

dixit

comunicación :: profesión :: conocimiento



REPORTAJE FOTOGRÁFICO EN SOPORTE MULTIMEDIA

Desafíos para la profesión

COMUNICAR LA CIENCIA EN LA ANTIGUA ROMA

Nuevas formas de decir lo dicho

Dixit es la revista universitaria de comunicación que publica desde diciembre de 2006, en versión impresa y digital, la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Católica del Uruguay.

La publicación está orientada a profesionales y académicos de las ciencias humanas en general y de la comunicación en particular.

La línea editorial de dixit propicia la lectura ágil de abordajes rigurosos de la producción teórica en el campo disciplinar de la comunicación, la presentación de resultados de investigaciones y sus aplicaciones a la práctica profesional.

Comité Editorial

Mónica Arzuaga, dirección
marzuaga@ucu.edu.uy
Graciela Rodríguez Milhomens
Carola Kweksilber
Pablo Porciúncula

Consejo Consultivo Editorial

Carolina Aguerre
Universidad de San Andrés, Argentina
María Aparecida Ferrari
Universidade de São Paulo, Brasil
Roberta G. (Becky) Lentz
McGill University, Canadá
Mariluz Restrepo
Universidad Externado de Colombia, Colombia
Mauricio Tolosa
Fundación de la Comunicología, Chile
Xosé Pereira Fariña
Universidad de Santiago de Compostela, España
Andrew Calabrese
University of Colorado, Estados Unidos
John Cheney - Lippold
The University of Michigan, Estados Unidos
Loup Langton
Western Kentucky University, Estados Unidos
Humberto Orozco Barba
ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México
María Teresa Quiroz Velazco
Universidad de Lima, Perú
Alejandra Bretón
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Richard Danta
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
Ana Inés Pepe
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Producción Editorial

Edición **Virginia Arlington**
Asistencia de edición **Betina Gersberg**
Informes especiales **Mariángela Gaiamo**
Corrección **Silvana Tanzi**
Traducción **Lucía Caumont y Camila Díaz**
Diagramación **Gabriela González Zubía**

La revista dixit está indexada e integra el catálogo de la base bibliográfica LATINDEX. Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. <http://www.latindex.unam.mx/>

Política editorial

La revista dixit publica artículos de investigación y análisis, de divulgación y actualización de información y conocimiento científico, profesional y artístico en el campo de la comunicación, así como espacios para presentación de obra de comunicación.

Los artículos de investigación y análisis aportan al conocimiento científico y profesional de la comunicación. Los artículos de revisión y de divulgación presentan el estado actual y puesta al día de conocimientos, metodologías y prácticas de comunicación. Los artículos de obra son los propios de los lenguajes estéticos de la disciplina.

Los artículos de investigación y análisis se publican en las secciones *Desde la academia*, *El arca*, *Enfoque* y *Rapport*. Para los primeros es fundamental su originalidad, así como su relevancia, rigurosidad y aporte a la comunicación, tanto en los aspectos científicos como en los profesionales de la disciplina. *Rapport* prioriza la elección del entrevistado, quien debe ser un académico referente en la disciplina o un profesional de trayectoria en su ejercicio profesional; la entrevista debe permitir el despliegue de cuestionamientos, discusiones y problemáticas que hacen al ejercicio de la profesión y/o a la teorización de la disciplina.

Los artículos de revisión y divulgación profesional se publican en *Emprendedores* y *Paradigmas*. En estas secciones se plasman los dilemas, procesos, riesgos y oportunidades en el ejercicio de la profesión. Además, se prioriza el análisis de productos, proyectos o modos de producir profesionales que valgan la pena ser replicados.

Señas presenta un libro de contenidos novedosos, que representa un aporte significativo al ejercicio profesional o a la discusión teórica disciplinar. La reseña brinda al lector elementos suficientes para decidir su lectura y profundización. *Puño y letra*, por su parte, es una sección orientada a desarrollar la opinión del autor sobre algún tema relevante en comunicación.

Las secciones de obra son *Reflejos*, *Matiz* y *Tramas*. *Reflejos* expone fotografías de autores, de cuidada técnica y con expresión creativa, y comparte palabras del autor sobre su trayectoria y la obra que presenta. En *Matiz* es fundamental el estilo narrativo del autor, que combina la crónica y la literatura. En *Tramas*, se publican productos de ficción (cuentos, poesía, historietas, guiones, etc.), desde un equilibrio estético de la coherencia narrativa y la creatividad.

Normas de publicación

Secciones y extensiones

A continuación se indican las características y extensiones sugeridas (en caracteres con espacios):

El arca: entre 16.000 y 20.000 caracteres.

Enfoque: entre 13.000 y 20.000 caracteres.

Desde la academia: entre 17.000 y 30.000 caracteres.

Rapport: entre 11.500 y 20.000 caracteres.

Emprendedores: entre 8.000 y 14.000 caracteres.

Paradigmas: entre 5.000 y 10.000 caracteres.

Reflejos: entre 1.500 y 2.500 caracteres. Las fotos (mínimo 4, máximo 8) se publican en blanco y negro.

Matiz: entre 4.500 y 5.500 caracteres.

Tramas: entre 2.000 y 3.500 caracteres. En el caso de gráficos: una o dos carillas según el material.

Puño y letra: entre 5.500 y 7.000 caracteres.

Señas: entre 5.000 y 6.000 caracteres.

Datos del autor

Cada artículo y obra irá acompañado del nombre completo del autor (o autores), institución en la que se desempeña y breve currículum vitae (ciudad y año de nacimiento, formación, institución, actividad académica, publicaciones, actividad profesional y correo electrónico).

Manejo de originales y derechos de difusión

La responsabilidad de los contenidos es exclusiva de los autores. La revista se reserva el derecho a realizar modificaciones y correcciones a los originales, de conformidad con los autores. Una vez que el material es enviado y publicado en el formato impreso, los autores ceden los derechos a dixit para publicar y distribuirlo (texto e imagen) electrónicamente, así como para archivarlo y hacerlo accesible en línea.

Cuando los artículos o la obra no sean inéditos, dixit indicará expresamente los datos de su publicación original. Por su parte, los autores podrán distribuir su propio material sin solicitar permiso a revista dixit, siempre que se mencione que la versión original (o en caso de usar una adaptación realizada especialmente para dixit) se encuentra publicada en la revista y que puede encontrarse en:

<http://revistadixit.ucu.edu.uy>

Envío y soporte

Los originales deben remitirse en Word, en letra Times New Roman, tamaño 12 e interlineado simple. Los párrafos no llevarán sangría ni tabuladores y se incluirá una línea de separación entre párrafos. Los trabajos se enviarán por correo electrónico a: dixit@ucu.edu.uy

Fotos e ilustraciones

Los archivos visuales se enviarán en formato JPG con alta resolución de 300 dpi, 25 cm de base y en escala de grises. En caso de no tener el formato indicado podrán consultar en: dixit@ucu.edu.uy

Resúmenes, notas y referencias bibliográficas

Los artículos se enviarán con un resumen que dé cuenta de sus elementos clave. El resumen tendrá un máximo de 120 palabras. Las notas y referencias bibliográficas se colocarán a pie de página, ordenadas por números arábigos. Las citas deben reunir los datos que permitan al lector ubicar la fuente. Al final del artículo debe aparecer la bibliografía completa. Se recomienda utilizar el formato APA. Por mayor información escribir a: dixit@ucu.edu.uy

el arca::

"El arca conserva el conocimiento", *Diccionario de los símbolos*, Jean Chevalier y Alain Gheerbrant. Esta sección presenta estudios sobre comunicación.

enfoque::

Al enfocar se evidencian las perspectivas posibles de un objeto. Esta sección presenta un informe sobre un tema de interés para el campo profesional.

desde la academia::

El término academia se vincula a la agrupación de expertos, de diversas disciplinas, con el fin de producir conocimiento. Esta sección presenta trabajos académicos de comunicación.

rapport::

Significa empatía, la cualidad deseada en un ambiente de entrevista. Es la sección dedicada al diálogo con académicos y profesionales de la comunicación.

emprendedores::

Es emprendedor quien cuenta con iniciativa y capacidad para resolver situaciones nuevas y complejas. Se presenta aquí un emprendedor de la comunicación.

paradigmas::

Un esquema explicativo de la realidad es tan importante como aquel que la cuestiona. Esta sección presenta el análisis de un producto de comunicación.

matiz::

Rasgo que da carácter a un sonido o color. No hay dos matices iguales. Sección que presenta artículos que se distinguen por el estilo particular de escritura.

reflejos::

La fotografía refleja miradas peculiares. Este espacio es dedicado a la fotografía de autor.

señas::

Las señas son rasgos que permiten distinguir o identificar algo. En esta sección se reseñan libros de comunicación.

puño y letra::

En los escritos de puño y letra se reconocen la mano, la caligrafía y el estilo del autor. En dixit es el espacio para los artículos de opinión.

tramas::

Forma en que se entrelazan los tejidos invisibles de los relatos. En este espacio se presentan productos de ficción.



tapa

Montevideo, 5 de julio de 2009. Foto Mana.



el arca 04-12

La crónica policial en los informativos de televisión
Por Leonardo Silvera y Martín Natalevich.

señas 13

Los comienzos de la fotografía en Uruguay
Por Mariángela Giaimo.

enfoque 14-23

Reportaje fotográfico en soporte multimedia
Por Pablo Porciúncula.

rapport 24-33

"Un comunicador nunca puede ser ingenuo respecto a los impactos en el uso de Internet"
Entrevista a Carolina Aguerre
Por Carola Kweksilber.

desde la academia 34-39

Comunicar la ciencia en la antigua Roma: nuevas formas de decir lo dicho
Por Amalia Lejavitzer L.

emprendedores 40-43

María Cristina Dutto:: Entre el texto y la imprenta
Por Betina Gersberg.

paradigmas 44-48

Kidbox, un mundo feliz en Internet
Por Betina Gersberg.

dixit:: expresión latina que significa "lo dijo", "ha dicho".

dixit n.º 16 :: junio 2012

Licenciatura en Comunicación Social
Facultad de Ciencias Humanas
Universidad Católica del Uruguay

reflejos 49-54

Fotografía de Marcelo Isarrualde

tramas 55

Ilustración
Por Josefina Cúneo.



matiz 56-59

En el fondo, un piano
Por Silvia Soler.

Colaboraron en este número Gabriel Cousté, Mana.

Revista dixit online <http://revistadixit.ucu.edu.uy>
dixit@ucu.edu.uy

El contenido de los artículos y obra es responsabilidad de los autores.

dixit. Comunicación. Profesión. Conocimiento.
Universidad Católica del Uruguay. Av. 8 de Octubre 2738,
Montevideo. Tel. 2487 2717.

Revista de distribución gratuita registrada ante el MEC a los efectos del art. 4º de la Ley N° 16.099, n° de registro 2135/07, Tomo XV, Foja 47.

Impreso y encuadernado en Mastergraf srl. Depósito legal 340.585.

Comisión del Papel. Edición amparada al Decreto 218/96.
Periodicidad: 2 fascículos al año.





La crónica policial en los informativos de televisión

Por Leonardo Silvera y Martín Natalevich
Foto Pablo Porciúncula

RESUMEN

El debate público sobre la seguridad ciudadana en Uruguay ha sido hasta ahora espacio exclusivo de argumentos político partidarios. Hay quienes citan cifras para ponderar o menospreciar un estado de situación. Y hay quienes aluden al "sentimiento de la gente" para describir "la realidad". Salir de esa lógica y buscar otras áreas en las que mirar este debate es tarea de este artículo.¹ De hecho, el universo de la crónica policial en la televisión implica una mirada poco investigada² y, a la vez, blanco de varias críticas. Importa entonces analizar los criterios con los que son elegidas las noticias policiales, la manera en que se reconstruyen los hechos, el enfoque con que se editan y presentan, el espacio que ocupa y su jerarquización. Una visión que toma al noticiero como un mundo posible y al suceso transformado en noticia como una construcción cultural.

Palabras clave: seguridad ciudadana, crónica policial, noticiero, construcción cultural

ABSTRACT

So far, the public debate on public safety in Uruguay has exclusively been part of political party discussion. Some quote statistics to ponder or undermine the status quo. Others refer to "the people's sentiment" to describe "reality". The objective of this article is to escape that logic and search for other areas from which to look at this debate. In fact, the universe of television's chronicle on police reports is seldom investigated, yet a target of criticism. Therefore, it is relevant to analyze the criteria with which police news is chosen, the way in which facts are reconstructed, the approach with which they are edited and presented, the space they occupy and their hierarchy. An outlook that takes the newscast as a plausible world and the event turned into a piece of news as a cultural construction.

Key words: *Public safety, chronicle police reports, newscast, cultural construction.*

Foto: periodistas entrevistan a una abogada defensora, en la puerta de un juzgado de Montevideo. Marzo, 2012.

1::

El artículo se basa en la memoria de grado de Martín Natalevich y Leonardo Silvera: *Disparando noticias. Estudio sobre el tratamiento informativo de la crónica policial televisiva en Uruguay*, Universidad Católica del Uruguay, 2011.

This article is based on Martin Natalevich and Leonardo Silvera's senior thesis: Shooting news stories. A study on the newscast treatment of the chronicle on police reports in Uruguay, Universidad Católica del Uruguay, 2011.

2::

El estudio de Luciano Álvarez, *Los héroes de la siete y media*, y el de Darío Klein, *Tinta Roja*, son de las pocas referencias académicas que encontramos en Uruguay. Ambos tienen más de 20 años de publicados.

Luciano Alvarez's study, The heroes of seven and a half, and Darío Klein's, Red Ink, are some of the few academic references we found in Uruguay. Both studies were published over twenty years ago.

La crónica en la mira

“No podemos seguir en este mundo en que los noticieros son nada más que perfectos resúmenes de catástrofes donde solo se muestra el accidente y no se muestra jamás lo que se está construyendo”.³ La descripción resulta conocida. En Uruguay trasciende los signos políticos y los colores partidarios. Solo basta con ir un poco más de 25 años atrás para encontrarse, el 19 de mayo de 1986, con esta declaración de Julio María Sanguinetti, dos veces presidente de la República.

Actores políticos tan distantes ideológicamente como Sanguinetti y Tabaré Vázquez no han dudado en comunicar su percepción sobre los informativos como portadores de la desgracia ajena.

“Lo que sí ha aumentado, uruguayas y uruguayos, y de manera exponencial, es la cantidad de crónicas policiales. Algunas de ellas, sencillamente repulsivas para los lectores, la audiencia y la teleaudiencia y denigrantes del oficio periodístico. Sé que mañana este va a ser el titular. Pero no hay novedad, yo dije que no iba a haber novedades. Todos sabemos que la naturaleza humana no es transparente. No se trata de pintar la realidad de color rosa, o describirla como si fuera una novelita de Corín Tellado. Pero es repugnante convertir el dolor ajeno o el propio en espectáculo, negocio o campaña política. Es repugnante”.⁴

Las palabras de Vázquez, pronunciadas en el marco de una Rendición de Cuentas en la localidad de Zapicán, departamento de Lavalleja, en una de sus últimas giras por el interior junto a su gabinete, es otra muestra de la práctica de toda administración de quejarse de la “imagen deformada de la realidad” que supuestamente entregan los medios masivos. Este intento por definir

la naturaleza ontológica del informativo carga, en este caso específico, con tres premisas que, sujetas a revisión, pueden transformarse en debates de interés. A saber: que los informativos de televisión entregan una imagen de la realidad, que esa imagen es deforme y que hay una búsqueda intencional por encontrar esa deformidad.

El espejo empañado

Definir al noticiero de manera amplia es interpretar su vínculo con la realidad. Según el periodista catalán, Salvador Alsius, los medios de comunicación están dando razón a quienes creen que no existe una única realidad, sino lo que se conoce de ella a través de la percepción. “Esta idea se concentra actualmente en una frase cada vez más repetida: 'aquello que no sale en televisión no existe'. O, si existe, se podría apostillar, es como si no existiera”.⁵ Para el periodista lo que cuenta, y cada vez más, es una “nueva realidad de carácter mediático”⁶ que bien puede superponerse a una supuesta realidad primigenia, complementarla o, incluso, suplantarla.

Sobre este punto abundan dos posturas básicas. La más radical, desde una perspectiva filosófica, es “estar convencido de que nada es cognoscible a través de la televisión”,⁷ aquello que Platón 25 siglos atrás situaba en una caverna. Una segunda postura, quizás más optimista e incorporada socialmente, es la de catalogar a los medios de comunicación —y especialmente a la televisión— como un espejo. De esta manera, el medio televisivo adoptaría las propiedades del espejo y reflejaría una realidad exterior indiscutible.

En este artículo se recorre un camino intermedio. Ciertamente el espejo puede estar empañado, como

3::

Julio María Sanguinetti citado por Luciano Álvarez: *Los héroes de las siete y media*, Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH), Ediciones de la Banda Oriental, SRL, Montevideo, 1988, p. 165.

4::

Web de la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República: *El presidente desde Zapicán. "Uruguay es nuestra casa, cuidarlo es responsabilidad de todos"*, «http://archivo.presidencia.gub.uy/_web/noticias/2009/10/2009100604.htm» (19 de marzo de 2012).

5::

Salvador Alsius: *Catorce dudas sobre periodismo en televisión*, Editorial CIMS, Barcelona, 1997, p. 26

6::

ibidem.

7::

ibidem.

suele suceder cuando no se mantiene una distancia prudencial. Lo mismo puede ocurrirle al periodista que, en proximidad con su material de trabajo, puede devolver una imagen contaminada con su propio aliento, pero que a la hora de la emisión tendrá diferencias imperceptibles para la audiencia.

¿Por qué es posible definir el noticiero como un espejo empañado? Una mirada desde las teorías de la comunicación ve al informativo como un discurso. “Una situación comunicativa en la cual el contenido expresado no cumple un mensaje informativo sino un complejo textual”.⁸ El punto de partida del modelo semiótico enunciacional, al cual remite la cita anterior, consiste en aceptar que la comunicación a través de los medios nunca produce una relación directa, cara a cara, sino que se produce a través del texto.

La exploración de las relaciones entre este texto y sus unidades temáticas (la noticia) con la realidad conduce a recalar en la conocida idea de “construcción social de la realidad”, que plantearon Peter Berger y Thomas Luckmann en los años setenta. Convertir un suceso social en una noticia es una decisión cargada de intencionalidad en la que hay, necesariamente, un proceso de selección y jerarquización entre cientos de *inputs* informativos posibles que todos los días llegan a las redacciones. Esa selección permite hablar de la construcción de una agenda informativa que está presente en todos los medios de comunicación y, fundamentalmente, en aquellos de carácter periodístico.

Para el periodista Darío Klein, el peso de la agenda tiene una decisoria influencia sobre el público. “Cuanto más espacio dedicado a información policial o a un caso policial en especial brinden los diarios en general,

mayor será la magnitud que le otorgarán los lectores al tema”,⁹ afirma en su estudio. Pero es en el ámbito televisivo, por encima de cualquier otro medio de comunicación, en el que se agudiza esta situación. Así lo reflejan Sibila Camps y Luis Pazos en un libro que analiza la cobertura televisiva de casos policiales y judiciales en Argentina. “Los medios de comunicación son el escenario donde, en el mundo de hoy, se debaten los asuntos públicos. Y cuando la cuestión judicial es un asunto público importante, también se debate por televisión”.¹⁰

Un mundo posible

Esa agenda informativa resulta coincidente en los noticieros de televisión uruguaya. Sin embargo, es frecuente encontrar dos versiones contradictorias sobre un mismo suceso. Las diferentes narraciones legitiman la posibilidad de pensar en el noticiero como una construcción cultural cuya enunciación siempre imprime un sentido ideológico. En *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual*, Marcela Farré plantea que el noticiero representa una ficción cognoscitiva que permite acceder no directamente al mundo, pero sí a una interpretación plausible de él.

En este sentido, Farré define al noticiero como una narración “porque su acción es la de contar noticias” y el sentido de esa narración es “afirmar la verdad”.¹¹

Pero, por otro lado, cada noticia es una narración que asume un orden para las acciones sobre las que se informa. “Estudiar la narración en el noticiero tiene el objetivo de conocer cómo se organizan los elementos para presentar una ordenación del mundo: saber ver la información es poseer una versión parcial de la realidad o de un mundo posible”.¹²

8:: Giovanni Mannetti: “Los modelos comunicativos y la relación texto-lector en la semiótica interpretativa”, en Roberto Grandi, *Texto y contexto en los medios de comunicación*, Barcelona, Bosch, 1995, p. 73-77.

9:: Darío Klein: *Tinta roja: efectos de la crónica policial en Uruguay*, Rubendub, Montevideo, 1994, p. 86.

10:: Sibila Camps y Luis Pazos: *Justicia y Televisión. La sociedad dicta sentencia*, Libros Perfil, Buenos Aires, 1999, p. 35.

11:: Marcela Farré: *El noticiero como mundo posible*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2004, p. 33.

12:: Ibidem.

