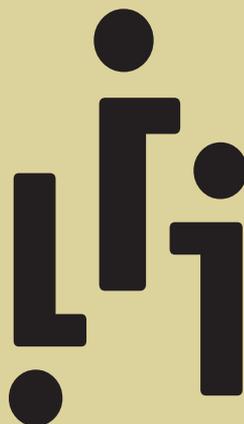


JULIÁN GONZÁLEZ

Repensar el Periodismo

Transformaciones y Emergencias del Periodismo Actual

Colección Artes y Humanidades



Universidad
del Valle

Programa ditorial

JULIÁN GONZÁLEZ

Repensar el Periodismo

Transformaciones y Emergencias del Periodismo Actual



Colección Artes y Humanidades

En *Repensar el periodismo. Transformaciones y emergencias del periodismo actual*, convergen el interés por comprender el lugar del dispositivo biográfico en la construcción de información de actualidad, y la necesidad de examinar hasta qué punto estamos ante reorganizaciones radicales de lo que entendemos por periodismo. El periodismo de entretenimiento, el periodismo biográfico, el periodismo de análisis, el periodismo de investigación serían manifestaciones de esas transformaciones y síntomas de superación del canon clásico del periodismo, también llamado periodismo informativo. ¿Cuales son los alcances de semejantes transformaciones? ¿En qué sentido constituyen formas de *periodismo* complejo? ¿De qué manera esas mutaciones se expresan en el periodismo biográfico colombiano? ¿En qué consiste la superación del periodismo informativo? Ese es el tipo de preguntas y problemas que *Repensar el periodismo* se propone abordar.



JULIÁN GONZÁLEZ

Repensar el Periodismo

Transformaciones y Emergencias del Periodismo Actual



Colección Artes y Humanidades

Universidad del Valle
Programa Editorial

Título: *Repensar el Periodismo.*
Transformaciones y Emergencias del Periodismo Actual
Autor: Julián González
ISBN: 978-958-670-314-7
ISBN PDF: 978-958-765-766-1
DOI: 10.25100/peu.243
Colección: Artes y Humanidades - Comunicación Social
Primera Edición Impresa marzo 2004
Edición Digital junio 2018

Rector de la Universidad del Valle: Édgar Varela Barrios
Vicerrector de Investigaciones: Jaime R. Cantera Kintz
Director del Programa Editorial: Omar Díaz Saldaña

© Universidad del Valle
© Julián González

Diseño de carátula: Henry Naranjo P.

Este libro, o parte de él, no puede ser reproducido por ningún medio sin autorización escrita de la Universidad del Valle.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del autor y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad del Valle, ni genera responsabilidad frente a terceros. El autor es el responsable del respeto a los derechos de autor y del material contenido en la publicación (fotografías, ilustraciones, tablas, etc.), razón por la cual la Universidad no puede asumir ninguna responsabilidad en caso de omisiones o errores.

Cali, Colombia, junio de 2018

ÍNDICE

Presentación	9
CAPÍTULO 1	
El periodismo moderno y sus mutaciones.	
La emergencia del periodismo complejo.....	11
1. Introducción.....	11
2. Periodización del periodismo moderno.....	21
- Periodismo Ideológico	21
- Periodismo Informativo	24
- Periodismo complejo o del conocimiento complejo	35
3. Síntesis y comparación de los tres tipos de periodismos modernos	60
CAPÍTULO 2	
Periodismos híbridos y contemporaneidad.	
Apuntes para una periodización del periodismo moderno en Colombia	89
- Periodismo Informativo-Ideológico.....	90
- Periodismo Informativo-complejo.....	100
CAPÍTULO 3	
Periodismo biográfico en Colombia Usos y funciones.....	123
1. Disolvencias: la liquidación del reportaje y la crónica	123

2. Sensibilidad biográfica y periodismo biográfico.....	137
3. Periodismo biográfico en Colombia.....	140
Bibliografía	183
Hemerografía	190
Corpus periodismo biográfico en Colombia	191

*A ellas, tan mías, que padecieron este exilio:
Mi rocío, mi arena y mi bambú.*

A Nacho, que empieza a hacerse adulto.

*Y a Carlos Pérez,
que me enseñó ideas y métodos que aquí
imito malamente.*

**PÁGINA EN BLANCO
EN LA EDICIÓN IMPRESA**

PRESENTACIÓN

El que presento a continuación es un «estudio exploratorio» no porque renueve enfoques y miradas sobre un viejo objeto de investigación, o porque instale un ámbito nuevo de trabajo, o porque aborde un número pequeño de «muestras», y en consecuencia no pueda arriesgarse a hacer importantes generalizaciones teóricas. Aquí «exploratorio» significa «provisional». Por supuesto, toda investigación que se precie de «científica» contiene las marcas de lo provisorio; pero en este caso la naturaleza obsolescente del objeto empírico que he abordado (periodismos que -en Colombia- apelan a biografismos de diferente tipo) y la velocidad con que la prensa escrita está renovándose dentro del complejo entorno mediático contemporáneo en que se desenvuelve, acentúan la provisionalidad del estudio. Inicialmente me proponía abordar el periodismo biográfico tanto del lado de los periodistas que lo estaban gestionando, como del lado de los lectores que lo apropiaban; tanto del de las técnicas y lenguajes que implicaba, como del de los formatos en que se realizaba. Pero el sólo intento de explicar por qué «lo biográfico» parecía penetrar con tanta fuerza el periodismo contemporáneo, demandó trabajo y plazos que superaron todas las previsiones. En consecuencia, los periodistas-productores y los lectores de periodismo biográfico serán materia de futuras indagaciones.

El estudio que se ofrece a continuación trabaja a partir de un corpus de textos de prensa, y eso tiene algunas consecuencias. La primera es que inevitablemente deriva en algún empeño clasificatorio y tipológico, que si bien no da cuenta de la complejidad comunicativa del «periodis-

mo biográfico» —pues se sabe que los «textos» no explican del todo las apropiaciones y usos, las lecturas y consumos que realizan los públicos lectores— permite advertir qué se está jugando la empresa periodística al procurar ‘biografismos’ en el tratamiento de la información de actualidad. La segunda: me he visto forzado a considerar las agendas temáticas que aborda el periodismo biográfico, y a hacer algún tipo de valoraciones respecto a sus alcances y límites, de cara al país desgarrado en que prospera. Por ello la tipología que propongo es menos una taxonomía que una colección, en que los criterios organizadores no dependen tanto de la naturaleza del objeto como de las urgencias del sujeto. Y en mi caso las urgencias pasan por pensar el periodismo que es posible y deseable construir en este país, una nación en que el derecho a la vida y a la memoria de su propia tragedia deberían ser prioritarios.

Este estudio deriva del proyecto de investigación Colciencias-Univale, titulado «Usos de lo biográfico en la cultura del impreso informativo contemporáneo en Colombia».

EL PERIODISMO MODERNO Y SUS MUTACIONES. LA EMERGENCIA DEL PERIODISMO COMPLEJO

I. INTRODUCCIÓN

Para poder situar y comprender las formas contemporáneas del periodismo biográfico en Colombia, arriesgaré a continuación una periodización gruesa y esquemática del periodismo moderno en general, y del periodismo colombiano en particular. Esta periodización indica una tesis central: el campo del periodismo ha estado íntimamente asociado a las transformaciones y movimientos que vienen de lo social por tres razones: porque el periodismo es, en primer lugar empresa, y por lo tanto sensible a las transformaciones de la cultura laboral, del mundo técnico, y a las crisis del sector productor de bienes de consumo y servicios, que publicita en los medios de comunicación; en segundo lugar, porque históricamente ha estado ligado al mundo de la opinión pública y la esfera política, y eso sitúa al periodismo en ese campo de tensiones que es la vida ciudadana moderna, y esa oscilación que va entre los auges de la vida pública y los repliegues en la vida privada; y en tercer lugar, porque depende de los lectores en tanto ciudadanos, consumidores–lectores de información y publicidad, y, en el último tiempo, sujetos de entretenimiento y usuarios de información¹. Sin embargo, el que éstas sean algunas de las bisagras que explican la condición «social» del periodismo, no es la evolución empresarial de los periódicos, o su ligazón más o menos instrumental con las instituciones de poder político o las determinaciones que le impondría el mercado de lectores lo que permitiría comprender mejor su devenir

histórico. Jesús Martín-Barbero (1987) advierte sobre la necesidad de evitar varias tentaciones a la hora de pensar la prensa actual²: no es sólo «industria», no puede ser pensada únicamente como negocio, es decir, no es la mercantilización y la caza de consumidores lo que determina su estatuto actual. No es sólo «institución pública», institución de poder político e ideológico: la filiación y la fidelidad política no es suficiente para pensar y explicar la prensa. Y no es únicamente un «medio de información», esto es, la producción de información, el dar cuenta de los hechos sociales significativos de la actualidad no la definen. Es del lado de la cultura, de las mediaciones sociales, del modo como organizamos la vida social y dotamos de sentido la vida cotidiana, que puede entenderse el estatuto de la prensa actual. El énfasis contemporáneo en el entretenimiento, la narración biográfica y la información compleja son datos del mundo social que se expresan en el actual estado de cosas de la prensa escrita y del periodismo en general. Es del lado de los movimientos de lo social que habría que entender la prensa actual y el periodismo que podemos construir hacia el futuro.

Por lo tanto, en esta periodización, menos que situar eventos y datar momentos específicos del devenir del periodismo como práctica social³, me interesa indicar algunos rasgos y fenómenos gruesos que constituyen, al mismo tiempo, rupturas y superaciones importantes en el devenir del periodismo moderno y sus tres momentos: el periodismo ideológico, el periodismo informativo y el periodismo complejo. Es respecto al último momento que tiene sentido estudiar el periodismo biográfico y sus formas actuales. Me interesa defender la siguiente idea: el periodismo biográfico contemporáneo hace parte de un movimiento de reorganización del periodismo que, junto al periodismo de entretenimiento, al de análisis, al de divulgación de saberes especializados (incluido el periodismo científico) y al periodismo de investigación, señalan rupturas y transformaciones importantes del canon clásico del periodismo, es decir, el periodismo informativo. Estas tradiciones periodísticas compartirían atributos y características que permiten agruparlas bajo una categoría común: «periodismo complejo» o «periodismo del conocimiento complejo»⁴. Entonces, este capítulo explora y expone en qué sentido son «superaciones internas» e indican la erosión y transformación del canon clásico del periodismo, y en qué sentido estos periodismos emergentes señalan, a partir de los años 40 del siglo pasado, una transformación radical y definitiva de lo que entendíamos por periodismo.

¿Cómo ha llegado a ocurrir que el entretenimiento ha venido a ocupar un lugar estratégico en la prensa actual, en el periodismo escrito y hablado, en el periodismo de las pantallas –informáticas y televisivas–; amenazando con desplazar y transformar el estatuto de la información noticiosa? ¿En qué sentido esta emergencia de los entretenimientos informativos indica una tercera mutación en la condición de los lectores: primero ciudadanos, luego consumidores de información y publicidad, y después sujetos de entretenimiento y usuarios de información? ¿Y qué decir de esta preocupación emergente por «narrar historias y biografías», por conectarse desde un punto de vista biográfico con los lectorados? ¿Por qué el interés de algunos periodistas por volver a la crónica y el reportaje de corte narrativo, a la escritura literaria, a los experimentos expresivos? ¿Por qué el periodismo de investigación y el periodismo de análisis, el periodismo de denuncia pública y de explicación, se convierten en criterio de eficacia y prestigio de un importante sector del periodismo desde la década de 1940? ¿Por qué en la década del 90 el periodismo cívico o periodismo público forjan alternativas críticas respecto al canon clásico informativo que habría contribuido significativamente a la erosión de la participación ciudadana y la crisis de credibilidad de la democracia y las formas instituidas de debate público? ¿Cómo ha llegado a ocurrir que el periodismo de denuncia se conecta, por un lado, con los ciudadanos, convirtiendo a los medios de comunicación en instancias donde tramitar demandas ante los poderes públicos, y por otro lado, se transforma en terreno abonado donde organizaciones sociales, grupos de poder, gremios de la producción, agencias e instituciones públicas despliegan luchas y operan controles sociales, promueven agendas y temas, fuerzan la emergencia de políticas que les permitan convertir el interés institucional, privado o gremial en interés público y general? Dicho de otra manera, ¿cómo ocurre que el periodismo industrial, que durante cerca de cien años enfatizó la noticia, la información escueta y la actualización permanente como criterios de eficacia, hoy parece privilegiar tres tareas y funciones que, de algún modo, reconfiguran el estatuto tradicional de la información: a) el entretenimiento y diversión informativas; b) la narración de historias y trozos biográficos; y c) la investigación periodística y el análisis para la toma de decisiones? ¿Por qué la información periodística ya no pasa únicamente por «la actualidad noticiosa»?

Al realizar las periodizaciones históricas del periodismo, algunos autores enfatizan los hitos, personas y momentos significativos de este devenir, y configuran una historia en que se enlistan nombres, fechas de aparición y quiebra de las más importantes iniciativas industriales del periodismo. De esta manera, se configura una suerte de historia al mismo tiempo apologética y épica con sus próceres, descubridores y villanos, empresarios visionarios y censores, benefactores diestros y obstáculos siniestros a la libertad de prensa que termina hábilmente asimilada a la libertad de empresa. Es, de hecho, la historia que suele promover el periodismo y sus empresas, una historia evolucionista, lineal y en continuo ascenso hacia la perfección: más y mejor prensa, más objetiva, más independiente, más especializada, más poderosa, más técnica. Un buen ejemplo de esta «historia apologética» del periodismo puede encontrarse en la serie «Para la historia del periodismo», auspiciada por la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa), la agrupación de empresarios y empresas de medios informativos de hispanoamérica. «La lista de mártires por la libertad de prensa en América encuentra en el periodismo colombiano un permanente baluarte contra la amenaza constante para las instituciones democráticas del continente» (Para La Historia del Periodismo, No 5, Año II, Argentina, 1989). Una retórica y tono similar –como el de la historia oficial de nuestras naciones– puede encontrarse en las ediciones especiales, separatas e informes en que se celebran los aniversarios de las empresas periodísticas. Por contraste, hay otro modo de periodización en que la historia de la prensa empata con la historia de los procesos culturales, la historia de las instituciones o la historia de los poderes públicos y políticos. Mucho más densa y rigurosa que la anterior, el periodismo visto desde el devenir del mundo social, los movimientos sociales, los procesos de configuración de naciones y estados, las luchas por las hegemonías sociales y políticas entre fracciones de élites, el reconocimiento, negación y negociación con el mundo y culturas populares, se revela más complejo y ambiguo de lo que le gusta a la historia apologética. Hay otra historia de la prensa y el periodismo que empata, más bien, con la historia de la técnica y de las tecnologías de comunicación, en que se refiere cómo la tecnociencia y el mundo de las máquinas (desde la imprenta hasta la informática) van trastornando los límites y posibilidades de los medios de comunicación.

La que se ofrece a continuación es una periodización esquemática y mucho más modesta, en que considero anotaciones de orden «sociocul-

tural y técnico», y enlisto indicaciones muy gruesas respecto al entorno organizacional, laboral y empresarial que supone cada uno de los tres momentos de la historia del periodismo moderno. Hay que evitar la tentación del determinismo tecnológico para explicar sus quiebres y transformaciones. Martínez de Sousa (1992) prefiere definir dos criterios demarcatorios para situar los comienzos del periodismo moderno: a) el establecimiento de la periodicidad diaria y b) la aparición de la publicidad, las agencias de noticias, el tendido de cables submarinos y ciertos progresos técnicos que permitieron el incremento sustancial de las tiradas y el paginaje. En otras palabras, indicios de industrialización de la prensa. Para Martínez de Sousa, el periodismo moderno en sentido estricto empieza hacia la segunda mitad del siglo XIX. Para Ángel Benito (1973)⁵, el periodismo moderno se extiende de 1850 a 1973 y considera tres etapas definidas: «Periodismo ideológico, periodismo informativo y periodismo de explicación. Esta clasificación, que responde a los últimos estudios de Prensa comparada realizados en el mundo, se funda en la consideración de los fines que en cada uno de estos tres períodos se han propuesto los profesionales de la información.» Martínez Albertos (1993) prefiere distinguir tres periodos en los siguientes términos: «La primera etapa, la del periodismo ideológico, dura en todo el mundo hasta el fin de la Primera Guerra Mundial. Es un periodismo doctrinal y moralizador, con ánimo proselitista al servicio de las ideas políticas o religiosas; una Prensa opinante que responde a una etapa histórica de partidismo y luchas ideológicas. (...) La segunda etapa es la del periodismo informativo. Aparece hacia 1870 como fenómeno definido y coexiste durante cierto tiempo con el periodismo de corte ideológico. Entre 1870 y 1914 va perfilándose primero en Inglaterra y después con mayor vigor, en Estados Unidos de América que se apoya fundamentalmente en la narración o relato de hechos. (...) Junto a estos tipos de Prensa y a raíz de la paz de 1945, el periodista ha ido revistiéndose de un nuevo carácter: la profundidad. Puede hablarse desde entonces de una nueva etapa de la historia del periodismo contemporáneo: la del periodismo de explicación».

Yo he preferido una nomenclatura nueva para señalar algunas modificaciones significativas respecto al tercer momento del devenir del periodismo, el periodismo complejo o del conocimiento complejo. Me interesa a continuación relacionar, más que datar, algunos de los núcleos gruesos que caracterizarían cada uno de los tres periodos, las sensibili-

dades estéticas (pre-mecánica, mecánica y post-mecánica) asociadas a cada uno de los periodos, la transformación del paisaje tecno-científico y organizativo que suponen, y los diferentes paradigmas de comunicación que implican.

El trasfondo tecno-organizativo

Nótese como el itinerario de invenciones técnicas en relación con la prensa y el periodismo escrito no nos dice mucho, si no se considera el trasfondo organizativo que le da sentido a los artefactos al uso.

- i.** Finales del siglo XVII: estereotipia, perfeccionada por Firmin Didot en 1795; litografía, 1796; máquina continua para la fabricación de papel, 1799.
- ii.** Siglo XIX: primera prensa de vapor, 1810; primera prensa de retira-ción, 1816; inauguración de la línea telegráfica Washington-Baltimor, 1844; rotativa de Marinoni, 1849; plancha de estereotipia curva, 1849; fotograbado, 1851; rotativa de R.M. Hoe, 1862; trama de fotograbado, 1879; linotipia, 1884; monotipia, 1886; huecograbado, 1894; primeras investigaciones de fotocomposición, 1896; teletipo, 1897.
- iii.** Siglo XX: offset, 1904; huecograbado mecánico, 1905; serigrafía, 1907; primera máquina fotocomponedora (no viable), 1910; belinógrafo, 1925; telecomposición, 1932; planchas poli metálicas para offset, 1936; telefacsimil Fax, 1947; fin de la primera generación de fotocomponedoras, 1950; comienzo de la cuarta generación de fotocomponedoras, 1977 (Martínez de Sousa, 1992). Computador electrónico personal, década de los 70.

Por eso es imprescindible evitar la tentación de poner las «tecnologías» y sus renovaciones y cambios, como factores determinantes de las transformaciones del periodismo.

Hay relativo consenso acerca de una cierta periodización general del devenir organizativo de la ciencia-técnica contemporánea. Patrice Flichy (1993), propone la siguiente periodización: «la del sabio aislado, la del pequeño laboratorio y la del gran centro de investigación. El primer periodo (1790-1870) es el del nacimiento de la electricidad, del concepto de red y de la grabación de la imagen; también es el de la controversia entre comunicación de Estado y comunicación de mercado. En el curso del segundo periodo (1870-1930) aparece otra controversia sobre el uso, entre comunicación profesional y comunicación familiar. Las investiga-

ciones sobre la electricidad se estudian con profundidad y se descubren las ondas hertzianas. El tercer periodo (1930–1990) es el de la electrónica y del paso de la comunicación familiar a la comunicación individual» (pp. 14). Esta manera de entender la urdimbre organizativa de la tecnociencia es muy útil porque, de algún modo, identifica el proceso organizativo (unidades individuales y aisladas, empresas no asociadas que compiten en sus sectores, unidades de producción en red) que ha caracterizado la producción moderna en todos los campos, tanto en la ciencia, como en la empresa industrial y comercial; tanto en el sector educativo como en la administración de los bienes públicos. Es respecto a esta complejización –al mismo tiempo, ramificación capilar de la división técnica del trabajo y creciente conectividad y comunicación entre agentes de la actividad productiva– que cobra relevancia la figura de los «administradores», esta figura intelectual que planifica y proyecta, calcula riesgos, define políticas, crea enlaces y conexiones entre organizaciones, y regula la circulación/ uso de materiales, bienes, gentes y recursos de toda índole. No es casual entonces que sea justo en la sociedad de la administración de los 80, con sus diversas expresiones graves –tecnócratas, planificadores, gestores, jefes de mercadeo, agentes financieros– que comprendimos que para estudiar la práctica periodística real, la unidad de análisis no es el periodista individual, sino la «organización informativa» que lo constituye⁶.

En resumen, es la creciente complejidad organizativa (igual en la ciencia que en la empresa periodística), y no la técnica por sí misma, lo que debe tenerse en cuenta para entender buena parte de las transformaciones del periodismo. La burocratización y el peso específico de la racionalidad administrativa en las organizaciones contemporáneas de todo tipo, y la transformación del trasfondo organizativo, afectan internamente la práctica real del periodismo como conjunto de organizaciones sociales productoras de «información de actualidad» y «actualizadoras de información.» De ahí que sea mucho más relevante pensar el entorno organizacional que las tecnologías mismas para entender los periodismos contemporáneos.

Lo mecánico, lo premecánico y lo postmecánico en los periodismos modernos

Sensibilidades pre-mecánicas refiere a esos modos de percepción que son pasado vivo. Las nostalgias de futuro, es decir las formas del deseo, los proyectos y promesas de felicidad, el vigor radical de los sueños de futuro, imaginados por hombres del pasado y que, en tanto no realiza-

dos, siguen afectando nuestra experiencia del presente (Castells, 1983; Berman, 1988). Aludo a eso que Williams (1980) llama lo *residual*, ya sea como *residual* recuperado por la cultura dominante o ya sea *alternativo* al statu quo. En otras palabras, el pasado vivo que sigue animando el presente. Pero «sensibilidades pre-mecánicas» también refiere a las formas reactivas y a veces impotentes (Castells, 1986) frente a la dominación que controla cada vez más anónima y globalmente; a la urgencia de encontrar refugio y certezas en lo próximo, en el barrio, en las experiencias comunes y compartidas, en el retorno al origen mítico, en aquello que reconocemos como nuestro; las certidumbres alrededor de la etnia, el género, la generación, el territorio; esas sensibilidades que animan los modos de encuentro tribal en la ciudad, esa «historia que viene desde abajo» (Maffesoli, 1990; 1993). Asumo la distinción mumfordiana (1987) y afirmo que se trata de formas de sensibilidad y agrupamiento social *pre-mecánicas* muy poderosas, en que se revelan (y rebelan) aquellas dimensiones de la vida social que durante mucho tiempo se aplazaron / subordinaron en nombre de las eficacias mecánicas. Una metáfora similar puede encontrarse en Sunkel (1985) cuando contrasta y distingue entre matrices culturales «simbólico-dramática» y «racional-iluminista». Estos sustratos de sensibilidad aunque fragmentarios y amenazados, reprimidos, siguen siendo muy fuertes, resistentes y consideran memoria intensa y de largo plazo. Son estéticas de lo anacrónico ancladas en la fiesta y la risa, la orgía, la dramatización épica, la religiosidad no oficial.

Las prácticas industriales de comunicación habrían trabajado esta compleja dimensión constitutiva de las sensibilidades contemporáneas en los dramatizados, las telenovelas, cierta prensa popular y ciertos tipos de periodismo ideológico, en la literatura místico-religiosa, en la prédica evangelizadora de las religiosidades cristianas contemporáneas, en las propuestas musicales populares contemporáneas, en los seriales y comedias populares, y -actualmente- en los periodismos biográficos de todo tipo⁷.

En segundo lugar, estarían las formas de sensibilidad del tiempo presente y la razón instrumental, las del pensamiento operativo y la técnica. Las sensibilidades de lo mecánico se fundarían menos en el deseo, la memoria y la voluntad política trascendental, y más en la eficacia inmediata, en los datos (la información) y las evidencias

concretas. Las estéticas de lo sincrónico, del «en vivo y en directo», de la constatación, del énfasis en los «hechos». El canon clásico de la ciencia (positivista) transferido a los modos de representación y percepción de lo real. En las prácticas industriales de comunicación estas sensibilidades son recuperadas, exploradas y trabajadas en los géneros y periodismos informativos. Estamos ante la preeminencia del verosímil informativo (Toro, 1991, 1992 y 1997; Martini, 2000).

En tercer lugar, están las sensibilidades del porvenir: las formas posmecánicas de las sensibilidades contemporáneas. Las sensibilidades de lo posmecánico se caracterizarían por una cierta disolución y devaluación de los referentes de realidad inmediata y concreta. Las sensibilidades posmecánicas tendrían mucho que ver con las psicodelias, pero sobre todo con el re-centramiento del sujeto como punto de vista y lugar de articulación del conocer/ser y construir lo real. Ya no las estéticas de la constatación, sino las de lo real asociado al punto de vista relativo de los sujetos (en movimiento). Ni las estéticas de la constatación (del tiempo y el mundo mecánico) ni las estéticas de la memoria (del mundo pre-mecánico): lo real ya no es un dato exterior a las operaciones de producción, no es exterior al ver. Lo real no son «los hechos», sino los principios y relaciones que los constituyen. La experiencia del ver/sentir parece coincidir con la producción simultánea de lo visto/lo sentido, como en la realidad virtual. Los sentidos pueden liberarse de los referentes de realidad inmediata y empírica. El video clip, la publicidad audiovisual, el videojuego, la performance en las artes plásticas contemporáneas y la pantalla telemática asombran con formas de trascendencia posmecánica. La “imagen liberada” de la que hablara Marcuse. La autoconciencia de las formas de representación de los lenguajes audiovisuales, en que «lo real» es -sobre todo- puesta en escena y efectos. Pero también aludo al sentido de lo «real» en el periodismo complejo, en que más que los «hechos», lo relevante son las interpretaciones y la ecología de las explicaciones que contribuyen a dotar de sentido la realidad empírica.

Cada uno de los periodismos que distinguiré considera énfasis diferentes en cada uno de los tipos de sensibilidad en juego. Pre-mecánicas, el periodismo ideológico. Mecánicas, el periodismo informativo. Post-mecánicas, el periodismo complejo o del conocimiento complejo.

Paradigmas de comunicación de masas y periodismos modernos

Finalmente, cada tipo de periodismo implica paradigmas de comunicación distintos. Williams (1992) sugiere una clasificación de la «comunicación a gran escala» en los siguientes tipos o paradigmas. En primer lugar, el paradigma de «la reunión pública», como en el sermón religioso, la lectura pública de prensa, el encuentro colectivo en los espectáculos como el music hall, el teatro; o en la manifestación callejera y la barricada. No se trata de «comunicación cara a cara», de comunicación personal, sino de auténtica «comunicación de masas» realizada en virtud del encuentro de la muchedumbre en un mismo territorio y tiempo compartido.

En segundo lugar, la distribución variable de productos centrales reproducidos. Se refiere a aquella forma de comunicación en que el texto se produce en un centro específico, para su posterior reproducción y distribución irregular, no simultánea: el medio que mejor ejemplifica este paradigma de comunicación es el cine. El de la reunión pública y el de la distribución variable de productos centrales reproducidos, son los paradigmas que mejor describen la forma en que se instituye el periodismo ideológico.

Entercer lugar, la distribución directa de una gama de productos (producidos centralmente). En este caso, el texto se produce en un conjunto de centros específicos (emisoras) y se distribuye de manera directa hasta los usuarios, sin que se dependa sustancialmente de las variaciones y distancias geográficas y territoriales: la televisión y la radio son los medios típicos de este paradigma.

En cuarto lugar, el periodo en el que *los propios medios de producción están siendo distribuidos*. Este paradigma de comunicación indica el momento en que las técnicas, procedimientos y medios para producir comunicación industrial se hacen portátiles y domésticos, como ocurre con el video, la grabación magnetofónica y la masificación de la cámara fotográfica.

El de la distribución directa de productos centralmente producidos y el de la distribución de los medios de producción, son los paradigmas de comunicación del periodismo informativo, con su vocación -como veremos más adelante- típicamente teletópica.

Y habría que añadir a la distinción de Williams el último periodo, aquel paradigma de comunicación en que no sólo los medios de producción, sino también los medios de distribución directa de la comunicación

están siendo distribuidos, como ocurre en el actual entorno telemático y en la Internet. En este entorno prosperará y se consolidará el periodismo complejo o del conocimiento complejo.

