

## Transcripción: Módulo 1: El método: Cómo escribir historias relevantes de tecnología (Entrevista a Federico Kukso)

[00:00:00] Hola Federico, bienvenido al curso. Gracias por estar aquí.

[00:00:06] Este módulo nosotros hablamos de cómo contar historias de tecnología que sean más interesantes para nuestros lectores, sobre todo que vayan más allá de lo superficial.

[00:00:17] En ese sentido, presentamos algún ejemplo de mi capítulo Guerras de internet que habla de la infraestructura de internet y en ese libro yo trabajé con vos como editor y aprendí muchas cosas que me enseñaste sobre cómo tratar las comparaciones, las imágenes y las metáforas en el periodismo de tecnología para que el lector tuviera más elementos para comprender de lo que estamos hablando en el periodismo. ¿Cómo vos aprendiste eso y cómo lo trabajas y qué podemos saber nosotros para como periodistas acerca de eso?

[00:00:56] Bueno, gracias por la invitación.

[00:00:58] Sí vos sabés que como lectores pensamos en imágenes y esto implica no sólo al periodismo de tecnología, sino a todo tipo de periodismo, que siempre es importante cuando habla de, cuando uno habla de objetos, de cosas, cosas técnicas, con el caso de la tecnología, siempre remitir a imágenes conocidas e imágenes tangibles en especial. Por ejemplo, uno puede decir que el telescopio espacial Hubble mide, no sé, 17 metros de largo y eso no te dice nada. Pero si vos decís que es grande como un colectivo o como, el lector se queda con una imagen más palpable, entonces la tecnología está rodeada de metáforas y analogías. De hecho, la manera en que concebimos el internet es a través de metáforas, ¿no? Es interesante ver cómo han evolucionado las metáforas de internet y hablan incluso de cómo ha cambiado nuestra concepción. O sea, una parte de un concepto como el ciberespacio, que fue acuñado por William Gibson, autor importante de ciencia ficción, incluso antes de la aparición de la web. Luego tenemos el concepto de autopista de la información, ¿no?, tan promocionado por Al Gore. Fijate ahora como la metáfora rectora es la nube.

[00:02:22] Lo interesante de esto es que cada metáfora viene asociada con ciertas concepciones. O sea, las metáforas no son inocentes. Las metáforas nos sirven para pensar. Muchas veces caen en eslóganes, o sea, por eso siempre hay que tener cuidado. Incluso, por ejemplo, cuando uno habla del escritorio en la computadora es una metáfora. Las carpetas del escritorio. Fijate que cuando uno habla de subir un archivo y bajar un archivo, siempre es metafórico. Entonces hay dos aspectos. Uno, el aspecto de la redacción de un artículo, nunca pensar, siempre hay que abundar en él: "es decir", "esto es", o sea guiños, para, para, para, para, no siempre caer, siempre hay que pensar en el lector. Es un servicio que el redactor le hace a la audiencia.

[00:03:17] En ese punto, a vos te referís a la parte que nosotros llamamos "el explicador" en el momento en que uno traduce esa tecnología, en este caso de este curso, o eso que nosotros queremos introducir en una nota, que es la novedoso, que no necesariamente tiene que ser nuevo, sino que es la parte, en todo caso difícil a comprender. Y ahí lo que nos recomendás es que no tengamos miedo de hacer una repetición y usar esas, en todo caso muletillas, pero que son muy útiles a la hora de la narración que son: es decir, la comparación, es decir, esa repetición que hace traducible lo que queremos contar.

[00:03:59] Claro, fijate que cuando uno escribe un artículo siempre tiene que tener en la cabeza cuál es su audiencia.

[00:04:06] O sea, es distinto que uno escriba para un medio de difusión masiva, que si uno escribe para una revista especializada, ¿no? Pero igualmente nunca uno tiene que obviar, especial si el público es un público nuevo en una tecnología que incluso uno piensa que puede ser conocida por todo el mundo, pero quizá no lo es así. Entonces, siempre es beneficioso hablar en términos en formas cotidianas, ¿no? O sea, cuando en mi caso yo que, si bien yo hablo mucho de tecnología y de ciencia cuando escribo sobre sondas espaciales, hablar que por ejemplo, que son del tamaño de un lavarropas, ¿por qué? Porque casi todos los conocemos. Cuán, cuán grande es un lavarropas, entonces, o un auto compacto, ¿no? Entonces siempre es

recomendable eso. Pero también el otro aspecto es no caer presos, no ser presos de los eslóganes publicitarios. Fijate como ahora la inteligencia artificial se la intenta vender como la nueva, como la nueva electricidad. O sea, ¿por qué? Porque, como te decía, son formas de pensar.

[00:05:14] Entonces, tratar de ser originales con las metáforas. Por ejemplo, cuando uno habla de 30 mil personas, pensar por ejemplo, un estadio, un estadio son 30 mil personas.