Esta teoría permite tomar los distintos modos de narrar el mundo como aproximaciones reales a él que, no obstante, no pueden contenerlo en modo alguno. Narrar la realidad no es reproducir la realidad. “La imposibilidad de transcribir la realidad —no lo real— más que por descripciones parciales permite explicar el noticiero también como una versión más o menos aproximada a los verdaderos acontecimientos de los que se informa”.¹³ Algunos periodistas experimentan esta teoría diariamente en el campo profesional: “A veces te presentan situaciones que vos decís ‘no puede ser así’, por una razón lógica o de análisis mínimo de situación y de tiempos o locaciones. Y después de eso se construye una historia que no es necesariamente como sucedió. La crónica policial tiene ese gran defecto. Muchas veces hay una gran historia que no necesariamente se corresponde con la realidad”.¹⁴

Si entonces, como afirma Luciano Álvarez, “la realidad es un tejido de procesos en desarrollo, mientras que el periodismo televisado está organizado para narrar un mundo atomizado en millones de pequeñas historias, de anécdotas y pequeños acontecimientos”,¹⁵ está planteada esta interrogante: ¿Qué mundo atomizado y posible están narrando los informativos de televisión uruguaya en la crónica policial? Un análisis de contenido de 434 noticias policiales emitidas por los informativos centrales de los canales 4, 10 y 12 en agosto de 2010 y una decena de entrevistas¹⁶ brindaron algunas claves para aproximarse al tema.

La falta de articulación de criterios establecidos desde la propia dirección de los informativos, en cuanto a la cobertura de policiales, es uno de los rasgos más sobresalientes cuando se compara lo que piensa el responsable del producto, con la tarea que el periodista

cree que debe cumplir. La política institucional, la línea editorial en cuanto a lo que es admisible y lo que está restringido en la cobertura de policiales, está determinada inequívocamente por el modelo de conducción de los máximos responsables del informativo. Solo se recuerda lo que la ley prohíbe —revelar la identidad de primarios y de menores— cada vez que no se cumple con la norma. Aunque las desviaciones de este tipo son excepcionales.

Los periodistas especializados revelan algunos de los criterios que se emplean para la cobertura y la selección en el momento de la emisión: “Generalmente, por lógica, se busca lo que tiene más audiencia, más *rating*, más popularidad, que a la gente le llega más”.¹⁷

“Nosotros no hacemos el noticiero para nosotros. Nosotros hacemos el noticiero porque hay gente que se quiere informar. Y a medida que vas viendo qué es lo que a la gente le interesa y lo que quiere ver, tratamos —como en un restaurante— de acomodar el menú”.¹⁸

Un reportero de larga trayectoria coincidía en cuanto a que la prioridad que se le da a Policiales está fuertemente determinada por el perfil del jefe de noticieros “quien se guía por lo caliente que queda la pantalla” en ese segmento.

Otros cronistas sostienen que es “imposible” hacer una cobertura que abarque todos los sucesos policiales del día, por lo que escoge según el criterio de “gravedad e interés”.¹⁹ Pero el periodista advierte que esos son sus criterios, mas no los del informativo para el que trabaja. En efecto, el noticiero no tiene criterios “pre-establecidos”, como decir: “vamos a un accidente si hay heridos o muertos”. Aparentemente hay un orden

13::
Ibidem, p. 101.

14::
Natalevich y Silvera: o. cit., p. 24.

15::
Álvarez: o. cit. p. 107.

16::
Las entrevistas se realizaron con los máximos responsables de los informativos privados de aquel momento y con los periodistas que estaban dedicados a la crónica policial.

17::
Natalevich y Silvera: o. cit., p. 68.

18::
Ibidem, p. 106.

19::
Ibidem, p. 87.



que responde a esta mecánica: primero se cubren los hechos y luego hay una evaluación. “Se va a un accidente y si no reviste gravedad quizás no salga. La gravedad y la espectacularidad no están dadas por el número de víctimas o no. Puede haber un accidente en el que no haya víctimas, pero que pueda ser espectacular desde el punto de vista de la imagen”.²⁰

Aunque el discurso hegemónico que repiten quienes están en puestos de decisión de los noticieros sea de ecuanimidad y mesura (“la noticia policial se pondera de la misma forma que cualquier otra y su jerarquización dentro del noticiero responde a criterios estrictamente periodísticos”, dirán), lo cierto es que la crónica policial tiene una serie de privilegios respecto al resto de la información. Cuenta con cronistas especializados y designados para el área. Esos periodistas suelen figurar dentro de los personajes destacados del noticiero junto con los presentadores y los cronistas de

deportes. Ellos reconocen que no se les pide determinada cantidad de minutos para llenar, sin embargo afirman que el segmento Policiales ocupa un lugar principal en la escaleta de sus noticieros. “En el 4 los policiales tienen una cabida más importante a partir de que el noticiero es el más largo y porque apunta a hacer lo que sabe que los demás no van a hacer: dedicar los primeros minutos a todo el tema policial, como emblema, como mascarón de proa”.²¹

El análisis de contenidos realizado sobre la emisión de agosto del 2010 reveló que *Telemundo*, *Subrayado* y *Telenoche* le asignan a las noticias policiales un lugar de preponderancia frente a otro tipo de información. Así lo deja ver el destaque continuo que propicia su integración permanente a los titulares del informativo. Salvo contadas excepciones, siempre aparecen entre la selección de las supuestas informaciones más importantes del día. “Todas las noches les decimos qué es lo

Composición a partir de capturas de pantalla de los noticieros emitidos en horario central por los canales locales 4, 5, 10 y 12, el 4 de abril de 2012. Se seleccionaron imágenes de las noticias policiales. Canal 5 no emitió imágenes de noticias policiales.

20::
Ibidem, p. 88.

21::
Ibidem, p. 106.

Martín Natalevich::
(Montevideo, 1985)
es licenciado en
Comunicación Social por
la Universidad Católica del
Uruguay. Actualmente se
desempeña como
asistente de investigación
en la misma universidad.
Fue periodista en *TNU*
Noticias y en el diario
Últimas Noticias.
martin.natalevich@gmail.
com

más importante que pasó en el mundo”.²² En la mayoría de las ocasiones también aparecen en la apertura del informativo, en segmentos claramente diferenciados. Pueden resonar con facilidad expresiones como “vamos al capítulo policial”, “vamos a la escena policial” o “seguimos en la crónica policial”, entre las frases que los presentadores utilizan para hablar de esta información, como si fuera diferente al resto de los hechos nacionales.

También se suele utilizar la información policial como gancho: “más adelante en esta edición le traemos el trágico caso de...”. Esta es una práctica habitual en *Telenoche* que es el noticiero que le asigna mayor preponderancia a la información policial. Además de contener los elementos ya mencionados, su tiempo de cobertura abarca prácticamente las 24 horas²³ y realiza móviles en vivo con frecuencia, desde el lugar de los hechos. En *Telenoche* las noticias policiales son anunciadas y destacadas —mediante la modalidad de avances— y son reiteradas dentro de una misma edición informativa. En agosto de 2010 se contabilizaron 39 casos en el que una noticia fue reiterada, luego de haber sido emitida en la misma edición del informativo.

El sociólogo Rafael Paternain sostiene que los noticieros construyen una secuencia que consiste en tomar un hecho policial —cotidiano— y convertirlo en el suceso del día. El sociólogo explica que esta secuencia transforma a la noticia aislada en parte de un modelo, que luego se repite. Esa noticia “repetida” pasa a ser el tema de todo el informativo y “permite tener un efecto reenganche sobre el noticiero”. Para el especialista es “una estrategia muy clara” y “el arranque es inexorable: marca muy claramente la agenda de dónde están los temas”.²⁴

Como un escenario

La búsqueda de la espectacularidad es uno de los objetivos que subyace del análisis de la presentación de las noticias y de los elementos sintácticos y semánticos que forman parte del relato audiovisual. “¿Hasta qué punto son lícitos todos los tratamientos que se ofrecen hoy para hacer más espectacular la información, si de alguna manera estos tratamientos suponen una distorsión de la realidad?”,²⁵ se pregunta Cebrián Herreros. La respuesta exige una distinción importante: presumimos que no se trata de manipulaciones intencionadas de los contenidos, sino de los tratamientos para hacer más atractiva la información. En todo caso, implica cuestionar aquellos tratamientos orientados a una mayor adecuación de las exigencias espectaculares de la televisión que, de alguna manera, suponen algún grado de deformación de los propios contenidos.

El origen etimológico del adjetivo “espectacular” lo encontramos en el sustantivo latino *spectaculum* que, a su vez, deriva del verbo *spectare* ('contemplar', 'mirar'). No es extraño entonces que el uso común del lenguaje asocie esa condición visual en estricto vínculo con una instancia de expresión artística presencial. Justamente el espectáculo está para ser visto, está para ser mirado. Y, en una sociedad capitalista, el espectáculo, lo que se ve, está para ser consumido. Sin embargo, es cuestionable la validez periodística de presentar y describir un accidente o un incendio como de “dimensiones espectaculares”, y hacer de esa fórmula una práctica común entre quienes narran estas noticias.

Los tres informativos emplean un lenguaje que busca dramatizar y que delimita roles actanciales propios de

22::
Ibidem, p. 87.

23::
La “cámara nocturna” registraba los sucesos delictivos ocurridos durante la noche, franja horaria en la que ningún otro informativo tiene una guardia.

24::
Natalevich y Silvera: o. cit., p. 130.

25::
Mariano Cebrián Herreros: *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*, Gedisa, Barcelona, 2004, p. 43.

la ficción al establecer dicotomías entre personajes “buenos y malos”. Mediante calificaciones a los sujetos de la noticia y a la repetición, se construyen arquetipos de personajes que pasan a formar parte de la crónica policial. En algunos casos, esto genera un segundo nivel del discurso, el modélico, que se aplica disociando a la persona real del personaje, y que tiene una lógica de funcionamiento propia e inmutable. En la televisión aparece de esta manera: “bandas de adolescentes que cometen decenas de rapiñas por semana en distintos puntos de la ciudad”.²⁶ “La idea de que el delincuente es irrecuperable, la obsesión con el tema del menor, el robo que se da en el espacio público o la idea de transformar la violencia interpersonal o del hogar en un problema pasional: son claves muy machistas, muy rectoramente machistas. Y, sobre todo, para mí el eje central, quizás más preocupante desde un punto de vista sociopolítico, es la demonización de la juventud”,²⁷ explica Paternain.

Los tres informativos abundan en adjetivos, valoraciones, opiniones, calificativos en la narración de la noticia, al tiempo que construyen una secuenciación de los hechos.

Frecuentemente las noticias tienen su explicación mediante presunciones de lo que pudo causar el hecho o de lo que podría haber pasado, siempre aludiendo al peor escenario posible. Esa explicación hipotética del suceso queda sumida en un limbo en el que cualquier posibilidad puede ser tomada como cierta. A esto contribuyen los testimonios, utilizados para dar sensaciones sobre lo ocurrido y no para ayudar a entender qué pasó o por qué. De esta manera, el testimonio se acerca más a una caja de resonancia del sentir popular que a una fuente de información.

En la mayoría de las ocasiones, el testimonio es utilizado para justificar la importancia asignada al hecho policial; el testigo o la víctima es la prueba principal que tiene el noticiero de que “esto le importa y preocupa a la gente”, tal como lo explican sus responsables. Más aún, le añade una carga vivencial y, por momentos, trágica y dramática que contribuye a la búsqueda de la espectacularidad: una apelación a las sensaciones.

La elección del testimonio, a su vez, suele partir de una discriminación socio-cultural. En los últimos años, en Montevideo se invirtieron las zonas donde se cometen mayor cantidad de hurtos: el traslado se dio desde las zonas noroeste (desde la periferia), hacia los barrios que están en la parte sureste de la ciudad.²⁸ Sin embargo, el perfil de quienes aparecen en pantalla brindando su testimonio es siempre el mismo. Paternain sostiene que los medios tienen “barreras con las clases bajas que no tienen con las medias y altas”. En este sentido, conceptualiza la difusión de las noticias de delitos como “un proceso esencialmente estigmatizador y discriminador”.

La narración también contiene la edición de imagen y sonido con la misma búsqueda de sentido dramático. Los tres noticieros utilizan imágenes específicas: planos detalle de objetos en incendios, cadáveres, sangre, heridos y personas que lloran. Además se utilizan recursos propios de la ficción y el docudrama al colocar imágenes recreadas o simuladas en casos en que no hay tomas reales de los hechos. En la mayoría de los casos, estas imágenes tienen un sentido dramático antes que explicativo. Pero cuando las imágenes, los testimonios y los adjetivos no alcanzan se acude a la música para terminar de reforzar el “combo dramáti-

Leonardo Silvera::
(Cerro Largo, 1983)
es licenciado en
Comunicación Social por la
Universidad Católica del
Uruguay. Fue productor
periodístico en FM del Sol,
coordinador de
programación en radio
Oriental e informativista
en radio Montecarlo.
Actualmente se
desempeña como
periodista en *Telemundo*,
Canal 12.
lsilvera@ucu.edu.uy

26::
Natalevich y Silvera: o. cit., p. 121.

27::
Ibidem, p. 131.

28::
Rafael Paternain: “Violencia,
delitos e inseguridades en el
Uruguay democrático”, Programa
Seguridad y Ciudadanía, Flacso-
Chile, documento electrónico n.º 3,
2010.

co". *Telenoche* es el único informativo en que la música agregada al relato es una característica permanente de la narración policial, en general son violines que terminan por dar el ambiente que se busca.

La decisión de formular un tratamiento informativo de este tipo alimenta la creencia en que los medios de comunicación contribuyen a plasmar una sensación de inseguridad latente. "Sobre la realidad, los medios establecen toda una serie de operativos de selección, de escenificación, de dramatización, de representatividad, de énfasis, que lo que hacen es colocar o reproducir aquello que ya existía. Lo amplifican y lo llevan a una proporción 'x', podríamos llamarlo, sobre realidad añadida, le podríamos dar los nombres que quieran. Pero que terminan generando un efecto social claro"²⁹.

Este conjunto de decisiones conscientes que toman los periodistas y directivos, en detrimento de otras opciones, configuran al producto de manera tal que ofrece una determinada visión del mundo. Así es como cada noticiero construye una mirada parcial de la realidad, "un mundo posible" desde el que se dicen las noticias al servicio de los intereses específicos que cada informativo tiene como actor social.

Ante este escenario queda la incógnita de los efectos que este tratamiento informativo genera en la audiencia. En Uruguay no existen organismos que se dediquen al control de la calidad informativa. No hay, por ejemplo, colegiados de periodistas que, como en cualquier otra profesión, puedan intervenir cuando una práctica está fuera de lugar.

Sería estimulante replantear el debate sobre la validez de algunos abordajes de lo noticioso. Si la cuestión es

quién define la validez de las prácticas periodísticas que determinan la calidad informativa, se podría mirar el ejemplo de algunos noticieros en países tan disímiles como Estados Unidos, Alemania y Brasil, donde los delitos contra la propiedad no son portada ni destacados del día, y en donde las noticias policiales son consideradas para su emisión en función de su contexto, impacto y relevancia social. ■■

Referencias bibliográficas

- Alsius, Salvador: *Catorce dudas sobre periodismo en televisión*, Editorial CIMS, Barcelona, 1997.
- Álvarez, Luciano: *Los héroes de las siete y media*, Centro Latinoamericano de Economía Humana, CLAEH, Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo, 1988.
- Camps, Sibila y Pazos, Luis: *Justicia y Televisión. La sociedad dicta sentencia*, Libros Perfil, Buenos Aires, 1999.
- Cebrián Herreros, Mariano: *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*, Gedisa, Barcelona, 2004, p. 43.
- Farré, Marcela: *El noticiero como mundo posible*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2004.
- Klein, Darío: *Tinta roja: efectos de la crónica policial en Uruguay*, Rosebud, Montevideo, 1994.
- Mannetti, Giovanni: "Los modelos comunicativos y la relación texto-lector en la semiótica interpretativa", en Grandi, Roberto, *Texto y contexto en los medios de comunicación*, Bosch, Barcelona, 1995.
- Natalevich, Martín y Silvera, Leonardo: *Disparando noticias. Estudio sobre el tratamiento informativo de la crónica policial televisiva en Uruguay* [memoria de grado], Universidad Católica del Uruguay, 2011.
- Paternain, Rafael: "Violencia, delitos e inseguridades en el Uruguay democrático", Programa Seguridad y Ciudadanía, Flacso-Chile, documento electrónico n.º 3, 2010.

29::

Entrevista a Rafael Paternain en
Natalevich y Silvera, L.
o. cit., p. 132.



Los comienzos de la fotografía en Uruguay

Por Mariángela Giaimo

Título:: *Fotografía en Uruguay. Historia y usos sociales 1840-1930*

Autor:: Magdalena Broquetas (coord.), Mauricio Bruno, Clara von Sanden e Isabel Wschebor

Editorial:: Centro de Fotografía (Intendencia de Montevideo)

Año:: 2011

La importancia de este libro radica en varios motivos. El primero consiste en su belleza como objeto, fruto de una cuidadosa edición gráfica de 290 imágenes. El segundo, en que su contenido es inédito para el estudio de la fotografía en Uruguay y aporta un profundo análisis de esta práctica; el tercero es que su contribución se da en el entrecruzamiento de miradas disciplinarias con una apuesta al enriquecimiento del estudio de las imágenes.*

Desde una perspectiva de divulgación para un público no especializado en el tema, este trabajo desarrolla las características de la introducción y extensión de la fotografía. Abarca de 1840 a 1930 con el análisis de fotografías de la Biblioteca Nacional, el Museo Histórico Nacional, el Archivo Nacional de la Imagen (Sodre) y el Centro de Fotografía (Intendencia de Montevideo).

Se relevaron los principales reservorios de fotografías, se analizó la bibliografía local e internacional al respecto y se consultaron diversas fuentes periodísticas, todo ello para contextualizar el trabajo. Se incluye además un glosario de términos, un anexo con información de los archivos fotográficos analizados y una línea de tiempo.

Cada capítulo implica un acercamiento diferente a la fotografía. El capítulo 1 plantea la llegada del daguerrotipo.¹ Si bien al principio este fue una *novedad*, luego comenzó a imitar a las imágenes pictóricas. En

el capítulo 2 se desarrolla la evolución del retrato fotográfico y su función de legitimación para las clases altas, así como negocio para sus realizadores. En el capítulo 3 se evidencia la intencionalidad de una fotografía bélica para la construcción de la iconografía de un sector de la sociedad. En el capítulo 4 se explica la transformación de la fotografía amateur a grupos de aficionados. El capítulo 5, a su vez, analiza las imágenes fijas como diagnóstico clínico, y evidencia cómo la fotografía constituyó una forma de crear una comunidad científica.

La incorporación de imágenes en los medios de prensa se analiza en el capítulo 6: “la instantaneidad’ en la toma y la ‘inmediatez’ en el envío y reproducción de imágenes pasaron a ser atributos explotados por quienes definían la línea editorial y valorados por el público lector”.² En el 7, el abordaje cambia hacia el uso de la fotografía como sistema de control y vigilancia. La policía comenzó a utilizarla en sus archivos como instrumento de identificación de la criminalidad: ya sea de los delincuentes o de las prostitutas. En el último capítulo se muestra su utilidad para la construcción de una identidad nacional “moderna” y pujante en tiempos del Centenario.

Este libro implica una reflexión sobre las imágenes visuales como parte de una interacción de las personas, la ideología y los objetos. ■■

*Además del libro se realizó una exposición en el Atrio de la Intendencia en el marco del Festival internacional Fotograma-11.

Mariángela Giaimo:: (Montevideo, 1975) es doctoranda en Ciencias Sociales por la Universidad General Sarmiento-Ides, Buenos Aires, y licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay (UCU). En 2003 obtuvo una beca de investigación en la Universidad de Bologna, bajo la tutoría de Roberto Grandi. Es profesora de Teorías de la Comunicación en UCU y periodista del semanario *Brecha*. mariagiaino@gmail.com

1::
Daguerrotipo: placa de cobre recubierta con plata sensibilizada con vapores de yodo. Una vez expuesta o revelada se convierte en una imagen única que puede verse como negativo o positivo. En 1839 Louis Jacques M. N. P. Daguerre inventó el primer procedimiento fotográfico comercializado. Al principio, el término fue utilizado como sinónimo de la técnica o la cámara.

2::
Magdalena Broquetas (Coord.) (2011): *Fotografía en Uruguay. Historia y usos sociales 1840-1930*, Montevideo, Centro de Fotografía, 2011, p. 161.



Reportaje fotográfico en soporte multimedia

Texto y fotos Pablo Porciúncula

RESUMEN

Concebir reportajes fotográficos en soportes multimedia plantea nuevos desafíos para los fotógrafos. Hay que aprehender nuevos lenguajes y formarse en ellos. Es necesario incursionar en el mundo audiovisual y, sobre todo, mantener en la fotografía la esencia de la narración.

Palabras clave: fotografía, reportajes, soportes multimedia.

ABSTRACT

Conceiving multimedia photo reports poses new challenges for photographers. New languages must be apprehended and learnt. It is necessary to venture into the audiovisual world and, above all, maintaining the essence of story-telling in photography.

Key words: photography, reports, multimedia.

Historias en imágenes

“Siento que las fotos del estilo que yo hago, con ese sentimiento del mundo, cada vez interesan menos a las editoriales, a los periódicos y a las revistas”. Con estas palabras la fotógrafa estadounidense Susan Meiselas daba cuenta de sus motivaciones para dirigir un taller de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, destinado a 12 fotorreporteros de América Latina, en Buenos Aires, durante octubre de 2005.

Más de seis años después, han surgido diversos productos fotográficos que se apoyan en las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías. Este desarrollo tuvo que ver con la preocupación de los propios fotógrafos, pero también con la crisis que no solo impactó en la fotografía de prensa y del reportaje en particular, sino también en la prensa en su conjunto.