2. PERIODIZACIÓN DEL PERIODISMO MODERNO

PERIODISMO IDEOLÓGICO

1850	1860	1870	1880	1890	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1990	2000
[periodo de auge]														

El periodismo ideológico en Europa y Estados Unidos suele entenderse como «periodismo de ideologías», en contraste con el otro periodismo, ese sí pretendidamente neutral y articulado a la divulgación de sucesos. Aunque se puede criticar esta distinción (ideológico/objetivo) y sobre todo la valoración negativa que se hace respecto al «exceso ideológico» en esta modalidad de periodismo, éste es un criterio útil de diferenciación y clasificación: el periodismo ideológico tendría el trasfondo de los movimientos de agitación social, movilización ciudadana y debate público en que se forjaron las formas modernas de representación democrática, las constituciones modernas de carácter republicano, las legislaciones universalistas, y los intentos de generalizar y expandir servicios y bienes públicos en virtud de la actividad redistributiva del Estado moderno. Nótese entonces que la agitación ciudadana y de masas, esa comunicabilidad que se toma las calles y que obra debates públicos permanentes en que las «ideas» y los «discursos» enlazan con la movilización social en desarrollo, se distingue sustancialmente de nuestro contemporáneo periodismo cívico y público en que -de alguna manera- hay menos movilidad social, mayor parálisis y rutinización de la acción política pública, un repliegue relativo en los ámbitos privados y próximos. ¿En qué medida la reactivación de la democracia y la participación, tal como lo prevé el periodismo cívico, no exige estar abiertos a la revuelta y la agitación, esa movilización orgiástica, que de tanto en tanto, amenaza el orden y la ley? Este periodismo ideológico fundía la movilización social con el discurso público. Probablemente el periodismo ideológico no puede explicarse sin la energía comunicativa que deriva de la agitación pública, ese tiempo en que el mundo amenaza con salirse de sus goznes. Y es justamente la «pérdida de orden y referencias», la «desorientación y

el sinsentido de un mundo haciéndose sobre la marcha» lo que explica la eficacia comunicativa de los rumores, la fuerza de la especulación, el vigor de la prédica apocalíptica o utópica, la inmoderación en la palabra, la incapacidad de atenerse a «los hechos», es decir todo aquello que hoy consideramos atributos negativos del periodismo ideológico. Sólo en los tiempos ordenados y en reposo, podemos atenernos «a los hechos» y confiar razonablemente en un discurso que se presume neutro. Y es respecto a la relativa estabilidad del entorno social que nos resultan «ideológicos», en el sentido de «ideas» sin conexión con la realidad, la incesante actividad interpretativa y especulativa de los redactores de pasquines durante el siglo XIX. Cualquiera sabe que en un entorno en agitación, el rumor, la especulación, la interpretación y explicación no necesariamente fundamentada constituye una potente referencia de orden cuando se ha perdido «el sentido» y «la orientación». Entonces este «periodismo ideológico» no puede entenderse sin el trasfondo de la agitación respecto a la cual adquiriría pertinencia y eficacia social. Periodismo de agitación social podría ser una nomenclatura adecuada para este tipo de periodismo, en tanto declara la conexión inestimable entre el talante de estos discursos proselitistas y militantes, y el mundo social en que adquieren sentido. También permite comprender cómo, durante focos y periodos de agitación social similares, el periodismo moderno suele reorganizarse y obrar, en muchos casos, como periodismo ideológico de conformidad con las circunstancias⁸.

El comment⁹ es el género periodístico por excelencia del periodismo ideológico y la retórica de la persuasión constituye lo esencial de este lenguaje periodístico, con sus géneros más o menos formalizados: el editorial, la crítica, el comentario. El énfasis está puesto en el alineamiento político y social, la articulación de voluntades colectivas en torno a proyectos y propósitos comunes, y la promoción de ideas con algún nivel de debate público. Lo característico del periodismo ideológico, en su etapa germinal, es que la empresa periodística deviene una prolongación o estaba en conexión con una organización política, un movimiento ciudadano, una doctrina religiosa o filosófica, un movimiento artístico y estético.

No son los hechos, sino las ideas lo que constituyen la materia prima de trabajo periodístico. Y si lo real son las ideas es porque están articuladas al poder material de la movilización ciudadana en curso. Las ideas son lo real porque real es la actividad e impacto de los colectivos

y agrupaciones de ciudadanos que se toman la ciudad, el parlamento o las calles¹⁰. Y como las ideas se traducen en movilización pública real, el periodismo ideológico -además de escenario del debate público- es también el periodismo de las censuras¹¹.

Este tipo de periodismo instituyó el pasquín, la hoja volante, la gaceta¹² como formatos. La hoja suelta, el pequeño periódico, el pasquín (pero también el anónimo, la carta de denuncia)¹³ no se explican por el estatuto artesanal de las técnicas de impresión y la ausencia de una bien consolidada organización informativa de carácter industrial. Más bien son formatos veloces y portátiles, de bajo costo, y amplia circulación local. Es decir, son el formato adecuado para gestionar comunicación impresa al ritmo y velocidad que exigen las coyunturas sociales, lo suficientemente portátiles para circular de mano en mano, y propicios para que diferentes agrupaciones y personas puedan producirlos de manera más o menos clandestina. Entonces, de nuevo, el formato entraña una eficacia comunicacional que no requiere un entorno técnico más sofisticado.

La revolución mecánica (máquina a vapor, hidráulica y carbón) y las transformaciones en la organización periodística caracterizan al periodismo ideológico, el tránsito de organizaciones artesanales a organización industriales. El siglo XIX marcó la aparición las primeras máquinas de impresión a tracción de vapor y las rotativas; la aparición de las primeras linotipias a finales de siglo, y un significativo aumento de los tirajes. Es relevante el estatuto pre-mecánico del periodismo ideológico, porque esta condición considera mucho más que un asunto de índole técnico: lo pre-mecánico comporta un conjunto de estéticas particulares. Mumford (1934) relaciona el paisaje derivado de la industria paleotécnica, ese paisaje urbano fabril gris, sucio y oscuro, con las formas de compensación estética que se afirmarán bajo el romanticismo, la vuelta a los orígenes y raíces, la revaloración de lo campesino y lo salvaje, el rechazo al «pasaje de hierro del industrialismo». La introspección y el examen de las emociones, los lirismos, los cantos a los ambientes preindustriales contrastan con el paisaje degradado y la suciedad de la máquina, la fábrica y el comercio. El énfasis en las épicas y los mitos de origen, en la literatura romántica y en la experiencia subjetiva es el reverso complementario de la oleada de industrialización de finales del siglo XVIII y comienzos del XIX. Reacción frente a un orden que se hace maquinico y mecánico crecientemente. Tal como hoy se advierten retornos a la subjetividad, al examen espiritual, los mitos de origen, los

remades y la colección de antigüedades, los valores de la tribu, los biografismos, justo cuando una nueva oleada de profundización industrial (postindustrial) se extiende por todo el mundo. El periodismo biográfico, en ese sentido, remeda algunos de los gestos y guiños de las reacciones románticas a las oleadas industriales decimonónicas. En ello reside su dimensión terapéutica, como veremos más adelante: en que introduce «ajustes» y «compensación estética» entre la subjetividad angustiada con los cambios veloces del entorno vital y los procesos postindustriales que alteran tanto las formas de trabajar como de consumir, tanto los paisajes como los itinerarios, los tiempos y las rutas.

La forma típica o paradigmática de «comunicación de masas» es la reunión pública y la de la distribución variable de productos centralmente reproducidos (el cine). De manera objetiva implica la continuidad entre el ámbito de generación de los discursos y el ámbito de su consumo y apropiación, entre el lugar de producción de los discursos y el de lectura. De ahí el peso de la retórica, de la gestualidad y de las disposiciones corporales durante el debate de ideas, que repiten las de la actuación teatral

La figura «profesional» es un artesano, artista, político, literato, filósofo, científico, historiador, clérigo, un agitador, un caudillo. Es relevante para el análisis entender que el debate ideológico (el debate político, religioso, filosófico, estético) implica orgánicamente a este sujeto, productor de textos, pues está ligado a algún tipo de movimiento u organización social, es decir oficia como militante. La militancia enlaza al lector y al autor, es la comunicación que precede a la comunicación. Las gacetas culturales, literarias, religiosas habrán de constituir la forma del «periodismo ideológico», y encarnarán -se prolongarán- en el periodismo informativo bajo la forma de magazines culturales y literarios¹⁴, los editoriales de prensa y las columnas de opinión.

PERIODISMO INFORMATIVO

1870	1880	1890	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1990	2000
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

(periodo de formalización o consolidación)

(periodo de auge)

(periodo de declinación)

El periodismo informativo crece paralelamente con el periodismo ideológico¹⁵, liga con el ascenso de la revolución de la electricidad, las

tecnologías mecánico-eléctricas¹⁶, las ondas hertzianas y el final de la I Guerra Mundial¹⁷, que implicó el uso sistemático y planificado de los medios de comunicación como mecanismo de indoctrinamiento de masas y alineamiento de corte nacionalista en los Estados en guerra. No es extraño entonces que sea en este contexto, el de la guerra internacional, que prosperará la propaganda convertida en política comunicacional de Estado, esa forma de periodismo ideológico sin ciudadanos en movimiento o, dicho de otro modo, sin debate público de fondo, sin la agitación social que caracterizó al primero. Tampoco es extraño, entonces, que el auge del periodismo informativo coincida con el periodo de entreguerras (1920-1940)¹⁸, afirmando los valores de la neutralidad y la objetividad informativa como reacción crítica a los evidentes procesos de manipulación, control y uso propagandístico de la información durante la guerra. La consolidación del periodismo informativo y algunos de sus criterios de eficacia (objetividad informativa, estilo neutro, reducción y control de la presencia subjetiva del informador, contrastación y verificación de la información ofrecida por las fuentes oficiales, confianza en procedimientos sistemáticos de registro y constatación de los «hechos», fotoperiodismo) coincide con la relativa estabilidad social y prosperidad general derivada del incremento de la productividad técnica tras el armisticio¹⁹. Un mundo en que los «hechos» están allí para ser apropiados, constatados y registrados, porque para el lector de capas medias su entorno vital parece seguro y estable, todo lo contrario a ese otro lector, el del periodismo ideológico, que participaba del movimiento del cambio y desorden en curso.

En ese sentido, el periodismo moderno oscila entre el énfasis interpretativo, opinativo, analítico, «ideológico» de los periodos críticos, y la lógica de la constatación neutral, verificación de hechos, objetivismo formal de los periodos de estabilidad relativa. El periodismo informativo es la forma en que se articula el periodismo en tiempos de paz y confortabilización creciente de la vida cotidiana. El interregno de relativa estabilidad social -en el contexto del Estado de Bienestar, poderosos sindicatos, trabajos e ingresos estables- es lo que explicaría la confianza de las capas medias en un periodismo de «hechos», en la ciencia-técnica como factor de desarrollo creciente y permanente, y en este despreocupado sentido de bienestar asociado al consumo. El canon del periodismo informativo es, pues, el tipo de periodismo que le cabe a un mundo relativamente estabilizado. Los nuevos entornos inestables nos devolverán

a un tipo de periodismo en que «los hechos» no son lo relevante, sino las explicaciones plausibles e inteligibles para sobrevivir a la pérdida de sentido. Por supuesto, habría factores específicos que contribuyen a explicar la crisis del periodismo informativo tras el final de la II Guerra Mundial: el ascenso de los medios electrónicos y las telecomunicaciones, la expansión de la televisión y el aumento de los costos de producción por el creciente precio de las materias primas, y la crisis de hegemonía de la prensa como fuente principal de información y entretenimiento del habitante urbano medio (esto es, la transformación de los hábitos de consumo cultural de las capas medias urbanas, destinatario central de la gran prensa)²⁰.

El periodismo informativo corresponde, punto por punto, a la estética de la constatación o, en otros términos, a las formas mecánicas de recreación de lo real. Es «el en vivo y en directo», el «desde el lugar de la noticia», el «estar allí antes que cualquier otro medio de comunicación», desplegando los mecanismos de constatación y registro de hechos discretos, separados, dispersos: reportería gráfica, toma de notas, entrevistas a testigos y fuentes varias. La forma extrema de este criterio de eficacia, el de la constatación del hecho, es el «en vivo y en directo» que implica situar a las audiencias «en el curso de los acontecimientos», sumergirlas en lo que Dayan y Katz (1995) han llamado «grandes festividades de la comunicación de la comunicación de masas»: las grandes ceremonias públicas y políticas -posesión de gobernantes, debates parlamentarios-, los eventos deportivos, las celebraciones organizadas por los media, las recientes formas de televisión-realidad, ya sea bajo el formato de encuentros artificiales en que hombres y mujeres conviven duraderamente mientras se los filma y transmite en directo, tal como anticipaba el Show de Truman, o como ese panoptismo televisivo que captura accidentes, tragedias, destrozos y muertes gracias al video portátil y las cámaras de vigilancia instaladas en las ciudades. El «en vivo» y el «en directo» nombra, de manera metafórica, lo esencial del canon informativo: el énfasis en lo actual («en vivo») y la constatación de lo real («en directo»). Estar allí: ese es el criterio de eficacia. La reportería era (es) la fase de producción más visible, prestigiosa y significativa del periodismo informativo, porque en la prensa escrita realizaba de manera parcial lo que la televisión, el video portátil e Internet realizarían años después de manera más eficiente: estar en todos los lugares para verificar «acontecimientos significativos» en curso. Es la eficacia teletópica de que nos habla Virilio

(1997). Inspecciones de los lugares y entrevistas con testigos permitían operar las constataciones y verificaciones necesarias. Es paradójico que sea el periodismo informativo como operación de constatación y verificación formal el que domine a la televisión y la radio informativa en Colombia: un canon informativo superado sigue animando el sector mediático mejor dotado tecnológicamente. La inadecuación de este canon y sus operaciones de constatación, su énfasis en la neutralidad y objetividad, esto es, su confianza en una relación transparente entre hecho y registro, reside en que el periodismo informativo se configuró como tal en contextos de relativa estabilidad y prosperidad general. La crisis del periodismo será, sobre todo, crisis de los rasgos, criterios y procedimientos que lo caracterizaron y, en particular, crisis de la retórica de la neutralidad que en su momento fue un requisito indispensable para adecuar la prensa a los procesos de pacificación tras las Guerras Mundiales.

El paradigma de comunicación de masas que anima al periodismo informativo es, sin duda, el de la distribución directa de una gama de productos (producidos centralmente), de esta manera la televisión y la radio se convierten en medios-modelo o vanguardias para el conjunto de la producción mediática (incluida la prensa)²¹. La prensa intentará, en una primera etapa, competir incrementando la presencia de corresponsales y apelando a los suministros de las agencias de noticias para superar la eficacia teletópica de la televisión y la radio. Pero pronto renunciará a semejante aspiración, y pretenderá que el suyo es un tiempo menos veloz pero más reflexivo, más analítico, más interpretativo. De alguna manera Virilio (1997) nos previene de esa ecuación que supone que a menor velocidad, más análisis, más densidad, más control. El actual régimen técnico demuestra que, al contrario, a mayor velocidad puede haber mayor control y maniobrabilidad, tal como lo saben los conductores de autos. La televisión y la radio pueden llegar a ser/son veloces e inteligentes, cubrir acontecimientos de actualidad y rendir análisis densos al mismo tiempo. No hay, pues, ninguna razón para confiar en que los plazos largos hagan más cualificada la información de la prensa, y que los plazos breves hagan más deficiente y liviana a la televisión. Es posible un incremento continuo de la velocidad de cubrimiento y transmisión de información acompañado de creciente densidad analítica. Por el momento, las evidencias parecieran darle la razón a la prensa. Citado por Martini (2000), según Kinenberg en Estados Unidos en treinta minutos

de un noticiero televisivo hay la misma cantidad de información que en la portada de *The New York Times*. Pero no debemos olvidar que no es el factor tiempo, sino la capacidad instalada para conectar, correlacionar y derivar consecuencias analíticas la que permite cualificar la información y construir mejores interpretaciones. El largo tiempo de análisis, el tiempo lineal, es el de la primera etapa de la ciencia y de la prensa, el del individuo a solas, el del científico aislado, el de las cadenas de montaje; pero hay tres fenómenos que pueden señalar una transformación significativa de los procedimientos de análisis en los medios de comunicación actuales (incluida la televisión): a) el acceso a un volumen creciente e importante de documentos e información en red, en bancos de datos y en archivos en línea, b) la emergencia de los equipos de periodistas, analistas, expertos que -como microempresas intelectuales- pueden producir y suministrar documentos complejos para diarios y medios de comunicación en tiempos más cortos²² y c) el tránsito de la información noticiosa tratada como unidades aisladas y cuya perdurabilidad no alcanzaba más que unos días, a la construcción actual de series o noticias en continuidad que permiten instalar ciertas temáticas en las agendas sociales y públicas durante días, meses, años²³. Mientras la televisión y la radio realizaron de manera más perfecta la forma del periodismo de constatación, el periodismo informativo que inauguró la prensa; será el periodismo escrito el nicho en que se construirán las claves del periodismo complejo. Forzada a abandonar la lógica de la constatación para poder conservar sus lectorados, la prensa integrará desarrollos muy importantes para el porvenir del periodismo mismo, como indicaré más adelante.

Noticia, reportaje, crónica, entrevista son los géneros por excelencia del periodismo informativo. En términos generales pueden agruparse dentro de lo que la tradición anglosajona denomina *story*²⁴. Narración de nuevas. El periodismo informativo desarrolló las técnicas de procesamiento y organización de información, configuró los géneros informativos. Mariano Cebrián (1992) insiste en la necesidad de asumir las especificidades y singularidades del periodismo y diferenciarlo de las tradiciones literarias. No le parece adecuado seguir definiendo el periodismo como un sub-género de la literatura. Como práctica social, como experiencia estética, tradición creativa, el periodismo ha desarrollado técnicas, saberes y criterios de eficacia que también le distinguirían del campo audiovisual. Cebrián cree que la literatura,

la televisión y el periodismo (escrito) habrían hecho aportes distintos para la consolidación de los géneros informativos audiovisuales (el tema central de su libro).

En primer lugar, la literatura institucionalizó y refinó los géneros como estrategia y pauta organizada/organizadora y criterio estilístico para la confección de textos; códigos comunicativos reconocidos por públicos y receptores específicos, y como técnicas-saberes escriturales. La literatura desarrolló las pautas de «estructuración», articulación y organización de los relatos. En segundo lugar, la prensa y el periodismo escrito desarrollaron las técnicas y estrategias para la sistematización de información, opiniones y testimonios. Adicionalmente introdujeron el sentido de eficacia periodística como constatación de la realidad susceptible de narrarse a través de la escritura informativa neutra. La prensa escrita habría aportado el desarrollo del «enfoque periodístico», el énfasis en lo real informativo y las técnicas de construcción del verosímil informativo. Y en tercer lugar, las industrias y prácticas audiovisuales habrían refinado las formas de tratamiento de las materias significantes (imagen, sonido, espacios, música) e innovado los modos de gestión de los relatos y narrativas. La industria audiovisual habría contribuido con la construcción de técnicas expresivas, las técnicas de relato y la renovación de los lenguajes. Según Cebrián la industria audiovisual (y la televisión específicamente) contribuyó específicamente con una invención clave: el programa. Programa, en sentido informático, es un principio organizador que permite ensamblar y producir contenidos diversos. En un noticiero (programa) hay secciones de noticias, reportajes, entrevistas, notas de farándula, servicios (géneros) debidamente ensambladas. El equivalente de un programa en el periodismo escrito serían las secciones de prensa, los suplementos y las revistas temáticas. Lo que emerge entonces son los géneros informativos y los programas (secciones) como subproducto de esta hibridación, al mismo tiempo empresarial, técnica y estética, que deriva en los géneros, esos dispositivos comunicacionales por excelencia. « (...) los géneros, esos que para la crítica literaria no representan hoy sino estereotipos banalizadores y estratagemas de confortización de los públicos, pero en los que la “mirada” semiótica descubre una estrategia fundamental de comunicación: aquella que, aunque atravesada por la lógica mercantil, no es reducible a la lógica del formato, pues remite también a la configuración de determinados efectos de sentido que hablan de la diversidad de los modos de producción cultural y fruición

presentes en nuestra sociedad. Estudiado semióticamente el formato nos da pista para percibir y comprender la intertextualidad y viscosidad de una comunicación regida por la tendencia a guiarse en el plano de la producción por lo ya producido y en el plano de la recepción por lo ya gozado (...) Contrario a lo que postulaba ese modelo [el informacional] estamos ante una comunicación en la que él emisor organiza el mensaje no a partir de la información a transmitir, sino más bien a partir de las condiciones -situación, competencias, posibilidades- de la recepción. A esa dinámica de interacción [Mauro] Wolf la denomina estrategia de anticipación» (Martín Barbero, 1988; pp.12).

El periodismo instituyó también el periódico moderno universal y tabloide como formato dominante²⁵. En términos generales, según Martínez Albertos (1993) la invención de la «forma cronológica» de relato se considera una creación del periodismo inglés del siglo XIX, incorporado entre 1860 y 1869 en el periodismo norteamericano. Se narran los hechos en la forma en que sucedieron, enfatizando las zonas dramáticas. Es una narración piramidal, con desenlace al final. La forma de doble final -surgida en el contexto de la guerra civil norteamericana y dada la fragilidad de los telégrafos- implicó que los corresponsales resumieran en las líneas iniciales lo más importante, para después desarrollarlos cronológica y detalladamente entre 1860 a 1880. El modelo de pirámide invertida, en que las respuestas a las preguntas fundamentales se desarrollan en la entrada o lead (primer párrafo), seguido de un tie-back (resumen de lo más importante) y posterior desarrollo cronológico de los eventos, fue generalizado por la Associated Press en la década de los 80 del siglo XIX

Pero Mauro Wolf ya nos advierte de los límites internos de este modelo que desafía el porvenir profesional de los periodistas. La actualización y la informatización amenazan con alterar el lugar del periodista convencional (esto es, el periodista informador) en el actual contexto. También a su manera otros autores han puesto el acento en la desprofesionalización o crisis del rol del periodista informador en los actuales contextos (Martini, 2000; Colombo, 1997; Bullon, 1999; Ramonet, 1999; Schmucler y Terreros, 1987). La idea básica y común es que en tanto se han generalizado las pautas de procesamiento de información, las técnicas y medios para producir textos informativos, las posibilidades de acceder de manera relativamente barata y casi gratuita a bancos de datos, fuentes informativas calificadas y un volumen amplio

de información, y en tanto es plausible distribuir textos informativos a través de Internet, el rol del periodista informador está amenazado y en crisis. Mauro Wolf apuesta por una reprofesionalización del periodista a través de la recuperación de su capacidad de controlar, discriminar, seleccionar y analizar lo que proveen las fuentes; el aprendizaje de los géneros informativos periodísticos; y la construcción del estilo propio, marcas de autor y experimentación expresiva²⁶. Ramonet es más pesimista y augura la desaparición definitiva del periodista en el mediano plazo. Schmucler y Terreros sugieren la escisión de los periodistas en dos tipos: el periodista ordenador (el que trabaja procesando datos, textos, cables, información en la red) y el editorialista (un trabajador *freelance*, que produce artículos e informes especiales con sello y estilo propio, algo así como *periodismo de autor*, y vende su producto a los medios en tanto firma especializada). Como se verá más adelante, yo creo que una nueva división y organización del trabajo transformará el paisaje laboral de los periodistas, y los equipos editoriales, las unidades especializadas y los proyectos informativos especiales (secciones flexibles, informes y cubrimientos especiales) marcarán el final del periodista como individuo, pero lo relanzarán como miembro de una unidad de producción, adscrita o no al medio informativo.

El periodismo informativo está soportado en la configuración de verdaderas organizaciones empresariales industriales, de alto costo, de alta complejidad tecnológica, en que se estabilizan rutinas de producción, las regulaciones típicas del trabajo asalariado, y fórmulas de financiación, mercadeo e inversión característicos de la empresa moderna. Arriaga (1980) describe el modo cómo en esta fase resulta decisivo el desarrollo y el establecimiento de relaciones cada vez más dinámicas entre el sector de producción de bienes de producción, el sector de producción de bienes de consumo, la industria publicitaria y los medios de comunicación. La publicidad vendrá a desempeñar cuatro funciones complementarias y conexas que explican la relación simbiótica entre la industria y los medios de comunicación: en primer lugar, incrementa el consumo de los sectores con alto poder adquisitivo; en segundo lugar opera como un acelerador del ritmo de consumo en los sectores de alto y mediano poder adquisitivo, destinatarios privilegiados de la gran prensa. En tercer lugar, orienta el consumo, esto es estimula a quienes tienen capacidad adquisitiva real para que consuman productos de los sectores más dinámicos de la economía

de bienes de consumo y servicios, que son los que más invierten en publicidad y los que más consumen bienes de capital (tecnología), lo cual es fundamental para la buena salud de la economía²⁷. El incremento de los ritmos de consumo redundaba en la aceleración de los ritmos de recuperación de la inversión y ganancias en las industrias. Y en cuarto lugar, como lo han podido establecer claramente, Chomsky y Herman (1990) constituye un auténtico «subsidio privado» para el desarrollo selectivo de ciertos sectores de la prensa y medios informativos. «Con el crecimiento de ésta [de la publicidad], los periódicos que atraían anuncios podían permitirse un precio por ejemplar muy por debajo de los costos de producción. Ello representó una seria desventaja para los periódicos que carecían de anuncios: sus precios tendían a aumentar, reduciendo sus ventas y dejándoles un menor superávit para invertir y mejorar sus posibilidades de venta (artículos, un formato atractivo, promoción, etc). Por esta razón, un sistema basado en la publicidad llevaba a la disolución o a la marginación de las empresas y los géneros de comunicación que dependían exclusivamente de los beneficios obtenidos por las ventas. Con la publicidad, el mercado libre no ofrece un sistema neutral en el que finalmente decide el comprador. Las elecciones de los anunciantes son las que influyen en la prosperidad y la supervivencia de los medios. Los que se basan en la publicidad reciben de ésta una subvención que les proporciona un margen de precio-venta-calidad, que les permite comer el terreno y debilitar a los rivales que no se basan (o no disponen) de ella.»

La crisis del periodismo informativo en prensa es, por lo tanto, una crisis determinada por la transformación de las inversiones publicitarias y su reorientación hacia medios audiovisuales. La década de los 60 será particularmente sensible en ese sentido. La captación de la inversión publicitaria de las empresas se convirtió en el propósito estratégico central del periodismo escrito (*Díaz Nosty et al., 1988*) hacia los 60 y 70, justo cuando la crisis del petróleo, incrementó los costos de producción de la prensa diaria: «Generalmente, las empresas más independientes, ajenas a grupos de presión o de interés, o a grandes cadenas de producción, eran las más afectadas, en detrimento de aquella vieja idea de la función social, plural, de la prensa en las sociedades democráticas. Durante los años 70, en plena crisis económica, se generalizó el uso de la televisión en color, lo que supuso un refuerzo decisivo en la capacidad de sugestión-información-espectáculo del medio,

con efectos sobre el mercado publicitario y sobre los códigos iconográficos dominantes» (pp. 24).

La concentración empresarial de los medios informativos fue inevitable. Emergen poderosos monopolios horizontales (conglomerados empresariales con ramificaciones e inversiones en el campo mediático) y verticales (conglomerados empresariales multimedia), tras la quiebra y desaparición sucesiva de diarios locales y nacionales en todo el mundo. Lo que hay es una prensa que comienza a ser subsidiada de manera privada para poder subsistir como negocio. Implica la desaparición y quiebra de infinidad de formas de publicación de bajo costo, de publicaciones periódicas dedicadas a la agitación y movilización ciudadana, de suplementos sobre artes y literatura, de periódicos independientes. Posteriormente, ante la disminución de la inversión publicitaria directa -por la crisis de inversión publicitaria que se reorienta a los nuevos medios (radio/tv)- la prensa deberá comenzar a trabajar y recomponer sus relaciones con los públicos lectores/consumidores de prensa, una enorme masa de consumidores educados, escolarizados y articulados a las zonas más dinámicas de la economía: las capas medias urbanas. La conquista de esas capas se convierte en un desafío estratégico de los media y en particular de una prensa que deberá compensar mediante suscripciones lo que ha perdido de subsidios privados a través de pauta. Es relevante tener en cuenta esa variable: la prensa en particular y ciertos sectores de la producción televisiva apostarán -ante la disminución parcial de los ingresos derivados de inversión publicitaria- a la conquista de unas audiencias que, en términos de número y capacidad de consumo, pueden «pagar por ver» y «por leer información». Pero también, se fortalecerán las revistas semanales que menos costosas que el diario (menor paginación, menor peso y por lo tanto menores costos de distribución, menor tamaño y, por lo tanto, menor área de impresión que un gran diario) favorece una tasa de ganancia mayor y permite depender de menos publicidad, que ahora se hace más especializada y focalizada de acuerdo a nichos específicos de lectores.

Entonces, la prensa informativa, en un primer momento, estuvo asociada a la política de «indocctrinación de masas» en favor de los proyectos del Estado industrial (guerra, expansión de mercados, alineamiento del aparato productivo en torno a ciertas prioridades de la economía) hasta la primera guerra mundial. En esta fase contó con el Estado como poderosa fuente de financiación y suministro de información mediante los minis-

terios de propaganda y prensa. Pero posteriormente se irá haciendo más vigorosa y autónoma respecto a los poderes públicos estatales gracias al incremento sustancial de la inversión publicitaria privada. La crisis de confianza ciudadana en las estructuras de Estado se agudizará al final de la segunda guerra mundial. No es casual que sea al final de la década de los 40 cuando se manifiestan las primeras formas de periodismo de investigación, en el sentido popular del término: como periodismo de denuncia, de rastreo y develación de las tretas y trampas de los poderes públicos. El periodismo de investigación, en sus orígenes, estuvo asociado a la idea de «revelar las trastiendas del poder». Pero es importante notar que es un periodismo posible debido a dos condiciones: en primer lugar, por la crisis de legitimidad, prestigio y credibilidad en el Estado y de las formas instituidas de representación ciudadana (partidos políticos y sindicatos), una crisis que se agudizará hacia los años 60 y 70 con los movimientos de oposición al armamentismo y el estado bélico, contra los excesos de la industrialización (movimientos ambientalistas), las revueltas estudiantiles animadas por importantes sectores intelectuales (v.g. mayo del 68 en París), la crítica a la unidimensionalidad de los media y los discursos del poder, el movimiento contra la Guerra de Vietnam. Y, en segundo lugar, porque a lo largo de los años 20 y hasta los 60, la alianza medios -incluida la prensa- e industria de bienes de consumo, permite ese subsidio privado que es la publicidad, es decir propicia una relación menos dependiente de las políticas de subsidio, inversión publicitaria, reducción de fletes e impuestos controladas por los estados modernos. En ese sentido, en términos históricos, el periodismo de investigación resulta de la crisis de credibilidad de los ciudadanos de capas medias -con creciente capacidad de consumo- en el Estado y los poderes políticos, y -en segundo lugar- por el aumento real de la inversión publicitaria privada en medios de comunicación que propicia una relativa independencia de la prensa respecto a los viejos ministerios de propaganda y guerra, o de cultura.

