que trabajan. Hay gente que trabaja en condiciones precarias; hay quienes no tienen contrato formal; hay colaboradores que trabajan esporádicamente, y encima reciben pagas muy bajas; hay trabajadores forzados a manejarse en medios con cuya línea editorial no coinciden, porque necesitan sobrevivir, o subsistir... Afortunadamente no es mi caso, y desafortunadamente mi caso es minoritario.

—¿Qué es informar con valor agregado?

—Es fácil decirlo, pero no es sencillo traducirlo. Si desde un programa, un artículo o un diario, se deja al público en el mismo lugar, con los mismos saberes previos, aunque el lector pueda estar complacido, se ha fallado como medio. Hay que agregar información. Aportar nuevos enfoques e incorporar nuevas voces.

El deber de los jóvenes es trascender todo lo que existe.

—¿Cuál es el componente original de *Gente de a pie*, tu programa radial?

—Tengo la suerte de hacer un programa en *Radio Nacional* (Buenos Aires) a las 12.30, una hora buena porque se sale del fragor de las mañanas, del fragor de los diarios. Hay una cantidad de entrevistados que recorren todas las radios. Son muy pertinentes, pero yo no los quiero, ya hablaron. Yo quiero otras cosas. Por ejemplo, casi no entrevistó a dirigentes políticos con cargos públicos. *Gente de a pie* va a personas del común, como nosotros. Son nuestro público y se supone que son nuestros entrevistados. Buscamos ejemplos de luchadores sociales, modelos de vida, personas que han hecho una opción muy difícil. Si

Una excesiva atención a la disputa con Clarín

Se hizo menos de lo necesario

“La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual vino a generar un revoltijo gigantesco, a consagrar cuestiones que muchos demandaban y pedían —reflexionó Mario Wainfeld en su diálogo con **El Cactus**—. La Ley generó una discusión enorme: revalorizó el rol del Estado, el de las radios y los medios de comunicación audiovisuales y luego entró en una esfera de conflictividad en la cual, el conflicto con el grupo Clarín, su judicialización, se comieron mucho. ¿Qué pienso yo ante ese panorama? Que tal vez desde el poder público y desde quienes son aliados al Gobierno, se prestó excesiva atención a la nunca desdeñable e importantísima disputa con el grupo Clarín. Que es uno de los nodos de la Ley, es evidente; había un universo que no puede funcionar sin terminar con la estructura oligopólica, pero se hizo bastante menos de lo que se podía hacer. “El develamiento que se ha producido, es irreversible y es notable. Lo que han podido avanzar los medios comunitarios y los medios públicos, es bastante; han ganado autoestima, han ganado lugar, se discuten cosas que no se discutían. En materia de contenidos se han hecho algunas cosas súper interesantes, que todavía no han encontrado la conjura, o la forma de compatibilizar calidad y rating, en general. “Yo no creo que los medios públicos deban correr en pos del rating, pero deben tener la mayor cantidad de público posible. Si para tener mayor audiencia hay que tener lo de Tinelli, eso no se hace. Pero si yo tengo 6 puntos de rating y puedo tener 8 y no lo hago porque no promociono bien o porque no sé manejar algunos detalles, hay un problema. Creo que los medios públicos han mejorado, que los medios comunitarios tienen más espacio, que el Comfer (Comité Federal de Radiodifusión) ha dejado de ser una institución persecutoria, gendarme de los medios”.

no es porteño ni bonaerense, vale mejor; si es mujer, vale más; si es del interior profundo, vale más; si es migrante de país vecino tiene bonus. Oriento a que busquemos otras organizaciones sociales, en vez de una ya conocida.

—Vos mencionaste que hay que discutir los formatos. ¿Qué le dirías al estudiante de comunicación que por lo general reproduce lo que está en los medios?, ¿cómo encontrar otros formatos?

—Nunca me gusta dar consejos. Yo no estudié Comunicación Social. He leído algunas cosas, puedo decir que soy un autodidacta, entonces me cuesta dar consejos a quienes se inician. Pero creo que el deber de los jóvenes es trascender todo lo que existe. Hace tres o cuatro años fui a una universidad, no sé si no fue acá, y me sorprendí. Solicité que los estudiantes prepararan algún material para abrir la discusión sobre los medios y los chicos hicieron un informe que tenía todos los recursos de 678.

Un informe hecho en la Universidad, con menos recursos; hecho por pibes estudiantes que se bancaba 678 sin ningún problema. Eso me parece muy bien. Ahora, cuando ellos lleguen a comunicar, 678 también va a estar superado; no digo el programa, sino el esquema. No hay que engolosinarse repitiendo lo hecho. Se debe pensar qué crear en la dificultad del trabajo cotidiano que te adocena, te fuerza a dar respuestas veloces. Creo que es difícil, pero hay que tratar de abrir la cabeza y entender que lo dado siempre es poco. En todos los órdenes de la vida, y también en el de informar.

*Licenciada en Comunicación Social (ECI). Maestranda en Antropología (UNC). Miembro del Área de Comunicación Institucional de la ECI.