La relatora del taller, María Mansilla,¹ agregó: “Los medios han mostrado todo cuanto podían dar, la alternativa a permanecer de brazos cruzados lamentando el tiempo pasado es la de tomar la iniciativa de batallar las historias que como fotógrafos deseamos contar y mirar la Internet como una esperanza”.

Contra cualquier pronóstico, la imagen se vio fortalecida, e incluso desplazó a la palabra. Así, las “agencias internacionales –todas– son imagen o no son”, concluyó entre sus resultados una encuesta a nivel global realizada por la Agence France Presse (AFP) y presentada por su director para América Latina, Francis Kohn, durante una reunión con periodistas en marzo de 2010.

Si alguno de los fotógrafos que participamos en el taller de Meiselas hizo una lectura distraída de “la Internet como esperanza”, pudo haber concluido que la cuestión pasaba por un simple cambio de soporte. Es decir: seguir haciendo más de lo mismo, pero ahora colgándolo en Internet.

Sin embargo, este nuevo escenario tiene sus propias reglas y nos obliga a zambullirnos, sin perder la esencia del reportaje, en nuevos hábitos de trabajo y lenguajes, para los cuales, en general, los fotógrafos no nos hemos preparado. La cuota de esperanza que la red aporta para el desarrollo de reportajes es proporcional al desafío que implica para los reporteros gráficos.

La luz hecha noticia

La relación con las imágenes no es exclusiva de los fotógrafos. Cada vez más los periodistas de la palabra están obligados a trabajar con ellas, cuando no, a producirlas. Incluyo en “periodistas de la palabra” a quienes trabajan en prensa escrita y radio. En Uruguay es habitual que estos profesionales registren con fotos y videos, que luego usan en las páginas web de sus respectivos medios.

La tecnología con la que actualmente cuentan las cámaras ayuda a superar algunos obstáculos que plantea la técnica básica (foco, medición de luz, etc.). Esto crea la ilusión de que con saber obturar alcanza para conseguir una foto que informe sobre un evento. Y a veces, efectivamente, se logra. Pero es fundamental conocer las herramientas técnicas y manejarlas correctamente para obtener una buena foto que tenga menos

1:: María Mansilla, periodista argentina, realizó la relatoria para la Fundación Nuevo Periodismo. El trabajo titulado “No hay caminos en el mar” puede leerse en *Sala de Prensa*, n.º 119, setiembre 2009, año XI, vol. 5, «<http://salade prensa.org/art882.htm>» (12.4.12).

2::

Los ejemplos en esta materia abundan en la prensa nacional, incluso en los diarios. Ilustraré con un ejemplo del día 26 de noviembre de 2010, en el sitio «www.espectador.com.uy». Allí se daba cuenta de la noticia de que por primera vez en Uruguay una mujer asumía la Presidencia. En la foto aparecía el presidente José Mujica muy abrigado, leyendo un diario, en un avión. El día que Mujica viajó y entregó el cargo a la senadora Lucía Topolansky —de quien no había foto— fue uno de los más calurosos del mes, y el presidente vestía acorde a la temperatura del momento como se pudo ver en la televisión. La decisión visual-informativa fue muy mala, probablemente centrada en lo primero encontrado en archivo que respondía al razonamiento: Mujica + avión = viaje.

3::

Uno de los parámetros con los que se evalúan los sitios web es, además de la cantidad de “visitas” que recibe el sitio en sí mismo, la cantidad de subentradas que los lectores hacen al clicar sobre los distintos elementos de la página: *banners*, *links* o imágenes. Y esto se vuelve un dato importante al momento de comercializar el sitio.

4::

“Fotorreportaje” es una palabra que no existe para la Real Academia Española; sin embargo, es como se le denomina al reportaje entre los fotógrafos.

5::

Por soporte tradicional entiendo la publicación en prensa gráfica, diario, revista, etc.

6::

Cuando menciono “elementos” no incluyo a la secuencia, esta no es para mí un elemento variable, sino que es parte de la estructura primaria del reportaje en soporte multimedia.

que ver con un hecho fortuito y más con la intención del comunicador.

Si bien los fotógrafos no tienen la verdad de “la luz hecha noticia”, ni el derecho exclusivo para publicar fotos en distintos medios, sí considero que la foto de prensa merece ser concebida como un producto técnicamente bien resuelto, con sustancia tanto informativa como estética. Si esto no está contemplado claramente, podemos encontrar fotos publicadas cuyo mensaje es exactamente opuesto al que se informa en el texto (y no precisamente por dar variados puntos de vista) o fotos que poco o nada tienen que ver con la noticia.²

En Uruguay no es común que fotógrafos profesionales sean contratados especialmente para que produzcan el material para sitios web. Casi no se encuentran sitios informativos que se encarguen de la edición fotográfica. En general la foto tiene un lugar decorativo; es, en el mejor de los casos, un elemento destacado dentro del diseño gráfico, o un llamador para conseguir un click³ del lector, pero poco o nada aporta periodísticamente.

Lo que parece haber en los sitios informativos son intenciones de “hacer algo” con la fotografía, y entonces encontramos las denominadas galerías de fotos. En general son productos cerrados, comprados a agencias y armados a partir del mejor material fotográfico por contenido o estética. De esta forma, los sitios web se aseguran un producto visual de alta calidad, realizado por fotógrafos profesionales y seleccionado por editores que trabajan con una producción de miles de fotografías diarias y con un criterio muy pulido sobre el producto a entregar.

Son pocos los sitios que se nutren con contenidos fotográficos producidos por ellos mismos, y en general

no se percibe un trabajo de edición en la secuencia. Más bien parecen álbumes en los que se colocan fotos de un tema común, sin una estructura con orden sintáctico de las imágenes. Tampoco se observa edición en cuanto a los requerimientos de calidad técnica y periodística. El reportaje fotográfico no existe en los sitios web uruguayos. No parece haber una política editorial al respecto ni criterios fotográficos establecidos por un editor.

Un cambio de tiempos

El reportaje fotográfico es una historia contada en imágenes. Tiene un inicio, un desarrollo y un final. Al igual que el texto, debe responder a las clásicas preguntas de las cinco “W” (en inglés): ¿qué?, ¿quién(es)?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué? Admite anexar historias secundarias, finales abiertos o cerrados y, por supuesto, implica que el profesional investigue y entre en contacto con los protagonistas.

En principio se puede pensar que el fotorreportaje⁴ no cambia, ya sea concebido para publicar en soporte tradicional⁵ o multimedia. Sin embargo, este último introduce al menos tres elementos para los cuales, por lo general, los fotógrafos no están preparados: el sonido, la animación gráfica y la imagen en movimiento. Además de cuánto y cómo se utilicen estos elementos, hay un factor que cambia radicalmente el reportaje con el soporte multimedia: la presentación de las fotos es en secuencia.⁶

En los productos multimedia no hay lugar para una disposición gráfica. El autor pierde, entonces, la posibilidad de componer en un espacio su reportaje como un nuevo producto visual, casi como una nueva y única fotografía conformada por las fotos del reportaje. Además, la edición para este soporte supone considerar

el orden de encadenamiento que deberán tener las imágenes para formar la secuencia, y así crear la estructura temporal necesaria para comprender el relato.

Por otra parte, en tanto las fotografías integran una secuencia, se incorpora una concepción temporal no característica de la fotografía, que como unidad es atemporal, es un corte en el tiempo. De esta forma se privilegia el desarrollo narrativo por sobre la fotografía individual.

Cuando el reportaje es impreso, el lector puede tener una visión global del trabajo y luego recorrer las fotografías a su ritmo. En una secuencia de fotos se puede respetar ese tiempo, en la medida que el soporte técnico en el que esté montada permita a quien observa avanzar foto a foto. Pero antes de eso el autor debe tener la intención de privilegiar la lectura de las fotos por sobre la intención del ritmo narrativo. El tiempo como elemento narrativo no se tiene en cuenta en una edición impresa, en la que el ritmo está dado por la variación en los valores de plano, la composición o el uso de la velocidad (que determina acción o movimiento en las fotos), pero nunca por un tiempo transicional entre una foto y otra, que simplemente no existe sobre papel.

Para el reportaje fotográfico en soporte multimedia no es imprescindible la inclusión de sonido, video y gráfica. Usar estas técnicas obliga a una formación distinta de la que hasta ahora ha tenido el reportero gráfico.

El debate: sacar fotos o filmar

En prensa hay quienes consideran que el fotógrafo, tal cual se lo conoce hoy, desaparecerá en breve para dar lugar a un “periodista audiovisual”; un individuo que

trabaje con la mecánica del fotógrafo, pero manejando otros lenguajes y equipos.

Si bien en estas latitudes es algo incipiente —y sucede más por iniciativa del fotógrafo que por necesidad de los medios— es común que los fotógrafos de agencias internacionales filmen, como también lo es que fotógrafos de medios locales europeos y estadounidenses hagan foto y video.

Algunos detractores de esta modalidad “celebraron” la pérdida de una foto en una nota titulada “Era sólo cuestión de tiempo”, publicada en un blog de fotógrafos españoles.⁷ El artículo hace referencia a lo ocurrido el 21 de mayo de 2010, cuando el torero español Julio Aparicio fue corneado durante las corridas de San Isidro en Madrid, y varios medios del mundo publicaron las fotografías captadas. El diario español *El Mundo* debió hacer su portada con material recibido de la agencia de noticias EFE, pues el fotógrafo que tenía asignado en el lugar se encontraba filmando por requerimiento del propio medio. La atención prestada por el profesional al video aparece como la responsable de la pérdida de la fotografía. La nota del blog culmina expresando el deseo de que se sigan perdiendo fotos: “Espero que esto se repita más veces, tantas como sea necesario para que los que mandan se den cuenta de que no se puede estar al plato y a las tajadas.”⁸

Por su parte, otros profesionales están convencidos de que esta nueva modalidad de trabajo será, en breve, la corriente. Señalan que también es cuestión de tiempo para que un cuadro de una imagen de video sea publicado con calidad fotográfica en prensa, y que será entonces cuando el video habrá salvado a la fotografía. Refuerzan sus dichos aludiendo a los

6:: Cuando menciono “elementos” no incluyo a la secuencia, esta no es para mí un elemento variable, sino que es parte de la estructura primaria del reportaje en soporte multimedia.

7:: Enfoque diferencial, «<http://edufoto.blogspot.com/2010/05/y-lo-que-tenia-que-pasar-paso.html>» (12.4.12).

8:: Ibidem.

últimos modelos de cámaras fotográficas digitales que filman en HD, permiten pasar de modo video a foto casi sin pérdida de tiempo y, además, conseguir cuadros con calidad fotográfica.

La discusión puesta en este terreno puede ser divertida, pero resulta estéril. El debate sobre la pérdida de la foto de la corrida de San Isidro puso sobre la arena varias de las preocupaciones que generan los cambios por los que transita la profesión.

Fotos y clips de alta calidad

En general los fotógrafos han ido cambiando la modalidad de trabajo en función de los requerimientos de los medios.

En Uruguay el pasaje de película a digital, especialmente en la prensa local, fue también una decisión de los medios que obedeció básicamente a razones logísticas y económicas pues supuso a corto y mediano plazo un importante descenso de costos de materia prima, casi cero luego de amortizar los equipos.

Los sitios de medios informativos requieren productos específicos, entre los que se encuentra el video, pequeños clips de corta duración que puedan ser registrados, editados y transmitidos rápidamente, y satisfacen la demanda creciente de imágenes. Los fotógrafos fueron la primera opción a la que se recurrió para obtenerlos. Primero porque “Fotografía” es tradicionalmente la sección que más sale de la redacción y, de esa forma, se obtendrían dos productos en una misma cobertura. Pero además la relación con la imagen que logran los fotógrafos es considerablemente mejor que la de sus otros colegas periodistas. Algunos medios importantes parecen haber apostado seriamente al desarrollo de este producto, y se transformaron en vanguardia con

reportajes de altísima calidad. Es el caso de la *Agencia Magnum*, del diario *The New York Times* o de la *BBC*.⁹

También surgen fundaciones que financian proyectos de reportaje fotográficos presentados en soporte audiovisual. En abril de 2010, el fotógrafo argentino Walter Astrada¹⁰ presentó en la Universidad Católica del Uruguay un avance de su trabajo *Undesired, “Missing” women in India*, sobre la violencia contra la mujer en India, parte de un proyecto que viene desarrollando en un país de cada continente y que, en este caso, fue patrocinado por Alexia Foundation y distribuido por Mediastorm.

El sonido de las fotos

Los fotógrafos no están acostumbrados a registrar sonidos. Tal vez sí a representarlos visualmente, pero no a capturarlos en su forma pura. A tal punto el fotógrafo obvia el sonido, que es bastante común en las redacciones ver a un cronista sorprenderse cuando al consultar a un fotógrafo sobre lo dicho en una conferencia de prensa, en un discurso político o sobre el sonido en tal o cual recital, por respuesta obtenga un: “no tengo idea”.

Así como el fotógrafo no se ha preparado para registrar sonido, en general, tampoco lo ha hecho para pensarlo con relación a la imagen. En las primeras experiencias con algunos fotógrafos de la AFP para desarrollar un producto de historias audiovisuales (previo a incursionar en video), nos encontramos con dos hechos que se reiteraban: el pésimo audio o simplemente la falta de audio, pues se olvidaban de encender su grabadora.

La inclusión del sonido en los reportajes fotográficos implica necesariamente capacitar adecuadamente al fotógrafo. Deberá conocer el material con el que

9::
Home Page:
«www.magnunphotos.com»
«www.nytimes.com»
«www.bbc.co.uk»
(12.4.12).
10::
Home Page:
«www.walterastrada.com»



cuenta y el tipo de audio que podrá capturar; deberá saber operar y conocer las cualidades y limitantes de su equipo; pero además, deberá saber registrar útilmente el audio, para que éste sea parte de la historia.

La mala calidad de un registro hace imposible su utilización en el reportaje por la distorsión que supone. Si el fotógrafo ignora cómo se comportará el micrófono con los sonidos según de dónde le lleguen (por el ángulo), puede cometer errores como los de operar un micrófono o grabadora omnidireccional como si fuera unidireccional. El ejemplo más evidente de la falta de consideración del fotógrafo al sonido es encontrar (en reiteradas ocasiones) en el audio (especialmente de video) la voz del propio fotógrafo haciendo comentarios tan inoportunos como impropios sobre la escena que registra.

Fuera de lo estrictamente técnico, refiero a la utilidad del registro de audio en tanto pueda aportar información al reportaje, ya sea al obtener los fragmentos sobresalientes de un discurso o por el aporte que en el ambiente brinda el sonido y que escapa a las imágenes. Ya no alcanza con estar capacitado en el manejo de los instrumentos, sino que es necesario adentrarse en el sonido con sus propias reglas y estructura en la narrativa. Todo esto sin perder de vista que el audiovisual que se está realizando es de un reportaje fotográfico y, por tanto, insisto, el rol protagónico deberá permanecer en las fotografías. El sonido impondrá la duración de exposición a cada fotografía y el ritmo de la secuencia. Influirá de modo significativo en la lectura que en el plano emotivo y perceptivo se haga de las fotografías. Pensando el fotorreportaje como una historia contada en imágenes, el lugar que debería

Montaje fotográfico realizado a partir de tres fotografías tomadas en Montevideo en julio de 2010. Fotos de Pablo Porciúncula. Digitalización de Gabriel Cousté.

ocupar el audio es el de complemento informativo o de acompañamiento ilustrativo.

A modo de ejemplo: si lo dicho por el relator de una doma coincide o no con las imágenes, poco importa si lo que se quiere dar a conocer es parte del ambiente sonoro del lugar. Por otra parte, si lo dicho es relevante por la información que aporta, obliga a hacer un tratamiento diferencial de la imagen, ya que las fotos deberán ajustarse al audio, cuando no subordinarse a él.

Específicamente, y continuando con el ejemplo, si el relator de la doma menciona la “campana de largada” que da inicio a la jineteada, o el valor del jinete o la fuerza de la bestia (elementos que son de rutina en la jineteada) tal vez no importe mayormente qué imágenes se van sucediendo con relación al audio. Sin embargo, si lo dicho da cuenta de la caída de un jinete atropellado por el potro o de la intervención de los médicos, entonces se acompañará el relato con imágenes que tengan que ver con lo que se escucha, y se ajustará la edición fotográfica para acompañar el relato sonoro. Así la duración de la secuencia de audio determinará la cantidad de fotos o el tiempo de proyección de cada una de ellas. Este ejemplo sirve también para visualizar cómo la inclusión del audio en el reportaje fotográfico pone en cuestión la intención primera de mantener el protagonismo absoluto en las fotografías.

La inclusión del sonido siempre tiene consecuencias. Lo importante es que el fotógrafo valore el lugar que ocupará el sonido y para ello la pregunta, en todos los casos, es si es necesario y cuánto aporta. Esta es la pregunta que se debe sostener también para el resto de los elementos variables con los que contamos al montar el reportaje fotográfico en un soporte multime-

dia: la imagen en movimiento, los gráficos (incluyendo textos), los efectos sobre las imágenes y hasta la propia secuencia de la imágenes.

Trabajar en equipo

La imagen en movimiento debería tener un espacio marginal en el reportaje fotográfico en cuanto al contenido informativo de la historia. El video es una herramienta que aporta a la dinámica narrativa, pero la información visual en el reportaje fotográfico se sostiene en las fotografías.

La realización de foto y video en una misma cobertura supone conjugar variables diversas. Por ejemplo, la fotografía exige una búsqueda de angular que se consigue en el movimiento. El video, por su parte, necesita fijar un eje visual de toma que sirva como referencia espacial para el espectador. Estos elementos, que tienen que ver con las características propias de cada lenguaje, requieren soluciones distintas para su registro, y de algún modo implican pasar del rol de fotógrafo al de camarógrafo y viceversa.

Ahora bien, aunque el fotógrafo haya ganado experiencia en esta área, la mayoría de los videos que vemos en sitios web informativos son un producto en sí mismo y poco o nada tienen que ver con la fotografía ni con el reportaje fotográfico. Tienen una estructura básica de entre 10 y 15 planos, alternados según su valor, con cámara fija, pero con cierta variación de los ángulos de toma, sonido ambiente y con un orden más o menos cronológico.

Pese a que esta descripción hace parecer al trabajo de una sencillez tal que hasta un periodista de texto lo podría hacer (y de hecho en muchos casos son quienes lo hacen) lo cierto es que es necesario tener formación.



El video trajo aparejada otra novedad para el fotógrafo. Se estableció un nuevo tipo de relación con sus editores, quienes tienen una mayor incidencia en el producto final respecto a la que suelen tener los editores de fotografía de prensa. El editor fotográfico puede decidir y orientar el tipo de cobertura a realizar, qué material se usa y a dónde será destinado, pero no tiene casi intervención sobre las imágenes.

La intervención del editor de video incide en la duración total del producto como también en la de cada clip. Decide mantener o modificar la secuencia, utilizar todos los clips o eliminar alguno. También puede participar en el sonido, incorporar locución o hacerlo gráficamente creando sobreimpresos. Sobre un mismo video pueden trabajar distintos editores. Y trabajar con un equipo de técnicos, puede ser en sí

mismo un aprendizaje para los fotógrafos, ya que, en general, al menos los fotógrafos de prensa están acostumbrados a trabajar solos.

La pulseada entre texto e imagen

La relación foto-texto en la prensa siempre ha sido conflictiva. Como referí anteriormente, la palabra tenía su cuna en la redacción, centro de poder de la prensa escrita, mientras que la fotografía provenía de un departamento secundario, que aportaba insumos para presentar la información sostenida en la palabra. Por eso, llegado el momento de publicar, era el cronista quien decidía qué foto se publicaba y cómo, siempre buscando reforzar la idea manejada en el texto.

La relación texto-foto, que también hace a la del cronista-fotógrafo, se ha modificado a lo largo de los

años. Por la importancia creciente que ha tenido la fotografía y también porque el fotógrafo decidió asumir su rol como periodista.

De todos modos, en la prensa escrita la relación texto-foto es tensa, ya que se comparte un espacio único y limitado. De ahí la importancia a nivel de los editores en manejar herramientas de una y otra disciplina para privilegiar la información en sí misma y utilizar el lenguaje (imagen o palabra) que mejor aporte.

En el caso de los reportajes fotográficos, el peso está en la imagen, por lo que el espacio reservado al texto es para agregar al trabajo datos extra fotográficos. Cuando el reportaje se concibe para un soporte audiovisual, la presencia del texto es crítica. El reportaje, además de estar marcado por la capacidad sintética de la imagen, está construido sobre una secuencia, que tiene su propio tiempo. Por lo que en caso de usar texto, este deberá presentarse de tal modo que no atente contra el ritmo de la secuencia, pero que obviamente pueda ser legible para el observador.

También dentro de la gráfica se incluyen las infografías, animadas o no, que tienen la característica de brindar información de modo muy sintético a través de la superposición de texto e imagen. En este caso, con las consideraciones antes hechas sobre el texto, se puede utilizar la infografía como una imagen más dentro de la secuencia.

Fuera de lo informativo, se deben considerar en este ítem los efectos gráficos que sobre las fotografías y la transición de éstas se pueden utilizar (*fade out, fade in, dissolves, etc.*) en beneficio de la narración.