La figura profesional que goza de mayor prestigio periodismo informativo es el reportero, ese trabajador intelectual que procesa y organiza información obtenida en terreno, es decir, «allí donde ocurren los hechos»²⁸. Pero nótese que se trata de un intelectual desligado de toda asociación con las formas de agitación y movilización ciudadana; es un trabajador de discursos, textos e información, no un militante. Está instalado en una auténtica cadena de montaje y configura rutinas

profesionales²⁹ de acuerdo a la dinámica operativa del medio en que trabaja. Y si el reportero es la figura profesional por excelencia del periodismo informativo, la sala de redacción constituye el corazón creativo de la empresa. Pero la empresa periodística es, en sentido estricto, una organización informativa (Alsina, 1989)³⁰, esto es una empresa en que la división técnica y social del trabajo asigna roles específicos y fijos a las personas (un rol por persona). Es relevante entender que lo característico de la organización informativa en que se funda el periodismo informativo es de modelo fordista. Aquí la producción ajusta y moldea la demanda (es decir, no se produce sobre medida y de acuerdo a la rápida volubilidad de los consumidores), existen estructuras secuenciales y lineales de asignación de tareas y responsabilidades, hay jerarquías de dirección que sitúan a cada cual en las cadenas de montaje. En cambio, la organización informativa en que prosperará el periodismo complejo es, en sentido estricto, postfordista³¹ o gatesista³², y de alguna manera la transformación sustancial de las formas de trabajo periodístico se atiene a ese trasfondo cambiante.

PERIODISMO COMPLEJO O DEL CONOCIMIENTO COMPLEJO

1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
(Inicios)		(período de auge)			(consolidación)		

El periodismo complejo coincide con la crisis de crecimiento de la prensa (1960-1985), los procesos de informatización y actualización de los conglomerados sociales³³, la estabilización de fuentes y organizaciones informativas no periodísticas, el nuevo recambio tecnológico de orden electrónico y digital, el ascenso de las burocracias intelectuales cada vez más especializadas y la emergencia de ciudadanos que requieren información/entretenimiento de calidad para la gestión de su vida cotidiana y la toma de decisiones sociales; el ascenso de las capas medias urbanas y la crisis de la subjetividad moderna, de la familia clásica, y la emergencia de nuevos tipos de ciudadanos que aspiran a que los medios y los espacios públicos sean espacios de reconocimiento/expresión social, menos que nichos de representación. Los periodismos del conocimiento complejo o periodismos complejos responden a la crisis del periodismo canónico o clásico, es decir el periodismo informativo. Algunas formas de reacción a la crisis se producen como resurgimientos u oleadas de

periodismo-arte (periodismos experimentales, nuevo periodismo en los 60, periodismo literario en los 80): se trata de reeditar las posibilidades del periodismo apelando a su estatuto artístico y estético, y eludiendo el carácter comercial y empresarial (industrial) del medio. El periodismo de análisis o interpretativo, de denuncia, de precisión, biográfico, investigativo³⁴, por un lado, y el publicitario, ameno, light por el otro, son los modos industriales, internos y no escapistas de superación de la crisis del periodismo canónico o informativo³⁵. Pero lo esencial del periodismo complejo es, para decirlo en un término abstracto, la desrealización de lo real, lo que devalúa el núcleo duro del canon informativo clásico, al poner en crisis la confianza en los «hechos» y en las operaciones de constatación (neutralidad informativa, objetividad periodística). Son varios los criterios de eficacia que reemplazarán la confianza anterior en esta correspondencia más o menos transparente entre hechos, noticia y verdad periodística: a) la valoración técnica y crítica de los fenómenos documentados, en el periodismo de interpretación y periodismo de análisis; b) el énfasis en el entretenimiento y terapia de los lectores y audiencias, independientemente de si son verdaderos o no los eventos narrados, como ocurre en el periodismo de entretenimiento, publicitario y light; c) en el periodismo de investigación que tiene su curva de crecimiento inicial entre 1947 y 1958, y en el periodismo en profundidad, el interés por comprender los factores de poder, las reglas y capitales en juego, los agentes que participan del juego, y las consecuencias posibles de los fenómenos y procesos documentados, es decir, la reconstrucción inteligible de las relaciones que fundan y explican los «hechos», entendidos como epifenómenos de lo real,³⁶; d) la divulgación de teorías, saberes e información especializada de origen técnico, científico, artístico, en el periodismo de divulgación de saberes especializados³⁷; e) la narración de experiencias de vida y la recreación de un conjunto de fenómenos sociales a partir de perspectivas biográficas, como ocurre en el periodismo biográfico. Para todos estos tipos de periodismo, los «hechos» no son datos positivos (en el sentido de puestos o dados), sino que se producen sistemáticamente a través de complejos procesos de documentación, investigación y recreación narrativa³⁸. En una palabra, periodismo desrealizado, liberado de su servidumbre factual³⁹. La des-realización de lo real significa, al menos, tres cosas: la primera, que en el actual orden de la producción no son las materias primas en bruto, sino los modelos abstractos y matematizados de las mismas, lo que

constituyen el punto de partida del proceso de producción; la segunda, que entre la materia bruta y el producto final hay cada vez mayores pasos e intermediaciones industriales, de tal manera que cada vez hay más dificultades para reconocer las huellas de la materia prima original en el producto definitivo; y, en tercer lugar, que las «ideas» y el trabajo creativo e intelectual (simbólico) son -cada vez más claramente- el recurso fundamental que mueve las industrias de nuevo tipo y las más dinámicas (ciencia, industria militar, tecnología de punta, publicidad, periodismo y comunicación, finanzas...). El periodismo complejo supone, entonces, empresas postfordistas (unidades=equipos editoriales) que no trabajan en el periódico, sino que suministran contenidos que la empresa ensambla; una devaluación de los «hechos brutos» como material de partida para la elaboración de contenidos periodísticos; y una sensible adecuación a la demanda real que determina ajustes rápidos en la producción.

Pero importa insistir en que el periodismo complejo emerge y se desarrolla como prolongación y superación interna del periodismo informativo. Superación interna significa básicamente que, en virtud a los desarrollos mismos del periodismo informativo (desarrollos técnicos, estéticos, la complejización de la organización informativa en que surge, la transformación del contexto social en que la «información» adquiere sentido), el periodismo complejo emerge al mismo tiempo como una ruptura y evolución del anterior. Un buen ejemplo de ello es lo que ocurre con las agencias informativas, la organización informativa periodística por excelencia. El ámbito en que se extremaron las reglas y claves del periodismo informativo, el espacio en que se formalizaron los primeros manuales de estilo y se refinaron al máximo las rutinas de producción, los procedimientos operativos y las fórmulas narrativas atendiendo las limitaciones y condiciones que impone un régimen que hipertrofia el estatuto industrial de sus escrituras. Citado por Martini (2000), Gagnon lo explicita en los siguientes términos: «Históricamente, y tal como “lo concebían Havas y Reuter, la agencia de prensa debía ceñirse a una información de los hechos, despojada de calificativos... la objetividad era una regla rigurosa, pero hacia mediados de 1950, se sintieron implicadas en los acontecimientos, y sus cables ahora incluyen la calificación de la información, y la dramatización de los acontecimientos y se apartan de su forma primitiva de trabajo: la información de base” ».

La cita anterior tiene doble importancia porque revela, de manera exacta, por qué puede sostenerse que tanto el periodismo de entretención

como el periodismo interpretativo y analítico hacen parte del mismo movimiento de transformación interna del periodismo informativo. La dramatización de los acontecimientos y la valoración analítica de los mismos, el énfasis en los giros y tensiones narrativas del relato y la interpretación crítica de los eventos, hacen parte del mismo núcleo o raíz en que se soportará la sobrevivencia y readecuación de, primero la prensa, y luego el periodismo en general. El periodismo informativo contiene entonces las claves de su propia superación y transformación interna. Martini (2000) advierte cómo el canon clásico al valorar una noticia (criterios de noticiabilidad) considera tres criterios: «como información práctica, como impacto emocional y como formadora de opinión. Estos rasgos apuntan a la concepción de la noticia como servicio público, que construye los datos que necesita la sociedad en su vida cotidiana; a la conmoción y también a la empatía entre la construcción periodística y el público, que hace a la noticia más cercana y creíble, y al papel jerarquizador de los medios con los asuntos públicos» (pp. 86). La información noticiosa como recurso fundamental para la elaboración y toma de decisiones; la información noticiosa como terapia emocional y mecanismo de vínculo con los públicos; la información noticiosa como modo de interpretar, explicar y valorar los asuntos del mundo. El periodismo publicitario o de entretención y algunas formas de periodismo biográfico empatarán con demandas de terapia social en las capas medias urbanas; el periodismo de análisis y de investigación, el periodismo de divulgación de saberes especializados, el periodismo interpretativo, favorecerán un mejor entendimiento de las dinámicas del mundo para la toma de decisiones⁴⁰ y la construcción de agendas públicas según jerarquías de temas y prioridades que dependen, en mucho, de la volubilidad de las comunidades lectoras.

La complejidad de estos periodismos tiene que ver con la transformación del canon informativo en que «informar» deja de ser una función en sí misma, y comienzan a ocupar un lugar estratégico y crucial las consideraciones sobre los usos de la información. Esta readecuación del canon informativo clásico no es otra cosa que la incorporación de las audiencias (sus demandas sociales de comunicación) como criterio fundamental de operación y gestión de información⁴¹. Si los «hechos» dejan de ser el centro de la gestión periodística es porque la organización informativa misma se ha transformado sustancialmente y favorece los procedimientos que garanticen la captura, permanencia y fidelidad de las

audiencias a través de la detección permanente de sus demandas. Y si la organización informativa contemporánea requiere hacerse a la fidelidad de las audiencias no es sólo por razones de marketing, sino porque -de alguna manera- los lectores de información han dejado de ser lo que eran antes, consumidores, para convertirse en «usuarios de información» e «infodecisiones»⁴². Los ciudadanos del periodismo ideológico se convirtieron en consumidores de información, publicidad y bienes de consumo-servicios en el periodismo informativo. Hoy esos «consumidores» suelen «tomar decisiones operativas» a partir de la información obtenida. Una diferenciación esquemática de esta transformación es la siguiente⁴³:

PERIODISMO IDEOLÓGICO (1850–1918)

Ciudadano: articulado a corrientes y movimientos de reorganización social, a procesos de conservación o cambio del status quo y el orden establecido; al debate acerca de «lo público», el progreso y proceso civilizatorio, las utopías sociales. Se trata del burgués ilustrado, del obrero, del hombre de ideas, del hombre religioso, padre de familia¹, el militante del partido, sindicato o de una doctrina religiosa, filosófica, artística. El lector (analfabeta o

no) es tratado por el periodismo ideológico como un ciudadano, un potencial movilizador y articulador de la voluntad social. En este contexto la «información» sirve para dotar de sentido, generar referencias y órdenes posibles en un mundo en transformación y agitación; despliega «ideas» sobre lo que debe y puede ser el porvenir social; y constituye un ejercicio permanente de voluntad política

¹ El padre suministrador es, atendiendo a la distinción que realiza Pérez (1996), el único sujeto real de la familia clásica moderna. El sujeto moderno es «básicamente un individuo, hombre, adulto, productor, padre de familia, ciudadano, escéptico y desconfiado, emprendedor y razonable, individualista, sujeto ante el dinamismo productivo, objeto ante «la naturaleza de las cosas», ejemplarmente propietario o, al menos, poseedor medio de bienes que le otorgan algún lugar en el mercado y una cierta presencia social, machista, monógamo con licencia». De acuerdo con Pérez, en sentido clásico la subjetividad autónoma se forjaría en este nicho social que es la familia patriarcal y autoritaria. En la tensión con el padre, en la construcción del derecho a la palabra, a forjar una familia propia los hijos varones constituían la posibilidad de una subjetividad autónoma. En este contexto, «en sentido legal, político, cultural, valórico, productivo, emotivo, sólo el padre es individuo» que contiene en su interior a otras individualidades incompletas (mujer, hija, niños, sirvientes). «El status de los demás miembros de la familia fue siempre vago y, en todo caso, subordinado».

PERIODISMO INFORMATIVO (1870-1945)

Consumidor de información, publicidad y bienes de consumo/ servicios: es un sujeto instalado en las crestas y olas de actualidad, en sincronía con la moda y la información noticiosa, las ofertas técnicas y de bienes de consumo y servicios. Aquí la familia es la unidad de consumo tanto de información como de bienes. Pero se trata de la familia contemporánea, en que se juntan múltiples subjetividades en conflicto, y en que todos los miembros son sujetos con derecho: igual los niños que

los adolescentes, la mujer que el hombre. El periódico moderno se fragmenta en tantas unidades y suplementos como sujetos posibles: sección femenina, sección infantil, sección para jóvenes... Actualizar la información y producir información de actualidad, estar «en el lugar de los hechos», y registrarlos neutralmente son los criterios de eficacia del canon informativo.

PERIODISMO COMPLEJO 1950 - HOY

Usuario de información, infodecisor. Un sujeto de entretenimiento, sujeto de terapias sociales y de ajuste, que requiere permanentemente intensificar y masajear la vida para sobrevivir a la pérdida de sentido y al empobrecimiento de la experiencia². La información se convierte en fuente de entretenimiento. Pero ese es uno entre

una enorme variedad de usos. La información también es clave para operar decisiones estratégicas. Instalado en un ámbito de trabajo crecientemente intelectualizado, en una organización burocrática que le demanda decisiones razonables e instrumentales, el lector es un sujeto que toma decisiones y necesita saber desde dónde tomarlas, necesita entender para

² Benjamín (1933) nos permite entender cómo habría una relación entre el estado de shock continuo del habitante contemporáneo debido al estatuto veloz, cambiante, inestable e inabarcable de la vida urbana, el empobrecimiento de la ex-

operar productivamente su propio entorno. Leerá y usará la prensa y la información de actualidad para decidir el mejor destino turístico, el procedimiento adecuado para castigar a los hijos, la fórmula óptima para mejorar el rendimiento sexual, el tipo de computador adecuado para su casa, lo que debe hacer con sus dólares.

El entorno familiar es uno, y no necesariamente el más importante lugar de socialización de, por ejemplo, los jóvenes, con sus

hobbies e intereses particulares. El mundo del trabajo, inestable y complejo, le exige, al individuo, permanente actualización de saberes: lo que conocía se vuelve obsoleto a la vuelta de unos años. La información periodística se convierte en una de las fuentes más importantes de formación y desarrollo de esta voluntad operativa y técnica.

periciencia (incapacidad para dar cuenta de las vivencias y hacerlas significativas) y ausencia de narradores (de capacidad narrativa). Martín Barbero (1996) insiste en el papel de reencantamiento que desempeñan los medios en los contextos secularizados por la modernidad. El interés por construir narradores eficientes en la prensa es consistente, entonces, con el empobrecimiento de la experiencia urbana. No es extraño entonces el trabajo compensatorio que vienen a desempeñar las distintas narrativas mediáticas en la vida de los habitantes urbanos. Y si el periodismo escrito y audiovisual se ve abocado a recuperar su vocación narrativa, ya sea a través de los biografismos (incluidos los talk show), ya sea a través de los retornos a la literatura y la crónica, es porque narrar historias cumple una función compensatoria y terapéutica en los entornos veloces y sin pausa. «¿Cómo seducir, usando un arma tan insuficiente como el lenguaje, a personas que han experimentado con la vista y con el oído todas las complejidades de un hecho real? Ese duelo entre la inteligencia y los sentidos ha sido resuelto hace varios siglos por las novelas, que todavía siguen vendiendo millones de ejemplares a pesar de que los teóricos decretaron, hace dos o tres décadas, que la novela había muerto para siempre. También el periodismo ha resuelto el problema a través de la narración, pero a los editores les cuesta aceptar que ésa es la respuesta a lo que están buscando desde hace mucho tiempo» (Martínez Eloy, 2001; pp. 38).

En términos de la base organizativa, el primer rasgo esencial del periodismo complejo es que se soporta en una estructura empresarial en red. Buena parte de la información que producen los medios hoy no es facturada por trabajadores formalmente inscritos a la empresa, sino por empresas, organizaciones y periodistas *freelance* que como fábricas de contenidos, producen y suministran documentos y textos para esos medios⁴⁴. En la medida en que se trata de coordinar procesos de producción de información sintetizada por fuera del medio propiamente dicho, y como ocurre en general con la empresa contemporánea, las figuras esenciales del medio son dos: en primer lugar, el equipo editorial⁴⁵ (no el periodista, sino la microempresa de producción de información, con roles diferenciados que puede desempeñar una misma persona⁴⁶) y, en segundo lugar, los administradores. Los técnicos de mercados, los especialistas en estudios de consumo, los administradores de recursos definen -muchas veces- las líneas de desarrollo, la viabilidad de los proyectos comunicacionales y sus productos, los nichos de lectores y las políticas de mercado. Las burocracias de administradores resultan decisivas para coordinar el flujo de inversiones, racionalizar y prever proyectos, los escenarios de desempeño y las metas a cumplir. De esta manera, las políticas editoriales dejan de ser un asunto que implica a los periodistas únicamente. Igual si se trata de una universidad, un centro de investigación científica o una industria cultural, los administradores aparecen como coordinadores de la voluntad, esfuerzos, recursos colectivos de la empresa contemporánea.

Y el segundo rasgo esencial del periodismo complejo, en términos de base organizativa, es que depende crecientemente del consumidor directo, para quien la inversión en información y entretenimiento es uno de los rubros importantes del presupuesto⁴⁷. Estamos pues ante un tercer momento de readecuación de la empresa periodística en términos de fuentes de financiación. Si la publicidad privada moderó la dependencia de la empresa periodística respecto al Estado y sus ministerios de propaganda, ahora el medio moderará su dependencia respecto a la industria de bienes de consumo y servicios al profundizar la relación con nichos de consumidores-lectores, que se relacionan con el medio como proveedor de servicios de información. Es inevitable que, en estas condiciones, la presión por conquistar nichos de lectores se traduzca en creciente sensibilidad a las transformaciones y cambios en la subjetividad de las capas medias, y derive en una suerte de personalización

y biografización de la información periodística. Igual si se trata del periodismo complejo serio (periodismo de investigación, periodismo de análisis) que del complejo menos serio (algunos tipos de periodismo biográfico y periodismo/información de entretenimiento)⁴⁸, los medios informativos se harán particularmente sensibles a los cambios del gusto e interés de los públicos.

El periodismo de investigación como periodismo complejo.

El periodismo de investigación en su forma más elemental (el periodismo de denuncia o fiscalizador (Waisbord, 1998)) se origina en la crisis de confianza moderna en el entorno público, la pérdida de credibilidad en la acción de las instituciones poderosas y las organizaciones públicas y privadas⁴⁹, y el manto de duda sobre la forma en que operan tanto los empresarios como los políticos. Esta desconfianza es, primero que todo, ciudadana, pero la comparten esos otros ciudadanos que son los periodistas⁵⁰. No es casual entonces que el periodismo de investigación esté fuerte y simbólicamente asociado al escándalo sobre los poderes públicos y los delitos de corrupción.

En principio, la producción de información de actualidad considera algún tipo básico de investigación periodística siempre. Entonces, lo que define al periodismo investigativo no es que haga investigación, sino más bien que «sin procesos intensivos de investigación» no podría construirse el texto y producto comunicacional. En otras palabras, lo que define al «periodismo de investigación» es que de algún modo avanza sobre un fenómeno de ocultamiento, invisibilización, olvido o ausencia de registro; y para superar la dinámica de ocultamiento se requiere investigación intensiva, procedimientos especiales de documentación, análisis, acopio de datos y correlación de información (Reyes, 1996; Gaines, 1996; Waisbord, 1998).

En consecuencia, el periodismo de investigación es la forma extrema de la investigación periodística y tiene tres objetivos básicos (Gaines, 1996): producir información y datos, documentos, que no hubieran podido hacerse públicos en los medios si no hubiera habido «investigación»; construir una historia de importancia pública, «cuyas piezas ha tenido que obtener de fuentes diversas y a veces oscuras»; y superar una dinámica de ocultamiento, negación, invisibilización, olvido de una historia, fenómeno, cuerpo de hechos sistemáticamente manipulados por parte de instituciones, funcionarios, grupos de poder económico, político, social.

Sin embargo, puede advertirse que si bien el ocultamiento por parte de grupos y (f)actores de poder es un rasgo del tipo de fenómenos que devela el periodismo investigativo, puede matizarse este mito fundador, el del periodista-detective que descubre la verdad y revela lo que instituciones, grupos y personas le ocultan a la ciudadanía. Habría tres objeciones a esta idea de periodismo investigativo asociado únicamente a las dinámicas de ocultamiento por parte del poder: a) hoy es posible propiciar el ocultamiento ofreciendo acceso selectivo a la información. Un buen ejemplo es la Guerra del Golfo: el control del Pentágono sobre información ampliamente difundida residió en que, en primer lugar, proveyó información permanente a los medios, que pudieron reducir de esta manera costos de cobertura, y desvió la atención sobre temas estratégicos (efectos de la guerra química sobre sus propios soldados; el carácter autárquico del Estado kuwaití, las bajas de los ejércitos aliados) al concentrar los esfuerzos periodísticos en esos nichos más visibles (el escenario de guerra, la movilización de tropas, los bombardeos aéreos). Es la técnica de ocultamiento de los magos que al sobre-exponer ciertas acciones ocultan lo realmente relevante. B) Hay formas de invisibilización social de la realidad cotidiana, sus dramas y crisis cuando, debido a su duración y persistencia, terminan por desaparecer de las agendas de medios o son tratadas de manera anecdótica y superficial: los efectos sociales de la pobreza, la devastación ecológica y ambiental, la persistencia del machismo, la predación psíquica derivada del malvivir urbano. Es el efecto de invisibilización de la Carta Robada de E.A. Poe. C) El periodismo de investigación no necesariamente resulta rentable política, simbólica y económicamente para los diarios, ni necesariamente relevante para los lectores y ciudadanos. La rentabilidad simbólica más importante del periodismo de investigación es el prestigio del que gozan los periodistas investigadores en la comunidad de periodistas; y el reconocimiento que el medio de comunicación alcanza entre los otros medios. Hay abundantes temas y problemas sociales, significativos y pertinentes, que sencillamente pasan desapercibidos para la opinión pública y ciudadana. No hay intención de ocultamiento por parte de un órgano de poder. Puede ocurrir que, sencillamente, no esté contemplado en la agenda pública y, en ese sentido, el periodismo de investigación también podría contribuir a instalar, en las agendas públicas, temáticas y problemas ignorados por evidentes. Pero además, tal como lo sugiere Reyes (1996), en Latinoamérica un porcentaje importante de las investi-

gaciones periodísticas no se originan en *iniciativas independientes de los periodistas* (tal como lo sugiere el canon IRE, Investigative Reporters and Editors), sino que derivan de filtraciones e información proporcionada justamente por fracciones y facciones de poder en colisión y disputa, por fuentes oficiales o por figuras implicadas en las dinámicas de corrupción⁵¹.

El periodismo de análisis o interpretación como periodismo complejo.

De otro lado, el periodismo de análisis o interpretación considera al menos cinco factores de origen. El primer factor es la revolución y transformación de la base tecnológica que funda la circulación de información en la actualidad. El paso de sistemas mecánico-eléctricos a sistemas asociados a la revolución microelectrónica ha permitido que muchos sectores sociales se conviertan en productores de información de amplia circulación y a bajo costo. Mauro Wolf distingue dos fenómenos asociados a la generalización de dispositivos telemáticos en la sociedad contemporánea. Por un lado está la «informatización de la sociedad» que convierte a cualquier ciudadano letrado, de capas medias y urbano, conectado a redes telefónicas y computador en un potencial y competente productor y divulgador de información de actualidad, quebrando -en principio- el monopolio que ejercen al respecto el Estado y las instituciones públicas de carácter político, los grupos de poder e instituciones de interés gremial y privado, y los medios de comunicación informativos. Y por otro lado, está el fenómeno de «actualización», la tendencia general del conjunto social a atender a las lógicas de producción de información de actualidad de acuerdo a los patrones, fórmulas discursivas, retóricas y estéticas del periodismo contemporáneo, la publicidad y las relaciones públicas. Es decir, los ciudadanos, las organizaciones, instituciones han aprendido a imitar las claves retóricas y expresivas de los discursos informativos de la actualidad⁵². Ambas tendencias amenazarían el estatuto profesional de los periodistas mismos. Eso, aunado al aumento de las posibilidades de archivado técnico de mayores volúmenes de información, nos conducen a un régimen en que hay mayores posibilidades de circulación, acumulación y producción de información de actualidad a costos relativamente bajos. ¿Consecuencia del fenómeno? Un mundo sobreinformado que puede, al mismo tiempo perder el sentido, pues cuesta cada vez más determinar y distinguir entre «información útil», «información relevante», e «información factioide, ficticia e insustancial».

La aparente democratización de la producción de información de actualidad conduce a un fenómeno complementario de control y regulación de sus posibilidades: el régimen de los expertos, de los «intérpretes» y analistas de información. En tanto la exposición a un volumen creciente de información de actualidad no significa que, automáticamente, comprendamos más, la solución aparente vuelve a recaer en los medios de comunicación e información: los periodistas pueden convertirse en intérpretes de información, productores de sentido para ciudadanos perdidos en el caos de la sobreinformación, *infoxicados*, que no sabrían como arreglárselas para entender en medio del marasmo. «El exceso de información sensacional (sensación-al), produce una saturación de estímulos imaginísticos como la causante de la patología del autista: no puede discriminar o seleccionar entre la multitud de sensaciones, viéndose obligado a ignorarlos casi todos. Otro tanto hacemos la mayor parte de los integrantes de sociedades mass-mediadas» (Ramírez, 1998). El periodismo interpretativo y de análisis pareciera construirse sobre esa premisa. Realizado por profesionales y expertos en correlacionar, interpretar y organizar información «con sentido», en un mundo en que la información de actualidad se ha depreciado, los periodistas-analistas generarían información de tercer orden derivada de esta actividad interpretativa⁵³. La actividad interpretativa y analítica será, esencialmente, reductora y esquematizadora, expondrá un número limitado de argumentos básicos y fuertes que *vuelven inteligible*, mediante esta reducción, el marasmo. No se trata de «más información» sino, en sentido estricto, de menos, concentrando en algunas líneas maestras la atención dispersa y sobreestimulada del *lector de medios*.

El segundo factor de origen del periodismo analítico es la dramática escisión de los públicos en las sociedades contemporáneas y la desigual distribución de información que objetiva nuevas formas de marginalidad social. Schmucler y Terreros (1987) advierten sobre procesos de segmentación de públicos en que, por un lado, se localizan las élites sociales y sectores integrados de la población, con un volumen mayor de conexiones informativas, televisión multinorma, telefonía fija y celular, fax, suscripción a revistas especializadas, acceso a Internet y computador, televisión satelital y servicios especializados de información, con alta y mediana capacidad de consumo, mayores niveles de escolarización, situados en posiciones de decisión y en los sectores más dinámicos de la economía. Estos sectores acceden a información compleja, no gra-

tuita y experta, que mejora la calidad y rendimiento de sus decisiones, y les permite moverse mejor en los entornos dinámicos del trabajo, la escuela, la política, las finanzas, el acceso a servicios de todo tipo (salud, entretenimiento urbano, moda, protección jurídica, impuestos). Por otro lado, estarían los públicos con menor capacidad adquisitiva, situados en zonas menos dinámicas y más vulnerables de la producción económica, con menores niveles de escolarización, que acceden a los medios de comunicación de masas gratuitos o de bajo costo y a la información general de baja calidad o excesivamente local. El periodismo analítico suele destinarse justamente a los sectores integrados de la población que, a su vez, están en capacidad de pagar por él y derivar beneficios y aplicaciones prácticas sobre sus entornos. De esta manera, las fronteras, márgenes y distancias respecto a los sectores más pobres y vulnerables de la población se acentúan mediante la profundización de las ventajas de usar información calificada.

El tercer factor de origen del periodismo analítico, es la agudización de la competencia entre medios por la conquista de un mercado de consumidores-lectores cada vez más cualificado y complejo. Esto obliga a las empresas periodísticas a constituir frentes de vanguardia y zonas especiales de desarrollo informativo, que permitan marcar diferencias y acentuar la distancia simbólica y el prestigio de unos medios de comunicación respecto a los competidores. En este escenario, un medio de comunicación menor es incapaz de producir «artículos analíticos», «reportajes complejos», «informes especiales». No suele ganar premios en el concierto del periodismo nacional e internacional. Suele seguir las agendas informativas que imponen los medios de mayor importancia. Entonces, el periodismo interpretativo y analítico permite acumular prestigio y capital simbólico, consagrar al medio informativo en su campo, y robustecer la capacidad de instalar las agendas informativas que otras instituciones periodísticas seguirán.