[00:05:26] O sea, si yo digo así por el aire '30 mil personas'. Quizá uno no puede abarcar, uno sabe. Pero si uno, a uno le dicen imagina cómo es un estadio cuando hay un concierto quizás más tangible. Entonces me parece lo que te decía antes, es parte, es una parte crucial del redactor salir de la gacetilla, vos sabés que periodismo tecnológico está inundado de gacetillas, salir también de Wikipedia y aportar algo a partir del conocimiento propio.

[00:05:57] Y respecto también de aportar algo que le sea familiar a ese lector, a esa persona o que está leyendo, que está viendo una historia.

[00:06:06] Hay mucho también en tu trabajo, de la cultura popular, de películas, de series, de libros, que nutre también una historia que se sale de la copia del press release o la gacetilla de prensa. Y eso también es importante que lo tengamos en cuenta.

[00:06:26] Sí, fijate que haber en esta época donde donde hay tanta, tanta prisa por contar las cosas, ya sea en Twitter, en redes sociales o hay tanto escrito sobre ciertos temas uno tiene que distinguirse del montón, uno tiene que ser un redactor distinto, ya sea por el tipo de temas que uno cubre, el estilo pero también a partir de este plus que uno le da al artículo. Entonces, al evitar te decía, sí Wikipedia es interesante por los datos que nos, que nos ayuda, contextuales, pero siempre tenemos que darle nosotros un plus, y uno puede hacer ese vínculo, ya sea con la literatura, con una película, con una serie, con algo que el público conozca. Entonces, ¿por qué? Porque esto tiene una función cognitiva. Hace que una persona que dice 'ese tema a mí no me toca, no me interesa', quizá descubra al hacer este link, 'mirá este esquema nunca lo había pensado de esta manera'. Y sobre todo en un artículo uno tiene que sembrar la curiosidad. ¿Por qué? Porque un artículo de 4 mil caracteres, 10 mil caracteres e incluso un libro no agota un tema. Entonces lo interesante siempre es decir bueno, 'este es un tema que te va a interesar, podés explorarlo por tu cuenta'. Entonces, hacer esas conexiones con cosas de la cultura popular, películas, teatro, lo que sea, siempre ayuda al lector, no sólo a engancharlo con la historia, sino también que lo piense desde otra faceta.

[00:08:01] Y yendo un poco a antes de escribir en términos de la producción, ¿cuál es tu método? ¿Cómo trabajás? ¿Trabajás con un mapa de ideas, trabajás... ¿Cómo se insertan todas estas pequeñas partes para formar una historia? Cuando empezás a escribir, tenemos un tema. ¿Cómo lo abordamos?

[00:08:22] Tal vez esa es la parte más más complicada, o sea, si a uno, si a uno le dicen 'escribí sobre internet'. Pero bueno, ¿de qué escribo? Es tratar de que el tema del artículo, el objeto de estudio, puede ser para un libro, acotarlo, ¿no? O sea voy a estudiar esto. Primero uno también uno tiene que estudiar lo que ya se escribió sobre el tema para no caer en volver a escribir algo ya escrito. Yo siempre divido la producción en tres momentos: una preproducción, producción y posproducción. En la preproducción, es la parte que a mí más me gusta, que es el proceso de hacer entrevistas, de leer libros, leer otros artículos, buscar datos. Después la parte de la producción es el momento en que tengo todo ese material y tengo que organizarlo. Entonces uso muchos, muchos mapas visuales, utilizo muchas libretas, ordeno la información. Porque un dato, una faceta muy importante del escribir artículos periodísticos, ensayos es la manera en que se dosifica la información. Ya estamos, ya hace tiempo pasamos la etapa de la famosa pirámide invertida, o sea, buscamos que el lector sigue hasta el final del texto, ¿no? Me imagino que uno quiere que vean todo nuestro texto. Es importante ir párrafo por párrafo dosificando la información. Entonces yo tengo que tratar como que un artículo sea como un pequeño encuentro. Por eso a mí me sirve mucho leer cuentos de ficción. Ayuda mucho, por ejemplo, ficciones de Borges, es muy interesante ver la estructura de esos cuentos. Como en, o los cuentos cortos de Asimov, si a uno le interesa la ciencia ficción. Entonces pensar eso, distribuir la información de una manera que el tema sea interesante para el lector y también para uno, ¿no?

Uno no tiene que aburrirse con el propio texto. Entonces, en ese momento de producción, como yo me pongo a escribir, tengo en mi cabeza ordenada cómo voy a ir a contar esa historia. Y luego en la postproducción ya viene edición, ya sea de estilo o de luego contar esta historia en otros medios, como redes sociales.

[00:10:37] Muy interesante y un gusto recibir tus consejos y tu experiencia Federico, gracias.

[00:10:44] Muchas gracias Natalia.