Consideración final

Los primeros apuntes que tomé para desarrollar este trabajo iban en dirección contraria a la que finalmente la experiencia, el estudio y el análisis me condujeron. En aquel momento esperaba confirmar la hipótesis de que el fotorreportaje no sufriría ninguna alteración, ni por el soporte en que fuera presentado, ni al vincularlo con sonido o imágenes en movimiento. A poco de desarrollar proyectos de reportajes fotográficos en soporte multimedia, comprendí lo vulnerable que podía tornarse una narración fotográfica rodeada de elementos como el sonido y la imagen en movimiento. No solo por la seducción que ejercen (tanto en el realizador como en el espectador), sino también por la impronta de esos lenguajes en el aporte de nueva información y contenidos.

Pero también reafirmé mi convicción de la vigencia del reportaje fotográfico como forma de contar historias y de su potencialidad en el abanico de productos audiovisuales que las nuevas tecnologías permiten.

Comparto con mis colegas fotoperiodistas dudas y desafíos. Pero sigo convencido de que el valor de la imagen periodística no radica sólo en el correcto uso de la técnica, sino en su uso al servicio de la comunicación. Y sobre todo, que es nuestra mirada la que hace particular a nuestras fotos. Ellas dan cuenta del modo en que aprehendemos el mundo. Estoy convencido de la necesidad de actualizarse en la formación del periodista, en particular del fotógrafo, para enfrentar con las mejores herramientas el continuo desarrollo de la profesión, que hoy parece requerir del conocimiento de distintos lenguajes para poder seguir contando nuestras historias.

Reportaje fotográfico: Montevideo en Mundial

Para mostrar los cambios que supone trabajar el reportaje fotográfico en vinculación con sonido e imágenes en movimiento, concebí dos productos que partieron de un mismo registro fotográfico: uno es una secuencia de fotos; el otro, incluye audio y video. Las fotografías fueron tomadas en Montevideo durante los partidos que la Selección Uruguaya de Fútbol disputó por el campeonato Mundial FIFA Sudáfrica 2010. Se pueden ver en «<http://revistadixit.ucu.edu.uy>» dentro de la sección Enfoque, en el artículo “Reportaje fotográfico en soporte multimedia” por Pablo Porciúncula.

Una sucesión de fotografías

El primer criterio que definí fue presentar la historia como una secuencia única, no como un registro de lo que sucedió en cada encuentro futbolístico. Mientras tomaba las fotos, tenía la impresión de que siempre estaba ante un mismo partido. Con la secuencia de las imágenes busqué trabajar sensaciones, tanto de los fotografiados como del propio espectador. No seguí una lógica cronológica, sino que intenté provocar una paulatina expectativa hasta romper en las imágenes de festejos: Montevideo en Mundial. Una vez establecida la secuencia, tuve que decidir si marcar o no el ritmo que consideraba óptimo para ver el trabajo. Predeterminar el tiempo en que las imágenes se exhibieran frente al espectador me permitió mantener dominio sobre la progresión rítmica de las imágenes con el fin de lograr la expectativa buscada en la narración. Darle la libertad al espectador de avanzar foto a foto era quitarle el ritmo a la secuencia. En contrapartida, se consigue mantener la relación que tradicionalmente tiene el lector con la fotografía: observarla en forma individual, entrar y salir de ella en el tiempo que lo desee y considerar el contexto si le interesa.

Sonido y movimiento

Partí de la misma edición fotográfica e incluí la canción *Nací celeste*, creada para una publicidad. Según una investigación de mercado realizada por el anunciante, este tema musical se identifica con la Selección Uruguaya de Fútbol (independientemente del producto publicitado). A eso se agrega que por ser una canción muy conocida en el ámbito local tenía una ventaja extraordinaria: no restaría atención a las fotos. La canción me obligó a realizar una nueva edición fotográfica ya que la secuencia de fotos no resistía el tiempo que el audio le imponía (1'45"). A fin de completar el tiempo sin exponer cada imagen durante períodos demasiado largos, agregué nuevas fotografías. Para apoyar el ritmo y darle dinamismo al relato incluí dos fragmentos de video con distinto tratamiento. En el primer caso, con la intención de sorprender al espectador y renovar su interés, el movimiento surge de una fotografía que rompe con la sucesión de fotos cada 4 segundos.

La segunda intervención es más directa. El video no parte de un congelamiento de cuadro sino que irrumpe: utiliza como conexión al personaje y la situación que aparece en la foto previa al video. El sonido original del video fue incluido en el audiovisual y se escucha en el único instante en el que disminuye el volumen de la canción (*Nací celeste*). También con la intención de aportar dinamismo y ritmo al relato, introduzco dos secuencias de tres imágenes cada una. Las fotos que componen cada una tienen similar valor de plano y ángulo de toma; se suceden en intervalos menores que el resto de las fotografías y permanecen menos tiempo exhibidas. De esta manera provoca cierta sensación de movimiento a partir de fotografías fijas. ■■

Pablo Porciúncula::
(Montevideo, 1971)
es licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay (UCU). Desde el año 2000 es profesor titular de Fotografía en la misma universidad. Es profesor responsable del taller de Narración Fotográfica en la Escuela Internacional de Cine y Televisión (EICTV), San Antonio de los Baños, y fue profesor de intercambio en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Participó como expositor y conferencista invitado en actividades de divulgación de fotografía, organizadas por el Centro Municipal de Fotografía, Montevideo. Tiene una amplia experiencia como fotoperiodista en varios medios locales y en la Agence France-Presse (AFP). Sus fotografías han sido publicadas en libros, textos y discos. Actualmente es editor de fotografía en AFP; y editor de fotografía en la revista dixit desde su creación en 2006.
pablo.porciuncula@afp.com

Entrevista a Carolina Aguerre

“Un comunicador nunca puede ser ingenuo respecto a los impactos en el uso de Internet”

Por Carola Kweksilber
Fotos Pablo Porciúncula

Recientemente fue elegida como una de las ocho referentes en el mundo para representar al sector de la comunidad académica y técnica en el Multistakeholder Advisory Group (MAG),¹ comité consultivo de honor que asesora al secretario general de Naciones Unidas sobre el programa y los contenidos del Foro de Gobernanza de Internet.² Carolina Aguerre, investigadora en el Centro de Tecnología y Sociedad de la Universidad de San Andrés y directora ejecutiva de la asociación Latin American Caribbean Top Level Domain (LACTLD),³ comenzó su formación académica y carrera docente en la Universidad Católica del Uruguay; realizó una Maestría en Comunicación, Cultura y Sociedad en la Universidad de Londres y, actualmente, está desarrollando su tesis doctoral en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, sobre el surgimiento de organizaciones para la gestión y las políticas de Internet. Es profesora invitada de la Maestría en Estudios Organizacionales en la Universidad Católica del Uruguay y una frecuente colaboradora de la revista dixit desde su creación. En esta entrevista, Carolina comparte algunos contenidos de su investigación y reflexiona acerca de las aristas técnicas, políticas y humanas implicadas en el desarrollo de Internet.

She was recently chosen as one of the eight world representatives from the academic and technical community at the Multistakeholder Advisory Group (MAG). This consultative committee advises the United Nations secretary-general on the Internet Governance Forum program and contents. Carolina Aguerre, researcher at Centro de Tecnología y Sociedad (Technology and Society Centre) from Universidad de San Andres and Executive Director of the Latin American Caribbean Top Level Domain (LACTLD), began her academic education and teaching career at the Universidad Católica del Uruguay. She has a Masters degree in Communication, Culture and Society from the University of London. She is currently developing her doctoral thesis at the Faculty of Social Sciences from the Universidad de Buenos Aires on the emergence of organizational fields for national internet governance. She is a visiting professor in the Master of Organizational Studies from the Universidad Católica del Uruguay and a frequent contributor to Dixit magazine since its creation. In this interview, Carolina shares some contents from her research and reflects on the technical, political and human issues involved in internet development.

1::

Grupo Consultivo Multilateral.

2::

En inglés, Internet Governance Forum, «<http://www.intgovforum.org>»

3::

Dominios de Nivel Superior de Latinoamérica y el Caribe: organización que nuclea a los códigos de países de dominios de nivel superior de la región, con el fin de generar capacidades institucionales para que sean organizaciones más sustentables y robustas tecnológicamente.



¿Cómo te acercaste a la temática de la gobernanza en Internet? En el año 2007 Hernán Galperin, mi actual director de tesis, me comentó su intención de desarrollar este tema en un curso que él dicta en la Universidad de San Andrés; me pareció interesante pero no estaba claro cómo lo podíamos enfocar. Entonces surgió la oportunidad de ir al segundo encuentro anual del Foro de Gobernanza en Internet, que es un espacio de participación promovido por las Naciones Unidas, en el cual se reúnen las partes interesadas más consolidadas en sus posiciones, para debatir y analizar las tendencias actuales.

Desde esa experiencia fue creciendo mi interés por este tema desde el punto de vista académico; especialmente, a partir de la presentación de la tesis doctoral de una estudiante coreana, que investigaba sobre las orientaciones hacia el mercado o hacia el estado de distintos Top Level Domain (TLD)⁴ en el mundo y las razones de esas tendencias. Esto marca la diversidad que a mí me interesa ver más a fondo. Por qué tenemos country-code Top Level Domain (ccTLD)⁵ diferentes al interior de los países; qué razones explican esas diferencias y cuánto influyen esas políticas dentro de cada país. Básicamente, Internet es un conjunto de protocolos IP; un número IP es un lugar en Internet. El Domain Name System (DNS)⁶ es una forma de organizar Internet, en la cual existe un nombre determinado para identificar un número IP. La administración de la base de datos del DNS está gestionada por una organización sin fines de lucro, con sede en California, llamada ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers).⁷ Esto permite, por ejemplo, que para el dominio ucu.edu.uy exista una única dirección IP asociada y que ningún otro registrador la tenga.

¿Cómo se integra tu formación en comunicación y cultura con el interés por la gobernanza en Internet?

Lo que me atrae de todo eso –sin tener yo una formación técnica de base ni pretendiéndola tener por el momento–, es entender cómo se generan reglas de juego, marcos institucionales apropiados para gestionar algo que constituye un desafío nuevo –o que fue un nuevo desafío– y que aún sigue siendo algo en construcción. Hace dos mil años Platón creó la academia para pensar cómo abordar la temática de la transmisión del conocimiento y la educación. Entonces el mundo generó e innovó en la creación de los modelos de escuelas, liceos, universidades de distinto tipo orientadas a una formación intelectual, o a una politécnica. Para los distintos desafíos y problemas hay organizaciones asociadas; en cambio para esta novedad aún no, o por lo menos no definitivamente “consolidadas” de la forma que solemos reconocer a los organismos dominantes en un “campo organizacional”⁸ determinado.

¿Cuáles fueron las primeras preguntas que quisiste responder? Me comencé a preguntar por qué si Internet y su infraestructura era algo tan homogéneo, en el sentido de que es una tecnología de carácter global, en los países se generaban organizaciones bien diferentes para administrar los dominios nacionales (como punto uy, punto ar, punto br). Por qué en Brasil tenemos un modelo corporativo de ccTLD organizado centralmente en un comité multisectorial, que aglutina a los distintos sectores de la sociedad civil, de gobierno, de las empresas, etcétera. Por qué en Argentina tenemos un ccTLD que estuvo dentro de Cancillería hasta hace un par de meses o cómo es que en el plano comercial Internet en Argentina se desarrolló muchísi-

4::
Dominios de Nivel Superior.
5::
Los country-code Top Level Domain son los dominios asignados a los distintos países para generar las direcciones en Internet.
6::
Sistemas de Nombres de Dominios.
7::
ICANN: Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números.
8::
Denominación de Di Maggio y Powell (1985) para dar cuenta de las interacciones repetidas en el tiempo entre organizaciones que dependen entre sí para su supervivencia (competencia, proveedores, etcétera) y que delimitan un marco y terreno para estas pautas de relacionamiento.

mo, pero en la participación activa en los procesos internacionales de gobernanza mostraron una fragmentación de opiniones y de actores muy importante.

¿Cuál es el tema central de tu tesis de doctorado? Estudio cómo se desarrollaron comunidades de actores vinculadas al desarrollo de Internet, sus políticas y su regulación en la región de América Latina, en particular en Argentina y Brasil. Le llamo gobernanza a nivel nacional dado que no examino los procesos únicamente *formales* –entendidos como los actores que tienen capacidad de imponer reglas de juego y leyes, funciones típicas del gobierno de un bien público que se corresponden con el Estado– sino que apunto a lo que entiendo es bastante único del proceso original de expansión de Internet (en la década de 1980 y 1990) en el que intervinieron comunidades académicas, de la sociedad civil y de las empresas para que la red se desarrollara en estos países.

¿Es posible adelantar alguna conclusión de tu investigación? Sí, es posible. Internet tiene características globales que son en sí mismas muy interesantes y bastante disruptivas: rompen con los modelos de gobernanza tradicionales que se habían visto hasta entonces. Pero eso no es lo que se ve en el plano nacional, donde las dinámicas de política nacional y de regulación sobre temas de tecnología o medios de comunicación, de alguna manera, generan los antecedentes y las condiciones institucionales para que el TLD tenga una orientación hacia un lado o hacia otro.

Antes mencionaste a Platón y la creación de la academia para la transmisión del conocimiento; ¿cómo se articulan esos procesos históricos con el

debate actual de Internet? Todo esto nos permite cuestionarnos si estamos replicando con Internet patrones que la sociedad ya puso en práctica en otros momentos que también fueron muy disruptivos, por ejemplo, la creación de otras tecnologías como la telefonía. Hay un debate académico en el cual se cuestiona si el mundo de Internet se parece cada vez más al de mediados del siglo XIX, cuando se creó la Unión Internacional de las Telecomunicaciones. En su momento, eso implicó un esfuerzo enorme por parte de los Estados para generar la primera organización internacional del mundo con objetivos comunes, de manera que cuando se llamaba de un país a otro existiera un acuerdo previo entre las dos partes para que efectivamente funcionara esa conexión. No se trata solo de tecnología, hay mucho trabajo humano, muchas personas detrás de eso.

¿Qué caracteriza la gestión de Internet respecto a esos momentos anteriores? Si bien existen las famosas dependencias de sendero (esos mecanismos por los que las instituciones tienden a repetir en lo colectivo nuestras experiencias), creo que lo más interesante de este proceso es que tiene rasgos diferentes al de otros procesos de gobernanza y regulación de tecnologías internacionales anteriores. El mundo de Internet se define por ser abierto y participativo para garantizar la multisectorialidad, la representación de todos los actores con partes interesadas en la gobernanza de Internet. Se trata de una clara diferencia respecto a otros modelos que privilegiaban al Estado como el único actor legítimo para ello.

¿Por qué existe esta participación multisectorial? Eso tiene que ver con determinados aspectos del diseño

Carola Kweksilber:: (Montevideo, 1973) es licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y licenciada en Psicología por la Universidad de la República. Es profesora titular de la asignatura Cultura Organizacional en la Licenciatura en Comunicación Social en UCU, desde 2007. Es coordinadora académica del Programa de Tutoría Universitaria en Comunicación, de la Facultad de Ciencias Humanas (UCU) y tutora en el posgrado de Comunicación Organizacional de la misma Facultad. Fue profesora titular y tutora de memorias de grado del seminario temático Estrés laboral y su relación con la comunicación organizacional, de la Facultad de Ciencias Humanas (UCU). Tiene experiencia en consultoría organizacional en empresas locales. Es coordinadora y productora de la revista *dixit* desde su creación, en 2006.

carola.k@ucu.edu.uy

Carolina Aguerre

Es candidata a doctora en Ciencias Sociales por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA); magister en Comunicación, Cultura y Sociedad por el Goldsmiths College de la Universidad de Londres; y licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay (UCU).

Fue becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) para desarrollar su investigación doctoral en el Centro de Tecnología y Sociedad de la Universidad de San Andrés: *Políticas nacionales sobre la gobernanza de Internet: un estudio de los orígenes y evolución del ecosistema institucional de Internet en Argentina y Brasil*.

Desde 2007 es profesora invitada en la Maestría en Estudios Organizacionales en el Centro de Posgrados de la Universidad Católica del Uruguay. Es profesora en la Maestría en Estudios Organizacionales y de Marketing y Comunicación, así como también en la Licenciatura en Comunicación en la Universidad de San Andrés.

Entre 2004 y 2006 fue encargada de Proyectos de Cooperación en las áreas de desarrollo sustentable, gobernabilidad y derechos humanos de la Embajada Británica en Uruguay. Participó como consultora en diversos proyectos para organismos locales e internacionales, vinculados al desarrollo y a las nuevas tecnologías.

Desde agosto de 2011 es directora ejecutiva en LACTLD (Latin American and Caribbean Top Level Domains), organización que se ocupa de desarrollar capacidades institucionales en los country codes TLD de la región de América Latina, Caribe e Iberoamérica. Recientemente, fue designada como una de las ocho representantes en el mundo de la comunidad académica y técnica ante el

Multistakeholder Advisory Group: un comité consultivo de honor que asesora al secretario general de Naciones Unidas sobre el programa y contenidos del Foro de Gobernanza de Internet.

Entre sus principales publicaciones se destacan:

Winocur, Rosalía; Aguerre, Carolina: "Mapping ICT adoption among Latin American youth in The International Companions to Media Studies"; volume 6: Media Studies Futures, editado por Kelly Gates. Wiley-Blackwell MA. (en prensa).

Aguerre, Carolina: "Comunicación, stakeholders y redes de confianza en las organizaciones" en: Revista dixit, n.º 15. pp. 34 a 38. Montevideo, 2011. ISSN 0797-3691 Disponible en versión electrónica en: «<http://revistadixit.ucu.edu.uy/?table=articles&ID=f75b766fa85ef265fed4defd630a1ae5&action=detail>»

Aguerre, Carolina: "Internet communities in Argentina and Brazil: origins, networks and institutional development". Ponencia presentada en el VI Simposio Anual de la Global Internet Governance Academic Network (GIGANET) en el marco del VI Foro de Gobernanza de Internet (setiembre 2011). Versión electrónica disponible en: «<http://giga-net.org/page/2011-annual-symposium>»

"Conceptual and Methodological Problems in the Study of ICT Appropriation Process by Low-income Urban Youth in Argentina". Aguerre, Carolina; Benitez Larghi, Sebastián; Calamari Marina; Fontecoba Ariel; Moguillansky Marina; Orchueta Jimena; Ponce De León Jimena. International Conference on Information and Communication Technologies and Development ICTD 2010. University of London. Reino Unido, 2010.

aguerre@udesa.edu.ar

original. Porque Internet no surgió de una persona que en el laboratorio diseñó una tecnología que iba ser aplicada de una manera, como lo pudo haber hecho Thomas Edison. Internet era una cosa de redes, de equipos de investigadores, que tenían por objetivo inicial generar una red de comunicaciones descentralizada, de manera que si hubiera un ataque a un centro, toda ella pudiera ser redundante, estuviera replicada. Eso es posible porque la inteligencia en Internet está distribuida. En cambio, si en la Segunda Guerra Mundial bombardeaban la BBC, el sistema se caía y nadie escuchaba más la radio. Pero con Internet es muy difícil que eso pase; hay cientos de lugares donde se encuentran los servidores, miles hoy en día, entonces sería bastante difícil; hay muchos espejos. Y no es solo por los servidores, sino también por cómo navega la información. Un video de Youtube no está contenido en un único paquete de información, sino que son

paquetes de información que tienen la inteligencia centrada en el dispositivo terminal. Entonces es el celular, es la computadora, varios dispositivos tienen esa inteligencia ubicada en el usuario, en el punto final de la red. La información no está en el centro.

¿Cómo incidieron las condiciones de creación de Internet en su desarrollo posterior? Todos esos principios, que tienen que ver con el diseño original de Internet, hacen que en su desarrollo y en su evolución haya habido poca intervención de actores estatales, salvo el financiamiento directo de algunas áreas del gobierno de los Estados Unidos. Los gobiernos de Francia, Reino Unido, Canadá; muchos de ellos financiaron centros de investigación, pero en realidad el desarrollo y la evolución de Internet tuvo que ver con universidades, con investigadores, con gente que le dedicó horas de su tiempo libre para seguir adelante

con estrategias y protocolos. También hubo mucha inversión de las áreas de investigación y desarrollo de las empresas, pero al ser algo nuevo, no había una clara necesidad de que el mercado fuera hacia ese lado, y tampoco tenían el incentivo de una regulación estatal que las beneficiara. Es muy interesante cómo toda esta gente se fue sumando al desarrollo de Internet, hasta el momento de consolidación.

¿Y cuándo se consolidó? La creación de la World Wide Web⁹ redundó en una mayor necesidad de expansión de nombres de dominios de Internet. A mediados de la década de los noventa el gobierno de Estados Unidos se planteó una reforma para la administración de las direcciones de la red. Porque hasta ese momento era un profesor de la Universidad de California del Sur, llamado Jon Postel, quien con una base de datos - además de equipos y otros recursos- centralizaba el tema. En ese momento comenzó el proceso de institucionalización de ICANN. Entonces hubo una gran expansión de Internet hacia los usuarios, con lenguajes accesibles para todos. La gestión de este sistema está delegado en dos tipos de organizaciones: aquellas que se encargan de los nombres de dominio nacionales (*country codes*) con políticas asociadas, y aquellas que administran los códigos genéricos (por ejemplo, los punto com; punto org), con políticas orientadas a un mercado y a un público globales.