Y si el periodismo interpretativo y analítico opera como estrategia de prestigio entre medios, también lo hace entre los miembros de la comunidad de periodistas. Ese es el cuarto factor de origen y desarrollo de este tipo de periodismo complejo. El dominio técnico de un campo temático, la posibilidad de correlacionar fuentes y derivar interpretaciones plausibles y calificadas mediante el estudio de documentación, informes, textos especializados, la elaboración de inferencias y argumentos complejos, permite competir en un mercado laboral crecientemente

abierto a operadores de información que provienen de diferentes campos profesionales. En la historia del periodismo ha habido cuatro modos de prestigio profesional que son, a su vez, criterios de valoración del trabajo intelectual de los periodistas. La velocidad para obtener información y acceder a las fuentes adecuadas, y la eficacia mecánica para redactar noticias de manera oportuna, fue la fuente de prestigio del reportero convencional. El dominio de los géneros periodísticos y el refinamiento de las escrituras, incluidas las técnicas y procedimientos de atribución de fuentes, los modos de organizar la información, las técnicas narrativas, los procedimientos para titular de manera impactante y atractiva, las fórmulas para editar los textos, fueron la forma de prestigiamiento del redactor de planta. Desarrollar un estilo propio, una cierta escritura-arte en que se destacan la marca propia y el estilo personal, todos procedimientos que permiten convertirse en periodista-autor, son fórmulas de prestigio actuales para el periodista *freelance*. Profundizar el dominio de temas expertos a través de la habilidad para correlacionar información procedente de diferentes fuentes especializadas y documentos, desarrollar rutinas más sofisticadas y complejas de investigación, evitando depender únicamente de las fuentes, obrar análisis, poder formular proyectos de investigación o proyectos informativos especiales, trabajar en equipo, son algunos de las formas de prestigio del periodista-editor, el periodista investigador y el analista. Si en el periodismo informativo, el mecanismo de prestigio eran la capacidad de reportar con velocidad e inmediatez la actualidad (noticia), y la capacidad de construir narraciones complejas (crónica y reportaje), hoy pasa por la habilidad para producir valor agregado o «plusinformación» mediante el desarrollo de líneas de interpretación experta.

El quinto factor es el creciente desarrollo de industrias, redes y sectores especializados de producción de conocimiento científico y experto que requieren divulgar sus descubrimientos, proyectos y productos. La divulgación científica a través de medios de comunicación, por ejemplo, cumple una función importante en el posicionamiento público de ciertos campos de investigación, ciertos campos de saber, que les permite captar recursos privados y públicos, generar un clima de apoyo ciudadano que les resulta favorable, y una dinámica más fluida de apoyos institucionales de diferente tipo⁵⁴. Comunidades científicas y académicas, institutos de investigación, centros especializados en el estudio de coyunturas y actualidad social -organizaciones encuestadoras, centros de monitoreo

y estudio de opinión pública-, instituciones y agencias públicas que producen documentos, informes y publicaciones de alguna relevancia social, organizaciones empresariales que procesan información compleja sobre asuntos de interés gremial y público, centros de arte, industrias culturales, universidades. En fin. Hay una enorme comunidad de productores de información compleja y especializada, interesados en divulgar a través de los medios de comunicación social parte de esa información para incidir, de alguna manera, en las dinámicas sociales, las agendas públicas y la propia imagen institucional. Esta vocación comunicativa y mediática de agencias e instituciones que procuran conocimientos especializados, es propicia para el desarrollo del periodismo analítico, pues producen documentos que alimentan la gestión de información analítica, y además son fuentes expertas y disponibles para comentar y opinar sobre los tópicos abordados por el medio.

En los estudios sobre la configuración e historia del periodismo, el periodismo ideológico (comment: editorial, comentario) y el periodismo informativo (story: relato de eventos) constituyen los polos dominantes del periodismo moderno. Y en una síntesis clásica, varios autores sugieren que «el periodismo de explicación», periodismo analítico o interpretativo, de investigación, en profundidad, sería el momento en que se sintetizarían ambos polos de la tensión. La perspectiva editorializante y la opción por el relato de eventos encontraría en la interpretación un punto de equilibrio. Entre la narración de historia (news, noticias, hechos, stories) y los comentarios (comments) aparecería la interpretación como un modo de construir densidad de información con sentido. Esta idea según la cual hay básicamente dos grandes géneros periodísticos, «los textos que sirven para dar a conocer *hechos*» y «los textos que sirven para dar a conocer *ideas*», es decir la «noticia» o «información de actualidad» y la «opinión o comentario»; esta idea que se apoya en el axioma anglosajón según el cual «Facts are sacred, comments are free», domina la historia del periodismo moderno hasta nuestros días, y puede cuestionarse.

Es posible mostrar cómo «el periodismo de interpretación» no es sólo una síntesis e hibridación de «opinión e información», sino una transformación cualitativa y general del periodismo mismo, en que -para decirlo de un modo central- el énfasis está puesto ya no en la «producción de relatos sobre eventos socialmente significativos y actuales (o actualizados)», sino en la «producción de información con sentido». El énfasis puesto en la producción de sentido y en la construcción de

condiciones adecuadas a la comprensión para la toma de decisiones es característico del periodismo contemporáneo que he denominado «periodismo de la complejidad». La aspiración a establecer redes explicativas, mostrar las relaciones entre elementos que parecen no vinculantes, es la aspiración a una doble superación del canon clásico del periodismo: su vocación analítica (de lo simple) y su opción por la especialización (sin relaciones). Información con sentido son textos en que se vinculan y describen relaciones vinculantes entre hechos, fenómenos, aparentemente no correlacionados. Y allí la investigación periodística y la producción de argumentos se convierten en el modo de exposición y visibilización de tales vínculos y relaciones.

Otros rasgos del periodismo complejo.

En general, el periodismo complejo profundiza tres tendencias que -de algún modo- estaban instaladas como posibilidad en el periodismo informativo: en primer lugar, la estabilización de las temporalidades sociales, es decir el control intensivo del vector tiempo social a través de la lógica de la anticipación informativa y estabilización de flujos de información como estrategia de normalización de la organización informativa⁵⁵. En segundo lugar, la multiplicación de los ámbitos de pertinencia informativa (ampliación de los tópicos susceptibles de hacerse «periodísticos»). Conforme se amplía el aparato industrial de producción/procesamiento de información noticiosa, se incorporan más tópicos, temas, problemas, acontecimientos a las agendas informativas. La ampliación de la agenda informativa se traduce en la construcción de secciones nuevas y flexibles (Martini, 1997, 2000) que integran tópicos de la esfera social que no admitían las tradicionales secciones del periodismo informativo -economía, política, deportes, actualidad, editorial. En tercer lugar, multiplicación de los puntos de vista social y la construcción de zonas duras y zonas blandas de información. No sólo las agendas informativas se amplían, sino también los actores y sectores sociales que dicen algo en ellas. Por supuesto, no necesariamente se trata de una auténtica democratización del entorno informativo, pero si se puede reconocer que sectores sociales, agentes y discursos que el canon informativo clásico había excluido o sub-representado o, sencillamente, invisibilizado, comienzan a tener rostro y palabra, hacen presencia con sus propias visiones de mundo y puntos de vista. Es claro que semejante multiplicación de puntos de vista puede ir de la mano del afianzamiento

de estereotipos sobre las minorías étnicas, sexuales, políticas; de la criminalización de los pobres, de los migrantes y desplazados, de los marginados; o de la victimización de los minusválidos, las mujeres, los contagiados por HIV, los enfermos. También ocurre que sigue reservándose el núcleo más prestigioso del periódico y la revista para las zonas duras de la información (economía, tecnociencia y política, principalmente), y los tratamientos más experimentales, menos ortodoxos, más biográficos, más literarios se permiten en las agendas y temáticas informativas menos asociadas a los agentes y segmentos de poder. De esta manera, aunque puede haber una cierta pluralización y democratización en las zonas blandas de información, las agendas en las zonas duras de información están reservadas al discurso que definen los grupos de mayor poder.

La forma paradigmática de comunicación de masas de este periodo es aquella en que se ha generalizado la distribución de los propios medios de producción -el video tras la masificación de la grabación magnetofónica y la cámara fotográfica- y se expande la distribución de los propios medios de distribución -a través de Internet, las tecnologías informáticas y las redes telefónicas. El formato por excelencia es la revista, tanto la especializada, independiente y separada del diario, como la revista dentro del periódico diario.

Las fases de distribución directa de medios y de distribución de las formas de distribución, implican la reconfiguración del periodismo mismo. Lo que ha ido ocurriendo es que cada nueva fase implica, por un lado, una creciente «personalización» del consumo del medio periódico y, por otro lado, la desarticulación o erosión de las socialidades y sujetos colectivos que hacían viable la construcción de sentido y comunicación a través del texto mediático. La eficacia comunicativa del primer paradigma, el de la reunión pública, reside menos en el texto que en la comunicabilidad de fondo objetivada en el grupo, en el colectivo, en la comunidad concreta. La comunicación es primero reunión de hecho -grupo, colectivo-, y luego se reactualiza el vínculo a través de la lectura del pasquín, el periódico, el music hall, la prédica religiosa, la proclama del agitador. La eficacia comunicativa del texto se soporta en la socialidad y colectividad preexistente. Como sucede hoy en las hinchadas que asisten al estadio de fútbol o los fanáticos que van al concierto. El partido de fútbol y el concierto sólo reactualizan o reactivan una comunicación que preexiste como sociabilidad, como

comunidad de pares, como afectividad colectiva. Los paradigmas de comunicación más recientes invierten los términos: lo que se ha perdido de comunicabilidad de fondo, encuentro ritual, se compensa mediante el énfasis en el texto comunicativo, la puesta en escena y el diseño, la pirotecnia gráfica que termina en cierta medida suplantando la otra comunicación, ya debilitada.

Probablemente, Internet tenga dos tendencias: a) la del exceso de personalización e individualización de la dinámica comunicativa, al hipertrofiar la importancia del texto, y b) aquella que reconstruye -ahora en red- la comunicabilidad como experiencia colectiva, en la medida en que los productores de comunicación y los consumidores de comunicación resultan siendo los mismos, intercambian posiciones y comparten la misma escena, como en el primer paradigma. Independientemente de las consecuencias que Internet tendrá sobre el entorno informativo, es claro que -como en la metáfora macluhaniana del espejo retrovisor- nos ha permitido apreciar mejor las funciones que históricamente desempeñó la información de actualidad procesada por los periodismos: hoy sabemos que lo realmente importante de Internet no es sólo la conectividad, el volumen impresionante de información y documentos a los que se puede acceder con relativa facilidad; no es la interactividad creciente, ni el aumento del periodismo electrónico. Lo relevante es que, para decirlo menos, objetiva la autoconciencia de la información, es decir, nos permite comprender que, de hecho, la información son sus usos. De manera dispersa el periodismo había venido generando «información» que servía para tomar decisiones, para entretenerse, para construir imágenes de sí mismo, para construir agendas públicas, para inculcar a las masas, para comunicar interpretaciones, para modelizar la opinión pública mediante encuestas y estadísticas, para reconocer y afectar los entornos de vida, para interpretar las dinámicas sociales, para comprar bienes y servicios, para archivar recuerdos y hacer memoria, para marcar el tiempo y sus calendarios... Todos esos usos sociales y funciones de la información son la información. La información son las oportunidades de uso, e Internet nos permite ver, en conjunto, todas las funciones de la información, históricamente desarrolladas por los periodismos y diversas instituciones sociales como la escuela, los mercados de bienes y servicios, los museos, las bibliotecas... La crisis del canon clásico del periodismo nos enseñó que «informar datos y hechos» es apenas uno de los innumerables

usos de la información, e Internet en tanto metamedio integra en red las diversas formas en que la información ha sido empleada en la vida social moderna. La información ha sido archivado-memoria, operación de masaje-entretenimiento, principio de control policivo, principio de apertura y anarquía comunicativa, fuente de narcisismos y de autorreconocimiento e identificación excluyente, modo de comunicación que propicia el reconocimiento e integración con el otro, con la alteridad radical, recurso de intervención y herramienta. Todos, usos de la información que Internet ha hecho visibles. Es de esa condición, de la crisis de la idea según la cual información son datos=hechos, de la crisis del sentido informativo de la información de actualidad, que nos habla el periodismo complejo. Y es ese proceso de reconocimiento e integración de los usos de la información el que alterará lo que entendíamos por periodismo, porque será uno de esos usos (el entretenimiento) el que desafiará más gravemente el canon clásico. El periodismo de entretenimiento indica, entonces, el desarrollo intensivo de uno de los usos de la información: la información como fuente de terapias.

El periodismo de entretenimiento como periodismo complejo.

Tradicionalmente se ha enseñado el periodismo desde su canon más prestigioso: el periodismo informativo. Hoy sabemos que hay otros campos del periodismo funcionando y desarrollándose productiva y exitosamente, adecuándose a las demandas de terapias sociales generalizadas en la sociedad del aburrimiento. El periodismo de entretenimiento es uno de ellos. El otro eje de desarrollo, como ya lo he explicado antes, son los periodismos interpretativo, analítico, en profundidad, de denuncia, de investigación y biográfico. He advertido también que las claves del periodismo complejo estaban ya puestas, como posibilidad, en el canon informativo clásico. También afirmo que atributos del periodismo ideológico adquieren relevancia y reemergen en el periodismo complejo. En ese sentido el concepto de superación es fundamental. El concepto de superación indica que el desarrollo interno de un campo, no implica la anulación de los anteriores, sino la reincorporación y rearticulación de los hallazgos previos, a través del desarrollo de un nuevo ámbito de prácticas. El periodismo ideológico fue superado por el informativo porque fue capaz de producir más funciones y usos de la información que el ideológico, pero lo incorporó al proyecto sin anularlo. De igual modo, el periodismo informativo está

siendo progresivamente disuelto e incorporado por el periodismo de entretenimiento, publicitario o ameno, y el periodismo complejo-serio, de investigación, en un largo proceso que implicará resistencias y rupturas, batallas simbólicas y materiales, colisión de empresas, crisis en las ideologías profesionales de los periodistas, absorción de empresas periodísticas serias por empresas periodísticas rentables en tanto se acercan al proyecto terapéutico, desarrollo de núcleos de periodismos de entretenimiento en el seno de la prensa seria, reconfiguración del paisaje informativo, involuciones y retrocesos.

En este contexto en que se amplían las funciones de la «información», en que la «información de actualidad» implica un régimen más amplio de usos, la prédica que desprecia el periodismo de entretenimiento como periodismo vano y superficial, no nos sirve mucho para entender hasta qué punto señala una transformación importante en el estatuto mismo del periodismo como práctica social. Es necesario pensar en qué sentido el entretenimiento se ha convertido en una de las funciones sociales de la información y de qué manera podemos aspirar a superar, no el entretenimiento, sino las formas ingenuas, simples y predatorias de entretenimiento social en el periodismo y la información de actualidad. ¿Por qué surge el periodismo ameno, de entretenimiento, terapéutico?

Para esbozar una respuesta general a esta pregunta, quizás hace falta referirse al contexto en que se consolida la información de entretenimiento y el periodismo light, ya sea en sus versiones más ramplonas como la televisión-verdad, el *softporn* de las secciones livianas de los noticieros de televisión, la televisión de catástrofes, el figoneo extremo en la vida íntima de las personas; o en sus modalidades más elaboradas, como se advierten en los canales especializados de televisión (los canales Discovery, People and Art, Film and Art, MTV, para mencionar las ofertas globales a las que tenemos acceso). Desde esta perspectiva, ¿qué marca los noventa, qué define a la década de los 90? ¿En qué sentido resultan los medios mediando qué en América Latina, en particular?

Es inevitable hablar de globalización. Castells (2000) conecta tres fenómenos esenciales que caracterizarían la «nueva economía», la economía postindustrial o informacional, según se prefiera. En primer lugar, se trataría de una economía en que la generación de riqueza se funda en el conocimiento y la información. En segundo lugar, es global. «Global no quiere decir que todo esté globalizado, sino que las actividades económicas dominantes están articuladas globalmente y funcionan

cómo una unidad en tiempo real. Y, fundamentalmente, funcionan en torno a dos sistemas de globalización económica: la globalización de los mercados financieros interconectados, en todas partes, por medios electrónicos y, por otro lado, la organización a nivel planetario de la producción de bienes y servicios y de la gestión de estos bienes y servicios». Y en tercer lugar «es una economía que funciona en redes, en redes descentralizadas dentro de la empresa, en redes entre empresas, y en redes entre las empresas y sus redes de pequeñas y medias empresas subsidiarias. Es esta economía en red la que permite una extraordinaria flexibilidad y adaptabilidad.»

¿Pero de cara a las personas, a los ciudadanos de pie, qué implicaciones tiene esta alteración de las economías? Quizás es en el orden del trabajo donde mejor puede advertirse la conexión entre las transformaciones en las formas de producir riqueza y el impacto sobre la experiencia subjetiva de los ciudadanos contemporáneos⁵⁶. Lo que me parece crucial para el análisis son dos efectos esenciales sobre la subjetividad derivados de estos entornos inseguros, inestables, veloces, flexibles y cambiantes. Las viejas y nuevas condiciones de vida son experimentadas por los ciudadanos de la incertidumbre como inviabilidad del largo plazo, de la duración. O como pérdida de control. Es el vértigo de los nuevos tiempos, como cuando *nos mueven el piso*⁵⁷. A veces desempleos breves o prolongados de acuerdo al nivel de desactualización respecto a los saberes laborales; otras veces, empleos flexibles y forzosamente inestables; otras tantas veces, formas de empleo marginal o desactualizado fundado en saberes anacrónicos; aquí y allá, entornos de educación duradera para quienes pueden aplazar, por esta vía, la inserción al mundo del trabajo; y más acá, jubilaciones precarias y estados angustiosos de post-empleo. Y, por supuesto, también empleos de altísimos ingresos pero baja duración o a destajo en los sectores de mayor dinamismo económico. Salarios según desempeños y metas de productividad. En ese entorno laboral, los empleos duraderos y estables son la herencia, cada vez más reducida, de las iniciativas de industrialización, modernización y desarrollo de los viejos tiempos⁵⁸. Si la década de los 60 marcó el ascenso de una sociedad de consumo, con empleos duraderos y estables; la de los 90 nos habla de otra cosa: altos ingresos y provisoriedad en los sectores integrados de la población; bajos ingresos y precariedad en los sectores marginados de la población⁵⁹. Es, respecto a esta condición de inestabilidad y precariedad que el *entretenimiento* viene a ocupar un lugar estratégico clave como

fuente de estabilización psíquica y emocional para los ciudadanos de la incertidumbre. Para ambos sectores, tanto integrados como marginados, «el entretenimiento» es quizás el único entorno en que los sujetos recuperan aunque sea ilusoriamente el control.

Si la información compleja aspira a devolverle a los ciudadanos la experiencia de control sobre su entorno social a través de explicaciones que conviertan el caos del mundo en un mundo comprensible; el entretenimiento nos devuelve momentáneamente a un entorno respecto al cual no hay riesgo de desorientación. Un mundo inteligible en el terreno de la información y controlado en el terreno del entretenimiento.

Es respecto al entorno social en que funcionan que puede distinguirse la *celebración orgiástica* en el carnaval, *el espectáculo* de feria, y *el entretenimiento* (sea mediático o no). El primero, como sabe advertirlos Bajtín instaura otro mundo, que invierte el de la vida ordinaria: suspende y trastoca temporalmente el orden de la realidad introduciendo reglas que lo subvierten y descolocan. «La fiesta se convertía en esta circunstancia en la forma que adoptaba la segunda vida del pueblo, que temporalmente penetraba en el reino utópico de la universalidad, de la libertad, de la igualdad y de la abundancia» (Bajtín, 1987; pp. 15). El espectáculo moderno, en cambio, escinde y separa lo que en el carnaval estaba junto: la negación del mundo -la parodia- y el mundo ordinario. El espectador se sumerge en el espectáculo que, al terminar, lo restituye a su vida ordinaria. De ahí la declaración, quizás nostálgica de Benjamin (1932) cuando cita a Leonardo Da Vinci: [el cine] «no tiene que morir apenas se llama a la vida». Pero en el mundo del espectáculo moderno, el show muere en cuanto se llama a la vida, es decir en cuanto se sale de nuevo a la calle después de disfrutar el filme. Ese mundo ilusorio y filmico no se prolonga duraderamente en la vida propia. El espectador es un consumidor cuya fruición y placer no dura más que el tiempo del espectáculo, ese show que lo arroja temporalmente a un mundo que no controla. El entretenimiento nos sitúa en otro orden de cosas: el del control operativo. En el entretenimiento, desde el jumping hasta el videojuego, desde el viaje psicodélico hasta la rumba trance, desde la *real tv* hasta la montaña rusa, desde el viaje turístico hasta las citas a ciegas -vía agencias matrimoniales-, siempre es posible volver a empezar y retomar el control, reiniciar la marcha, detener el decurso, suspender, aplazar u ordenar el momento de *start*. Dicho de otra manera, en el entretenimiento toda la terapia consiste en

el desafío de *mantener durante el mayor tiempo posible el control sin distraerse*, concentrarse en las secuencias, dominar a gusto (y hasta donde sea posible) los mecanismos que proveen las emociones. No hay sorpresas. Es la misma idea que tiene Zemeckis (director del *Naufrago*, *Cast Away*) sobre el espectador contemporáneo: asiste a cine tal como va a McDonalds, porque sabe exactamente qué va a encontrar, sin los imprevistos que implica, por ejemplo, ir a un restaurante exótico o una película extraña. En ese sentido, el entretenimiento es sobre todo control, el control remoto y sus mandos, el control del videojuego, la caída controlada del jumping y el viaje controlado del éxtasis.

En ese sentido el periodismo complejo pareciera devolverle a la voluntad y la razón facultades que un entorno inestable les arrebató hace tiempo; potencias que parecían reservadas únicamente a los centros de poder. «La actitud con la que el lector de diarios o el oyente de noticieros radiados o televisados se enfrenta con los hechos no es la curiosidad histórica, sino la tensión con la que el espectador de un encuentro deportivo o una película cinematográfica asiste a una acción dinámicamente proyectada hacia un futuro próximo». (Gomis, 1991; pp. 191). El periodismo de complejidad realiza el ideal de dominio-control y de inteligibilidad al que aspiran los ciudadanos para no rendirse al horror del sinsentido. El entretenimiento liga con la necesidad de reestablecer mínimos niveles de certidumbre en los entornos próximos. Por eso las terapias de ajuste que genera un entorno de *infotainment* (information + entertainment) deberían inventariarse como uno de los usos de la información más decisivos en el actual contexto social e histórico. Es respecto al «entretenimiento» en donde mejor se verifica cómo los usos de la información de actualidad han desbordado radicalmente las pretensiones originales del canon: la información ya no sirve únicamente para informarse. Es en este campo, el del periodismo de entretenimiento, donde mejor se advierte cómo la superación del canon informativo liga con la emergencia de usos «no informativos» de la información. Pero como he indicado antes, esos usos «no informativos» de la información ya estaban instalados, como posibilidad, en el seno mismo del periodismo informativo y en la vida social que los propicia.

El periodismo complejo como superación del periodismo informativo.

Lo esencial a tener en cuenta es la noción de superación, que -como indique antes- es consistente con la idea de desarrollo y diferenciación interna, en que hallazgos conquistados por anteriores estadios de la práctica social (periodismo) son reorganizados en las nuevas fases⁶⁰. Si el periodismo ideológico y de opinión penetra la práctica social del periodismo como tradición del pasado, el periodismo complejo lo hace como proyecto del futuro; y el canon informativo clásico, el periodismo informativo sigue siendo, a pesar de haber sido superado de hecho, la referencia constitutiva de la práctica periodística actual. Entonces, en síntesis llamo «periodismo complejo o del conocimiento complejo» a esta diversidad de prácticas y tradiciones periodísticas porque comparten los siguientes atributos: a) renuncian a caracterizar la práctica informativa periodística y el trabajo discursivo que implica en términos de «hechos asilados o unidades discretas de eventos» (es decir, renuncian a cualquier voluntad atomista para documentar las realidades sociales); b) ponen en tensión el paradigma de la objetividad discursiva canónica y ponen en crisis las categorías operativas del canon informativo clásico (lead sumario -responder el qué, quién, cuándo, dónde, por qué (y cómo)-, la estructura de pirámide invertida y los modelos mecánico-lineales de escritura); c) apelan a estrategias relacionales para construir una información con sentido; d) suelen operar mediante estructuras de equipo: reportero, editor-investigación, redactor y editor general; e) exploran funciones y usos no informativos de la información que el canon clásico había restringido o ignorado⁶¹. Y f) más que los «géneros informativos clásicos», el periodismo más serio reconstituye las escrituras periodísticas en torno a una nueva forma de organizar y narrar información que los desborda: el artículo; o -en el periodismo de entretenimiento- proceden a usufructuar todo el utillaje y recursos expresivos de la comunicación industrial (incluidos los géneros informativos, la publicidad, el video clip, el comic, etc.) para realizar montajes informativos que rindan masajes emocionales y terapias efectivas.

En resumen, el periodismo complejo indica transformaciones muy poderosas respecto al canon informativo. En primer lugar, implica el fortalecimiento de la idea según la cual «lo real es relacional». El análisis es el modo de construir poderosas correlaciones interpretativas, la palabra no está al servicio de la descripción *transparente* de lo real concreto,

y la integración (convergencia) de procedimientos de investigación periodística (entrevistas, inspecciones o visitas, estudios, documentos) conquistados por el periodismo moderno sirven para construir información de tercer orden, más compleja y capaz de producir cierto efecto de «inteligibilidad» respecto al caos del mundo⁶². En segundo lugar, el desarrollo y exploración de narrativas, de recursos expresivos de todo tipo; énfasis en los lenguajes y estéticas postmecánicas, y la consecuente superación de los géneros⁶³. En tercer lugar, la complejización de la organización informativa, y la emergencia de los administradores y del equipo editorial como estructuras básicas de división de trabajo. Y en cuarto lugar, la integración de funciones y usos «no informativos» de la información, y la urgencia de proporcionar información que se adecue a la «voluntad operativa y técnica» de los ciudadanos contemporáneos. En pocas palabras: innovación epistemológica y de los procedimientos de investigación/análisis; innovación de los lenguajes e integración de todos los recursos expresivos posibles; innovación de la organización informativa, de la base tecnológica y la división técnica del trabajo; e innovación y ampliación del concepto mismo de «información».

3. SÍNTESIS Y COMPARACIÓN DE LOS TRES TIPOS DE PERIODISMOS MODERNOS

Quisiera cerrar este capítulo estableciendo una síntesis esquemática y comparativa de los tres tipos de periodismos modernos. En esta síntesis añadiré algunas distinciones que no he incluido en los argumentos previos. En general, esta síntesis indica que cada uno de los «momentos» del periodismo moderno implica transformaciones significativas de lo que entendemos por periodismo, por periodista, por información y por ciudadano.

Tipo de Periodismo Variable de análisis	PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850–1918	PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945	PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.
1. Trasfondo social en que prospera.	Agitación social generalizada	Estabilidad social. Tiempos de estabilidad y reposo relativo.	Dinámicas agudas de marginación e integración social: radical separación entre marginados e integrados. Precariedad en los marginados; provisoriedad en los integrados.
2. Tipo de género.	Comment/opinión. Editorial, crítica, comentario(géneros opinativos)	Story/historias. Noticia, crónica, reportaje, entrevista (géneros informativos)	Análisis/argumentos. El artículo (trasciende los géneros, integra los recursos expresivos desarrollados por el periodismo como práctica social).
3. ¿Qué es lo real para cada tipo de periodismo moderno?	Las ideas articuladas al poder de la movilización ciudadana	Los hechos narrados neutralmente, y atomizados.	La red de argumentos y ideas que permite una comprensión inteligible del mundo, una intervención localizada y terapias específicas. Desrealización de lo real: lo relevante no son los hechos, sino los procesos de tratamiento, análisis y recreación de la información de primer y segundo orden. Desobjetivación de lo real en virtud del progreso técnico y representación matemática de lo real.
4. ¿Qué es información en cada tipo de periodismo?	Opinión, ideas.	Hechos, datos.	Usos diversos de la información: terapia, técnicas de intervención, modos de representación del yo, interconectividad contacto, etc.

Tipo de Periodismo de análisis	PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850-1918	PERIODISMO INFORMATIVO 1870-1945	PERIODISMO COMPLEJO 1950-hasta hoy.
5. Tipo de formato	El pasquín, la hoja volante, la gaceta; formatos adecuados para gestionar comunicación impresa portátil, clara, destina y barata.	El periódico tabloide y universal	La revista (de análisis, informativa, de entretenimiento, de hobbies).
6. La función y objetivo de la información.	Movilización social y afirmación de la voluntad política en torno a proyectos de conservación/alteración del orden social. Conquista de lectores en tanto ciudadanos, agentes de movilización social.	Información y actualización de hechos para mantener en sincronía al lector con el orden del mundo en curso. Conquista de lectores en tanto consumidores de los productos pautados por la industria de bienes de consumo/servicios; y consumidores de información de actualidad.	Inteligibilidad y afirmación de la voluntad operativa para intervenir y alterar el entorno próximo, y tomar decisiones adecuadas. Conquista de lectores en tanto sujetos de entretenimiento, usuarios de información e infodeseadores, operadores de su propio entorno. La información es sus diversos usos.
7. Tipo de familia o destinatario colectivo que supone.	Familia clásica patriarcal: el único sujeto es el «padre», sea burgués ilustrado, obrero, hombre de ideas, religioso, artista. Los sirvientes, los hijos, la esposa son sujetos «incompletos» respecto a la autoridad del padre.	Familia moderna: todos son sujetos con derechos y hay un reconocimiento explosivo de las diversas subjetividades en juego (el niño, la mujer, el hombre, el joven). El periódico se ajusta a la diversidad de la familia: secciones para jóvenes, mujeres, niños...	El sujeto está adscrito, sobre todo, a su grupo de pares (tribus, amigos, colegas) y a su entorno de producción/trabajo intelectual (universidad, colegio, fábrica, empresa). La familia no es ya necesariamente la unidad esencial y destinataria del periodismo complejo.
8. Tipo de estética	Lo pre-mecánico: la reacción al mundo industrial mecánico, feo y ruidoso, supuso una sobrevaloración de la naturaleza, de la interioridad humana, del folclore y las tradiciones fundacionales de la nación.	Lo mecánico: las estéticas de la constatación, el verosímil informativo, la eficacia telefónica y el lenguaje neutro de la ciencia clásica. El «en vivo y en directo».	Lo postmecánico: por un lado, reacción a la nueva oleada industrial (postmecánica) y revaloración de lo natural, de lo espiritual, de lo mágico-religioso, de lo no-técnico (tal como ocurrió en el siglo XVIII); por otro lado, las estéticas derivadas de la digitalización y des-realización de lo real (todo puede ser simulado y visibilizado, incluso las ideas, las ficciones, los delirios, las psicodelias).