¿Qué consecuencias tuvo esta etapa de expansión? En ese momento surgieron nuevos problemas vinculados con el hecho de que había países con muchísimo acceso a Internet y otros no tanto. Hasta ese entonces

los problemas tenían que ver con quién administraba el DNS de la base de datos y cómo se volvía sustentable en sí misma; cómo se recaudaba dinero a partir de los nombres de dominio; cómo se delegaban las funciones a nivel de los territorios para que ellos mismos administraran los dominios nacionales; cómo se regulaba a las empresas que poseían los dominios genéricos. Ahora los nuevos problemas vinculados a las diferencias en la accesibilidad implican que hay sociedades ricas y sociedades pobres en información, y esto afecta tanto a la educación como al acceso a la salud. Todos esos problemas asociados al uso de las tecnologías comenzaron a ser una dimensión de la gobernanza de Internet que se empezó a discutir a fines de la década de los noventa, principios del 2000.

¿Cómo se comienza a estructurar la gobernanza de Internet? En 2003, Naciones Unidas convocó a una reunión en la Cumbre Mundial de la Sociedad de Información en Ginebra y a otra reunión en Túnez en 2005, que involucró a todos los sectores, a los *stakeholders*.¹⁰ Todos aquellos que tenían algún interés particular en el desarrollo de Internet fueron invitados a participar y a proponer cuáles eran los modelos, principios o ideas sobre los cuales había que pensar el desarrollo y la evolución de Internet, para que siguiera siendo una tecnología abierta, participativa, que permitiera la innovación. Porque si uno tiene una computadora y sabe un poco de programación, puede colgar una variedad enorme de información: desde la página de una agencia de viajes hasta un portal educativo. Las posibilidades son infinitas y eso implica que se generen también actividades ilícitas, spam,

9:: Red Informática Mundial.
10:: Se utiliza el término *stakeholders* del inglés para dar cuenta del concepto "partes interesadas".

phishing,¹¹ es decir, que tiene muchísimos problemas asociados.

¿Cuáles fueron los principales resultados de estas dos reuniones? Al finalizar la cumbre de Túnez en 2005, se reafirmó la posición de ICANN como el administrador del DNS, donde los intereses están asociados al desarrollo de la infraestructura de Internet, y el coordinador de las políticas sobre estos temas. Sus interlocutores son fundamentalmente empresas y organismos que están asociados a los nombres de dominio en Internet.

Por otro lado, se instauró el Foro de Gobernanza de Internet, concebido como un espacio de participación promovido por las Naciones Unidas, en el cual, a partir de 2006 comenzaron a reunirse en forma anual las partes interesadas que están más sólidas, para debatir y analizar las tendencias actuales. Se trata de una instancia consultiva, de donde surgen recomendaciones y mejores prácticas, pero no se toman decisiones ni se pueden proponer acciones que sean medidas a tomar. Es decir que no tiene efectos concretos sobre el devenir de Internet. Desde sus inicios, en 2006, se vienen realizando reuniones una vez por año en distintos lugares del mundo.

¿Cómo evolucionaron estas dos instancias al día de hoy? Los gobiernos se empiezan a interesar cada vez más en los procesos de ICANN. En cuanto al Foro de Gobernanza, ya al segundo o tercer año, muchos actores de gobiernos de países no centrales y la sociedad civil empezaron a percibir que se trataba cada

vez más de un lugar para mantener las apariencias de que Internet era participativa, pero que en realidad todo se definía en otro lado. Se comenzó a cuestionar la relevancia de seguir manteniendo un foro de esta naturaleza. Finalmente, el año pasado, tres semanas antes del foro de Nairobi, se presentó una propuesta llamada IBSA (The India-Brazil-South Africa Dialogue Forum)¹² –que incluye a India, Brasil y Sudáfrica–, que aboga por un modelo más parecido al de Naciones Unidas para la gobernanza de Internet.

¿Qué características tiene el nuevo modelo propuesto? Se trata de un modelo más multilateral y no *multistakeholder*. Esto implica la participación de los Estados como los actores de mayor legitimidad para representar los intereses de los países. De esa manera, los procesos internos de las naciones se tienen que ir alineando detrás de la voz del Estado que los va a representar. La intención de estos países es tener mayor injerencia.

¿Cómo se realiza la toma de decisiones globales y locales en este campo? La gobernanza en Internet se produce en un contexto internacional, pero hay actores locales que tienen un peso muy específico. Los países ricos tienen mayor peso que aquellos menos desarrollados y con menor PBI.

Mi interés está centrado en los que tienen menor capacidad para poder incidir en estos procesos y participar de discusiones globales, pero que aún así tienen la voluntad de ejercer cierta autonomía en sus decisiones políticas. Me parece importante ver qué

¹¹:: Término que refiere al delito cibernético en el cual se intenta conseguir información confidencial de manera ilegal.

¹²:: El foro de diálogo de India, Brasil y Sudáfrica.



caminos van a tomar ante un desafío nuevo, que incluye una tecnología bastante reciente, donde la normativa nacional tiene un peso relativo, mínimo con relación al global, pero que sí lo tiene de todas formas.

Recientemente fuiste designada por el secretariado en Ginebra del Foro de Gobernanza de Internet, como una de las ocho representantes en el mundo de la comunidad académica y técnica ante el Multistakeholder Advisory Group, ¿qué implica esta

representación? El Multistakeholder Advisory Group (MAG) es un comité consultivo de honor que asesora al Secretario General de Naciones Unidas sobre el programa y contenidos del Foro de Gobernanza de Internet. Implica trabajar con otras 55 personas de todo el mundo, que representan a los otros sectores –gobiernos, sector privado y sociedad civil–, en la definición de la agenda del Foro de Gobernanza de Internet que se realiza anualmente, y este año va por su séptima edición. Además de asistir a ese encuentro, hay

un foro regional de América Latina y el Caribe en el que tengo que participar y también asistir a un par de reuniones anuales en Ginebra para trabajar con el MAG en la concreción de la agenda y asegurar que sea relevante y representativa de los intereses de los distintos grupos que conforman el ecosistema mundial de Internet.

Cuando participaste por primera vez del Foro de Gobernanza, en el 2007, escribiste una nota para *dixit* en la que mencionabas el acceso, la diversidad, apertura y seguridad como los ejes que articulaban la discusión. ¿Cuál es el centro del debate cinco años después? Básicamente esos ejes temáticos de apertura, diversidad y recursos críticos de Internet se mantienen vigentes y son los que siguen sosteniendo *la gran* discusión, aunque con algunas diferencias. Se puede percibir una mayor especialización en los participantes de estas reuniones; en este momento se vuelve mucho más importante el debate específico, ya no tan genérico y global. El debate estrictamente sobre la accesibilidad que no integra algo más está quedando obsoleto; si bien en África el asunto no está solucionado, sí existen muchos esfuerzos en la región de América Latina para brindar conectividad. Pero me parece que para los países menos desarrollados el acceso a la infraestructura dura no es lo único importante, sino que también importan las condiciones de acceso: de qué manera y con qué objetivos la gente se apropia de los contenidos y de las tecnologías. Otro asunto que tiene que ver con mi investigación es poder pensar los temas de gobernanza de Internet a nivel de regiones y de países, o sea en porciones más pequeñas. Porque los problemas que tienen las regiones o los

países hacia el interior son más parecidos entre sí que los que se tienen a nivel mundial. Y esto está bastante documentado no solo para Internet, sino para otros recursos públicos globales. Cuando se llevan las discusiones a lo local, se generan capacidades que luego facilitan el desarrollo de posiciones acerca del problema global. Por otra parte, el asunto de la privacidad es un tema que ocupa cada vez más lugar en la agenda de estos foros.

¿Cuáles son las perspectivas sobre la gobernanza de Internet en los próximos diez años? Es cada vez más claro que para ciertos Estados es de fundamental importancia participar en estos procesos y que, por otra parte, el modelo ICANN actual difícilmente tenga futuro para la próxima década. En ese lapso vamos a ver un cambio muy grande en estas organizaciones, creo que otros organismos como la Unión Internacional de Telecomunicaciones van a querer participar mucho más activamente de lo que ya lo están haciendo en estos procesos y ganarán predominio empresas provenientes de la Internet móvil, que generan otra serie de políticas y regulaciones. O sea, la centralidad del Estado va a ser cada vez mayor, lo que no quiere decir que desaparezcan otros actores.

¿Cuáles son los límites intrínsecos al sistema? La infraestructura es una dimensión sumamente específica y técnica dentro del mundo de Internet; por eso estos recursos reciben el nombre de recursos críticos. Porque si esto falla se cae la red e implicaría que si se quiere ir a un determinado sitio, no se lo encuentre y esté redirigido para cualquier lado. El propio sistema sí puede ser controlado, es mucho más difícil que con las

viejas tecnologías, pero aún así el nuevo sistema también puede ser rastreado y bloqueado. Creo que se precisa mucha más alfabetización por parte de los usuarios para saber qué es lo que están haciendo cuando se conectan, cuando dejan sus comentarios. Es la alfabetización en términos de los usos de la experiencia, con la utilización de aplicaciones y plataformas.

¿En qué consiste tu trabajo como directora ejecutiva en Latin American Caribbean Top Level Domain (LACTLD)? Supe de esta organización en 2008, apenas comencé mi trabajo de campo de la tesis y al año siguiente, en Panamá, la conocí más profundamente durante un taller que hubo en el marco de una gran reunión sobre temas de Internet en América Latina y el Caribe. El trabajo principal en LACTLD es desarrollar capacidades institucionales en los ccTLDomain (ccTLD)¹³ de la región de América Latina, Caribe e Iberoamérica, que se encuentran asociados a la organización. Por capacidades se entiende la dimensión técnica, función clave y esencial de todo ccTLD, así como también las áreas políticas y de gestión. Para ello se realizan dos acciones fundamentales: capacitación a través de talleres específicos para cada comunidad y, en segundo lugar, la generación de información y documentación a través de investigaciones comparadas y del seguimiento de temas en reuniones internacionales como el Foro de Gobernanza de Internet, ICANN, CITEL (Comisión Interamericana de Telecomunicaciones), etcétera.

En tu opinión, ¿cuál es la pertinencia de incluir los temas de gobernanza en Internet en la formación del comunicador? Me parece vital porque nosotros ahora

hablamos mucho de lo que es la gobernanza, pero también es importante preguntarse por la apropiación de lo que la gente hace con Internet y con las nuevas tecnologías. Un comunicador, alguien que estudia Comunicación Social, no puede ser ingenuo respecto a los impactos que esto tiene: los regulatorios, cognitivos, incluso del manejo de la propia identidad. Aquellos que se generan no solo poniendo contenidos en Internet, sino lo que ya se comunica por el hecho de utilizar determinadas plataformas y no otras. Si se está realizando un trabajo de comunicación para una organización, hay que entender lo que es un aviso de confidencialidad, saber lo que implican esos términos y poder enmarcar la información de manera adecuada. Para eso es necesario considerar a la cantidad de nuevos actores que han aparecido en los últimos años y hacen que Internet funcione. Y sobre todo, se debe tomar conciencia de las implicancias que están asociadas a las posibilidades que ofrece Internet; saber que el acceso a determinadas aplicaciones, a la experiencia de navegabilidad donde toda la información está conectada, tiene que ver con muchísima *data mining* (minería de datos).

Esto es investigación, conexión sobre lo que hacen las personas y sus búsquedas. Es almacenaje sobre mucha experiencia acumulada. Los robots de Google pueden estar por veinte años con esa información dentro de la propia estructura. No digo que un licenciado en Comunicación Social tenga que ser un experto, pero sí tiene que saber que hay mucho más en juego que abrir una cuenta de correo o llamar a una agencia de diseño gráfico para que armen un sitio web. Hay mucho más en juego que eso. ■■

13::
Códigos de Países de Dominios
de Nivel Superior.



Comunicar la ciencia en la antigua Roma: nuevas formas de decir lo dicho

Por Amalia Lejavitzer L.
Fotos Agence France-Presse

RESUMEN

A partir del análisis de los conceptos de "originalidad" e "imitación" en el mundo romano, este artículo estudia los alcances de la literatura científica romana: si puede considerarse como tal su originalidad y su autonomía respecto de los modelos griegos, y sus aportes para la historia y la comunicación de la ciencia en la antigüedad. El artículo se centra en dos obras de carácter técnico-científico escritas en latín: la monumental *Historia natural* de Plinio y el recetario *De re coquinaria*. En conclusión, busca establecer similitudes y diferencias entre la literatura técnica y la literatura científica en Roma, y sobre todo discute la originalidad del mensaje científico comunicado por los romanos y el carácter divulgativo de los autores latinos.

Palabras clave: Antigua Roma, ciencia, divulgación, literatura técnica, literatura científica, *Historia natural*, *De re coquinaria*.

ABSTRACT

Based on the analysis of the concepts of "originality" and "imitation" from the roman world, this article studies the reach of roman scientific literature: if its contribution to the history and communication of science in the ancient times can be considered as such. This article focuses on two works of technical and scientific character, both written in Latin: the monumental *Natural History* by Plinio and the recipe book *De re coquinaria*. In sum, it seeks to establish similarities and differences between technical literature and scientific literature in Rome and, above all, it discusses the originality of the scientific message communicated by the Romans and the informative character of the Latin authors.

Key words: Ancient Rome, science, divulgation, technical literature, scientific literature, *Natural History*, *De re coquinaria*.

Foto de la izquierda
Visitantes admiran la recomposición del porche del foro de Augusto dentro del recientemente renovado Foro de Trajan en Roma, el 17 de octubre de 2007. El Mercado de Trajan (Mercati Traiani) y el Museo dei Fori Imperiali di Roma abren al público luego de dos años de restauración, exponiendo 172 fragmentos originales de mármol excavados del Foro romano.
AFP / Filippo Monteforte

A Cecilia

οὐδὲν γὰρ αἰσχρὸν τοὺς ὁμοσπλάγχνους σέβειν

Nada vergonzoso es honrar a los hermanos¹
Sófocles, *Antígona*, 511

En su *Arte de amar* (2, 128), al referirse a Ulises, paradigma del ingenio y de la elocuencia, Ovidio dice: "A menudo solía referir de otro modo lo mismo". En su concisión, este verso sirve para ilustrar la idea que los antiguos romanos tuvieron acerca de la originalidad, y, por ello, se vuelve el punto de partida de esta reflexión sobre las formas de comunicar la ciencia en la antigua Roma. En particular, al papel que desempeñaron los autores latinos en la construcción del conocimiento científico en Occidente.

En el mundo romano existieron dos circunstancias fundamentales que determinaron la idea de originalidad. La primera refiere al aprecio por la tradición precedente y la costumbre de los autores de situarse como herederos de ella. La segunda consiste en la educación retórica propia de la época, que permeó todas las expresiones culturales, artísticas y científicas. Por lo tanto, en Roma no es posible hablar de "originalidad", sin referirse al concepto de imitación (*imitatio*). Hoy en día esto puede resultar

paradójico, o al menos desconcertante, pues en nuestros tiempos ambas nociones tienden a ser consideradas antitéticas.

No obstante, sostener que la originalidad y la imitación de los modelos precedentes son términos excluyentes, conlleva el riesgo de caer en el lugar común de considerar que la literatura científica latina fue tan solo copia de la griega, y que la ciencia antigua empezó y terminó con la civilización helénica.

Por el contrario, en la antigüedad clásica, la idea de originalidad no excluyó la de imitación: la *imitatio* formaba parte fundamental de los ejercicios retóricos, en los cuales el alumno no solo debía conocer pormenorizadamente a los autores considerados "modelo", mediante la memorización de gran parte de las obras tenidas por canónicas en cada género, sino además debía ser capaz de reproducir la grandeza de aquellas obras y, de ser posible, superarla.² La

1::
Las traducciones españolas de los textos griegos y latinos que aparecen citados a lo largo del artículo son de la autora. Las referencias a los autores antiguos incluyen el título de la obra en español, el número del libro, del capítulo y del párrafo, para los escritos en prosa, o el número del libro (si lo hay) y el del verso, para la poesía.

2::
En su *Institución oratoria*, Quintiliano dedica por entero el capítulo segundo del libro décimo a la imitación.

imitación se vuelve, entonces, un recurso al servicio de la creatividad: la emulación de los paradigmas establecidos permite y propicia la creación de producciones culturales nuevas.

De hecho, se puede decir que los romanos cultos, por lo general bilingües en la lengua de los helenos, fueron los primeros divulgadores de la ciencia griega.³ Cicerón (*De los deberes*, 1, 1) revelaba a su hijo: “Yo he unido siempre para mayor utilidad mía el estudio de la lengua latina con el de la griega, no solamente en la filosofía”. Ovidio (*Arte de amar*, 2, 122) aconsejaba aprender ambas lenguas, a fin de cultivar el espíritu, y Quintiliano (*Institución oratoria*, 1, 1, 3) se inclinaba a que el niño comenzara por aprender la lengua griega, “porque primeramente debe ser instruido en las letras y ciencias griegas, de donde tuvo origen nuestra lengua”.

Estos y otros intelectuales romanos crearon obras tomando como base los modelos griegos, pero también tradujeron del griego al latín los escritos científicos y filosóficos de aquellos autores que tanto admiraron. Cicerón, por ejemplo, tradujo el *Protágoras* y el *Timeo* de Platón, y los *Fenómenos* de Arato (poeta y astrónomo de época helenística); asimismo, fue uno de los primeros en llevar al latín la filosofía griega, en forma de diálogos y epístolas. El propio orador confesó que para su libro *Acerca de los deberes* (3, 7) su modelo fue el tratado del mismo título del filósofo griego Panecio. De aquí que, al menos en lo que respecta a su obra filosófica, se dice que Cicerón “fue un divulgador de las doctrinas helénicas”.⁴ Por su parte, Lucrecio compuso en hexámetros su célebre poema epicúreo, *Acerca de la naturaleza de las cosas*, donde expone de manera abreviada, en seis libros, la doctrina del maestro griego.

Sin embargo, ninguna de estas formas literarias resulta nueva para la comunicación del conocimiento científico-filosófico: Parménides ya había escrito también en hexámetros su poema didáctico *Sobre la naturaleza*, Platón sus *Diálogos* y Epicuro sus *Epístolas*. Tal vez estos hechos motivan afirmaciones como la de Manfred Fuhrmann, cuando señaló: “La literatura científica romana no es, en gran parte, más que un eco y una copia de la ciencia y el saber especializado griego”.⁵

Más allá de que en sentido literalísimo dicha afirmación puede ser cierta, también es innegable que el interés de los latinos por la ciencia griega los llevó a la invención de nuevos géneros literarios para comunicarla, y al enriquecimiento de su propia lengua, dotándola de una terminología especializada que en un principio no existía. El latín debió adaptarse a medida de sus avances intelectuales, científicos y técnicos, y, a fin de poder nombrar tales avances, recurrió al griego, la lengua por excelencia de la ciencia y de la filosofía antiguas.⁶

Si bien desde el nacimiento de la ciencia griega, según señala Rodolfo Mondolfo, “los helenos aparecen convencidos íntimamente de la conexión mutua que vincula el trabajo manual de la técnica con el intelectual de la ciencia”,⁷ son los autores romanos quienes, en sus tratados, manuales y demás escritos técnicos, reflejan claramente la distinción entre *episteme* (conocimiento, ciencia, saber teórico) y *téchne* (técnica, arte, saber práctico).⁸

De hecho, Enrique Montero Cartelle prefiere hablar de literatura técnica romana más que de literatura científica,⁹ ya que, como ha establecido Phillip Fleury,

3::
Cfr. George Sarton: *Ciencia antigua y civilización moderna*, Fondo de Cultura Económica, México, 1960, pp. 50-51.

4::
Agustín Millares Carlo: *Historia de la literatura latina*, Fondo de Cultura Económica, México, 1976, p. 96.

5::
Manfred Fuhrmann: *Literatura romana*, Gredos, Madrid, p. 240, 1985.

6::
Cfr. Sarton: o.cit., p. 50.

7::
Rodolfo Mondolfo: *En los orígenes de la filosofía de la cultura*, Hachette, Buenos Aires, 1960, p. 124.

8::
Fuhrmann (o. cit., p. 241) la entiende como un oficio manual, una habilidad técnica o una ciencia práctica que sirve para producir algo.

9::
Cfr. Enrique Montero Cartelle: “La literatura técnica latina de época tardía: aspectos lingüísticos y literarios”, en *Cuadernos de literatura griega y latina*, IV, 2003, p. 260.

10::
Phillip Fleury: “Les textes techniques de l'Antiquité. Sources, études et perspectives”, en *Euphrosyne*, 18, 1990, p. 359 (el subrayado es del autor).



se trata “de textos sobre las técnicas”,¹⁰ es decir, escritos especializados cuyo principal rasgo en común es transmitir la aplicación práctica de ciertos conocimientos. Estos textos fundamentalmente se ocupan “de las técnicas [...] necesarias para la vida humana”.¹¹

Para Fuhrmann, las producciones científicas romanas responden fundamentalmente al criterio de la aplicabilidad práctica: son obras que buscan satisfacer la necesidad práctica de proveer una instrucción profesional (en forma de consejos e indicaciones elementales), para el desempeño de ciertas actividades humanas. Estos libros “no se basan solamente [...] en conocimientos científicos, sino que combinan conocimientos y experiencias o se limitan a reunir lo que se ha acreditado como bueno y útil”,¹² a través del paso del tiempo.

La enciclopedia: todo el conocimiento en un libro

Ahora bien, se debe a la literatura técnica latina el descubrimiento de una nueva forma literaria para expresar el conocimiento científico: la enciclopedia.