Tipo de Periodismo de análisis	PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850–1918	PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945	PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.
9. Paradigma de comunicación de masas.	La reunión pública y la distribución variable de productos centralmente reproducidos (el music hall, la misa y el cine).	La distribución directa de productos centralmente reproducidos (la televisión y la radio)	La distribución de los medios de producción industrial de comunicación (computador, grabadora portátil, video) y la distribución de los medios de distribución de comunicación (Internet)
10. Tipo de productor	Artesano, artista, político, clérigo, filósofo, científico: un militante.	Reportero, articulado a una cadena de producción, y sin ningún tipo de vínculo militante efectivo con el mundo social y sus movilizaciones.	Equipo editorial: una microempresa de producción de contenidos no necesariamente adscrita al medio de comunicación. Lo componen: editor, reportero-editorial, reportero, redactor, diseñador. Red de equipos de producción editorial y trabajadores «freelance».
11. Tipo de industria	Industrias mecánicas y artesanales de impacto local.	Industrias mecánico-eléctricas y telecomunicadas, con impacto nacional.	Industrias en red, electrónicas, informatizadas e intercomunicadas en tiempo real, con vocación e impacto global.
12. Modelo industrial	Artesanal: no hay una fina división técnica del trabajo; el productor a veces desempeña varios roles dentro de la empresa.	Fordista: división técnica del trabajo, producción en serie. El producto resulta de una secuencia o cadena de producción que va agregando partes (montaje). Se prueba la calidad del producto al final de la cadena de montaje. La producción moldea la demanda.	Postfordista o gaterista: división técnica del trabajo en unidades interconectadas en tiempo real. Hay unidades de producción especializadas en producir «piezas» específicas de alta calidad, en stock. Dependiendo de la demanda, se ensamblian (recombinan) esas piezas para crear productos según demanda. La calidad del producto opera en cada unidad de producción que se activa sólo cuando hay nuevas demandas. La demanda determina la producción.

<p>Tipo de Periodismo Variable de análisis</p>	<p>PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850–1918</p> <p>Depende de los grupos de adscripción y militancia que lo pagan. Bajo costo. Destinado a los sectores más dinámicos de la economía: obreros, artesanos, militantes, empresarios...</p>	<p>PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945</p> <p>Depende, en la primera fase, de la financiación/apoyo de Estado (subsidios, información barata e incentivos de Ministerios de propaganda y guerra) y empresa privada. Luego depende fuertemente de la industria de bienes de consumo, que pauta (subsidio privado). Destinado a los sectores más dinámicos de la economía: empleados y trabajadores con capacidad de consumo real.</p>	<p>PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.</p> <p>Depende de pocos anunciantes globales o de la pauta de industrias con mercados especializados de consumidores (nichos). Depende de los públicos lectores, con capacidad adquisitiva y subscriptores. Destinado a los sectores más dinámicos de la economía: sectores integrados de la población, capas medias y altas, trabajadores de nuevo cuño en la nueva economía, el nuevo comercio y las nuevas industrias.</p>
<p>14. Fase de producción que enfatiza</p>	<p>Lo relevante son los procesos sociales, los efectos sobre la voluntad y la conciencia; importa lo que es previo a la producción del texto.</p> <p>El periodismo de propaganda, aquel que dependía de los ministerios y políticas de adoctrinamiento de</p>	<p>Lo relevante son las fases de pre-producción y producción: la capacidad de cubrir todas las coyunturas posibles, estar allí donde ocurren los hechos, la contingencia; y la capacidad para escribir, narrar y redactar con suficiencia y velocidad (de ahí la importancia de los géneros como recetas que ayudan a mejorar la productividad del redactor).</p>	<p>Lo relevante son las fases de producción y post-producción (edición, análisis de información, mercadeo de textos, diseño). La organización informativa periodística va evitando cada vez más las determinaciones y contingencias externas (la chiva).</p>
<p>15. Periodismos de transición entre cánones</p>	<p>masas del Estado en la I Guerra Mundial o en los procesos de industrialización forzada del Estado soviético o chino, constituye la forma extrema del periodismo ideológico y, al mismo tiempo, su primera forma de superación</p>	<p>El periodismo especializado, aquel que liga con campos temáticos específicos, es la forma extrema del periodismo informativo, el punto exacto en que el canon informativo comienza a ser superado, para derivar en el periodismo complejo –que obra más allá del puro andaje temático.</p>	

<p>Tipo de Periodismo</p> <p>Variable de análisis</p>	<p>PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850–1918</p>	<p>PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945</p>	<p>PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.</p>
<p>16. Función del lenguaje, de la palabra y de la imagen</p>	<p>La palabra y el lenguaje están al servicio de la promoción de ideas, conceptos de mundo; de la articulación de proyectos, visiones, imágenes de sociedad y órdenes sociales deseados. La imagen no es más que un recurso expresivo al servicio de las ideas. Las escenas morales, las narraciones y anécdotas, la descripción y relatos de sueños, la prédica política y religiosa, las narrativas del progreso y la civilización hacen parte constitutiva de esta palabra educadora y moldeadora de la voluntad pública y política</p>	<p>La palabra y el lenguaje (como materia signifi-cante) se instrumentalizan: se trata menos de reconstruir ideas, y más bien de describir y narrar realidades empíricas, hechos puntuales y discursos, acontecimientos concretos, fragmentarios, dispersos. La imagen es la reproducción técnica de un referente real. La fotografía periodística realiza los referentes de realidad factual y empírica, y se promueve la neutralidad del lenguaje, la exclusión del «yo» y la mecanización de las escrituras para subordinarlas a un régimen de operaciones industriales de constatación.</p>	<p>La imagen se libera de referentes de realidad concreta (imagen virtual, imagen simulada, imagen manipulada, infográfica) y la palabra se estetiza en tanto materia visual gracias al diseño y la digitalización de la palabra escrita. Adicionalmente, los lenguajes audiovisuales (cine, televisión, video, video-juego, video música, informática) influyen poderosamente en su tratamiento. Conforme los periodistas bajan más con los textos-pantalla y menos con los referentes de realidad externos, el proyecto cognitivo que era la escritura se fusiona con el proyecto expresivo que es la puesta en escena.</p>

<p>Tipo de Periodismo</p> <p>Variable de análisis</p>	<p>PERIODISMO IDEOLÓGICO</p> <p>1850–1918</p>	<p>PERIODISMO INFORMATIVO</p> <p>1870–1945</p>	<p>PERIODISMO COMPLEJO</p> <p>1950–hasta hoy.</p>
<p>17. Concepto de realidad*</p>	<p>La realidad como complejo de ideas. La realidad de las ideas reside en que están articuladas al movimiento social y a la voluntad política. Una realidad que, en tanto ligada a la voluntad política, trasciende el mundo de las cosas dadas.</p>	<p>La realidad es una trama inabarcable de hechos y momentos inmediatos, instantáneos, puntuales, fragmentados y diarios. Una realidad atómica y empirista. Lo real es «externo» a la organización informativa: son los hechos.</p>	<p>La realidad concreta e inmediata tiende a ser escenificada, montada, simulada del mismo modo que un video-clip. la publicidad audiovisual, el videojuego, la imagen de tv. Las referencias de realidad se convierten en fase inicial de un largo proceso de re-diseño continuo (montajes, ediciones posteriores, cortes, análisis, interpretaciones). En tanto cada vez hay más fases intermedias entre los acontecimientos y el texto comunicacional, en tanto los procesos de posproducción se vuelven decisivos, hay más poder de las tecnologías expresivas y estrategias de escenificación que disuelven el acontecimiento y la noticia, que aparecen como constatación de lo real concreto. La desrealización también indica el énfasis en las relaciones que constituyen y explican los hechos. Los hechos son sólo punto de partida (materia prima) de un complejo proceso de montajes; y el epifenómeno de «algo» que sólo se hace inteligible mediante el estudio y análisis.</p>

* Bettetini (1990), señala que la «historia de la expresión humana» habría oscilado entre dos proyectos fundamentales: el primero, «reproducir por medio de signos, materialmente diversos del objeto, el mismo objeto destinado a la representación». Es decir, la función referencial o mimética. Como en el lenguaje neutro del periodismo informativo. El segundo, «experimentar las posibilidades de autonomía de los signos y de los lenguajes que los estructuran, para producir significados motivados por los objetos o incluso independientes de ellos.» En esta clasificación, el mundo de las ideas, la construcción de argumentos, la creación de conceptos pareciera ocupar un lugar aparte.

<p>Tipo de Periodismo</p> <p>Variable de análisis</p>	<p>18. Fase producción que enfatiza cada tipo de periodismo.</p>	<p>PERIODISMO IDEOLOGICO 1850–1918</p> <p>Lo relevante son los procesos sociales, los efectos sobre la conciencia y la voluntad, los efectos cognitivos que generan la palabra dicha, escrita y los lenguajes gráficos (caricaturas, ilustraciones). La fuerza que las palabras y las ideas desencadenan sobre la vida social. Es decir, el énfasis está puesto en el mundo social y no en la producción comunicacional misma. Importa lo que es previo a la producción del texto, esto es la sociabilidad y vínculos que preexisten a la comunicación mediática.</p>	<p>PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945</p> <p>Lo relevante son las fases de reproducción. Como el periodismo informativo depende de la contingencia, de los acontecimientos y los eventos imprevistos, todos los desarrollos empresariales, técnicos y organizacionales están orientados a mejorar los procedimientos de captación veloz e inmediata de la realidad, y a favorecer cierta presencia telefónica del medio. Importa lo que ocurre «afuera» de la organización informativa; las dinámicas externas y contingentes determinan el trabajo de la organización informativa.</p>	<p>PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.</p> <p>Las fases de producción y posproducción. Producción refiere al énfasis en los procesos de creación de textos informativos, la construcción de flujos continuos de información prefabricada, la conexión con redes de agencias noticiosas y organizaciones informativas de distinto tipo. Pesan la lógica de la anticipación y la capacidad de hacer durar las agendas temáticas en la esfera de medios. La construcción de archivos informativos/ bancos de datos es fundamental para anticipar y contextualizar. La posproducción enfatiza los procesos de edición, montaje y simulación de imágenes, el tratamiento de los textos, el diseño, los efectos especiales, los retoques digitales. La organización informativa periodística va evitando cada vez más las determinaciones «externas», se estabiliza y privilegia los procesos industriales que puede controlar internamente.</p>
---	--	--	--	---

<p>Tipo de Periodismo Variable de análisis</p>	<p>PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850–1918</p> <p>La censura. La censura supone que el orden social (familiar, comunitario, nacional) puede verse amenazado por la circulación de ideas que articulan voluntades y prácticas efectivas de movilización pública.</p>	<p>PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945</p> <p>La edición. El control no opera mediante el ocultamiento de información. Las formas de control más eficientes operan mediante la ubicación de información clave en secciones de menor relieve (banalización), la exposición parcial de la información a través de la puesta en escena de versiones encontradas (relativización) y las jerarquías de organización de la información que permiten ocultar lo realmente relevante.</p>	<p>PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.</p> <p>La sobreexposición. La exhibición y revelación pública, la presentación espectacular, la documentación en apariencia exhaustiva, puede ser usada para desplazar en la agenda mediática y pública tópicos y problemas que merecerían un tratamiento más duradero y sostenido, y que –como un resplandor- desaparecen de escena en cuando emerge uno más intenso y conmovedor. Por ejemplo, los problemas de corrupción pública y privada, intensivamente tratados por el periodismo investigativo y de denuncia, pueden servir para «naturalizarla» o «devaluar» su importancia en la agenda mediática y pública. A la sobreexposición mediática le sucede, frecuentemente, el rápido olvido y devaluación del fenómeno tratado. Vg., el hambre infantil en Somalia y, en general, el tercer mundo; la Guerra del Golfo; la destrucción ambiental derivada de algunas de las catástrofes más sonadas (Exxon-Valdez), la relación Clinton-Lewinsky...</p>
<p>19. Mecanismo de control de la información</p>			

<p>Tipo de Periodismo</p> <p>Variable de análisis</p>	<p>PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850–1918</p> <p>Un intelectual a veces literato, artista, político, orador, librepensador, hombre de ciencia. Se trata sobre todo de un militante, un intelectual articulado a una colectividad u organización política, artística, filosófica, religiosa. Opera como creador individual. Reconoce en sus textos «su propia obra» y firma, a menos que se trate de «anónimos».</p>	<p>PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945</p> <p>Un sujeto técnico, operador de la contingencia informativa. Cazador de noticias, un sujeto capaz de registrar/operar rápidamente acontecimientos y contactar con las fuentes pertinentes, un reportero, hábil en la escritura veloz: las técnicas mecánicas de escritura están orientadas a mejorar el rendimiento escrito, y a reducir los tiempos muertos de producción derivados del, por ejemplo, pánico a la página en blanco. Es un periodista individual articulado a una cadena de montaje: reportería o «reunión de datos», transmisión y evaluación de datos en el consejo editorial, redacción y elaboración de informe y montaje, impresión, publicación de informe y, finalmente, distribución. Sus productos son de la empresa informativa para la que trabaja, y reconocimiento simbólico a través de los premios gremiales y las actividades de creación-escritura personales.</p>	<p>PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.</p> <p>Un equipo técnico con roles diferenciados, alta especialización y división en los saberes de producción. Trabaja sobre proyectos comunicacionales y según demandas del medio. Es un diseñador de procesos y suele operar de acuerdo a tareas y proyectos editoriales contratados por la organización informativa periodística (secciones de prensa, informes especiales, proyectos especiales). Las tareas y decisiones de los administradores (estudios de mercado, administración de recursos, planes de desarrollo estratégico, estudios de audiencia) van penetrando crecientemente las políticas editoriales. Extrema precisión de roles en el trabajo en equipo, con posibilidades de desempeñarlos de manera rotativa y flexible. Roles de reportería (fuentes), de investigación documental (documentos y estudios), análisis y procesamiento de información (editor), redacción apelando a múltiples lenguajes y recursos expresivos (redactor), y diseño y puesta en escena (ilustrador, diseñador, fotógrafo, técnico informático).</p>
---	--	---	--

<p>Tipo de Períodismo</p> <p>Variable de análisis</p>	<p>PERIODISMO IDEOLÓGICO 1850–1918</p>	<p>PERIODISMO INFORMATIVO 1870–1945</p>	<p>PERIODISMO COMPLEJO 1950–hasta hoy.</p>
<p>21. Paradigma industrial, estético y organizativo.</p>	<p>La literatura moderna, la novela y el ensayo, la literatura de divulgación científica, las crónicas de viaje del siglo XVIII y XIX. Estéticas pre-mecánicas. La reunión pública y la distribución variable de productos centralmente producidos (cine) como paradigma de comunicación de masas.</p>	<p>Las agencias de noticias, la transmisión de noticias por telégrafo y la radio (por su instantaneidad). El Periódico informativo moderno. La televisión informativa. Estéticas mecánicas. La distribución directa de productos centralmente producidos y la distribución de medios de producción (video) son los paradigmas de comunicación de masas.</p>	<p>La industria televisiva toda (en particular sus vanguardias: la publicidad audiovisual, el video clip, la televisión de entretenimiento), el videojuego y las producciones informáticas e imágenes sintéticas. Internet. Estéticas postmecánicas. La distribución de medios de producción (computador) y la distribución de medios de distribución (teléfono–Internet) como paradigmas de comunicación de masas. . .</p>

NOTAS

¹ Más adelante precisaré esta distinción (ciudadanos, consumidores y usuarios) y las implicaciones que tiene para entender el devenir del periodismo.

² «Sin embargo, las historias de los medios de comunicación siguen -con raras excepciones- dedicadas a estudiar la “estructura económica” o el “contenido ideológico” de los medios, sin plantearse mínimamente el estudio de las mediaciones a través de las cuales los medios adquirieron materialidad institucional y espesor cultural, y en las que se oscila entre párrafos que parecen atribuir la dinámica de los cambios históricos a la influencia de los medios, y otros en los que éstos son reducidos a meros instrumentos pasivos en manos de una clase dotada de casi tanta autonomía como un sujeto kantiano. Pero si no existen mediaciones políticas ni culturales en la historia de los medios es sin duda porque la mayoría de la historia que se escribe en América Latina sigue aún dejando fuera el espacio cultural, o reduciéndolo al de sus registros cultos -el Arte, la Literatura-, del mismo modo como la vida política de la Nación es casi siempre sólo la de la “gran política”, la política de los grandes hechos y las grandes personalidades, y casi nunca la de los hechos y la cultura política de las clases populares» (Martín Barbero, 1987, pp 177-178).

³ En este caso, «práctica social del periodismo» alude a la historia acumulada de trabajo humano que produjo técnicas, saberes y modos de organización del quehacer periodístico, criterios de eficacia, concepciones de verdad, estrategias de empresa, e instituyó -y aquí me atengo a la distinción que para la ciencia establece Carlos Pérez Soto (1998)- a la comunidad periodística real (que incluye desde administradores de medios hasta distribuidores y comercializadores del producto) y a la comunidad periodística ideal (aquella que consagra y reconoce únicamente a los periodistas a través de los rituales de premiación gremial, el sistema de acreditación formal y las luchas simbólicas por el prestigio).

⁴ Por supuesto, la nomenclatura es deudora de la caracterización que, sobre

el orden del conocimiento, de la vida y el devenir del mundo social, ha realizado Edgar Morin (1986, 1993, 1994). Según Morin (citando a W. Weaver), el siglo XIX constituyó el periodo de las ciencias de lo simple, atómicas o de la simplicidad. El periodo en que inventamos el estudio de la célula, el átomo, el signo, el fotón, en cuanto unidades mínimas de la realidad del lenguaje, la luz, la materia, la vida. El siglo XX hasta mediados se caracterizó por lo que Weaver denomina la conquista de la complejidad desorganizada, el conocimiento especializado y sofisticado de esas unidades mínimas que resultaron internamente muy complejas: la física subatómica, la semiótica, la genética. Los problemas del siglo XXI tienen que ver con la conquista de los problemas de la complejidad organizada (el establecimiento de redes y relaciones explicativas). Ya no es suficiente una analítica atómica; tampoco es suficiente una analítica especializada; es necesario encontrar relaciones explicativas que establezcan vínculos entre fenómenos y porciones de la realidad que antes parecían separadas y mutuamente excluyentes. En ese sentido, paradójicamente el periodismo que se atiene a los «hechos atomizados» es profundamente anacrónico, pues no se correspondería con la transformación radical de los modos de conocer y las urgencias de «pensar y entender de manera compleja». El periodismo informativo (noticioso) correspondería con el paradigma de la simplicidad atomista. El periodismo especializado en áreas de conocimiento (periodismo económico, político, científico, cultural) correspondería al paradigma de la complejidad desorganizada, es decir, al tipo de conocimiento muy profundo pero sin conexiones orgánicas respecto a otras porciones de lo real. El periodismo complejo estaría nombrando, todavía de manera ambigua y contradictoria, la tentativa de establecer una cierta ecología de las explicaciones y narración informativa de lo real.

⁵ Citado por Martínez Albertos, en «Curso General de Redacción Periodística», Editorial Paraninfo, Madrid, 1993.

⁶ Ver en «La construcción de la noticia» (Miquel Rodrigo Alsina, 1989) el capítulo dedicado al concepto de «organización informativa».

⁷ De manera preliminar, voy a llamar «periodismo biográfico» a aquellas prácticas periodísticas en que se enfatiza el «punto de vista de los actores sociales», la «narración de vidas» o el interés por mantener una «relación de contacto y empatía con los lectores y audiencias». Más adelante haré ajustes a esta definición de apertura.

⁸ Los periodos de ruptura del orden, crisis revolucionaria o social, tensiones bélicas entre naciones nos devuelven al tono y talante del periodismo ideológico que, para nada, constituye un periodismo pretérito. El periodismo ideológico parece, entonces, el modo en que el periodismo moderno se ajusta a contextos de crisis social de grandes proporciones. El proselitismo político e ideológico de Estado que hoy le criticamos a la prensa durante el régimen de Fujimori o durante la dictadura pinochetista, no se distinguiría sustancialmente de la prensa militante que, durante la Guerra del Golfo o la Invasión a Panamá, afectó considerablemente a una parte importante del periodismo norteamericano. El periodismo informativo alteraría significativamente los criterios de eficacia, los

modos de operar y los controles discursivos durante las crisis en que se ponen a prueba los órdenes institucionales; y en eso se parece mucho al Estado liberal moderno, tolerante durante los auges y periodos de abundancia; autoritario y restrictivo durante las crisis que desestabilizan el orden.

⁹ La noción alude a los géneros asociados a la «opinión», la valoración y debate de ideas.

¹⁰ Esta visión que sitúa en las ideas el centro de lo real es asimilable a esa otra, la del periodismo complejo, que no pone el acento en «hechos discretos», sino en las relaciones que los constituyen y explican. En el primer caso estamos ante un periodismo «no factual», en que las ideas son lo real; en el segundo caso estamos ante un periodismo «no factual», en que las relaciones explicativas son lo real. En ambos casos, como indicaré más adelante, el texto periodístico enlaza con posibilidades de acción e intervención sobre entornos inestables. Nótese que los ciudadanos tienen -mal que bien- una cierta confianza en la acción colectiva, en el debate público y en las configuraciones sociales de ese debate (los sindicatos, los partidos políticos, el Estado, las organizaciones civiles). Es respecto a esta confianza en la voluntad política y organizativa que tiene sentido hablar de las «ideas» como «lo real». Con el periodismo complejo volverá la confianza en las «ideas» y «en la voluntad», pero ya no como acción política, sino como operatividad técnica y administrativa.

¹¹ En cierto sentido, la «des-ideologización del mundo social y del periodismo» se traduce en la «moderación de la censura». Es decir, cuando por razones históricas la «voluntad política» se devalúa como factor de movilización y agitación social tanto en la vida ciudadana como en el periodismo que la expresa, la censura política y moral se relajan pues las posibilidades de alterar el curso de la historia y el statu quo se han reducido. La censura reemerge de manera dura en esos periodos que ponen a prueba, una vez más, el poder de las movilizaciones políticas y de la voluntad colectiva contra el establecimiento.

¹² Como indica Martínez de Sousa (1992), las primeras Gazette (1631) fueron frecuentemente construidas por los gobiernos, temerosos de la recepción de noticias no producidas por ellos y el monopolio de la información. El primer periódico formal fue el *Nieuwe Tijdingen*, publicado en Amberes por Abraham Verhoeven desde 1605. El primer periódico diario aparecerá hacia 1660 (*Leipziger Zeitung* de Alemania).

¹³ Formatos que reaparecen una y otra vez en entornos de agitación e inestabilidad social. No hace falta si no observar la profusión de pasquines y anónimos que suelen aparecer durante los paros y protestas en las instituciones.

¹⁴ El *magazín* y la *gaceta* eran el periódico, y no su complemento, aunque había periódicos que consideraban -además- suplementos especializados. Esta es la diferencia sustancial entre la *gaceta* del periodismo ideológico -que constituye el cuerpo completo del medio-, el suplemento cultural o especializado -que es un anexo del periódico-, y la actual revista especializada -que es la totalidad del medio e incorpora variedad de temas, secciones y modos de tratamiento de la información.

¹⁵ Al respecto, Virilio (1996) nos recuerda cómo durante las agitaciones revolucionarias urbanas del siglo XIX, en las barricadas, van de la mano el que crea rumores y el que los hace circular: el mundo del rumor y el mundo de la información no tienen, en la historia del periodismo moderno, orígenes distintos, comparten entornos y lógicas comunes: «De hecho, la prensa debía nacer en Francia, en esos lugares públicos donde entre solicitantes y dadores de informaciones manuscritas u orales se celebraban bolsas de intercambios llamadas pelotones [pelotons], que serán los remotos antecedentes de las futuras grandes agencias internacionales, como Havas en 1830, luego Reuter's en Londres, Wolf en Berlín o Associated Press en Nueva York».

¹⁶ El telégrafo óptico hacia 1832, el uso de palomas mensajeras «que cubrían la distancia Londres-París en seis horas», son algunos de los rudimentos fundamentales de constitución y conquista de la «velocidad», esencial para el surgimiento del periodismo informativo. «La invención del telégrafo eléctrico en la segunda mitad del siglo XIX permitió a los periódicos relatar con suma rapidez los acontecimientos de países extranjeros lejanos. En el presente siglo se inventó el teletipo, se extendió la red internacional de télex y se utilizaron las cintas perforadas, todo lo cual redujo el tiempo de transmisión y permitió la cobertura casi instantánea a escala mundial, especialmente con el lanzamiento de los satélites de comunicaciones» (José Martínez de Sousa, 1992; pp. 329). En 1897 Frederick George Creed, empleado del Glasgow Herald, inventó el primer teletipo.

¹⁷ Las guerras han jugado un papel fundamental en la dinamización de la prensa y el periodismo, y marcan momentos de conjunción y ruptura significativos respecto a los poderes públicos y de estado. La guerra de Crimea en la segunda mitad del siglo XIX (1854-1856), la Guerra de Secesión en 1864 en Estados Unidos, fueron claves para la constitución de rutinas periodísticas específicas para el procesamiento y narración de «hechos informativos».

¹⁸ Algunos autores prefieren situarlo entre el final de la I Guerra Mundial y el final de la II Guerra Mundial. Será también en este periodo, según un estudio reciente (Toro, 2002) en el que se consolidará el reportaje como género periodístico. Es interesante encontrar en la lista de factores enumerados y descritos por Toro como condiciones o factores constitutivos del reportaje moderno variables de tipo tecnológico (telégrafo y teléfono, el desarrollo del transporte terrestre ferroviario, la masificación de las técnicas fotográficas y de impresión, o la unificación del sistema horario), de tipo sociohistórico (la expansión económica y política de las potencias industriales -Inglaterra, Francia, Estados Unidos- y las urgencias de control ideológico sobre las periferias; y su reverso complementario, el turismo, el exotismo de lo extranjero y la pasión por lo remoto), de tipo industrial (la constitución de verdaderas empresas de medios impresos con amplio tiraje y el desarrollo de agencias informativas, y de tipo estético (el surgimiento naturalismo). Contra cualquier teoría inmanentista acerca del surgimiento y desarrollo del reportaje moderno, frente a las consabidas historias genéticas del periodismo y los géneros, Toro

prefiere situar dentro y fuera del campo informativo periodístico las dinámicas que explican su emergencia.

¹⁹ «La separación radical de los dos grandes géneros [noticia-story y opinión-comment] y la sobrevaloración del primero en detrimento del segundo se produce en el siglo XIX con la irrupción de la prensa masiva, cuando la “objetividad” se transforma en el mayor atributo del quehacer periodístico, configurando lo que algunos autores denominan la “etapa de oro” de este quehacer, la que se extiende en el último tercio del siglo pasado y la Segunda Guerra Mundial. En estas sociedades en pleno proceso de industrialización y de democratización, la prensa habrá de reelaborar sus pautas constructivas, las que estarán fuertemente influenciadas por las condiciones económicas, políticas y sociales, y por un desarrollo tecnológico que despierta grandes expectativas en cuanto a la posibilidad de “captar la realidad tal cual es”» (Jorge, 1997; pp. 338).

²⁰ En rigor, algunos autores (Schmucler y Terreros, 1987; Díaz Nosty et al., 1988) sitúan en la década de 1960 la agudización de la crisis de crecimiento de la prensa. Citado por Díaz Nosty, Angelo del Boca presenta los seis factores que precipitaron la crisis de la prensa: «1) Aumento constante del precio de producción; 2) concurrencia de los medios audiovisuales, tanto como vehículos de información como de publicidad; 3) imposibilidad, para muchas empresas, de obtener beneficio de las ventajas del progreso tecnológico; 4) la dependencia del periódico, siempre muy marcada, del volumen de ingresos publicitarios; 5) la amplia hostilidad de los tipógrafos contra toda innovación técnica y organizativa; 6) la escasa adecuación del periódico al desarrollo de la sociedad y su superación como medio de información rápido». (Nosty et al, 1988; pp. 20).

²¹ Aunque en sentido estricto será el «espacio audiovisual» el que se convertirá, progresivamente, en vanguardia, paradigma integrador y modelo para el conjunto de las industrias culturales (incluidos la música, las artes plásticas, el teatro, la literatura). Por espacio audiovisual entendemos el conjunto diverso de prácticas de producción audiovisual en distintos ambientes sociales, orientado por diferentes demandas sociales y articuladas o no a mercados industriales/comerciales: incluye las formas de experimentación en videoarte, la producción en televisión, en video, en cine, la producción audiovisual de publicidad, los video clips o video música y la producción de videojuegos e imágenes sintéticas o simuladas por computador. Es la zona de producción massmediática de mayor densidad y saturación tecnológica y en el que hay más inversión de trabajo social (es decir, integra una enorme comunidad de trabajadores calificados que en número y volumen de capitales movilizados supera a las otras industrias de la comunicación). Lo masivo de las inversiones, la integración de una componente tecnológica fuerte y el alto grado de calificación de sus trabajadores, convierte al espacio audiovisual en un complejo, enorme y permanente laboratorio de experimentación y refinamiento de formas de relato, formas expresivas, técnicas de tratamiento estilístico de la imagen, del sonido, de la música, de la conjunción tiempo/espacio y ritmos narrativos. A su vez, contiene sus vanguardias, que se

materializan en tres sectores: la industria publicitaria audiovisual, la industria del video-clip y de la video-música, y la industria de la imagen informatizada (videojuegos, imágenes de síntesis y simuladas por computador, texto e imágenes informatizadas para Internet y CD-ROM). Estos tres sectores industriales se han encargado en las últimas décadas de moldear y modelar los criterios de producción de otros sectores audiovisuales y del resto de las experiencias de producción industrial de cultura.