Esta puede definirse como una obra que “adquiere una unidad teórica de intención y un carácter de conjunto orgánico que la elevan a un grado superior que el de la suma de las distintas materias que contiene”.¹³

A pesar de que “el concepto *ἐγκύκλιος παιδεία* es griego, es en Roma donde la enciclopedia se desarrolla como un tipo de texto [pues] hasta donde sabemos el ideal enciclopédico nunca se concretó entre los griegos en forma de libros”.¹⁴

Los griegos acuñaron el término, pero los autores latinos fueron quienes adoptaron e hicieron suyo ese ideal de una enseñanza en cultura general, que comprendiera el saber básico en gramática, retórica y dialéctica, por una parte; en aritmética, geometría, astronomía y música, por la otra.¹⁵ Plinio se refiere a “todas las cosas que debían ser tocadas, las que los griegos llaman cultura enciclopédica” (*Historia natural*, prefacio, 14); por su parte, Quintiliano habla de “aquel círculo de enseñanza, que los griegos llaman *enciclopedia*” (*Institución oratoria*, 1, 10, 1).

Imágenes se proyectan en las paredes del Mercati di Traiano en Roma el 15 de mayo de 2010, durante la inauguración de la Noche de los Museos. Este evento cultural incluyó varios museos en Roma que permanecieron abiertos hasta tarde en la noche.

Foto AFP / Tiziana Fabi

11::
Ibidem, p. 360.

12::
Fuhrmann: o.cit., p. 240.

13::
Montero Cartelle: “Prosa técnica no gramatical”, en *Historia de la literatura latina*, Carmen Codoñer (ed.), Cátedra, Madrid, 1997, p. 795.

14::
Michael Albrecht: *Historia de la literatura romana*, v. 1, Herder, Barcelona, 1997, p. 536.

15::
Estas disciplinas son las que se consideran el canon de las llamadas *artes liberales*, y que constituirán el *trivium* y el *quadrivium*, respectivamente.

Amalia Lejavitzer::
(Montevideo, 1969)
es doctora en Letras,
magister y licenciada en
Letras Clásicas por la
Universidad Nacional
Autónoma de México
(UNAM). Es profesora de
la licenciatura en Letras
Clásicas de la Facultad de
Filosofía y Letras de la
misma universidad e
investigadora de tiempo
completo en el Centro de
Estudios Clásicos del
Instituto de
Investigaciones
Filológicas. Ha impartido
cursos de grado y de
postgrado en otras
universidades de México
y de Uruguay.
alejavitzer@hotmail.com

El mismo Plinio fue muy consciente de la originalidad de su *Historia natural*, en cuyo prefacio (14) lo expresa así: “el camino es una vía no frecuentada por los autores [...]: ninguno se encuentra entre nosotros, que haya intentado lo mismo; ninguno, entre los griegos, que él solo haya tratado todas las cosas en una”. Su monumental enciclopedia, quizá el texto “más leído y el más popular de toda la literatura científica”,¹⁶ reúne en treinta y siete libros todo el saber que hasta ese momento se tenía acerca de las ciencias naturales: física, astronomía, meteorología, geografía, medicina, botánica, biología, zoología y mineralogía.

Ahora bien, más allá de la genuina curiosidad científica del autor –cabe recordar las circunstancias de su fallecimiento: murió por asfixia, en su intento por observar lo más cerca posible la erupción del Vesubio, en el año 79–, también hay que ver en Plinio, así como en los otros autores latinos que desarrollaron la literatura enciclopédica, el afán de poner en lengua latina el conocimiento científico de los griegos, y de esta manera hacerlo accesible a todo el pueblo de la parte occidental del imperio romano.¹⁷

Arte culinario para aplicar

Otro caso de originalidad en literatura técnica romana –compilado en el siglo cuarto de nuestra era a partir de modelos griegos, hoy perdidos– es el recetario llamado *De re coquinaria*, y atribuido por tradición a Marco Gavio Apicio. En diez libros, esta obra reúne recetas y consejos prácticos para el cocinero. Con seguridad, el *De re coquinaria* (*El arte culinario*) fue un libro

destinado al uso, para ser empleado en la práctica culinaria.

Montero Cartelle considera que las obras “técnico-científicas”, entre las cuales incluye *El arte culinario* de Apicio, constituían todo un género literario, puesto que en la antigüedad se elaboraban siguiendo los preceptos de la retórica, según ya se mencionó.¹⁸ Por su parte, Michael Albrecht señala que “según el público al que van dirigidas es posible distinguir entre obras técnicas y obras de divulgación sobre materias específicas”.¹⁹ El *De re coquinaria* formó parte de esta sólida tradición de obras técnicas de la antigüedad, y fue uno más del vasto repertorio de libros, escritos en latín, especializados en un saber práctico: en su caso, la cocina.

Gracias al *De re coquinaria* alcanzamos a vislumbrar la *téchne* o *ars culinaria* de los antiguos griegos y latinos, pues del amplio conjunto de manuales, tratados y poemas de tema gastronómico, el recetario de Apicio es el único espécimen antiguo sobreviviente. Pero, además, el valor de este recetario debe advertirse en el hecho de que constituyó una vía eficaz para la divulgación de los preceptos de la dietética antigua, expresados en griego en las obras del *Corpus Hippocraticum* y en los libros de Galeno.

El recetario apiciano tiene el mérito de dar a conocer estas prescripciones dietéticas desde la perspectiva de la alimentación, desde un enfoque práctico que incluye las recomendaciones concretas para elaborar

16::
Aldo Mieli: *Manuale de storia della scienza. Antichità*, Casa Editrice Leonardo da Vinci, Roma, 1925, p. 343.
17::
Cfr. *Ibidem*, p. 342.
18::
Cfr. Montero Cartelle: o. cit. (1997), p. 795.
19::
Albrecht: o. cit., p. 532.

los remedios en la cocina. Más aún, en aquellos tiempos, hablar de la alimentación llevaba inevitablemente a referirse a la dietética, pues, “escribir acerca de la comida, en un sentido práctico, fue la primera y la principal subdivisión de la literatura médica”.²⁰ Por consiguiente, el hecho de que en el *De re coquinaria* se encuentren recetas médicas se explica no sólo por el probable empleo de fuentes de medicina griega en la génesis del recetario apiciano, sino porque para los antiguos griegos y romanos la alimentación siempre estuvo considerada en estrecha relación con la salud.

En suma, no parece tan válido afirmar que la ciencia romana o más bien las producciones científicas romanas hayan sido simple y llana copia de sus fuentes griegas, incluso si fueron, en mayor o menor medida, creadas por imitación de los modelos griegos. La originalidad del mensaje científico comunicado por los romanos no debe buscarse solo en los contenidos, sino en la adaptación y adecuación de esos contenidos, ya existentes, a los modos de expresión que los hicieran comprensibles y asequibles para la mayoría, para la gente del pueblo, es decir, para el *vulgus*. Esto, aunado al alto grado de autoconciencia que los romanos tuvieron de la necesidad de conservar y transmitir el conocimiento precedente, constituye el gran aporte de la producción científica y técnica latina. Desde esta perspectiva, adquieren otra significación las palabras de Philippe Mudry (1986): “El discurso científico romano presenta un aspecto en común: es esencialmente vulgarizador,

pero en el buen sentido del término, es decir, no se trata [...] de una reducción simplista y empobrecedora, sino de una exposición competente y crítica de las doctrinas científicas griegas”.²¹ ❖❖

Referencias bibliográficas

- Adams, James Noel: *Bilingualism and the Latin Language*, Cambridge University Press, Cambridge, 2003.
- Albrecht, Michael von: *Historia de la literatura romana*, Herder, Barcelona, 1997.
- André, Jacques: Sur la constitution des langues techniques en latin. *Etudes de Lettres*, 1, 1986, 5-18.
- Fleury, Phillip: “Les textes techniques de l'Antiquité. Sources, études et perspectives”, *Euphrosyne*, 18, 1990, 359-394.
- Formisano, Marco: *Le letterature tecnico-scientifiche nello spazio letterario tardolatino*, Carocci, Roma, 2001.
- Fuhrmann, Manfred: *Literatura romana*, Gredos, Madrid, 1985.
- Mieli, Aldo: *Manuale de storia della scienza. Antichità*, Casa Editrice Leonardo da Vinci, Roma, 1925.
- Millares Carlo, Agustín: *Historia de la literatura latina*, Fondo de Cultura Económica, México, 1976.
- Mondolfo, Rodolfo: *En los orígenes de la filosofía de la cultura*, Buenos Aires, Hachette, 1960.
- Montero Cartelle, Enrique: “La literatura técnica latina de época tardía: aspectos lingüísticos y literarios”, *Cuadernos de literatura griega y latina*, IV, 2003, 259-280.
- _____: “Prosa técnica no gramatical”, *Historia de la literatura latina*, Carmen Codoñer (ed.) Cátedra, Madrid, 1997, 795-817.
- Mudry, Philippe: Science et conscience. Réflexions sur le discours scientifique à Rome, *Etudes de Lettres*, 1, 1986, 75-86.
- Sarton, George: *Ciencia antigua y civilización moderna*, Fondo de Cultura Económica, México, 1960.

20::
John Wilkins and Shaun Hill: “Archestratus: the life of luxury. Introduction”, [http://latis.ex.ac.uk/classics/undergraduate/food3/archestratus.htm, © 1999] (28/02/2012).

21::
Philippe Mudry: “Science et conscience. Réflexions sur le discours scientifique à Rome”, en *Etudes de Lettres*, 1, 1986, p. 79.

María Cristina Dutto

Entre el texto y la imprenta

Por Betina Gersberg
Foto Pablo Porciúncula

"Alguna vez se duerme Homero" es una de las tres citas que abren el *Diccionario de usos y dudas del español actual*¹ de José Martínez de Sousa, un referente en la escritura del idioma español. La frase da cuenta de que incluso los grandes escritores –en este caso, el gran poeta griego– pueden tener errores y, entonces, necesitar de alguien que los ayude en su escritura. Sobre esta función, la de corrección de textos, nos habla María Cristina Dutto, quien casi sin darse cuenta se convirtió en una reconocida correctora de estilo en Uruguay.

"Sometimes Homer sleeps" is one of the three quotes at the beginning of the Dictionary of current Spanish¹ uses and questions by José Martínez de Sousa, a renowned figure in the world of Spanish writing. This phrase states that even great writers –in this case, the great Greek poet– can make mistakes and therefore, need someone to help them with their writing. María Cristina Dutto tells us about this task: proofreading. Unknowingly, she has become a renowned proofreader in Uruguay.

Afirma que de niña escribía bien y fijaba rápidamente la ortografía. De *grande* aún recuerda una conversación de la infancia con su abuela piamontesa, quien le enseñó que *hasta*, en la frase que estaba escribiendo la pequeña, llevaba hache "porque el *asta* que no lleva hache es el cuerno de la vaca o el asta de la bandera". Detallista y obsesiva, María Cristina Dutto, más conocida como Maqui, es correctora de estilo. "Trabajo en edición comercial en el área de no ficción, que es como un cajón de sastre porque ahí cabe todo lo que no sea literatura: una investigación periodística, libros de interés general y de texto. Me dedico también a la edición institucional y académica, en las que muchas veces realizo tareas que haría un editor, desde comunicarme con el autor para salvar una duda hasta reorganizar la estructura del texto. Además, dicto talleres de escritura".

Secretaria ejecutiva

Su carrera empezó casi por casualidad: "Durante la dictadura trabajaba en el Claeh,² que en ese entonces llegó a tener un staff de 31 investigadores *full time*, quienes sostenían una gran producción y en algunos casos necesitaban apoyo en corrección". Con la sola intención de mejorar la presentación de esos documentos, Maqui comenzó a desarrollar, aunque sin saberlo, su camino profesional. "Era correctora natural porque tenía buena ortografía y buen ojo para lo visual, hacía cosas locas, por ejemplo en la máquina de escribir justificaba las frases.³ Y el hecho es que los trabajos salían mejor publicados". Un día se oficializa un área de publicaciones e integran a Maqui al equipo. "Como además coincide, más o menos, con la apertura democrática, empieza a llegar gente del exilio, a

1:: Información recuperada de una entrevista a José Martínez de Sousa en el programa radial *No es un día cualquiera* (Radio Nacional de España): <http://www.martinezdesousa.net/RNE/index.htm> (09.06.2012). Information retrieved from an interview with José Martínez de Sousa in the radio show *No es un día de cualquiera* (Spanish National Radio) <http://www.martinezdesousa.net/RNE/index.htm> (06.09.2012).

2:: Centro Latinoamericano de Economía Humana.

3:: Justificar el texto implica generar espacios entre palabras para que el párrafo quede alineado en ambos márgenes de la página.



ingresar otros libros al país y ahí empiezo yo a hacer descubrimientos”. Quizás el principal fue enterarse, a través de un libro que compró casualmente, que su oficio era una profesión en otras partes del mundo.⁴

El trabajo de corrección

Maqui define al corrector como un “colaborador” que tiene como objetivo “que el libro o el artículo salga lo mejor posible”. Para lograrlo, la correctora prioriza dos funciones. En primer lugar, la claridad. “Hay quienes hacen culto a la *oscuridad*, hay un supuesto a veces en ambientes académicos de que la escritura farragosa indica densidad conceptual... pura soberbia. Hay que ponerse del lado del lector y hacer una escritura más llana, más concisa, que llegue mejor, que sea más agradable a la lectura. A veces se dicen con veinte palabras

cosas que se pueden decir en tres, y en tres se entienden y en veinte no”. En segundo lugar, destaca la corrección en sí: “Cada vez soy menos purista (porque en el fondo no hay nada más impuro que el lenguaje), pero sí es necesario adecuar el texto a una norma estándar para que sea comprensible por sus lectores”. Para Maqui el lector es, y debería ser siempre, el norte de la edición y de la corrección. “Cuando la sutileza es tan grande que ningún lector la va a captar, no tiene sentido, aunque haya una razón y sea muy sofisticada”.

Una corrección muy personal

“Hay gente que escribe muy bien. Si tocás un tilde probablemente no sea un error sino una desactualización”. Pero hay otros autores que sí necesitan del corrector, y esos son los que le gustan a Maqui: “Esos que corregís y

4::
Se refiere al *Diccionario de tipografía y del libro* de José Martínez de Sousa, según expresó en “Un premio para los ojos que miran al autor”, en http://www.180.com.uy/articulo/26587_Un-premio-para-los-ojos-que-miran-al-autor (06.06.2012)

Betina Gersberg::
(Montevideo, 1980)
es egresada de la
Licenciatura en
Comunicación Social de la
Universidad Católica del
Uruguay. Integra el equipo
de la Secretaría de
Comunicación Institucional
de la misma universidad. Se
dedica a la comunicación
organizacional y
audiovisual de manera
independiente. Forma parte
del equipo de la revista
dixit desde su creación,
en 2006.
bgersberg@ucu.edu.uy

te queda un libro precioso porque el autor realmente había investigado, tenía un enfoque; patinaba en la redacción o en la ortografía, pero el material del libro estaba, y bien”.

Sobre la forma de trabajar, Maqui comparte su método: “No puedo corregir un texto que está sucio, entonces, primero lo limpio (saco dobles espacios, tabuladores, le pongo estilos) y ese documento me queda como el original sobre el que voy a trabajar. Idealmente hago dos correcciones en el archivo y una de pruebas, que es una corrección sobre el texto diagramado en el papel. Ahí siempre encontrás cosas nuevas, porque surgen errores de la diagramación y otras que decís '¿cómo esto no lo vi en el archivo?' Pero no, no lo vi”.

Tras la adecuación a la norma del texto, “muchacha tiene miedo a que se descafeine el estilo del autor, que se pierda un poco la personalidad en la escritura”, pero Maqui tiene la impresión de que eso no pasa. “Incluso podés hasta reescribir un texto y el estilo del autor sobrevive. Es más, a veces hasta se potencia”.

Un corrector competente

Acerca de las condiciones que tiene que tener un buen profesional, destaca “un poquito de neurosis obsesiva, de eso estoy convencida, que le gusten los detalles. Te tiene que gustar arreglar cosas que casi nadie ve. Y paciencia y resistencia al aburrimiento, porque no vas a poder trabajar solo en textos que te gustan, y porque aunque el libro te interese lo tenés que leer tres veces”. Además, sin ser “experto ni en lingüística ni en gramática, tenés que saber, como técnico, el idioma aplicado. Yo soy autodidacta y hay cosas que sé como son pero no las sé fundamentar. A la inversa, hay lingüistas maravillosos que son correctores horribles”. Aparte de estas competencias “de personalidad”, como las identifica, enfatiza que el corrector debe estar actualizado sobre los cambios que se van incorporando a la lengua. “Por ejemplo, en 2010 la Real Academia⁵ hizo una pequeña reforma” y, entre otros, “sacó el tilde a *guión*. No son cincuenta mil cambios, son media docena” y el corrector tiene que estar al día.

A Maqui le parece que hay algo importante, que no siempre se transmite en la formación de correctores: “el trabajo no consiste solamente en 'el texto y yo', porque tenés un autor, un editor, un diseñador, como mínimo. Vos tenés

que entender la lógica de esos otros actores, que tienen distintos intereses a los tuyos, y saber dialogar”.

Por último, desde su experiencia personal afirma que es muy importante saber algo de diseño gráfico editorial, “no para que diseñe sino para que sepa identificar problemas, 'esto quedó desbalanceado', 'el texto quedó apretado'. Si eso no lo detecta el corrector no lo va a hacer nadie, porque muchas veces no tenés otra instancia de control”. Sostiene que el vínculo con el diseño le ha dado un *plus* “se me pasan erratas⁶ pero nunca una viuda, una línea corta o una línea que tiene problemas de *tracking*,⁷ esas cosas las veo enseguida”.

Palabras de una docente

A mediados de los años noventa, Pablo da Silveira, entonces vicerrector académico de la Universidad Católica del Uruguay, le solicitó a Maqui que diseñara un taller con el enfoque práctico de la corrección, para mejorar la escritura de los estudiantes universitarios. “A mí no se me ocurría cómo orientarlo hasta que me regalaron el libro de Daniel Cassany, *La cocina de la escritura*, y entonces entendí que ese era el tono que necesitaba el taller, porque el autor consigue hablar de cómo escribir y de los errores más importantes sin nada de gramática, hablándole a la gente con lenguaje común”.

Pero dar clases la enfrentaba al pánico escénico que, confiesa, la envuelve cada vez que va a hablarle a un auditorio. Para ayudarse armó unos repartidos que entregaba a los estudiantes. “Los preparé para no quedarme en blanco y que no me estuvieran mirando todo el tiempo. Yo les decía que era para liberarlos de que sacaran apuntes, cosa que en parte era cierta, pero no era la razón principal”. La docente vio que los repartidos funcionaban: “los iban juntando en una *carpetita*”. Tres años después conoce a Silvana Tanzi, quien tenía una formación académica que complementaba el trabajo de Dutto y ajustó los contenidos de los talleres.

Con tanto material acumulado, y en vista de la buena repercusión que el taller tenía entre estudiantes y otros profesores de escritura en la Universidad –que incluso hoy se basan en el diseño y la metodología del taller inicial– la directora de la carrera de Comunicación de aquel momento, Mónica Arzuaga, sugirió convertir esos repartidos en un libro, que se entregaría a estudiantes y docentes. Así, en 2007 la dupla Dutto-Tanzi escribió el *Manual de escritura*

5::

Real Academia Española.

6::

Una *errata* es un error involuntario en la escritura.

7::

En términos gráficos, *viuda* es la última línea de un párrafo que queda en la siguiente página o columna, *línea corta* es aquella línea que es menor que la sangría siguiente y *track* es el espacio que hay entre caracteres.

para la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay. Un año después, y aunque durante la entrevista dijo que no escribía textos propios, Maqui publicó su primer –y hasta ahora único– libro. Claro está, sobre corrección. *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz*,⁸ coescrito junto con Silvia Soler y Silvana Tanzi, tuvo como origen aquel manual universitario, pero con contenido ampliado pensado para “todos aquellos para los que escribir forma parte de su actividad cotidiana”.⁹

La ética en la corrección

El plagio es un asunto recurrente en el mundo de la redacción. “He descubierto plagios en libros de autores respetables, que iban a ser publicados por editoriales respetables, y lo que hice fue avisar a quien correspondía”. Otro dilema ético que aparece en el trabajo de corrección está relacionado con la afinidad al autor o al texto. “Más que un problema ético es hasta un problema técnico, porque para corregir un libro tenés que ser hinchado del libro, es la única manera de trabajar en el mismo sentido del autor. Si estás internamente peleando con él no podés hacer una buena tarea. Cuando el autor de un libro me resulta desagradable o tuvimos alguna mala experiencia, o ya sé que no nos vamos a poner de acuerdo, entonces digo 'no'”.

Tecnología en corrección

“Hay correctores desde la época en que se escribía en rollos. El de la imprenta, originalmente, tuvo como tarea verificar la correspondencia entre lo que había escrito el autor en el original y lo que quedaba en el papel, porque en la imprenta se componía el texto; el corrector se encargaba de cotejar”. Pero hoy ya no se coteja, y Maqui reflexiona sobre estos cambios: “con la *revolución tecnológica* la edición se democratizó y, a pesar de la edición electrónica, en papel cada año se publica más. Y cada vez publican más autores que no son escritores de oficio, sino gente que quiere comunicar contenidos y que necesita otra modalidad de corrección, un 'productor de imagen', alguien que lo ayude a salir bien en público”.