²² Piscitelli (1995) ha advertido justamente cómo parte de la relocalización del trabajo intelectual en el futuro inmediato estará orientado menos a producir que a interpretar y analizar información. Mientras la cognición humana resulta más poderosa que la computadora en el reconocimiento de patrones visuales y sonoros (estéticos), en la capacidad evaluativa para la toma de decisiones y en la memoria de contextos, «que nos permite acordarnos de algo que leímos hace 20 años en un olvidado trabajo y que aplicado en un contexto totalmente nuevo genera novedad»; la computadora es mucho más eficiente en las evaluaciones computacionales (correcciones y cálculos), el almacenamiento de cantidades masivas de información (y su procesamiento a alta velocidad) y el recuerdo indefinido sin olvido posible. Piscitelli sugiere entonces que la cooperación hombre-máquina consistirá en «una máquina que enfrentada a un problema complejísimo calcula -lo que supone la evaluación de funciones harto complejas-, recuerda y revisa bases de datos, mientras (...) los seres humanos se dedican a la estrategia, la evaluación, el reconocimiento de formas, la planificación y a poner la información en contexto».

²³ Develloping and continuing news. Que las noticias perduren por más tiempo en la escena editorial indica cómo, progresivamente, la prensa abandona su dependencia respecto al azar de los acontecimientos, la novedad informativa y la imprevisibilidad. Para ello diversifica las fuentes y estabiliza los flujos de información mediante la introducción de firmas especializadas, alianzas estratégicas con empresas informativas de mayor penetración y poder; consolida los equipos editoriales, instituye vínculos con organizaciones y centros de investigación (comunidades académicas e intelectuales) para el suministro de información especializada, flexibiliza las secciones y subsecciones de los diarios, multiplica las agendas temáticas menos determinadas por el azar de los acontecimientos diarios, procura revistas y suplementos especializados. La información sobre la Glasnot y la Perestroika en *El Espectador* (1990-1991) se tradujo en un continuo de noticias diarias que terminó por cuajar en una sección permanente «Las páginas de la Perestroika». Martín-Barbero y Rey (1999) señalan lo siguiente acerca de la significativa transformación de los medios informativos colombianos durante el abordaje y tratamiento que le dieron al proceso 8000 y al escándalo por la financiación ilegal de la campaña presidencial de Ernesto Samper (1994) con dineros del narcotráfico: «Critificados por su instantaneidad y su fragmentación, el proceso 8000 muestra unos medios que van desenvolviendo el acontecimiento en un tiempo largo, donde caben las historias, a pesar de la velocidad y extrema superficialidad de algunos de

sus momentos narrativos» (pp. 81).

²⁴ La noción alude a narración de eventos, de historias.

²⁵ El periódico (universal o tabloide) como formato, señala la complejización técnica e industrial de los medios impresos y su carácter crecientemente comercial. La revista, que en tanto formato se corresponde a los viejos magazines literarios, de arte, de historia, constituye el ámbito de lo «extra-periodístico» en los diarios o, en el mejor de los casos, era el lugar de la literatura, de las escrituras no industriales, de la heterodoxia periodística. En fin, la revista era el formato de lo «no serio», lo excéntrico, lo literario y deviene subsidiaria del diario. Recuértese a Tom Wolfe (1976), que describe de un modo muy ilustrativo cómo la revista constituía poco menos que el desván de los periódicos, y por esa razón se convirtió en laboratorio en donde los noveles periodistas pudieron operar sus experimentos expresivos sin mayores restricciones. El prestigio simbólico de la revista, como formato periodístico, vendrá de la mano de las transformaciones sustanciales de la prensa escrita y la industria informativa durante los 60 y hasta la actualidad.

²⁶ Mauro Wolf relaciona la desprofesionalización de los periodistas con la introducción de nuevas tecnologías de información, la edición electrónica, las nuevas estrategias de comercialización de las redacciones y la penetración del marketing editorial. Desprofesionalización significa que aquellos saberes duraderos, contruidos a lo largo de la experiencia acumulada de trabajo, ya no son el fundamento de los prestigios profesionales y de la capacidad de producción de un periodista. Eso que, para decirlo en un término muy caro a García Márquez, se ha denominado el oficio, se devalúa como saber fundamental. Pero desprofesionalización también significa una relocalización de las funciones del periodista en un entorno mediático en que, menos que producir, el periodista debe procesar y controlar la información que fluye hacia la organización informativa, debido al aumento de fuentes estables y la multiplicación de organizaciones informativas no necesariamente periodísticas que suministran información al medio, lo cual implica una creciente pérdida de control sobre las fuentes. Menos que escribir debe editar y organizar información dado que los sistemas electrónicos de edición permiten modificar y ajustar la presentación de páginas y noticias. Más que reconstruir eventos y poner en contexto, este periodista procede a la «recuperación de las informaciones ya depositadas en los archivos y en la memoria de los bancos de datos periodísticos», lo cual provoca -como advierte Wolf- que los medios terminen privilegiando «como memoria colectiva, como memoria histórica de los hechos del pasado reciente, a los mismos productores periodísticos».

²⁷ No sobra advertir, pues es uno de los mitos más arraigados, que la publicidad «no hace que consumamos más», pues nuestra capacidad de consumo está determinado por nuestros ingresos y, en particular, nuestros salarios. Estos ingresos definen la capacidad adquisitiva de los consumidores. En otras palabras, los anunciantes ya saben -respecto a un país como Colombia- cuánto dinero va a retornar al sistema empresarial durante el ciclo económico, pues se ha fijado

previamente la capacidad de consumo real del país mediante los incrementos salariales anuales. Lo que no saben es cuánto tardará en retornar ese volumen de dinero representado en salarios y hacia qué sectores de la economía fluirá. La inversión publicitaria apalanca e interviene ambas dinámicas: la velocidad de retorno de la inversión y la orientación de los flujos.

²⁸ El saber esencial del reportero se resume en eso: saber estar oportunamente allí donde ocurren los hechos o saber contactarse con las fuentes que pueden dar cuenta de los acontecimientos. Para decirlo en términos de Gaines (1996): realizar visitas o inspecciones (ir al terreno) y establecer un nutrido repertorio de entrevistas (trabajar con fuentes e informantes adecuados). El periodismo de investigación, como mencionaré más adelante, implica una triple ruptura con el canon informativo: en términos epistemológicos indica una valoración no ingenua e inmediatista de los «hechos», implica una relativa desconfianza en las fuentes -que deberán contrastarse y examinarse cuidadosamente, en particular si se trata de fuentes oficiales- y apela intensivamente a los documentos y estudios como recurso fundamental de trabajo. Los estudios refieren a procedimientos de comparación y análisis de evidencias, pruebas, textos para inferir tesis y consecuencias que no aparecen registradas en ningún soporte documental específico. (Como cuando mediante la comparación de las tablas de ascenso en una empresa y la nómina, se demuestra que hay una política de discriminación salarial contra, por ejemplo, las mujeres. Por supuesto, no hay ningún documento en que aparezca consignada tal política, pero al contrastar o estudiar evidencias se la puede inferir).

²⁹ Las rutinas profesionales del reportero son al mismo tiempo «modos de operar» (conocimiento práctico sobre los procesos de producción), pero también «criterios de selección» (conocimiento práctico para valorar lo noticioso y noticiable), eso que en el argot periodístico se llama «olfato periodístico».

³⁰ Empleo el término «organización informativa» a partir de Miquel Rodrigo Alsina (1989). La importancia del término reside en que amplía los límites de lo que entendemos por medios de comunicación orientados a la producción de información y periodismos. Organizaciones informativas no sólo serían estas instituciones formales que llamamos medios de comunicación, productores de información, es decir periódicos, tele-noticieros, revistas, radio-noticieros; sino todo tipo de organización dedicada a la gestión de «información de actualidad»: las agencias periodísticas especializadas, institucionales e industrias que producen información pública, comunidades académicas con sus análisis de coyuntura, organizaciones políticas, agremiaciones, movimientos sociales y ONG con sus oficinas de «información y prensa», centros de investigación y seguimiento de medios, entidades de marketing y administración de imagen institucional, entidades de comunicación organizacional. Alsina cita a Bechelloni para sustentar la necesidad de estudiar la «organización informativa» de un modo que reconozca en ella mucho más que una estructura empresarial convencional, evitando la «subvaloración del carácter específico de las organizaciones informativas». Para ello considera necesario enfatizar la comprensión del «poder», el poder

como un objeto de estudio crucial para entender el estatuto de la organización informativa; asumir que es mucho más que una instancia rica en restricciones y censuras, también constituye un lugar de oportunidades de producción y creación intelectual; y caracterizar los rasgos históricos específicos y contextuales (tipos) de las organizaciones informativas existentes. Retomando a Bechelloni distingue entre fuerzas o factores internos y externos de la organización informativa. Entre los factores o fuerzas internas considera las fuerzas constitutivas del mercado, las innovaciones tecnológicas y las constantes organizativas y reglas de funcionamiento interior del sistema. Entre los factores o fuerzas externas contempla las fuerzas de los sistemas políticos, las fuerzas de las tradiciones culturales, étnicas, sociales y nacionales, y el devenir o evolución histórica específica de cada medio, género o subgénero.

³¹ Retomo una extensa cita de Giroux (1996) que refiere a Stuart Hall respecto a la noción de postfordismo: «Postfordismo» es un término [amplio], que sugiere toda una época nueva, distinta de la era de la producción masiva [...] incluye, al menos, algunas de las siguientes características: un desplazamiento hacia las nuevas «tecnologías» de la información; formas más flexibles y descentralizadas de proceso laboral y de organización del trabajo; decadencia de las viejas industrias, basadas en la manufacturación y crecimiento de las «del futuro», basadas en los ordenadores; la privatización o la contratación fuera de la empresa de funciones y servicios; una mayor insistencia en la elección y diferenciación del producto, en la comercialización, embalado y diseño, en «elegir como blanco» a los clientes por su estilo de vida, gustos y cultura más que por las categorías de clase social; un descenso del porcentaje de la clase trabajadora manual, masculina y cualificada; el aumento de las clases de servicios y trabajos no manuales (de oficina), y la «feminización» de la fuerza laboral; una economía dominada por las multinacionales, con su nueva división internacional del trabajo y su mayor autonomía respecto al control del Estado-nación; y la «mundialización» de los nuevos mercados financieros, conectados por la revolución de las comunicaciones».

³² «He de confessar que cedeixo a la temptació de sacsejar les imaginacions quan utilitzo aquest terme [gatesisme]. La meva altra motivació ve del paral·lelisme que aquest terme permet d'establir amb el de fordisme. I això és fonamental. El fordisme és un concepte que identifica una forma de capitalisme amb una norma de producció, una norma de consum i un sistema de regulació específic. Bill Gates representa un altre símbol en la nostra societat contemporània. No és només l'home que posseeix la fortuna personal més important dels Estats Units i el darrer model de *self-made man*, sinó que encarna l'èxit en el sector punter de la informàtica i les telecomunicacions. A més, dirigeix el destí d'una de les empreses més reeixides i ambicioses del sector. El seu nom pot ser utilitzar, com el de Ford, per sintetitzar els canvis que s'estan produint. Però en el fons, poc importa el terme que s'esculli» (Tremblay, 1996).

³³ Ver la distinción «actualización» e «informatización» (Mauro Wolf) en este capítulo, en el apartado dedicado al periodismo analítico.

³⁴ El periodismo de investigación tiene un primer auge entre 1947 y 1958. Una segunda oleada hacia finales de los 60 corre paralela al Nuevo Periodismo. Los 80 marcan una caída del periodismo de investigación en virtud de, al menos, dos factores (Reyes, 1996): los costos financieros, lo que fuerza el desarrollo del IRE (que publica *The Reporter's Hand book*; fundada a mediados de los 70, un poco antes del asesinato de Don Bolles, periodista del diario *Arizona Republic* el 2 de junio de 1976) y la creación de iniciativas no gubernamentales para financiar periodismo investigativo independiente-; y el aumento del control legal en Estados Unidos (*The Chilling Effect*), las denuncias por difamación, y la represión y control legal e ilegal en América Latina. Son los 80 también el periodo de lanzamiento del periodismo literario (una nueva fuga respecto al canon informativo, más moderada que la del nuevo periodismo). Los noventa indican un relanzamiento a nivel mundial del periodismo de investigación, con la institucionalización de redes y formas de agremiaciones de periodistas investigadores, publicación de antologías y experiencias de investigación, divulgación de manuales, revitalización de unidades de investigación en los diarios y consagración de los respectivos gurúes del campo.

³⁵ Esta tensión entre el estatuto industrial y el carácter artístico del periodismo es clave para entender, entre otras, el lugar del periodismo biográfico, como plantearé más adelante. Lo común al periodismo de entretenimiento, al periodismo de investigación, al periodismo biográfico, al periodismo de análisis o interpretativo, al periodismo de divulgación de saberes especializados y al periodismo de precisión dentro de periodismo complejo, es que todos constituyen movimientos de reorganización del periodismo sin abandonar su estatuto industrial. El nuevo periodismo y el periodismo literario, en cambio, constituyen rupturas radicales respecto al estatuto industrial del periodismo, son superaciones externas -reacciones al régimen industrial- del canon informativo clásico, abandonan el periodismo informativo apelando a cánones literarios, fórmulas experimentales que vienen de la novela y los lenguajes audiovisuales.

³⁶ Convencionalmente se suelen distinguir los dos tipos de periodismo en los siguientes términos: el periodismo de investigación intenta responder la pregunta acerca de quién y cuándo; el de profundidad intenta responder el porqué (motivos, explicaciones estructurales, más de índole global, histórica, sociológica, que factual e individual). Citado por José Luis Martínez Albertos (1993), Fernand Terrou sitúa en los siguientes términos la aparición del periodismo interpretativo (1947) y el periodismo en profundidad (1958): «Los periódicos que superan la tensión *stories and comments*, planteándose el problema de la interpretación y la explicación, fueron denominados por Terrou en Francia como Prensa de Explicación. Fenómeno similar fue identificado por la Comisión Hutchins -encargada de redactar un informe sobre la Libertad de Prensa, como el término de Periodismo Interpretativo. La Facultad de Periodismo de la Universidad de Syracuse, acuño en 1958 la expresión «reportaje en profundidad» ».

³⁷ Como puede advertirse, me refiero a la noción de «periodismos especializados» (periodismos temáticos: periodismo económico, científico, de modas, de divulgación y crítica de arte, por ejemplo). En sentido estricto, así como el

periodismo de propaganda -ese periodismo ideológico sin movimientos ciudadanos- precedió la formalización y época de oro del periodismo informativo; los periodismos especializados serían la forma extrema del periodismo informativo, aquello que habría precedido la configuración posterior del periodismo complejo.

³⁸ Estamos, en el terreno del periodismo, ante la premisa fundamental de la sociología reflexiva que promueve Bourdieu (1995): lo real es relacional. La documentación inteligente de las relaciones constitutivas, del campo de tensiones, de los capitales en juego, de las trayectorias y habitus de los agentes, y no los hechos empíricos aparentemente transparente y visibles, son lo que permite comprender la verdad y la realidad. Entonces, las evidencias empíricas (los hechos) son punto de partida y referencia, materia prima, de un trabajo de producción de sentido que no se limita a la descripción y constatación de los eventos. No la «verdad de los hechos», sino la complejidad que los constituye y explica.

³⁹ El concepto atañe a los procesos de relativización de lo real, la crisis de la idea de objetividad de la física mecánica, la crisis de las formas naturalistas de representación de la realidad, el cuestionamiento a la idea metafísica/unificada de verdad y realidad «externa», la crítica a la pretensión de homologar objetividad=racionalidad. Para una comprensión general de la noción consultar «Ciencia en movimiento: la construcción social de los hechos científicos» (Alejandro Piscitelli: 1994). La desrealización de lo real se funda justamente en la complejización tecnológica de la comunidad y la investigación científica, como supo advertirlo Marcuse (1968) al aludir al *a priori tecnológico* que anima a la ciencia moderna. La acción tecnológica y la racionalidad científica *presuponen* que la materia misma es des-realizable; es decir, *confían* en el carácter *factual* de la materia (Marcuse), esto es, confían en que la materia es susceptible de manipulación empírica (técnica) y manipulación matemática (abstracta/lógica). Esta confianza previa (a priori tecnológico) es lo que permite operar una codificación matemática (un modelo abstracto de la materia manipulada mediante el des-ciframiento de los componentes, unidades, relaciones, conexiones básicas de cualquier forma material). Esta matematización permite, posteriormente, hacer una codificación tecno-industrial de la materia matematizada. La matematización funda el diseño posterior de la infraestructura tecno-industrial para procesar, ahora de manera sintética (artificial) lo que antes era «materia dada» (natural). La última aventura de esta saga hacia la desrealización se llama Genoma Humano. Entonces, para decirlo esquemáticamente la racionalidad tecnocientífica supone dos movimientos:

- I. Primer movimiento:
 - a. Hay la *materia compleja*,
 - b. que puede ser *analizada (es decir fragmentada y comprendida en sus unidades mínimas)* mediante procedimientos técnicos y lógicos;
 - c. es decir, que puede ser *matematizada (computada: desarticulada en unidades mínimas)*,
 - d. y a partir de esta analítica de las unidades mínimas y conexiones básicas puede construirse un *modelo matemático y abstracto de la materia analizada*

(modelos matemáticos, abstractos y ordenados de lo real, de la materia);

e. Este producto, el modelo matemático y abstracto de la materia permite un segundo movimiento:

II. Segundo movimiento: (simular/sintetizar lo matematizado a través de procedimientos tecno-industriales).

f. La modelización abstracta y matemática precede a la modelización técnica de la materia analizada. Pueden pasar años, décadas antes que se den las condiciones para operar las técnicas que permitan realizar el modelo matematizado de la materia. Por ejemplo la posibilidad de la bomba nuclear precedió en varios años su modelización técnica concreta.

g. Finalmente, se operan las síntesis industriales de la materia analizada. Jugos sintéticos, sabores sintéticos, telas sintéticas, diamantes sintéticos, reacciones termonucleares controladas, manipulación/control de comportamientos y conductas, pieles artificiales, órganos artificiales, etc.

En general, las prácticas de producción en las sociedades modernas suponen la des-realización (abstracción, matematización, des-composición de lo real), la des-objetivación de la realidad se acentúa a través del progreso técnico y la expansión del pensamiento operacional. La situación del periodismo no es distinta, en ese sentido, a las restantes prácticas tecnosociales. Durante los últimos dos siglos aprendimos las técnicas abordaje de la materia factual del periodismo: los hechos y acontecimientos de actualidad. Codificamos los procedimientos de operación (géneros, rutinas de producción, moldeo de textos, informatización de datos y documentos, modos de tratamiento de las fuentes). Matematizamos la producción de «hechos noticiosos». Luego, aprendimos a sintetizar «hechos periodísticos», de tal manera que resulta difícil distinguir entre los «naturales» y los «artificiales». De ahí la emergencia creciente de factoides (Volli, 1990), que como a los *humanoides*, no podemos “diferenciar” de los naturales. Al matematizar y operacionalizar al máximo los procedimientos de «producción de hechos», desciframos las unidades y principios fundamentales para la construcción de «información de actualidad» y para, mediante infinitos procedimientos de recombinación, producir textos aparentemente muy diversos a partir de principios muy simples de operación. A ese largo proceso de matematización de los procedimientos de «construcción de información» me refiero cuando hablo de «escrituras industriales o sintéticas», que son técnicas operativas que permiten producir documentos periodísticos de relativa calidad sin depender del largo aprendizaje del «oficio».

⁴⁰ Desde esta perspectiva, habría que considerar dentro del canon del periodismo para la toma de decisiones, tanto el periodismo económico y de análisis financiero como las revistas especializadas en cultura del cuerpo, maquillaje y modas. En ambos casos, se trata de un periodismo que provee técnicas, criterios e información para la toma de decisiones y la intervención operativa sobre el mundo.

⁴¹ Martini (2000) lo ilustra de esta manera respecto al nuevo manual de estilo del diario Folha de Sao Paulo: «El Nuevo manual de redacción de la Folha de

Sao Paulo dice que los criterios para definir la importancia de la noticia son: ineditismo, improbabilidad, interés, atracción, empatía, con lo que concentra desde una perspectiva editorial las diferentes formas de atraer e interesar al lector».

⁴² Infodecisores alude a dos ideas claves: en primer lugar, a un régimen en que los medios de comunicación despliegan consultas sistemáticas a los públicos, en tanto sujetos de decisión, para hacer ajustes de mercadeo, encuestas de opinión, definición de menús mediáticos, rediseño de formatos y programas; y, segundo lugar, al uso de la información mediática como recurso fundamental para tomar decisiones de intervención en sus entornos de vida (compras, maquillaje, moda, educación de los niños, inversión financiera, destinos turísticos, opciones electorales, etc).

⁴³ El sujeto al que hago referencias es, en todos los casos, uno integrado a los circuitos de producción, a los sectores más dinámicos de la economía, con mediana escolarización (de conformidad con la época), eso que puede denominarse, genéricamente, como «clase media urbana». Igual, el obrero y trabajador, el pequeño burgués del siglo XIX y comienzos del XX, o el empleado, el joven universitario, el técnico programador de sistemas, el funcionario público o comerciante de finales del siglo XX.

⁴⁴ Organizaciones empresariales en red, descentradas, de altísima complejidad, globales, transnacionales, asociadas generalmente a conglomerados multimediales, con dinámicas de trabajo descentradas e informatizadas. Implican la emergencia del periodista *freelance* que además produce para distintos tipos de medios de comunicación, y la configuración de lo que Priess (1997) llama “miniempresarios periodísticos” o “equipos editoriales”, que venden sus servicios a diferentes medios, según contratos específicos.

⁴⁵ La revista *Time*, semanario de noticias, ya en 1922 había formalizado uno de los principios constitutivos del periodismo complejo: la superación de los criterios ingenuos de objetividad informativa reemplazándolos por el *interpretative reporting*. Hacia la segunda mitad del siglo XX instituyó otro de los elementos claves del periodismo complejo: el equipo periodístico moderno. El equipo periodístico es, en sentido estricto, una unidad de producción que genera documentos de acuerdo a una hábil división de roles o división técnica (parecida a las unidades de producción de las actuales organizaciones industriales en red o no lineales): un reportero (que trabaja con visitas y entrevistas; con fuentes), un investigador editorial -editorial researcher- que opera documentos y comprueba o verifica datos proporcionados por el reportero-; un redactor, encargado de la escritura final del informe; y un editor, que sitúa la perspectiva de análisis, el punto de vista y coordina al equipo de trabajo (Martínez Albertos, 1993). El equipo editorial es más un invento asociado a la racionalidad administrativa que a la lógica de la empresa periodística: es la unidad de producción, al mismo tiempo flexible, con roles múltiples, que responde por tareas, proyectos o productos concretos, y no trabaja en el periódico, trabaja para el periódico.

⁴⁶ Es esencial tener en cuenta la movilidad del periodista respecto a los roles: el periodista no se especializa, sino que se adecua flexiblemente a los roles

exigidos por las nuevas tareas en curso.

⁴⁷ En la jerga que tanto gusta a los administradores de medios de comunicación, esta adecuación de los medios a segmentos diferenciados de lectores, audiencias y usuarios de información se denomina «especialización de medios», «medios con estrategia de especialización y nicho» o «medios de nicho».

⁴⁸ Aunque la distinción entre periodismo complejo serio y no serio puede resultar, en cierto sentido insostenible. Reyes (1996) cita a Howard Kurtz (1993), crítico de prensa de *The Washington Post* en su libro *Media Circus: The Trouble with America's Newspapers*. «Hay un cáncer que se está tragando el negocio del periodismo, es el cáncer del tedio, de la superficialidad y la irrelevancia y se necesita una cirugía radical», escribió Kurtz. Uno de los ejemplos citados por el periodista para ilustrar cómo la prensa se deja deslumbrar por estrellas fugaces, mientras en sus narices se fermentan los fraudes, es el fenómeno de Donald Trump, el ostentoso y egocéntrico urbanizador cuya fama de millonario precoz terminó sepultada por una avalancha de deudas y líos financieros. Por lo menos durante 15 años, Trump gozó de una prensa lisonjera, dice Kurtz, que prefería averiguar los nombres de las modelos con quienes salía en lugar de buscar el origen de su fortuna. *The New York Times* y otros grandes periódicos del país se embelesaron con las aventuras del joven que a los 30 años alardeaba de tener más de 200 millones de dólares. “Trump se convirtió en nuestro playboy nacional”, dice Kurtz. “Un hombre que era famoso por ser famoso, y los reporteros y editores fueron los confabuladores que pusieron su nombre a la luz. Si la prensa falló en descubrir que el reino mágico de Trump estaba construido en una montaña movediza de deudas, fue en gran parte porque nadie intentó averiguar lo que ocurría”. Mientras las luces alumbraban a Trump, grandes fraudes se cocinaban en el gobierno. El saqueo del Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano (HUD), “la dependencia que nadie cubrió”; el colapso de los bancos de ahorro y préstamo (*Saving and Loans* o *S & V*); la red del Irán-Contras, descubierta por un semanario libanés en 1986, fueron algunas de las estrepitosas defraudaciones públicas que la prensa estadounidense llegó a cubrir cuando casi todos los platos estaban rotos» (Reyes, 1996, 26-27). Es relevante el apunte de Reyes porque nos revela dos asuntos: a) cómo el periodismo light es, puede ser, el rostro público y atractivo de una dinámica de factoides (Volli, 1990) que ocultan lo realmente relevante; b) cómo lo light no es un atributo de algunos diarios menores, sino que implica a la gran prensa y afecta la experiencia social de las mayorías, incluido los propios periodistas.

⁴⁹ Es decir, en términos lógicos e históricos, primero hubo la crisis de confianza en la política y los poderes públicos, el manto de duda sobre empresarios y funcionarios de Estado, y luego se hicieron visibles mediáticamente la corrupción y la denuncia periodística. No debería atribuirse a los medios de comunicación la crisis de confianza de los ciudadanos de los poderes públicos, las burocracias y las organizaciones empresariales.

⁵⁰ Nótese la descripción de Reyes (1996) respecto a la percepción que, en la actualidad, se tiene de los periodistas investigadores -que no difiere mucho de la

percepción de los ciudadanos al respecto-: «Hoy en día, entre los analistas de los medios de comunicación, hay una percepción generalizada de que los periodistas estadounidenses se han convertido en portadores de un irremediable cinismo que se manifiesta en la desconfianza visceral hacia los políticos y los empresarios»

⁵¹ «En raras oportunidades el periodismo fiscalizador acude a fuentes no oficiales. El hecho de que la mayoría de las historias sean generadas por fuentes, más que por investigaciones propias, y que traten sobre hechos de corrupción en altos niveles políticos, automáticamente convierte a las fuentes influyentes en sus “definidores principales”. El denunciismo implica que las investigaciones periodísticas usualmente sirven como escenarios para la disputa de batallas intra-élite donde la información es filtrada por fuentes poderosas con la intención de dañar a los enemigos» (Waisbord, 1998).

⁵² Como cuando, capturados por una cámara de televisión, las personas antes que rehuirle revelan destrezas y competencias que les permiten *comportarse telegenéticamente* ante el dispositivo. Nótese cómo muchos colegios promueven el desarrollo de medios de comunicación internos (periódicos, revistas, emisoras de radio, producción en video o páginas web) y cómo las empresas e instituciones suelen configurar departamentos de relaciones públicas, comunicación organización y promoción de la imagen institucional.

⁵³ La información de primer orden es la que se origina en la dinámica misma de los acontecimientos. La información de segundo orden o periodística, es la que recrea y reconstruye el acontecimiento como narración noticiosa (periodismo informativo). La información de tercer orden deriva de las correlaciones e interpretaciones que opera el analista, más allá del relato de hechos.

⁵⁴ En Colombia, el fenómeno «Manuel Elkin Patarroyo» puede ser particularmente ilustrativo al respecto. La visibilidad mediática del investigador redundó no sólo en mejores condiciones para competir por recursos públicos destinados a desarrollo científico, sino que tras el embargo que de su laboratorio realizó el Banco Ganadero (Bilbao Viscaya), el escándalo público, el desprestigio coyuntural, obligaron al banco a seguramente negociar y moderar los términos del embargo. A nivel mundial, un buen ejemplo es el «Proyecto Genoma» y la publicación de resultados parciales mediante un espectáculo mediático, una gran rueda de prensa, que no tenía nada que envidiarle a la premier de películas facturadas por Hollywood.

⁵⁵ La organización informativa periodística ya no se atiene únicamente a la lógica que imponen los sucesos azarosos y casuales. Un porcentaje creciente de la información refiere a eventos pre-vistos por los medios de comunicación, las organizaciones informativas y diversas instituciones sociales -que disponen celebraciones de todo tipo, encuentros y reuniones públicas, ruedas de prensa-; o consideran poderosos archivos informáticos que permiten rápidas reactualizaciones y contextualizaciones de sucesos susceptibles de anticipación o puesta en antecedentes (muertes de figuras públicas, resurgimiento de conflictos o guerras locales, quiebras o crisis económicas); o construyen una dinámica cada vez más eficiente de noticias en «desarrollo continuo», permitiendo que

los sucesos permanezcan o duren mucho más tiempo en la escena informativa mediática. (Aquellas que según Martini (2000) «se instituyen a modo de series y se publican durante un cierto tiempo y luego desaparecen»). Respecto a este fenómeno, el control del vector tiempo social, los mecanismos de duración y la lógica de la anticipación, basta observar cómo la prensa de fin de semana (en particular la del domingo) contiene más que «información noticiosa», información cronorresistente y menos moldeada por la lógica de los acontecimientos. Suele desplegar mayores operaciones de control, anticipación y duración del vector tiempo social.