Con años de experiencia, asume que uno de los mayores desafíos que plantea su trabajo es que es una profesión muy aislada. “Trabajé sola muchos años y no sabía medirme, me preguntaban si era buena correctora y contestaba 'no tengo la menor idea, porque no sé cómo trabaja otra

gente'. Eso fue duro en algún tiempo, inventé métodos de trabajo pero tal vez haya mejores. Romper el aislamiento fue un desafío. Y lo rompí gracias a Internet, a las listas de discusión en la red, porque ahí aprendí un montón y conocí colegas en el exterior. Me di cuenta de que es impresionante la generosidad que hay en gente que sabe muchísimo y que gasta tiempo en estar en la lista respondiendo dudas, explicando cosas, mostrando métodos de trabajo”.

Acerca del potencial de la profesión, Maqui tiene la sensación de que cada vez se corrige más. “El otro día me pidieron que mirara un sitio web de una fábrica de lanolina, en otro momento no hubieran pedido un corrector”. Con respecto al desarrollo de la profesión en Uruguay le parece que es bastante incipiente porque “todavía hay muchas editoriales nacionales que no corrigen”. Sin embargo, en 2008 se fundó la Tecnicatura en Corrección de Estilo de la Universidad de la República y, a fines de 2011, la Asociación de Correctores del Uruguay.

Un recorrido premiado

Aunque Maqui no se identifica instintivamente como una emprendedora, termina aceptando: “en el sentido de haberme armado una profesión a partir de poco, sí”. Esto fue posible porque el Claeh le dio espacio “para dejar correr” y por las casualidades: “Como la charla de Steve Jobs en Stanford, que habla de los *dots*,¹⁰ uno mira para atrás y todo tiene su que ver: yo no iba a estar en la Secretaría de Publicaciones, pero al responsable se le ocurrió llevarme, y si eso no hubiese sucedido seguramente yo hubiese tenido un recorrido distinto. Y bueno, así se arman las historias”. Para Maqui la suya se dio sigilosamente: “No hubo una revelación en el sentido de decir 'voy hacia allá'; todo fue muy lento, un día aparecieron otros clientes, otro día me compré una computadora y empecé a trabajar en casa”.

El 2 de junio de este año, Maqui recibió el Premio Día Nacional del Libro con el que la Academia Nacional de Letras del Uruguay reconoce, anualmente, “a una personalidad o institución destacadas en la promoción y difusión del libro nacional”.¹¹ El premio representó en lo profesional una sorpresa que le parece “puede dar visibilidad a esa parte del proceso. Porque hay gente que recién se entera de que existe algo entre el autor y la imprenta. Hay quienes creen que así como el libro sale lo escribió el autor, y no, interviene mucha gente en la trastienda. ■■

8:: Dutto, Ma. Cristina; Soler, Silvia y Tanzi, Silvana: *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz*, Universidad Católica del Uruguay, Editorial Sudamericana, Montevideo, 2008.

9:: Ibidem, p. 9

10:: *Dots* significa 'puntos' en inglés. Así como en el juego de niños de unir puntos para formar una figura, Steve Jobs, en el discurso que dio en Stanford en 2005 para la generación que se graduaba, contó tres historias; una fue sobre “conectar los puntos” (*connecting the dots*) y refiere a cómo en la vida de cada persona van ocurriendo cosas que luego, vistas en retrospectiva, tienen sentido.

11:: En «<http://www.mec.gub.uy/academiadeletras/MarcoPrincipal.htm>», al ingresar en “Premio Día Nacional del Libro”.



Imagen de bienvenida a Kidbox que aparece al abrir el programa.

Kidbox, un mundo feliz en Internet

Por Betina Gersberg

El origen

En un almuerzo familiar de sábado, Alan Kind, ingeniero en computación interesado en aplicaciones web, y Martín Larre, abogado con experiencia en la venta de productos editoriales infantiles, conversaban sobre la problemática aún no resuelta en torno al vínculo de los niños e Internet. Notaron que los padres querían usar la red de la mejor manera, pero que esa intención era relegada por el miedo que le tenían. Entonces, con esos dos pilares como objetivos, la de maximizar la experiencia del medio y la de experimentarlo con seguridad, surgió la idea de crear una solución que diera respuesta a esas dos necesidades. Es así que, además de cuñados, estos profesionales se convirtieron en socios fundadores de Kidbox.



El producto y el servicio

“La diferenciación entre producto y servicio tiene una línea muy fina. Kidbox es un servicio, porque está a disposición para resolver un problema real”, afirma Kind. Lo que ofrecen es una solución para familias con niños de 2 a 8 años, del mercado de habla hispana y portuguesa, aunque los emprendedores tienen proyectada la internacionalización a otros países y a otros idiomas. El eje de Kidbox es un software que permite al niño explorar el mundo del ciberespacio bajo un ambiente seguro, a través de un navegador que presenta contenidos educativos y de entretenimiento infantil. Estos contenidos son seleccionados, categorizados y actualizados por especialistas y se

muestran de manera personalizada, adaptados al perfil de cada usuario. El programa, que se descarga gratuitamente de Internet, se ejecuta a pantalla completa y solo se puede salir con una contraseña elegida por el padre. De esta forma el niño no puede acceder a los navegadores tradicionales y se evita su exposición a sitios inapropiados y a personas inapropiadas, contactadas por chats o redes sociales.

Un beneficio adicional es que, al mantener al niño dentro del mundo Kidbox, se evita el daño de archivos locales en las computadoras. A su vez, se ofrece un panel de control en el que los padres pueden conocer las actividades del niño y gestionar los contenidos. En este sentido, Kind asocia la experiencia del navegador infantil con sus recuerdos de las vacaciones de verano: “Tus padres te monitoreaban pero también se adaptaban a lo que disfrutabas hacer. Nosotros queremos pasar esa misma experiencia a lo virtual: que el padre esté al tanto de lo que hace su hijo, pero también que lo deje libre a su imaginación para que explore lo que más le guste”.



La experiencia de personalización

“Antes de Kidbox, si un padre quería proteger a su hijo en Internet tenía que utilizar los típicos filtros o controles parentales de los sistemas operativos. Pero este procedimiento tenía sus desventajas, porque los niños solo accedían a los contenidos de los sitios que sus padres agregaban al filtro. Esto requería a los adultos un permanente trabajo de actualización y, por

Ficha técnica

Producto:: Kidbox, servicio web de navegación segura para niños

Año de publicación online:: noviembre 2011

País:: Uruguay

Responsables:: Alan Kind (uruguayo) y Martín Larre (argentino)

Sitio web::

«www.kidbox.net»

otra parte, los niños se sentían restringidos en las posibilidades de exploración. Entonces no había una solución como la que nosotros queríamos ofrecer”, explica Kind.

Durante el desarrollo de su idea, Kind y Larre descubrieron que existía un servicio similar en Estados Unidos aunque con una gran diferencia: la experiencia de personalización que ofrece Kidbox. Esta permite que, por ejemplo, un niño de cuatro años argentino y una niña de siete de México reciban contenidos diferentes según su perfil. Inicialmente definida por edad, nacionalidad y género, la personalización se extiende a medida que van aprendiendo más de cada usuario; se basa en sus intereses personales, en los de otros niños con un perfil similar y también en quienes presentan un perfil distinto, pero que estuvieron experimentando los mismos contenidos y, por lo tanto, pueden captar la atención.



Un premiado proceso de concreción

Definida la idea inicial, ambos emprendedores comenzaron a trabajar, con la ayuda externa de referentes locales, sobre un plan de negocios que luego presentaron a la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII), de la que consiguieron un primer subsidio para el proyecto. Después generaron un prototipo de manera tercerizada y, más adelante, con el apoyo del Fondo Emprender en Uruguay, formaron el equipo y comenzaron a desarrollar el producto dentro de las oficinas que habitan hoy día, ya con el objetivo de lanzar el servicio.

De los varios premios que obtuvo Kidbox al día de hoy, Kind destaca tres instancias de reconocimiento. Una de ellas fue el Festival of Media LatAm de Miami, en octubre de 2011, en el que ganaron como la compañía innovadora del año porque el jurado consideró que se innovó en torno a la forma en que se establece la

comunicación entre padres e hijos. “Ahí validamos el modelo como plataforma de comunicación. Después estuvo el Desafío Intel, en el que quedamos incluidos en el *top 10* del mundo y, si bien no ganamos, representó un reconocimiento a nivel tecnológico. Y la tercera instancia fue en la Red Innova en San Pablo, que es una competencia de negocios de *startups*¹ en Internet, que ganamos entre 500 empresas. Entonces fue una validación de nuestros pares de lo que estamos haciendo en negocios”.



Sortear las dificultades

“En Uruguay el ecosistema no es fácil para emprender en tecnología. Si hubiéramos tenido acceso a capital, como hay en otros lugares de innovación, seguramente hubiésemos acelerado mucho los tiempos. Nos hubiese gustado lanzar la versión gratuita y tener *feedback* de los usuarios mucho antes de lo que lo hicimos. Pero en los demás aspectos los tiempos se fueron dando como lo teníamos planeado”. Kind explica que en todo el proceso se apoyaron en profesionales específicos para cada área a nivel nacional. En programación trabajaron con una reconocida compañía de desarrollo de software. En contenidos fueron asesorados en un principio por Roberto Balaguer, psicólogo referente en Internet y los niños, y a nivel visual Fernando Picún —quien desarrolló un juego muy descargado del Plan Ceibal— creó el mundo de Kidbox. “O sea, en todas las áreas nos apoyamos en gente que sabe realmente sobre su trabajo. Y fue una sorpresa positiva encontrarnos con la calidad y el talento local en Uruguay”.



Mejora continua

La primera versión gratuita online, que se publicó en noviembre de 2011, es muy diferente a la que se ofrece hoy. “Semana a semana fuimos iterando sobre el

¹ ::
Startup es una empresa
incipiente de Internet.

mismo producto para sacar actualizaciones con mejoras. La definición de algunas funcionalidades, tanto para padres como para chicos, requirió de una profundización mucho mayor de la que teníamos pensada al inicio”. Kind lo explica con un ejemplo: “Con la interfaz definida apuntábamos más a niños de 6 a 8 años que de 2 a 5 años, entonces comenzamos a generar una versión, que está aún en proceso, especialmente para niños de esa edad y que se va a diferenciar en una interfaz más simple, con íconos más grandes, sin texto, con un acceso más rápido a la información y un poco más de sonidos que ayuden en la navegación. En realidad la etapa de sondeo no va a terminar nunca, la postura es siempre tratar de mejorar y mejorar”.



La forma y el contenido

Hay dos aspectos fundamentales en Kidbox: el atractivo visual y el contenido, personalizado para el niño. Para crear la estética, Fernando Picún trabajó a partir de unas ilustraciones de sitios web japoneses que, según el equipo, estaban marcando tendencia. “Él dio vida a un mundo súper alegre, muy colorido, en el que no había formas humanas sino personajes, y eso fue evolucionando hasta lo que es hoy, y va a seguir en evolución. Hay que estar en constante cambio, los chicos te piden eso. Si bien el parámetro del mundo de Kidbox ya está establecido, tiene mucho para crecer”.

Los contenidos que provee Kidbox a sus usuarios son el resultado de un proceso de búsqueda, selección y categorización a cargo de un equipo de maestras y de una psicóloga que evalúa todos los aspectos referidos a su calidad. “Si en lo visual un contenido no es atractivo o si no satisface sus expectativas, va a ser muy difícil que el niño se enganche. Entonces, por un lado la estética, por otro, los contenidos y una personalización que conjugue ambas cosas”, resume Kind.

Trabajar en equipo

En esta empresa uruguaya trabajan hoy siete personas dentro de la oficina y cuatro de manera *freelance*. Sobre la modalidad de trabajo, Kind afirma que en una *startup* es esencial el trabajo en equipo y la motivación. “Antes de integrar a alguien tratamos de mostrarle la visión que tenemos de Kidbox. Aclaremos que se van a pasar momentos difíciles y muy buenos. En cada etapa compartimos los logros y también las dificultades con las que nos encontramos, las alegrías de un premio, de un reconocimiento o una publicación en un diario o un blog internacional. Eso va generando una comunión entre nosotros, una identificación con lo que vamos haciendo muy importante para no perder el foco y para tener la camiseta puesta y salir adelante. Creo que en una empresa como esta, más que en una compañía que está establecida desde hace años, se necesita mucho del empuje de cada uno y para ello es esencial que exista un marco que lo soporte, y ese marco es el grupo humano que trabaja en conjunto”.



Cuanto más simple mejor

A lo largo de la creación de Kidbox, los fundadores tuvieron que vincularse con distintos públicos para lograr diferentes objetivos. “Como emprendedor tecnológico sos un articulador y tenés que comunicar de diversas maneras en diferentes ámbitos. Una comunicación es hacia adentro, con el equipo humano; otra es la que planteás en tu sitio web o tu Facebook corporativo para los usuarios. Otra forma de transmitir se genera cuando estás negociando contratos. Lo que aprendí es que para tener una buena comunicación hay que saber bien quién es el interlocutor y prepararse para que todo fluya mucho mejor. Sobre lo que comunicás de adentro hacia afuera, con los usuarios, aprendimos que cuanto más simple, mejor. Por ejemplo, el video que ahora está en

Betina Gersberg::
(Montevideo, 1980)
es egresada de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay. Integra el equipo de la Secretaría de Comunicación Institucional de la misma universidad. Se dedica a la comunicación organizacional y audiovisual de manera independiente. Forma parte del equipo de la revista *dixit* desde su creación, en 2006.

bgersberg@ucu.edu.uy

la página antes era más complejo y el mensaje más rebuscado. Nos dimos cuenta de que aunque a veces se omitan algunas cosas, cuanto más simple, más efectivo, más claro y más entendible. Y si hay alguna pregunta, el usuario después viene a vos”.



Los niños e Internet

A Kind lo sorprendió la velocidad con la que aprenden los niños. “Nosotros no estábamos preparados para su ritmo y tuvimos que adaptarnos. Por ejemplo, nos dimos cuenta de que las películas tienen un rol preponderante, entonces reajustamos nuestros procesos de actualización de contenidos para seguir captando su atención; ahora proyectamos con un año de antelación qué películas se vienen”. Sobre el manejo del mouse pensaron que iba a ser una barrera. “¿Cómo van a poder sincronizar la mano y la pantalla?”, nos preguntábamos, y en las pruebas nos dimos cuenta de que niños de dos años al toque lograban la sincronización. También aprendimos a diferenciarlos. Por ejemplo, los de 2 a 5 años no se fijan en el orden para llegar a la información, sino en que sea fácil el acceso a ella. En cambio, los de 6 a 8 años empiezan a valorar el camino para llegar a lo que buscan. Y esto influyó directamente en la mejora del servicio”. Sobre Internet, el aspecto que más le apasiona a Kind es la globalidad del medio. “Nos pegó de muchas maneras. Desde haber participado en diferentes competencias a nivel mundial y regional, hasta ser publicados en diarios y blogs de todo el mundo. Todo eso se logró simplemente por estar. Tener una cierta visibilidad en algunos premios nos dio una viralidad para que nos bajaran en países como China, Malasia o Rusia, cosas que en un mundo de hace veinte años ni te imaginabas. La

globalidad también influyó en que desde el inicio pensáramos Kidbox para Latinoamérica o para Brasil”. De hecho, el proyecto ya obtuvo respuestas de padres que se comunican desde Colombia, EEUU y Guatemala para comentar cómo les ayuda el servicio. Fue justamente este aspecto lo que decidió a Kind a dedicarse a este proyecto: “Sentir que algo sale de tu cabeza y podés influir con un granito de arena a tu alrededor y en el mundo: eso es una gran motivación”.



El futuro

“La tendencia de los niños a permanecer en Internet va ser cada vez mayor, porque hay cada vez más dispositivos móviles, y por lo tanto la problemática va a aumentar”. En este sentido, las expectativas que Kind y Larre tienen a futuro son muchas. “Queremos lanzar cuanto antes la versión premium, que va a prestar más funcionalidades tanto para padres como para niños. Después, la versión en portugués, porque va a ser clave para posicionarnos en Brasil. Me encantaría pensar, para más adelante, en un Kidbox para Japón y para otros países fuera de la región. También estamos pensando en buscar soluciones para niños mayores de 8 años y posicionarnos como una compañía de solución integral para niños en diferentes edades a nivel mundial”. Si bien inicialmente la empresa se enfocó en Windows, porque la gran mayoría de las computadoras de la región funcionan con este sistema operativo, están desarrollando complementos para Android y Mac. “Por la forma intuitiva de interactuar con pantallas táctiles, el futuro para niños está en los *tablets*, entonces vamos a enfocarnos en soluciones para esos dispositivos; ahí nos tenemos que dirigir”. ■■

Marcelo Isarrualde

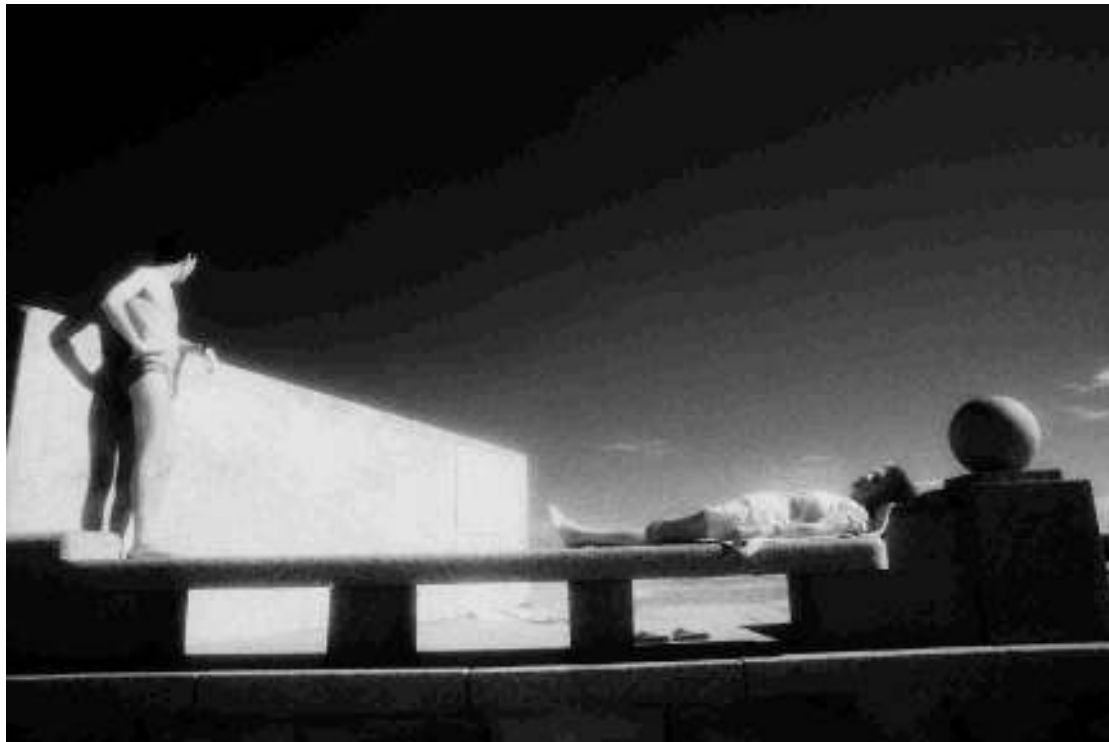
Marcelo Isarrualde Brito (Montevideo, 1961) es arquitecto por la Universidad de la República y fotógrafo. Completó su formación académica en la Universidad de Columbia, Nueva York, avalado por la beca de investigación Fulbright Advanced Research Award. Como fotógrafo obtuvo la beca Seven Young Latinamerican Artist Exchange del American Cultural Exchange. Desde 1991 vive en Barcelona donde además de su trabajo profesional es docente en GrisArt-Escuela Superior de Fotografía. Desde 2000 al 2007 fue director de fotografía del Departamento de Fotografía del grupo editorial Edipresse/Hyma, en Barcelona. Actualmente presta sus servicios en agencias de publicidad y editoriales, en el ámbito del retrato y el reportaje. Expuso entre otras ciudades en La Habana (1984), Caracas (1993) y en el FotoFest de Houston, Texas (1994). También participó de muestras en Montevideo, Buenos Aires, San Pablo, Medellín, Caracas, Nueva York y Barcelona.

Marcelo Isarrualde Brito (Montevideo, 1961) is an architect graduated from Universidad de la República and a photographer. He completed his studies at Columbia University, New York, thanks to the Fulbright Advanced Research Award scholarship. As a photographer, he obtained the Seven Young Latinamerican Artist Exchange scholarship by the American Cultural Exchange. Since 1991 he has been living in Barcelona, where he is also a teacher at the GrisArt-Escuela Superior de Fotografía. From 2000 to 2007 he was the director of photography for the Photography Department of the editorial group Edipresse Hyma in Barcelona. He is currently working for advertising agencies and publishing companies, in the field of portraits and journalism. He has exhibited his work in La Habana (1984), Caracas (1993) and the FotoFest in Houston, Texas, (1994). He also participated in exhibitions in Montevideo, Buenos Aires, San Pablo, Medellín, Caracas, New York and Barcelona.









En poco tiempo se cumplirán 25 años de la primera exhibición de *La Rambla*. La idea surgió a finales de 1982 cuando probé por primera vez un rollo de película infrarroja en blanco y negro. Unos años más tarde, entre noviembre de 1986 y setiembre de 1988, disparé 10 rollos y construí la serie.