Aunque no sabemos si es información del todo confiable, Fernández-Zayas (1998) hace una revelación muy sugerente e ilustrativa respecto a la Guerra del Golfo y el papel que habrían desempeñado algunos medios de comunicación norteamericanos para hacerla “durar” en la escena mediática: «Laboro con un grupo de analistas conocedores y experimentados. En 1991, cuando la guerra del Golfo Pérsico, estábamos reunidos analizando los acontecimientos. Supimos que el primer bombardeo, silente y electrónico, había destruido los radares y computadoras iraquíes en las primeras cuatro horas de la guerra, el resto de la contienda fue una operación de limpieza. Concluimos el análisis con una buena documentación del mismo y se lo enviamos a la empresa que lo solicitó. Sin embargo, las estaciones de televisión continuaron hablando de la guerra por semanas. Mostrando una película de archivo, vieja, distribuida por el Pentágono que mostraba un misil o cohete entrando por una ventana de un edificio. Pocos hablaron que la aviación y las computadoras estadounidenses, habían destruido en pocas horas, silentemente, las comunicaciones y los radares enemigos. Había que explicar que esta fue una guerra instantánea y electrónica; que marcaba el inicio de contiendas bélicas que tenían como principales actores técnicos anónimos, no generales. ¿Por qué no lo hicieron? ¿Desconocimiento? No, las «cabezas parlantes» sabían que tenían un público cautivo y decidieron prolongar en los televisores una guerra que había terminado hacía días. Por supuesto, con la orden o aprobación de sus empresarios. No es secreto lo antes escrito, pero no es muy conocido».

⁵⁶ Un reciente estudio de Richard Sennett (2000) ha sabido reconstruir algunos de los efectos de las nuevas formas del trabajo sobre la subjetividad de los sectores integrados y globalizados de la población.

⁵⁷ Que como sabe advertirlo Virilio (1997) tiene que ver menos con la velocidad y la aceleración, que con la pérdida de referencias espaciotemporales en un entorno en continuo cambio y transformación. El vértigo tiene que ver con el desanclaje terrestre y gravitacional. La pérdida de orden, la pérdida de referencias que es, según Lechner (1988), una de las fuentes fundamentales de los miedos urbanos contemporáneos.

⁵⁸ «Después de la crisis de los treinta y de la segunda postguerra le había sido encomendado al Estado un papel preponderante en las economías vigentes: su función consistía en resolver por anticipado las crisis cíclicas de superproducción en las que incurría el sistema de libre mercado, dejado a su exclusiva autorregulación. El Estado debía, según lo que fue conocido como “políticas

keynesianas”, anticiparse a las crisis agregando la demanda. Agregar la demanda implicaba básicamente producir consumo, y esto se hacía redistribuyendo ingresos desde los sectores del capital hacia los del trabajo. El Estado tomaba impuestos de los primeros y los distribuía a través de gastos económicos y sociales. Se endeudaba, pero creaba empleos, producía servicios y proporcionaba una amplia cobertura social. Estos gastos preparaban un terreno propicio para absorber lo producido, con lo cual se generaba un círculo virtuoso en el que los impuestos y su gasto arrastraban la demanda, que se convertía así en un motor de crecimiento económico.

«Esto tenía unas consecuencias sociales de gran importancia. En términos técnicos y por la propia dinámica de la producción capitalista, hacían falta cuotas crecientes de mano de obra empleada con calificaciones cada vez más elevadas; por otro lado, el Estado generaba empleos como base del crecimiento económico, redistribuyendo el ingreso como estrategia anticíclica, y al invertir en servicios y cobertura elevaba los estándares de vida medios de la población. Esto se traduce en pleno empleo, desempleo de muy baja duración, posibilidades de mejora social, carreras laborales estables, ascensos salariales, mejoras en los salarios reales. Una clase media creciente; puestos de trabajo en aumento, protegidos; un conjunto de trabajadores compacto, asociado en sus intereses con el Estado, y a su vez en cierta momentánea alianza con los sectores del capital. El consumo se ensanchaba por el efecto de la producción de tipo fordista de bienes de consumo masivo, los más aptos para este tipo de producción, lo cual redundaba en una mejora y modernización constante de los estilos de vida de la población en general» (Urresti, 2000).

⁵⁹ La distinción entre efecto-precariedad y efecto-provisoriedad ha sido establecida por Martin Hopenhayn en «Ni apocalípticos ni integrados» (1994).

⁶⁰ Por ejemplo, el periodismo informativo instaló la idea de «investigación» en el corazón de la práctica periodística a partir de su forma más elemental (la reportería). Mientras la reportería supone que hay hechos discretos que deben constatarse mediante operaciones oportunas, la investigación periodística supone la superación de la idea anterior al asumir que lo real no son hechos discretos, sino las relaciones que las explican y constituyen, lo que exige capacidad analítica para dar cuenta de esas relaciones.

⁶¹ En cierto sentido, el rasgo a) y el rasgo e) son significativamente complementarios. Si la obsesión por abordaje de «hechos localizados y dispersos» en el periodismo informativo condujo a una suerte de representación caótica y entrópica de la realidad en que a mayor «información» menos sentido, el periodismo complejo aspirará a revertir las tendencias entrópicas del canon informativo mediante la exploración de otros «usos de la información» más adecuados a la generación de cierto sentido y orden, y mayores márgenes de control, respecto al entorno cotidiano de los lectores y usuarios de información periodística. El carácter neguentrópico del periodismo complejo y el énfasis en los usos no informativos de la información constituyen su característica esencial.

⁶² Si el efecto de verosimilitud era clave en el cano clásico, en el periodismo complejo lo serán el de «inteligibilidad» y «control».

⁶³ La «crisis de los géneros periodísticos» tiene que ver menos con su agotamiento que con el estatuto epistemológico de la información compleja. Si «lo real es relacional» y no sólo el relato o recuento de datos, es claro que el énfasis se va a poner, en primer lugar, en la obtención de información (investigación) y ya no sólo en el registro de hechos (reportería en el canon clásico); y en segundo lugar en la potencia analítica y relacional (establecer vínculos entre eventos, datos y fuentes). Por eso el método Gaines (la idea de combinar toda clase de recursos de investigación para la construcción de cualquier tipo de documento periodístico), es expresión exacta de esa transformación epistemológica. Importa la densidad de información y no la realidad empírica. Ahora estamos ante un realismo informativo de tercer orden en que la desrealización se extrema.

PERIODISMOS HÍBRIDOS Y CONTEMPORANEIDAD. APUNTES PARA UNA PERIODIZACIÓN DEL PERIODISMO MODERNO EN COLOMBIA

Martín Barbero (1986) reconoce dos momentos en el proceso de massmediación en América Latina: el primer momento, a partir de la crisis de la década de 1930, transforma la idea política de *Nación* en *sentimiento* de nación, resemantizando algunas de las demandas de los sectores populares en el lenguaje de los medios y en la política populista/nacionalista, a través de la radio y el cine. En este ámbito la prensa y la política hablarían un discurso común y afín con las políticas de Estado: llegar a ser una «nación moderna» implica enfatizar en la unidad nacional, en los valores nacionales vs los no nacionales; en la integración de las masas populares dentro del contexto urbano. Y el segundo momento, la década de los 60, en que -tras la crisis de la política de sustitución de importaciones y la crisis del modelo de industrialización nacional protegida por el Estado- los países latinoamericanos se entregan a la promoción intensiva de la inversión extranjera, a las políticas de fronteras comerciales abiertas, a la reducción de las tasas impositivas que desestimulaban a las industrias transnacionales para que se instalaran en estas naciones. En este contexto, se forjarán algunos de los procesos más importantes de industrialización y crecimiento intensivo de los medios de comunicación -radio y televisión-, y de algunos periódicos y revistas. El énfasis estará puesto menos en la retórica de «lo nacional» y más en la aspiración al «desarrollo». Y para animar el desarrollo, no importa el origen de los agentes: pueden ser empresarios extranjeros o nacionales.

Se suponía que la intensificación del desarrollo promovido por la inversión extranjera y la inversión privada interna, favorecería el aumento del consumo y el confort, consolidaría unas crecientes y mejor educadas capas medias, lo cual redundaría en la profundización de la democracia. «Es entonces cuando, al ser desplazados los medios de su función política, el dispositivo económico se apodera de ellos -pues los Estados mantienen la retórica del “servicio social” de las ondas, tan retórica como la “función social” de la propiedad, pero ceden a los intereses privados el encargo de manejar la educación y la cultura- y la ideología se torna ahora sí vertebradora de un discurso de masa, que tiene por función hacer soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos» (Martín Barbero, 1987; pp. 179). Esta oscilación entre la función política y la función comercial va a determinar en parte el desarrollo del periodismo en Colombia.

Tentativamente podrían considerarse dos grandes periodos en la historia del periodismo moderno en nuestro país. El primero, el híbrido informativo-ideológico, en que se destacaría más la función política y partidista del periodismo colombiano. Y el segundo, el híbrido informativo-complejo, en que se acentuaría su condición de empresa comercial. A continuación expondré en qué sentido me parece adecuado este tipo de periodización y clasificación, y cuáles sus alcances y limitaciones.

PERIODISMO INFORMATIVO-IDEOLÓGICO

1850	1860	1870	1880	1890	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

[periodo de desarrollo y consolidación]

El pasado del periodismo moderno en Colombia

Loaiza Cano (1999) señala la importancia de entender las conexiones entre convulsión y agitación social y la creciente conciencia de las élites neogranadinas acerca de la necesidad «fundar comunidades nacionales». Para desarrollar ese proyecto fundacional jugarían un papel decisivo el trabajo del publicista -ese «organizador de masas e inspirador del futuro»- y la imprenta. Loaiza señala la importancia de entender esta transformación fundamental en el proceso de construcción de hegemonías políticas y culturales durante el siglo XIX, que convierte al «taller de

imprensa» (y no sólo al periódico) en avanzada de un largo proceso que permitiría unificar intereses y construir consensos de élite, y familiarizar a los ciudadanos con proyectos específicos de organización social. Hasta entonces «muy pocos, arrastraban la quimera de establecer una red de relaciones con el tejido social desde el taller de imprenta (...) Fue una lenta voluntad de crear nación la que, en definitiva, permitió la aparición y preeminencia de esos ideólogos civiles que se apoyaban en la libertad de imprenta para formar opiniones, para imaginar comunidades unidas por la ceremonia diaria o semanal de la lectura del periódico o por la red de relaciones que proporcionaba un periódico, una revista, una novela por entregas, un taller de imprenta» (pp. 67).

Lo relevante es que ese «proyecto comunicativo» (que era político y cultural al mismo tiempo) no pasaba por el «periodismo» (en el sentido de información), sino por la imprenta como taller de publicación y distribución de una amplia gama de bienes culturales impresos: manuales, prensa, novelas por entregas, reportes de viajes, informes sobre la naturaleza y los recursos nacionales¹. Dos rasgos de la «imprenta» se destacan en el estudio de Loiza: por un lado, considera el propósito de fundar nación y conciencia unificada en las élites neogranadinas (y su voluntad de configurar una cierta hegemonía política y cultural a través de un proyecto compartido de nación²), lo cual implica conectarse con el tejido social de las masas, el pueblo, los ciudadanos; y por el otro, indica la necesidad de hacer rendir la empresa mediante la diversificación de los productos editoriales y servicios que prestaba. El periódico (El Neogranadino) era uno de los subproductos de la imprenta³. Oscilaba entre la función política y la función comercial. La imprenta era una empresa de producción que generaba diversidad de discursos y textos: desde manuales, hasta decretos públicos; desde grabados hasta novelas por entrega o folletinesca⁴; desde información comercial y económica hasta chismorreos locales; desde documentos científicos sobre las riquezas naturales y económicas de la nación hasta editoriales incendiarios; desde litografías hasta partituras musicales.

Y si El Día⁵ y El Neogranadino⁶ constituyen, quizás, los primeros diarios modernos de la historia de Colombia, el estudio realizado por Loiza permite advertir en El Neogranadino la sofisticación de algunos de los rasgos de lo «moderno» en la imprenta y el periódico:

- A pesar del vínculo con el Estado y los gobiernos, se configura como una empresa de negocios en sentido estricto, y con un proyecto po-

lítico y editorial más o menos definido para el «periódico»: se trata menos de estar al servicio de los gobiernos y fracciones de élites, y más bien en relación a la fundación de la nación imaginada.

- Posee una infraestructura tecnológica relativamente compleja que le permite, para su época, publicar múltiples productos editoriales, administrar diversidad tipográfica e incorporar ilustraciones, esto en el contexto de una política estatal de estímulos al desarrollo industrial de la prensa⁷.
- La progresiva constitución de una masa creciente tanto de lectores como de compradores de prensa. Lo crucial no es que haya habido lectores, o que no haya habido suficientes imprentas para producir prensa; sino más bien que los periódicos neogranadinos padecían dos limitaciones: a) muchos surgieron desconectados de la experiencia de las masas en constitución o, mejor, estaban dirigidos a pequeños grupos ilustrados y élites; b) mucha de la lectura no se traducía en suscripciones y compras efectivas⁸.
- El secreto editorial o la «inviolabilidad del secreto de imprenta» era en aquella época de agitaciones partidistas una de las exigencias que los redactores de libelos les hacían a los impresores. Ancízar también ofrecía el servicio de corrección, y la permanente y discreta vigilancia de las obras que debía imprimir. El secreto editorial señalaría la confluencia de dos rasgos típicos de las escrituras industriales: a) la separación entre «fuentes» del discurso y editores-divulgadores del discurso; b) la instauración de pactos formales de carácter comercial en que el creador del discurso es protegido (anónimo, pseudónimo) o expuesto-publicado (firma) de conformidad con sus exigencias. Es decir, el secreto de imprenta sólo es posible cuando se ha configurado, aunque sea de manera incipiente, una esfera neutral en que los autores y los publicistas acuerdan reglas de juego, pactan compromisos, contratan servicios, en el contexto de negociaciones protegidas por esa neutralidad. El secreto de imprenta es el antecedente de la actual «reserva de fuentes», del «derecho de autor» y de «propiedad intelectual sobre la obra.
- Una estructura de suscripciones y una consolidada estrategia de

publicidad y mercadeo con sus agentes de distribución. También consideraba la promoción previa de productos editoriales (para evitar riesgos de imprimir algo que no se vendería) y la evaluación de la acogida de los suscriptores (a través de cartas y consultas)⁹.

- El editor es una figura múltiple: impresor en su taller, vive al lado de su imprenta, es la figura que establece las relaciones culturales y mercantiles en su sociedad. Pero sobre todo, advierte Loaiza, lo relevante de Manuel Ancízar es que en su condición de trabajador técnico, empresario mercantil y publicista produce una síntesis que no hay en las élites ilustradas y políticas del XIX: una visión totalizadora de la sociedad, un cierto utopismo modernizador en lo político, en lo social y económico. Ancízar anticipa uno de los rasgos más importantes de la prensa industrial: la imparcialidad que, si bien tiene mucho de retórica, encarna la voluntad de no dejarse acorralar por las rencillas entre partidos políticos, por las facciones de poder. Es precisamente esa neutralidad estratégica la que convierte en «cuarto poder» a la prensa y los medios informativos¹⁰. Esta neutralidad anticipa la neutralidad empresarial, el paso previo a la actual centralidad de los agentes económicos en la escena política. Estar por encima de las rencillas partidistas y a favor de «la difusión de una racionalidad modernizadora» es quizás el rasgo moderno más importante de este modelo de empresa editorial. Ancízar afirmaba que en la nación «falta mayor libertad económica; faltan caminos», que no difiere mucho del actual énfasis en la necesidad de más infraestructura de comunicaciones y más inversión para el desarrollo de empresas. Entonces en El Neogranadino esa voluntad modernizadora en que se enfatiza el «interés nacional» implicará alzarse por encima de las numerosas rencillas de las élites locales y regionales, favorecer un cierto discurso de unidad¹¹.
- Estructura del periódico por secciones y suplementos. El Neogranadino tenía tres “secciones”. Una «*sección interior*» en que se publicaban crónicas de costumbres, información sobre sucesos de la capital, constante y rigurosa información estadística -cuadros de población, las operaciones de las cajas de ahorros, información sobre precios de artículos de consumo, datos sobre la deuda pública-, literatura, ciencias y artes. Una «*sección exterior*», con registro de

noticias de Europa y del resto de América, extractos de los periódicos extranjeros más recientes, traducciones a cargo del director, y a falta de periódicos recientes, se acudía a la «correspondencia fidedigna» que Ancízar tenía con amigos en Venezuela, en Estados Unidos y en Cuba. Y la «*sección doméstica*», la más titubeante -explica Loaiza- que se consolidó con el tiempo como la página de los avisos comerciales, de los anuncios de contratos entre particulares y el Estado: allí se divulgaron las novedades en librerías, la ampliación de los servicios de imprenta, las exclusividades bibliográficas que ofrecían las librerías de la ciudad o el propio taller de Ancízar; además de cuadernillos anexos como La Semana Literaria, en que se publicaron novelas por entrega de Eugenio Sue, Alejandro Dumas (padre e hijo), Feval y Lamartine. Cuadros de costumbres, informes de viajeros e ingenieros a lugares remotos de la nación (los caminos de la patria, como modo de fomentar el conocimiento del interior del país), e información científica. «La constancia de las secciones, la pulcritud de la corrección, la sobria combinación de tipos y tamaños de letras, el empleo de viñetas contribuyeron a definir el tono general del periódico. Cada cambio era explicado con detalle y anunciado con anticipación, porque no se quería traicionar al lector» (Loaiza, 1999).

- La literatura ejemplarizante como modo de educar a los lectores en el espíritu modernizador e ilustrado. «Hubo despliegue de propaganda moralizante reproduciendo frases de Benjamín Franklin extraídas de su Almanaque del Buen Ricardo; varias notas breves estuvieron dedicadas a propender por la higiene corporal. Se hicieron aleccionantes reseñas de las vidas de eminentes burgueses que, como Lord Kenyon, se distinguieron por una «vida prudente, paciente y perseverante». Una pequeña nota sobre el primer reloj de campana instalado en Inglaterra fue presentada como trascendental hecho civilizador. Las reseñas de los progresos de las Cajas de Ahorros de Bogotá. Las memorias de las observaciones meteorológicas escritas por el general Mosquera. « (...) el informe sobre los efectos del huano en la curación de la elephantiasis más esas pequeñas notas roturadas como *variedades* adobaron el énfasis positivista del director del periódico, preocupado por el fomento de la acción individual, por la creación de hábitos favorables para la necesaria evolución industrial del país»

(Loaiza, 1999).

- La compleja estructura empresarial del Taller de imprenta, revela una base organizativa, que anticipa algunas de las formas modernas de la organización informativa. Al centro está el taller de imprenta, que considera varias ramificaciones: los servicios de impresión (con sus particulares procedimientos de contratación y promoción), los contratos de impresión con el Estado, la casa editora, la librería, el correo¹², las corresponsalías, el acceso a gacetas (de Cuba, España, Venezuela, que proporcionaban noticias, documentos y asuntos que nutrirán al Neogranadino) y los agentes de distribución. Y, por supuesto, habría que considerar el trasfondo de los grupos de apoyo social, las tertulias literarias, los grupos de lectores que seguramente regularían, afectarían e incidirían en el devenir del periódico.

Entonces, lo que hace moderno al Neogranadino no es pues la estructura empresarial y técnica, o el talante liberal de la política editorial. Es la combinación de un conjunto de factores que sitúan, más que al periódico, al Taller de Imprenta y su publicista (Manuel Ancízar) al centro de esta transformación moderna de la empresa cultural. Ese es uno de los hallazgos más interesantes del estudio de Loaiza Cano, pues permite repensar la historia del periodismo en Colombia, no desde la perspectiva de los textos periódicos, no desde la perspectiva de las rencillas políticas entre las élites y sus nombres visibles, no desde los autores y escritores, sino desde los procesos de constitución de hegemonías políticas y culturales que sitúan al taller de imprenta y al publicista en el centro de esta avanzada. Es esta combinación de factores lo que explicaría la duración excepcional y la influencia del Neogranadino en la segunda mitad del siglo XIX, pues -como advierte Santos Molano- la fragilidad política y económica de los periódicos del diecinueve es la característica común¹³. «Cuando han logrado, mediante esfuerzos y sacrificios hoy incomprensibles, consolidar la financiación de sus ediciones, viene la guerra civil y los desaparece. En el siglo XIX son excepcionales las publicaciones particulares que logran sostenerse por diez años seguidos. De hecho sólo una lo consigue en los primeros setenta años, y en todo el siglo ninguna alcanza los quince». Las tensiones y subdivisiones en las élites culturales y políticas de la nación produce, también una extraordinaria multiplicación hacia finales del siglo XIX del número de publicaciones periódicas. La prensa está asociada a las polémicas y disputas entre las

élites gobernantes, y es este debate lo que define, de mejor manera, el estatuto ideológico del periodismo en configuración durante el siglo XIX en Colombia.

Valencia Llanos (1996) también destaca esta explosión de periódicos durante el siglo XIX, y la asocia a dinámicas de constitución y articulación del Estado Nacional y a las luchas regionales (federales) de carácter político. Esta explosión caracterizada por el nacimiento y rápida desaparición de una diversidad de pasquines, hojas, periódicos y boletines de prensa articulados a la construcción de un precario espacio político y público, no puede interpretarse como el resultado de la precariedad técnica y empresarial únicamente. Que la explosión editorial estuviera fuertemente asociada a las lógicas coyunturales de las gestas políticas de carácter regional y local, permite comprender por qué la brevedad, los alcances locales y las formas pre-industriales de circulación del papel periódico durante el siglo antepasado. Revela la conexión fuerte entre las diversas formas de organización y agrupación de los ciudadanos ilustrados del siglo XIX (sociedades católicas, sociedades democráticas, casas liberales, sociedades literarias), la constitución del espacio público y político, y la frágil gesta periodística de carácter doctrinario, político y literario. El estudio revela, también, una pista crucial: los periódicos que sobrevivieron más tiempo, que duraron plazos largos para la época (más de dos y tres años), son aquellos que tenían menos conexiones con las coyunturas políticas y dependían más bien del dinamismo de las «sociedades literarias y de beneficencia» o estaban asociados a proyectos empresariales y comerciales.

En síntesis, el documento nos ayuda a comprender cómo precariedad editorial y inestabilidad política habrían de definir el clima editorial periodístico del siglo XIX; y justo cuando el debate público parece desplazarse hacia al discurso del progreso empresarial, literario, social e instruccional, la lógica política que animó al periódico decimonónico parece menguar. El documento de Alonso Valencia Llano sitúa pistas que nos podrían permitir una relectura del periodismo colombiano del siglo XX a la luz de las dinámicas socio-históricas y políticas del periodismo del siglo XIX.

En un primer momento el espacio editorial periodístico constituye uno de los lugares en que se registra, se pone en público y sedimenta la conflictividad política (sus quiebres y negociaciones; sus consensos y disensos). Pero nótese cómo este entorno de rivalidades políticas con

sus expresiones guerreras y escaramuzas, parece propiciar la escisión de la prensa en dos tipos de proyectos más o menos diferenciados: aquella prensa fuertemente asociada a las militancias y fidelidades de tipo político y militar, a la moral y la religión, a la economía y el comercio; y aquella otra más asociada con lo que, en general, podríamos llamar los asuntos menores de la vida civil: la literatura y las artes, la instrucción pública y los pasatiempos. De esta escisión nos queda la oscilación permanente de la gran prensa colombiana entre estos dos énfasis: en los asuntos mayores, es decir las doctrinas políticas, religiosas y económicas, con la consecuente instrumentalización del diario o el semanario como arma política; y en los asuntos menores, el entretenimiento, la vida cultural y social, la educación, las artes y la literatura¹⁴ .

La primera imprenta en Colombia fue importada por la Compañía de Jesús hacia 1737 (según registros del Museo de Artes Gráficas en Bogotá). La Imprenta Real fue fundada en 1782 con el auspicio del Virrey Manuel Antonio Flórez «quién gestionó ante la Corona Española el envío de elementos modernos para conformarla y convino con Antonio Espinosa de los Monteros, tipógrafo radicado en Cartagena, su traslado a Santafé de Bogotá para dirigirla». La Imprenta Patriótica fue fundada en 1793 por Antonio Nariño (en la que se publicaron los Derechos del Hombre y del Ciudadano, El papel periódico de Santafé de Bogotá, fundado por Manuel del Socorro Rodríguez, el Correo Curioso de Jorge Tadeo Lozano, La Bagatela de Antonio Nariño). La Imprenta El Sol, de Francisco José de Caldas, quien publicó en ella el Semanario del Nuevo Reino de Granada, El Boletín de Tunja y El Republicano». La primera litografía llega a Colombia hacia 1823, «cuando el Congreso aprobó por decreto la celebración de un contrato entre Francisco Antonio Zea y Carlos Casar de Molina, grabador español, así como de la Litografía Nacional, creada por el gobierno nacional para imprimir especialmente billetes». Esta litografía permaneció en funcionamiento hasta 1950¹⁵ . «Apenas en 1897 la Revista Ilustrada inaugura el primer taller de fotograbado en Colombia; el primer linotipo no llega hasta 1910, y la primera rotativa se estrena en 1915» (Santos Molano, 1994).

Con un relativo retraso técnico respecto a -por ejemplo- la dotación tecnológica de la prensa otros países de América del Sur (Venezuela, Chile, Haití, Jamaica, Argentina, Perú y Brasil), sensible a los vaivenes políticos y a los controles que impone el Estado, con un mercado restringido de agentes económicos privados y de inversiones publicitarias,

enteramente dependiente de la oscilación de los precios internacionales de las materias primas básicas (papel y tintas), con restricciones de crecimiento asociadas a la precaria consolidación de unas capas medias letradas, el crecimiento de la tasa de alfabetización en virtud de la expansión escolar, la prensa colombiana sólo se convertirá en fenómeno de masas hacia la segunda mitad del siglo XX. Si el siglo XIX señaló el curso de una prensa escindida entre la instrumentalización política y la divulgación de los asuntos menores de índole social y cultural, el siglo XX entraña el desarrollo de una prensa que, en general, reproduce las confrontaciones y conflictos fundamentales de la nación, y se torna marcadamente «oficial» y «pro-establecimiento», incluso en esos momentos en que adhiere al discurso *crítico* de la oposición legal a los gobiernos de turno.

La censura y autocensura han caracterizado a la prensa y el periodismo durante las fases más agudas de crisis, y operan en general respecto a aquellos (f)actores sociales que pueden afectar -para decirlo en el tono y la retórica oficial- el orden público, las buenas costumbres, la estabilidad de las instituciones, el buen nombre y honor de las personas y funcionarios, los valores nacionales, la severidad de la ley o la honorabilidad de las fuerzas armadas¹⁶. La historia de la prensa colombiana y el periodismo ha estado ligada durante el siglo XX a las operaciones de control y censura no sólo estatal y política, sino también a las restricciones que imponen los gremios y conglomerados empresariales, y la Iglesia Católica. La «ley 61 de 1888 o de los caballos» durante el régimen de Núñez, el «periodismo clerical y conservador» con restricciones muy fuertes a la prensa liberal durante el régimen de Laureano Gómez; los allanamientos, cierre y destrucción de periódicos liberales y conservadores, de emisoras de radio, tras las revueltas que sucedieron a la muerte de Gaitán y el Bogotazo; el régimen de censura sistemática durante el gobierno de Ospina Pérez y a lo largo de la Violencia; el cierre de filas y unidad de la prensa alrededor del General Rojas Pinilla, la clausura de El Siglo por su adicción al régimen del depuesto Laureano Gómez. La inversión selectiva del presupuesto para publicidad estatal administrado por la Oficina de Información y Propaganda, y distribuido entre los medios de comunicación leales al régimen del General¹⁷. Posteriormente, los procedimientos de censura y cierre de los medios contradictorios al gobierno de Rojas Pinilla¹⁸. El unanimismo informativo durante el Frente Nacional (1958-1974),

que -en nombre de la armonía política, es decir, la armonía entre el partido liberal y el conservador- moderó significativamente las formas heredadas de prensa militante y de filiación partidista, para configurar lo que en general podríamos denominar «el oficialismo informativo», esto es, una prensa que rehuyó polemizar con las decisiones y políticas de Estado, que se atuvo estrictamente a las fuentes, autoridades y versiones oficiales, y que evitó hacer memoria sobre los hechos recientes de la nación para evitar perturbaciones y crisis políticas. La promoción de los principios de autocensura y autocontrol de información durante la presidencia de López¹⁹ contra El Siglo (el diario de la oposición), y las tensiones que introdujo entre algunos medios y el gobierno la divulgación del caso Mamatoco y de la Handel²⁰. Desde la década del 70 -a pesar de los incidentes de censura, control de información, silencio sistemático sobre temas que afectaban la imagen del Estado, de los grupos de poder político y de las organizaciones empresariales- se advierte un proceso de transición hacia formas de autocensura en los medios y de control/manipulación de los gobiernos a través de la información gratuita proporcionada por las oficinas de comunicaciones de las instituciones estatales a los medios, el presupuesto gubernamental para publicidad y los contratos estatales con medios, el sistema estatal de financiamiento y crédito a las empresas, la legislación comercial y los regímenes legales de empresas, la política impositiva y de incentivos tributarios, las políticas de comunicaciones, y la asignación de cargos públicos y contratos a periodistas. En otras palabras, a partir de los 70 se moderan las censuras directas del gobierno, desaparecen las formas de censura institucionalizada, pero se sofistican el control y los pactos de mutuo beneficio entre gobiernos y medios de comunicación.