Con la película infrarroja se consiguen negativos con más contraste. Además genera unos halos en las altas luces y unos cielos muy dramáticos cuando se utiliza con un filtro rojo. Por aquel entonces –y aún hoy– estaba muy interesado en la pintura metafísica de Giorgio de Chirico, con sus figuras solitarias y arquitecturas silenciosas, que representan espacios urbanos y proyectan largas sombras y melancolías del atardecer. Así lograba crear en sus obras un espacio extraño, atemporal, donde parecía que se podía encontrar la calma. Y *La Rambla*, para mí, era y es eso.

En esa época estudiaba arquitectura y estaba interesado en la idea de la identidad de lugar a través del espacio vivido, y la Rambla fue el espacio de mi infancia. Los más de 20 años que llevo fuera de Uruguay me han hecho entender que mis intereses como autor se vinculan fundamentalmente a esa etapa y a la ciudad donde crecí.

Cuando las circunstancias de lo real rozan lo irreal (la realidad fantástica), es cuando me siento conmovido y fascinado por hacer fotografías. Con esta serie comenzó el interés en seguir este camino fotográfico. ■■

Marcelo Isarrualde
marcelo@isarrualde.com

Ilustración

Por Josefina Cúneo



Josefina Cúneo::
 (Montevideo, 1988)
 es egresada de la Licenciatura
 en Comunicación Social por
 la Universidad Católica del
 Uruguay (UCU). Integra el
 equipo de la Secretaría de
 Comunicación Institucional
 de la misma universidad. Está
 cursando la Licenciatura en
 Arte (Artes Plásticas y
 Visuales) de la Escuela
 Nacional de Bellas Artes.
 Dictó cursos de realización
 audiovisual en el marco del
 área de Extensión
 Universitaria de la UCU. Fue
 asistente de producción en el
 largometraje *Norberto apenas
 tarde*, bajo la dirección de
 Daniel Hendler y coordinó el
 proyecto de renovación del
 Zoológico Villa Dolores.
 Realizó la ilustración de tapa
 e interior del libro *The Time
 the Earth Shook* de la editorial
 Orange Hat Publishing (2011).
cuneojosefina@gmail.com

Mundo feliz, 2010. Ilustración expuesta en la librería La Lupa, Montevideo. ■■



En el fondo, un piano

Por Silvia Soler

Foto Pablo Porciúncula

La casa se vendía con piano y banco giratorio de pianista. El dueño habló de un interesado, alguien se había comprometido a comprarlo y lo seño en prueba de su voluntad, pero nunca lo pasó a buscar. Mientras contaba lo sucedido, el dueño –de la casa y del piano– sacudía la cabeza con fastidio, por eso que se dice siempre de la identidad nacional, lo de no respetar la palabra dada.

Había otros objetos: una heladera oxidada, una caja fuerte, macetas y frascos de perfume, la parte superior de un aljibe y una bañera con patas. Ninguno de ellos parecía importarle, el asunto era el piano.

Antes de firmar la compra le pedí a un constructor amigo su opinión. Fuimos juntos a ver la casa y, finalmente, a la séptima prueba de llave, logramos entrar. Al ceder la puerta nos atacó un aroma rancio que se quedó adherido a la ropa hasta muchas horas después, cuando ya estábamos lejos. Solo la brisa de la playa con su olor a arena macerada borró las huellas sórdidas de la visita.

Nadie había habitado la casa al menos en los últimos dos años, excepto en el porche donde se acomodaban al atardecer los hombres de la calle, harapientos y con aspecto de ermitaños. Además del abandono, se había colado en las habitaciones un delgado hilo de demencia que acompañaba el arbitrario recorrido de caños y cables, los colores de las paredes y las sucesivas capas de rejas colocadas en cada puerta, en cada ventana.

“¡Hay un piano!”, dijo el constructor con el asombro de quien lo descubre en una caverna. Media hora después, ya sin pensar en el instrumento, me aconsejó deshacer el negocio. Apenas empezara a picar revoques saltarían sorpresas de las piedras, malas sorpresas, y gastaría una fortuna, me advirtió.

Al otro día firmé la compra; faltaban unos cuantos trámites, pero no había marcha atrás. En los saludos finales a los escribanos y mientras esperábamos

Silvia Soler::
(Montevideo, 1962)
es profesora de Literatura egresada del Instituto de Profesores Artigas. Fue tutora del seminario Periodismo y Literatura en la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay (UCU). Tiene amplia experiencia como periodista en prensa escrita. Actualmente se desempeña como editora en Editorial Banda Oriental. Además de haber publicado dos libros en la línea del periodismo literario, es coautora, junto a Silvana Tanzi y María Cristina Dutto, del libro *Palabras más, palabras menos. Herramientas para una escritura eficaz* (coedición de Sudamericana y UCU, Montevideo, 2008) y autora de *Crónicas de la nada. Montevideo, el violinista y otras historias* (Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo, 2010).

silviagsoler@gmail.com

el ascensor, el dueño recordó el piano: “Se lo vendo por \$ 5.000, a pagar cuando cerremos el negocio, aunque vale más”. Me pareció un precio razonable. Al fin y al cabo era el piano de su madre, la profesora del barrio. Junto a sus manos de pianista habían tecleado decenas de niños, debía de ser para él un recuerdo querido.

Contraté a otro constructor, aun cuando el primero, con aspecto de pintor bohemio y estilo galante, me resultaba seductor. El nuevo, más optimista, contrastaba con el anterior por su silueta de barril. Desde el principio leí la picardía en su cara enrojecida. Prometió convertir aquel desastre en un palacio en menos que canta un gallo y por un precio “muy especial”. Su martillo eléctrico arrasó con lo bueno y lo malo, las maderas de cedro y las cáscaras de la pared, en tres o cuatro días. Más lento fue el proceso de reconstrucción.

Con la euforia de los cambios olvidé el piano y solo lo recordé en una de mis inspecciones por un tenue brillo del barniz que se destacó entre los escombros. Con celo, los obreros habían limpiado una esquina de la parte superior donde apoyaban los refuerzos del mediodía y la coca-cola. “¿No se podrá correr para otra habitación?”, pregunté. “Pesa un montón”, me contestó uno, sin dejar de masticar.

El piano sobrevivió a la reforma tapado con un nylon. Los muchachos lo usaron como apoyo para el martillo, el taladro, las herramientas pequeñas y las milanesas al pan. Se convirtió pronto en un referente por ser la única superficie más alta del suelo en medio de la demolición. Por esos días todo se ubicaba con relación al piano: arriba de, abajo de, al lado de.

Una tardecita, cuando la obra parecía acercarse al final, me recibió el constructor malhumorado. “Para colocar el piso hubo que correr el piano al garage. ¡Éramos cinco hombres y no podíamos moverlo!”, se quejó, y otra vez se admiró de sí mismo por su error en el cálculo del presupuesto. Ya sin el optimismo inicial, aseguraba ahora que todo saldría más de lo previsto y se lo achacaba a la infinidad de complicaciones, por ejemplo, el trastorno del piano.

Unos meses más tarde, la obra sin terminar se dio por terminada. Ninguna puerta encajaba con exactitud en su marco y las gotas de agua de las canillas nos acompañaban en un canto sin fin. Sin embargo, entendí que la casa se había rendido y se dejaba habitar con mansedumbre. También el piano parecía domesticado y permanecía en pie en el garage, ahora convertido en cuarto de la abuela por circunstancias largas de contar. Lástima que su porte desmesurado tapaba la única entrada de luz y aire de la habitación.

La idea de una amiga de mandarlo a remate me pareció acertada. Busqué en la guía un negocio de subasta de objetos usados y llamé. “Es muy difícil vender un piano, y si al tercer día no aparece comprador, usted se hace cargo de llevárselo de nuevo”, me explicó con aspereza. En Montevideo quedan

pocos interesados en pianos, y se paga más por el flete con los cinco forzudos capaces de alzarlo sobre sus espaldas, que por el objeto en sí.

Con el correr de los días, mi hijo y sus amigos descubrieron la diversión de darle duro a las teclas. La abuela superaba los atentados musicales sin quejas, pero se hizo evidente la necesidad de intervenir para torcer el destino del piano.

La gente, con buena intención, daba ideas. Había quien fantaseaba con un futuro musical para la familia, otros pensaban que sería un gran negocio su venta, bastaba encontrar al comprador apropiado. Alguien más práctico me recomendó una organización de beneficencia que se llevaba todo tipo de objetos, sin importar el tamaño, con tal de mejorar la vida de los pobres. Llamé por el piano y de paso sumé la bañera con patas a la lista de donaciones. “En este momento no recogemos bañeras ni pianos”, me contestaron.

Probé luego a mandar un correo colectivo con el *subject*: “regalo piano”. Enseguida aparecieron dos o tres personas interesadas en la oferta, aunque luego quisieron saber las medidas, después la marca y por último el estado del instrumento. De todos ellos, hubo un muchacho que anunció una visita. Fue lo más cerca que estuve de encontrarle un dueño.

A fines de diciembre vi a la abuela, cubierta de sudor, respirar el aire fresco que entraba apenas por una rendija detrás del piano. En ese instante resolví descuartizarlo. Al comentar la decisión, los mismos que me habían dado la espalda se escandalizaron y otra vez surgieron propuestas, en apariencia sencillas, pero no quise engañarme.

El 29 de diciembre se presentó el hombre con las herramientas y se lo oyó martillar toda la mañana. Decenas de arañas y otros insectos que habitaban en la trastienda de las teclas caminaron por encima de las maderas en busca de mejor sitio donde resguardarse. Al quitar la tapa, resplandeció un sello de la casa Praos S.A., especializada en importación de pianos, y un hierro dorado con la inscripción *Kohler & Campbell New York USA Warranted by Makers*, que hoy cuelga como testimonio sobre la arcada del living.

El hombre colocó las teclas y los macillos por riguroso orden en un armario. La parte trasera, con el bastidor de metal y las cuerdas, se recostó a la pared del fondo debajo de la ventana. Los pedales, la tapa y el clavijerío se acomodaron junto al parrillero.

Mientras escribo llueve, llueve y vuelve a llover. El agua se agrupa en chorros que se deslizan más allá del dintel de la ventana antes de morir sobre el piano. Escucho la lluvia con sus múltiples sonidos informes o rítmicos, y de vez en cuando creo oír un “tin” melancólico sobre las cuerdas. Todas las piezas sueltas de un piano no son un piano, por más que sus teclas permanezcan en estricto orden, ni tú ni yo seremos alguien cuando las partes de nuestros cuerpos se desconecten entre sí. Pero en casa todavía lo llamamos “el piano del fondo”. ■■

dixit

colaboradores

- Abad, Jimena**
Universidad Católica, *El Observador*. Uruguay.
- Abbondanza, Florencia**
Universidad Católica. Uruguay.
- Achugar, Eleonora**
México.
- Aguerre, Carolina**
UDES/Becaria CONICET. Argentina.
- Alcuri, Ignacio**
Océano FM. Uruguay.
- Alonso, Luis**
Uruguay.
- Alpern, Giuliana**
Vendetta Design Corp. Argentina.
- Álvarez, Luciano**
Universidad Católica. Uruguay.
- Ameal, Jorge**
Uruguay.
- Anastasiadis, Carolina**
Océano FM. Uruguay.
- Antúnez, Ricardo**
Tris, escuela de fotografía. Uruguay.
- Arlington, Virginia**
Editorial PalabraSanta. Uruguay.
- Astiazarán, Panta**
Agence France-Press. Uruguay.
- Barceló, Julia**
Universidad Católica, Insignia Comunicación Corporativa. Uruguay.
- Barizzoni, Leo**
Universidad ORT, Revista *Galería* del semanario *Búsqueda*. Uruguay.
- Becerra, Virginia**
Institut Municipal d'Investigació Mèdica. Boehringer Ingelheim. España.
- Beguerie, Leticia**
Uruguay.
- Bicera, María Noel**
Universidad de Chile, IBM Chile. Chile.
- Blanco, Diana**
Pragma Consultores. Argentina.
- Blois, Laura**
Agencia Go. Uruguay.
- Borba, Diego**
Universidad Católica, TCC. Uruguay.
- Bortagaray, Inés**
Uruguay.
- Bretón, Alejandra**
Universidad Católica, Agencia Freevertising. Uruguay.
- Burel, Hugo**
Universidad Católica, Universidad de Montevideo. Uruguay.
- Campodónico, Matilde**
Uruguay.
- Casacuberta, Marcelo**
Uruguay.
- Caselli, Daniel**
Agence France-Press. Uruguay.
- Clara, Jaime**
Universidad Católica, Radio Sarandí. Uruguay.
- Colombino, Nicolás**
Uruguay.
- Contrera, Carlos**
Uruguay.
- Cossi, Carlos**
Universidad Católica. Uruguay.
- Courtoisie, Rafael**
Uruguay.
- Cúneo, Josefina**
Universidad Católica. Uruguay.
- Danta, Richard**
Universidad Católica. Uruguay.
- Da Silveira, Pablo**
Universidad Católica. Uruguay.
- Del Castillo, Serrana**
Blick Ilustración Et Diseño. Uruguay.
- Díaz, Camila**
Universidad Católica. Uruguay.
- Domínguez, Carlos María**
Uruguay.
- Fabbri, Paolo**
Italia.
- Ferrero, Magela**
Uruguay.
- Fortunati, Leopoldina**
Italia.
- Franco, Iván**
Agencia EFE. Uruguay.
- Frasca, Gonzalo**
Universidad ORT, Powerful Robot Games. Uruguay.
- Furtado, José Afonso**
Portugal.
- García Martínez, Gabriel**
Uruguay.
- García Serra, Nelson *Bocha***
El País. Uruguay.
- Gaiimo, Mariángela**
Universidad Católica. Uruguay.
- Gómez Balarini, Matías**
Universidad Católica, Pronto. Uruguay.
- Gómez, Victoria**
Universidad de Montevideo. Uruguay.
- Gordano, Cecilia**
Países Bajos.
- Gosseries, Axel**
Universidad de Lovaina. Bélgica.
- Guerriero, Horacio *Hogue***
Uruguay.
- Guzmán-Restrepo, Carolina**
Universidad Externado. Colombia.
- Hernández Montañés, Soledad**
Universidad Católica, Instituto Strasser. Uruguay.
- Isarrualde, Marcelo**
GrisArt-Escuela Superior de Fotografía.
- Izaguirre, Mónica**
Universidad Católica. Uruguay.
- Jinchuk, Natalia**
Estudio Couture. Uruguay.
- Kaplún, Gabriel**
Universidad de la República. Uruguay.
- Keldjian, Julieta**
Universidad Católica. Uruguay.
- La Rosa, Pablo**
Estudio Fototecasur. Uruguay.
- Langleib, Macarena**
El País. Uruguay.
- Lanza, Edison**
Universidad Católica. Uruguay.
- Lasida, Felipe**
Plan Ceibal. Uruguay.
- Lavore, Dafne**
Edenor. Argentina.
- Lázaro, Rosario**
Universidad de la República. Uruguay.
- Lejavitzter, Amalia**
Universidad Nacional Autónoma. México.
- Lema Álvarez, Ricardo**
Universidad Católica. Uruguay.
- Leymonié, Julia**
Universidad Católica. Uruguay.
- Linn, Leticia**
Organización Panamericana de la Salud. Estados Unidos.
- Linn, Tomás**
Búsqueda. Uruguay.
- Luzardo, Valeria**
CLAEH, The New School University. Uruguay.
- Mardero, Natalia**
Uruguay.
- Martorelli, Lucía**
Universidad Católica, Dirección Nacional de Medio Ambiente. Uruguay.
- Mazza, Javier**
Universidad Católica, Universidad de la Empresa. Uruguay.
- Méndez, Mariana**
Uruguay.
- Montanari, Federico**
Italia.
- Montuori, Elisa**
Estados Unidos.
- Naguil, Federico**
Uruguay.
- Natalevich, Martín**
Televisión Nacional Uruguay. Uruguay.
- Novarese, Carina**
El Observador. Uruguay.
- Oberlander, Raquel**
Notable Publicidad. Uruguay.
- Onetto, Gabriela**
Uruguay.
- Orzuj, Raquel**
Federation European Cartoonists Organisation. Uruguay.
- Otero Bello, Edison**
Chile.
- Papa, Paola**
Universidad Católica. Uruguay.
- Pazos, Carlos**
Uruguay.
- Pepe, Ana Inés**
Universidad Católica, Contexto Comunicación Corporativa. Uruguay.
- Pigola, Alberto**
Universidad Católica. Uruguay.
- Ponce de León, Facundo**
Universidad Católica del Uruguay. Suiza.
- Ponce, Matías**
Universidad Católica, Universidad de la República, CLAEH, Consultora Activa Comunicación Estratégica. Uruguay.
- Porzekanski, Teresa**
Universidad de la República. Uruguay.
- Queirolo, Rosario**
Universidad de Montevideo. Uruguay.
- Rabuffetti, Mauricio**
Agence France-Press. Estados Unidos.
- Rocca, María Inés**
Universidad Católica, Insignia Comunicación Corporativa. Uruguay.
- Rodríguez Vairoletti, Gonzalo**
Uruguay.
- Salas, Fernando**
Universidad de Montevideo. Uruguay.
- Scafati, Alejandra**
Universidad Católica. Uruguay.
- Schlesinger, Philip**
Escocia.
- Sghirla, Alejandra**
Aeropuerto Internacional de Carrasco. Uruguay.
- Silvera, Leonardo**
Universidad Católica. Uruguay.
- Soler, Silvia**
Universidad Católica. Uruguay.
- Stillo, Mónica**
Universidad Católica, Universidad ORT. Uruguay.
- Stoll, Pablo**
Control Z Films. Uruguay.
- Strasser, María Inés**
Instituto Strasser. Uruguay.
- Tabárez, Tania**
Tevé Ciudad. Uruguay.
- Tanzi, Silvana**
Universidad Católica, CLAEH, *Búsqueda*. Uruguay.
- Tolosa, Mauricio**
Think Tank Mayanadia, Fundación de la Comunicología. Chile.
- Torres, Patricia**
Uruguay.
- Varela, Florencia**
Uruguay.
- Varoli, Horacio**
Uruguay.
- Vidal, Cecilia**
Universidad Católica. Uruguay.
- Videla, Germán**
Argentina.
- Zabaleta, Virginia**
Uruguay.

dixit digital

<http://revistadixit.ucu.edu.uy>

dixit
comunicación :: profesión :: conocimiento



[Home](#) [Institucional](#) [Secciones](#) [Colaboraciones](#) [Distribución](#) [Contacto](#)

Secciones

El Arca
Señas
Rapport
Emprendedores
Enfoque
Reflejos
Matiz
Desde la Academia
Paradigmas
Puño y letra
Tramas

Ediciones anteriores

Links

Descargas

Búsqueda de artículos

Palabra clave

Nos interesa tu
opinión



Artículos



**“UN COMUNICADOR NUNCA PUEDE
SER INGENUO RESPECTO A LOS
IMPACTOS EN EL USO DE INTERNET”**

Entrevista a Carolina Aguerre



**LA CRÓNICA POLICIAL
EN LOS INFORMATIVOS
DE TELEVISIÓN**

La noticia como construcción cultural



**COMUNICAR LA CIENCIA
EN LA ANTIGUA ROMA**

Nuevas formas de decir lo dicho

REPORTAJE FOTOGRAFICO EN SOPORTE MULTIMEDIA

FOTOGRAFÍA DE MARCELO ISARRUALDE

KIDBOX, UN MUNDO FELIZ EN INTERNET



[↓ Descargar PDF](#)

dixit es una publicación de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay

<http://revistadixit.ucu.edu.uy>
Licenciatura en Comunicación Social
Facultad de Ciencias Humanas
Universidad Católica del Uruguay

Contacto
dixit@ucu.edu.uy

La revista dixit es una publicación de distribución gratuita. Los contenidos pueden ser reproducidos citando la fuente correspondiente.

En dixit online vas a encontrar todos los artículos publicados desde la primera edición. Te invitamos a leerlos y a descargarlos.

dixit fue declarada revista de fomento artístico cultural e integra el registro de los Fondos de Incentivo Cultural

dixit es cultura

El Consejo Nacional de Evaluación y Fomento de Proyectos Artístico Culturales (CONAEF) y la Dirección Nacional de Cultura (MEC) según la Ley 17.930 del 19 de diciembre de 2005 y reglamentado por el Decreto 364/07 de 1º de octubre de 2007, dejó constancia que

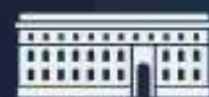
el proyecto N.º L33.10 Dixit Comunicación Profesión Conocimiento, de la categoría letras, a cargo de la Universidad Católica del Uruguay

fue declarado de fomento artístico cultural e integra el registro correspondiente a los Fondos de Incentivo Cultural.

Más información sobre los Fondos de Incentivo Cultural:
<http://www.fondosdeincentivocultural.gub.uy/>



Postgrados 2012



Universidad
Católica del
Uruguay

Una comunidad académica viva y plural, pionera en ofrecer postgrados en nuestro país, con

más de **100** programas de doctorado, maestrías, postgrados y **diplomas** en las áreas de la ingeniería, las leyes, las ciencias humanas, empresariales y de la salud.

más de **200** convenios de cooperación con importantes **universidades del mundo** que permiten intercambios de profesores y estudiantes, así como la realización de proyectos de investigación internacionales.

ucu.edu.uy