Habría cuatro fenómenos fundamentales para entender la transformación del periodismo en Colombia desde los 70. En primer lugar, el desarrollo de un conjunto de iniciativas y proyectos periodísticos que desafían el unanimismo del Frente Nacional, sus gobiernos y partidos; pero que, también, parecen relativamente independientes respecto a la prensa partidista y militante de las izquierdas²¹. En segundo lugar, el surgimiento de unidades de investigación dentro de los medios periódicos impresos de alcance nacional, El Tiempo y El Espectador, y ciertas iniciativas de periodismo independiente dentro de los periódicos²². En tercer lugar, la consolidación de la televisión informativa y los telenoticieros, después de que el General Rojas Pinilla inaugurara

el medio en 1957. La televisión empezó a desafiar la hegemonía informativa de la prensa y la radio, en un contexto de agudo crecimiento demográfico, de concentración y desplazamiento poblacional hacia las ciudades en Colombia²³. En cuarto lugar, un significativo aumento de la inversión publicitaria en medios de comunicación, debido al ingreso de trasnacionales de bienes de consumo y servicios a Colombia. Coincide este boom de la inversión publicitaria con el ascenso a nivel mundial y latinoamericano de políticas neoliberales en la gestión de la economía nacional: reducción de la intervención estatal y del control público sobre ciertos sectores estratégicos de la economía; privatización de empresas estatales; promoción de agentes privados como gestores económicos -especialmente empresas trasnacionales y grandes conglomerados industriales nacionales-; apertura de fronteras y reducción de aranceles -para promover dinámicas de importación/exportación; generación de un clima favorable para la inversión de capitales extranjeros en el país. El gasto publicitario se disparará a partir de la década del 70 y, con ello, crecerán las posibilidades de hacer evolucionar los diarios de propiedad familiar y limitada, con fuerte influencia partidista, hacia estructuras empresariales más flexibles (aunque no abiertas), menos determinadas por fracciones de partido y clientelas políticas (aunque más o menos adictas al discurso oficial de los funcionarios del Estado); diarios asociados con conglomerados empresariales, dispuestos a establecer alianzas estratégicas con trasnacionales mediáticas para el suministro de información y productos especializados. «Con el prestigio de su nombre y con el peso enorme del Poder, la ambiciosa vanguardia [de medios impresos periódicos] logró depositar en manos de la generación siguiente diarios empresariales ya afianzados. Pero a los herederos, en justicia, hay que abonarles la modernización, notoria en los setentas, y el empleo agresivo del *boom* publicitario: en grado tal, que en medio de las quiebras y concordatos los 12 o 15 grandes rotativos parecen disfrutar de una salud de atleta» (Fonnegra, 1987; pp. 89).

PERIODISMO INFORMATIVO-COMPLEJO

1970	1980	1990	2000	2010
------	------	------	------	------

Los diarios han crecido de conformidad con modelos de control familiar o regímenes de propiedad limitada, y mediante el estableci-

miento de relaciones instrumentales de mutuo beneficio con el Estado, con los partidos políticos más poderosos (liberal y conservador) y sus facciones locales y regionales, con los conglomerados empresariales nacionales, las industrias transnacionales de bienes y servicios, y algunas organizaciones informativas y mediáticas internacionales. De esta manera, el gran periódico colombiano es, al mismo tiempo, un medio de acción política, que acentúa sus fidelidades partidistas durante los periodos y jornadas electorales; es un medio de movilización y gestión de opinión pública; y es un espacio publicitario e informativo destinado esencialmente a los sectores de medio y alto poder adquisitivo²⁴.

Y aunque la relación con los partidos políticos se ha erosionado y aunque el horizonte ideológico partidista ha perdido fuerza en los diarios, el lugar que la prensa ocupa en la *mediapolítica* sigue siendo central. Ya sea a través de la información noticiosa que divulga asuntos relacionados con *la cosa política* a partir de sus voceros oficiales (autoridades y funcionarios). Ya sea a través de la divulgación pública de debates, disputas y querellas entre facciones partidistas. O a partir de la opinión de editorialistas, columnistas o las confesiones, críticas y polémicas animadas por figuras importantes del campo político. Ya sea a través del periodismo de denuncia que, en general, ha estado fuertemente asociado a la divulgación de asuntos relacionados con burocracias públicas y la gestión de sus funcionarios. Gracias al control y promoción de estadísticas y encuestas de opinión sobre tópicos, temas y agendas de interés ciudadano. O a través de la construcción de la imagen pública de personas, funcionarios, personalidades que transita entre el mundo político y el mundo mediático (empresarios, estrellas de televisión y de medios, periodistas).

A lo anterior hay que agregar la emergencia de las capas medias urbanas que tienden a preferir información o entretenimiento precisos y están mucho mejor preparados para hacer una lectura relativamente independiente de la información que circula en los diarios y medios informativos. De allí el desencanto creciente con respecto a la información periodística entre ciertos sectores de la población. Sin embargo, los medios de comunicación y en particular los impresos siguen manteniendo relaciones vigorosas e instrumentales con los poderes políticos, las burocracias públicas y las empresas privadas. Eso significa que mientras se expanden el recambio tecnológico, se

organizan nuevos frentes de desarrollo empresarial, los medios -que tienen en el Estado fuente fundamental de inversión, de regulación de políticas, de licitación- mantendrán una relación de mutuo beneficio²⁵.

La prensa colombiana nace articulada a las dinámicas de control político de alcance regional y local; crece a la sombra de los procesos de urbanización que transforman a nuestro país en un caso sui generis y peculiar en América Latina: un país de ciudades. De esta manera tenemos periódicos que han conquistado nichos regionales de mercados muy sólidos (El País, El Heraldo, El Colombiano, Vanguardia Liberal) y un par de periódicos de cobertura nacional (El Tiempo y El Espectador). Los diarios populares (El Caleño y el Espacio) están restringidos a mercados locales urbanos²⁶. Los diarios políticos de izquierda (Voz) prácticamente han desaparecido y están reducidos a nichos de lectores militantes. Las revistas de información (Semana, Cromos, Cambio) tienen una cobertura nacional y limitada a sectores de población con altos y medianos niveles de escolarización, estratos medios y altos²⁷. La televisión y la radio constituyen, en consecuencia, los medios de cobertura nacional masiva más sólidos, de mayor penetración y más articulados a las dinámicas de consumo cotidianos de información en los colombianos.

En términos de estructuras de propiedad se trata de diarios familiares y de propiedad limitada, nunca sociedades anónimas²⁸. Habría, sin embargo, a partir de la década del 90 condiciones contextuales e históricas que han forzado a los diarios a transformar sus estructuras empresariales. Habría cinco tipos de transformaciones que implican la modernización industrial (base e infraestructura de producción, capitalización de la empresa)²⁹, la reestructuración de la organización administrativa, y en menor medida, el cambio del régimen de propiedad. A) Modernización industrial conservando el control familiar y limitado de la propiedad (El Heraldo, El Colombiano, El País, Vanguardia Liberal³⁰); b) modernización industrial, expansión y crecimiento (complejización) de la estructura y división técnica del trabajo en virtud de la integración del medio a un grupo comunicacional multimedia más amplio, pero de control mayoritariamente familiar: caso El Tiempo, caso Semana y sus revistas especializadas; c) instalación de un grupo empresarial transnacional con estructuras de producción, administración y propiedad complejas (Cambio 16³¹); d) integración y re-organización del medio en virtud de su cooptación por un grupo empresarial más sólido (El Espectador adquirido en noviembre de 1997 por el Grupo Bavaria); e) desarrollo de

una empresa mediática como mecanismo de ampliación del portafolio de inversiones del grupo empresarial (en el pasado, Cromos y el Grupo Bavaria). En este contexto, también hay que considerar sinergias y alianzas coyunturales o permanentes entre medios de comunicación, a propósito del cubrimiento de un macroevento o del suministro de información y documentos periodísticos complejos³².

En Colombia, entonces, pueden advertirse cuatro grandes tipos de organizaciones informativas dedicadas al periodismo escrito, si se las piensa desde el régimen de propiedad y el entorno empresarial en que prosperan: en primer lugar, aquellos medios impresos periódicos de alcance nacional, que emergen o que son adquiridas como prolongaciones y estrategia de diversificación del portafolio de inversiones de un gran conglomerado empresarial no mediático, como ocurre con las empresas de medios del grupo Bavaria y del grupo Ardila Lulle. En segundo lugar, aquellos medios impresos periódicos de alcance regional que hacen parte del portafolio de inversiones de un grupo económico regional y familiar, con fuerte influencia política en la ciudad-región, como El País y el grupo Lloreda, El Colombiano de los Gómez Martínez y los Hernández, Vanguardia Liberal y la familia Galvis, o El Heraldo y los Fernández/Galvis. En tercer lugar, los medios impresos periódicos que hacen parte de un conglomerado empresarial multimedia, como ocurre con El Tiempo y la Casa Editorial El Tiempo³³; o que desarrollan una iniciativa empresarial exitosa en formatos sin antecedentes en Colombia, como ocurre con Publicaciones Semana³⁴. Y en cuarto lugar, los medios impresos periódicos que constituyen desarrollos nacionales de empresas transnacionales o, viceversa, proyectos nacionales con vocación transnacional, como ocurre con Cambio³⁵.

Más que monopolios mediáticos, en Colombia habría monopolios y conglomerados empresariales con capacidad industrial y económica suficiente para controlar el grueso de las inversiones publicitarias, y -en consecuencia- mantener relativamente garantizado el crecimiento del medio sin que corra grandes riesgos y sin que se vea impelido a adelantar importantes experimentos de desarrollo comunicacional. En general, se trata de una prensa que ajusta sus líneas de desarrollo a modelos probados por agentes y empresas mediáticas del periodismo norteamericano. Dicho de otra manera, si el periodismo norteamericano que le sirve de modelo creció en virtud de una larga historia de competencias entre medios para hacerse a las inversiones publicitarias de las industrias de bienes

y servicios masivos -un modelo que prosperó refinando y ajustando los proyectos de comunicación y arriesgándose en el reconocimiento, conquista y captación de públicos lectores y audiencias-, la gran prensa en Colombia más bien habría asimilado el «know how» periodístico, sin el trasfondo e historia de competencias, hallazgos y exploraciones que lo produjo en Norteamérica y Europa³⁶. «En Europa contemporánea surgieron unos empresarios audaces y emergentes que empezaron a adquirir periódicos y medios, como Rulph Murdoch y Robert Maxwell en Gran Bretaña, o Jesús Polanco en España. Posteriormente han venido invirtiendo en industrias asociadas a la producción de insumos de los medios, y terminarán, como todo magnate, especulando en la finca raíz» (Child, 1993). En otras palabras, hay que distinguir entre aventuras empresariales mediáticas que, tras una larga experiencia de desarrollo y conquista de públicos lectores, se convierten en monopolios y estructuras empresariales con inversiones en diferentes campos; y los medios de comunicación que resultan de monopolios o grupos empresariales preexistentes.

En Colombia, de los 26 grandes grupos económicos³⁷, 9 tiene inversiones e intereses directos en el sistema de medios de comunicación de masas³⁸. Es importante distinguir entre monopolios de medios de comunicación en el trasfondo de una enorme concentración del poder industrial y financiero, es decir, medios que surgen consistentemente de monopolios industriales y financieros previos, como prolongaciones estratégicas de inversión; y monopolios de medios de comunicación que surgen de una fuerte y larga historia de competencias entre sí por conquistar audiencias, anunciantes, mercados que no les pertenecen de entrada. En Colombia, «hay intereses de grupos financieros que pretenden diversificar su portafolio, incursionar en la industria de la información, aún a costa de cuantiosas pérdidas, para obtener rebajas de impuestos e influir en las decisiones del Estado» (Herrán, 1991). En una dinámica de crecimiento mediático en que los periodismos prosperan relativamente protegidos por regulaciones estatales, subsidio sistemático de las empresas a las que pertenece el medio, parecieran imponerse, de manera un poco automática, algunos modelos comunicacionales norteamericanos (en particular, en la información noticiosa y en la publicidad), esto es, los medios periodísticos dominantes construirían discursos que asimilan a sus lectorados locales (capas medias y altas) con las audiencias y públicos masivos norteamericanos, y asumirían

que las fórmulas del periodismo o la publicidad norteamericanos son adecuados para unos públicos que, en principio, tienen importantes similitudes y afinidades con los consumidores y lectores en Estados Unidos³⁹.

Los géneros y formatos de la comunicación de masas que, en Colombia, han debido trabajar más sus relaciones con las audiencias (prensa popular, radio informativa, musical y humorística; telenovelas, dramatizados y seriales) han producido mayores mestizajes y mezclas no funcionales, creativas quizás, que aquellos sectores de la comunicación de masas más normalizados y orientados a los sectores integrados de la población. Protegidos por regímenes e inversiones empresariales del grupo, o por el circuito de clientelismo político y la relativa instrumentalización del vínculo Estado-medios de comunicación, frecuentemente importan fórmulas, asesores y copian técnicas y procedimientos. Es el caso del gran periodismo escrito y audiovisual, y la publicidad audiovisual.

Y si en los 70 los grandes medios de comunicación se financiaban con publicidad destinada a los sectores integrados de la población y pagada por las empresas de bienes de consumo y servicio más dinámicas⁴⁰, con publicidad oficial y la divulgación de información de Estado (decretos, oficios, pliegos licitaciones), con ingresos por clasificados; los 90 señalan, en primer lugar, una significativa contracción de la inversión publicitaria convencional en medios de comunicación debido a la crisis económica que afecta a los sectores de bienes de consumo y servicios, lo que obliga a un reacomodo sustancial de las estrategias de inversión publicitaria (hacia medios con nichos de mercado especializados y segmentados, mercadeo directo, promociones y publicidad en los puntos de venta⁴¹). En segundo lugar, el crecimiento de los medios subsidiados por las audiencias y públicos (televisión directa y por cable, suscripciones y promociones en revistas y diarios). En tercer lugar, el incremento significativo de la autopauta de medios⁴² (los medios de comunicación son, en estos momentos, el segmento que más invierte en pauta publicitaria en Colombia, para la promoción y posicionamiento de sus propios productos). En cuarto lugar, la multiplicación de los canales de televisión y revistas de nichos⁴³, en un país en que de un poco más de 5.300.000 hogares urbanos, 3.600.000 (67%) posee ingresos mayores de 3 salarios mínimos mensuales (y 1.820.000 por encima de 6 salarios mínimos mensuales (34%)) (CENAC, Censo de 1993). Es decir, al hablar de publicidad y de medios de nicho se alude, de manera indirecta, al

segmento de población que durante los noventa y antes de la crisis de final de la década podía dinamizar velozmente la economía de medios de comunicación a través del consumo de bienes y servicios publicitados, entretenimientos informativos, noticias y contenidos periodísticos de análisis y opinión, y periodismos especializados de diferente tipo.

En Colombia, varios factores han favorecido una cultura empresarial muy poco competitiva. El modelo de industrialización protegida a través del control y respaldo del Estado, frecuentemente privatizado de hecho por el clientelismo político, el lobby o cabildeo de los grupos empresariales fuertes, la continua circulación de funcionarios que oscilan entre cargos en empresas privadas y en entidades públicas. Los regímenes de propiedad limitada, familiar o parental, con muy baja exposición accionaria abierta, y la circulación de las élites empresariales según circuitos cerrados de apoyo mutuo, de colaboración y amistad, en que privilegios heredados funden el mundo de los negocios con el de la vida social. Los procedimientos de financiación protegida y el salvataje -a través de la ley o los recursos públicos- de las empresas privadas y el sector financiero. La alianza entre gremios, Estado y clientelas políticas que favorece la generación de leyes de amarre y de beneficio privado.

Una cultura empresarial que entre los 60 y 80 creció en un escenario relativamente protegido, con altas tasas de ganancia, mercados internos con pocos agentes económicos en competencia, cuando no monopolizados, en que se podía ganar un poco o mucho sin arriesgar demasiado. En los 90, la apertura económica se tradujo en otra cosa: empresas que ante la exposición global y debido a su bajo desempeño/competitividad, optaron por diferentes procedimientos de cesión del control: expansión y desarrollo empresarial hacia mercados menos dinámicos en países vecinos, alianzas estratégicas con empresas globales, venta parcial o total de paquetes accionarios a socios empresariales con presencia global, empresariados locales que adquirieron propiedades estatales o licencias en sectores estratégicos de desarrollo (telecomunicaciones y energía, por ejemplo) para posteriormente, en un breve proceso de intermediación especulativa, vender los bienes adquiridos a un socio empresarial global. Y en medio de la crisis recesiva, de la caída de la inversión publicitaria, del estancamiento y pérdida de valor de la mayoría de las empresas privadas colombianas⁴⁴, la gran prensa ha debido concentrarse en la conquista de los sectores de población con mayores ingresos⁴⁵, rediseñarse en relación con nichos diferenciados

de audiencias y lectores (según las necesidades de anunciantes específicos), profundizar las formas de construcción de públicos cautivos (suscripción, promoción de servicios anexos por la fidelidad al medio, concursos), conquistar nuevos públicos (jóvenes y adolescentes, nuevos profesionales), realizar ofertas y servicios adicionales para anunciantes (ventas a menor precio de espacios y tiempos para publicidad, intensificación del mercadeo de espacio y tiempo publicitario a través de centrales de medio y convenios de nuevo tipo con agencias publicitarias⁴⁶), readecuar los formatos, tipos de papel y el paginaje en la prensa para bajar costos de producción⁴⁷, ajustar «contenidos» de acuerdo a las demandas de los usuarios, y transformar la política informativa en los medios tradicionales relajando los límites entre «información y publicidad», e «información y entretenimiento» para capturar mayor inversión publicitaria y robustecer los públicos y audiencias.

Este «retorno del sujeto», este «taylorismo del consumo» y de los usuarios (Mattelart, 1989), esta urgencia por reconocer en detalle los movimientos de los consumidores y producir de acuerdo a variaciones sutiles de la demanda, trastornará el sentido mismo del periodismo nacional, tal como ha venido ocurriendo a nivel mundial. «La búsqueda de nuevas formas y de nuevos contenidos es inseparable, en efecto, de las nuevas tendencias que se abren paso: búsqueda del individuo detrás de la masa, derecho a lo sensible, a la ficción, a lo imaginario» (Mattelart, 1989, 30). La desmasificación y el «masaje euforizante» (Caro, 1994) que operará en el mundo de los anuncios publicitarios, también penetrará intensivamente la gestión de información periodística. Personalización y entretenimiento serán, definitivamente, rasgos muy importantes en este intento por reconectar el periodismo escrito y el periodismo en general con los públicos, audiencias y lectores, en un escenario de crisis de crecimiento, y de estancamiento o contracción de la inversión publicitaria en Colombia⁴⁸. Así, en general, la gran prensa en Colombia, y en particular, las revistas especializadas en noticias e información, y los periódicos del domingo⁴⁹ desarrollan de manera más intensa los rasgos del periodismo complejo en sus diversas modalidades.

En la siguiente parte del informe de investigación me interesa documentar y arriesgar algunas hipótesis sobre el periodismo biográfico⁵⁰, uno de los modos en que el periodismo complejo se da forma particular en la prensa colombiana. En términos generales, afirmo que el periodismo biográfico desarrolla cinco funciones «informativas» y

estratégicas dentro de los procesos de readecuación de la prensa contemporánea. La primera, hacer memoria mediante la divulgación de ritos de celebración y conmemoración, a través de narrativas ejemplarizantes que permitan rendir culto al pasado, y mediante el examen del presente a la luz de experiencias pasadas. La segunda, abordar la actualidad noticiosa *humanizándola* mediante la puesta en escena del punto de vista de los protagonistas, los testigos, los ciudadanos y víctimas de un país en guerra, los excluidos y marginados, las vidas extrañas y exóticas. La tercera, recuperar el vínculo y contacto con los lectores mediante la reactualización de la tradición narrativa y literaria de la prensa a través de dos géneros que admiten juegos biográficos (la crónica y el reportaje) o al abordar biográficamente personajes de la actualidad, ya sea mediante modalidades moderadas de biografismo (entrevistas, retratos, perfiles, casos modelo) o modalidades duras y más agresivas (secretos, periodismo de farándula, chismes). La cuarta, descubrir y exponer públicamente dos esferas sociales históricamente cerradas a los medios de comunicación y los lectores: por un lado, los círculos de poder -algunos aspectos de la gestión de la vida política y del estado, las zonas reservadas de las transacciones y negociaciones entre el mundo político y los poderes empresariales, el poder de las iglesias y los sindicatos; y por otro lado, la vida íntima y familiar de las figuras públicas y los ciudadanos comunes. Y finalmente, acceder -aunque sea parcialmente-a algunas zonas oscuras, secretas y clandestinas de la vida nacional mediante el rastreo biográfico y la confesión de sus protagonistas.

NOTAS

¹ En el análisis del *papel periódico de Santafé de Bogotá*, que circuló en el Nuevo Reino de Granada entre 1791 y 1797, realizado por Renán Silva (1988) también se observa cómo el periódico dieciochesco considera un espectro muy diverso de temáticas: noticias referidas a descubrimientos e invenciones técnicas, las recetas médicas para tratar ciertos males frecuentes en la sociedad neogranadina, y en particular, entre los más pobres; notas sobre la actividad teatral y las veladas en Santafé de Bogotá, la publicación de documentos y estudios filosóficos; noticias sobre la publicación de libros y recomendaciones explícitas para leerlos; prédicas y editoriales contra la educación colonial

y acerca de la vida en los colegios santafereños; descripciones de viajes; apologías al régimen monárquico como «forma natural del gobierno de los pueblos»; seguimiento y críticas a la revolución francesa en curso, en que se sustenta, con hechos, cómo indefectiblemente conduce a la anarquía y la aniquilación cualquier pretensión de abolir el orden monárquico; informes sobre «ascensos, nombramientos y traslados de la burocracia civil, religiosa y militar»; disertaciones sobre economía y filosofía; pero también pasatiempos y entretenimiento; movimientos de barcos en puertos; diagnósticos de la situación económica y de sus principales sectores (agricultura, artesanías y comercio), descripción pintoresca de cuadros y paisajes de la vida social; reproducciones de fragmentos de textos publicados en otras naciones (gacetas, libros).

² Según explica Loaiza, es necesario entender que hacia la primera mitad del siglo XIX, Bogotá no se había consolidado como capital de la república; y ciudades heredadas del poder y status colonial tenían más vida cultural y comercial que Bogotá: Cartagena, Popayán, Santa Marta.

³ Según Loaiza, Manuel Ancizar -además de los servicios de prensa- ofrecía los siguientes servicios en la imprenta que hacía El Neogranadino, considerado el primer diario moderno de la nación junto con El Día: servicios de litografía, ilustración de materiales (crayón, grabados al humo o iluminados), tarjetas -mejor que grabadas en metal-, retratos al óleo, viñetas y diversidad de tipos. Graba música (partituras).

⁴ Según Jiménez (1991) «En nuestro medio editorial del siglo XIX, a partir de finales del decenio de 1840, se empezó a poner de moda el folletín. Varias muestras interesantes vieron la luz en la imprenta de Manuel Ancizar, en el cual se editaba *El Neogranadino*, uno de los más notables e influyentes de la época. *Matilde o Memorias de una joven*, novela en dos tomos escrita por Eugenio Sue, el controvertido autor de *El judío errante*, inició la serie, por el sistema de entregas periódicas o *Semana Literaria de El Neo-granadino*, como calificaron los empresarios ese original método publicitario».

⁵ El Día: fundado en 23 de agosto de 1840. Debido a la demanda, se publicaba dos veces por semana y consideraba un cierto pluralismo ideológico. Muere el 13 de julio de 1851, arrasado por una turba que apoya a José Hilario López, cuando el periódico se convierte en baluarte crítico del gobierno liberal, dada su pertenencia a Mariano Ospina Rodríguez.

⁶ El Neogranadino se funda a comienzos de 1848. «El Día y el Neogranadino descubrieron los caminos para la modernización completa de nuestro periodismo, y en adelante los cambios que se operan serán la consecuencia de esa modernización y se advertirán, sobre todo, en el campo tecnológico y en el formato, aunque en comparación con los diarios de Europa, Estados Unidos, Perú, Brasil, Argentina y Chile, la prensa colombiana del siglo XIX, desde el punto de vista tecnológico y económico, se mantiene muy atrasada, y no consigue superar, por ejemplo, el límite de cuatro páginas.» (Santos Molano, 1994).

⁷ Como explica Santos Molano (1994), desde 1821 se eximió del pago de

portes a las publicaciones periódicas y el 14 de septiembre de 1821 se expidió la primera ley sobre la libertad de imprenta (que se dice era un catálogo de restricciones al libre ejercicio del periodismo, más que otra cosa).

⁸«Buena proporción de los lectores de prensa es ad honorem, y los periódicos se quejan de continuo por esta costumbre que tanto los afecta en su estabilidad económica. Al terminar el siglo XIX, el anuncio publicitario todavía no es un elemento sensible en el ingreso de los periódicos, excepto de los que por su vasta circulación, verbigracia El Telegrama [5.000 ejemplares] o El Correo Nacional son apetecidos por los anunciadores» (Santos Molano, 1994).

Hacia comienzos del siglo XIX el Papel Periódico, de Manuel del Socorro Rodríguez, alcanzó a contar con 500 suscriptores, en una ciudad -Bogotá- que para entonces tenía 20.000 habitantes. Algo así como 2.5% de los habitantes de la ciudad.

⁹Reproduzco algunos fragmentos de promoción de la Semana Literaria, del Neogranadino, citados por Jiménez (1991): «Semana Literaria del Neogranadino. Comenzará a publicarse desde febrero en un cuaderno semanal, bellamente impreso i conteniendo selectas obras nacionales i extranjeras. A los suscriptores del Neogranadino que quieran serlo también de la Semana Literaria se les rebajará el doce i medio por ciento del precio de ésta. Cada entrega constará de 32 pajinas en 4, su valor dos reales. Se admiten suscripciones a la Semana Literaria solo en todas las Agencias del Neogranadino». «A los agentes de la semana de la Semana Literaria de El Neogranadino. Suplicamos se sirvan averiguar en las administraciones de correos del lugar de su residencia, si en alguna de ellas existe un paquete con 25 ejemplares de la entrega tercera de ‘ Matilde’ el cual se puso en la administración de esta capital el 19 del mes próximo pasado, i debió dirigirse a Tunja al Sr. Francisco Angulo, a cuyo poder no ha llegado. Quedaremos agradecidos al que lo encuentre, i remita al Ajente jeneral en esta ciudad».

¹⁰Es interesante notar como este propósito («neutralidad partidista y respecto al poder») va a animar buena parte de las aventuras periodísticas colombianas incluso hasta el último tercio del siglo XX. Esta demarcación inicial respecto al poder se traduce, después, en poder efectivo y control real de las agendas públicas, como ha ocurrido con la revista *Semana*, que en el editorial del primer número (12 de mayo de 1982) indicaba: «En términos de partido, SEMANA no es una revista liberal ni conservadora. Tiene, sí, una filosofía del periodismo contemporáneo que aspira a colocar la información por encima de grupos y presiones, de servidumbres e intereses que puedan limitarle al colombiano su derecho a saber qué ocurre, cómo y por qué. SEMANA no se siente, pues, obligada a expresar opiniones: este será su primer y último editorial. Nos colocamos en esta latitud de objetividad absoluta, de respeto por la pluralidad de las ideas, con la aspiración de abrir puertas y ventanas y dejar entrar en el periodismo colombiano un viento fresco, que quizás estaba necesitando.» Es el modo como el nuevo medio se instala en el campo periodístico y desafía a los periódicos consolidados como *El Tiempo* que, durante las últimas décadas, ha promovido un cierto oficialismo estratégico. Esta «neutralidad partidista» se traduciría con el correr de los días

en el poder efectivo y en la empresa rentable que es SEMANA actualmente.

¹¹ «Se reconocía que la libertad de prensa, en vez de un constante peligro para la integridad del sistema republicano, era el mejor incentivo para fortalecerlo. Distante el poder de las sociedades locales en un país que fácilmente tendía a la disgregación, era necesario instaurar un agente intermediario que sirviera para establecer un constante diálogo entre los diversos niveles de la sociedad. El periódico podía crear la ilusión de cercanía y de diálogo entre la capital política y los problemas locales de las regiones» (Loaiza, 1999; pp. 78).

¹² Había una enorme preocupación por la fragilidad del correo y el servicio de postas. Había dificultades para la distribución y circulación del periódico. Antes de llegar al suscriptor era leído en el trayecto por otros, en los «accidentados trayectos de las postas». Los leían personas próximas a los «colectores encargados del ramo de correos».

¹³ Santos Molano enumera los periódicos que, durante cada una de las décadas del siglo XIX, fueron la prensa ejemplar y fuerte. Exceptuando algunos pocos, casi todos semanarios o quincenarios:

- El Correo Curioso y El Redactor Americano (1801-1810).
- Gaceta Ministerial de Cundinamarca y La Bagatela (1811-1820).
- La Gaceta de Santafé de Bogotá, La Gaceta de Colombia, el Constitucional de Cundinamarca y El Conductor (1821-1830).
- Gaceta de la Nueva granada, El Cachaco de Bogotá, El Pensador Granadino, El Argos, Semanal y El Imperio de los Principios (1831-1840).
- El Día, el Neogranadino, La Civilización y el Plus-Café (diario). (1841-1850).
- El Pasatiempo, El Tiempo y El Porvenir (1851-1860).
- El Mosaico, La Opinión, El Colombiano, El Conservador, La Prensa, La República, El Nacional (diario) y El Mensajero (diario). [1861-1870].
- El Diario de Cundinamarca (diario), La Ilustración (cuatro veces por semana) y El Tradicionalista. (1871-1880). En sentido estricto, el primer gran diario *colombiano* es el Diario de Cundinamarca, fundado en 1869. (Se publica durante 14 años sin pausa).
- El Diario de Cundinamarca (diario), La Luz, La Nación, La Reforma, el Papel Periódico Ilustrado, El Porvenir (Cartagena), El Promotor (Medellín), El Ferrocarril (Cali) y El Telegrama (diario). (1881-1890).
- El Telegrama (diario), El Herald, El Correo Nacional (diario), la Revista Literaria, La Época (diario), El Conservador (diario), El Rayo X (diario), La Crónica (diario) y El Autonomista (diario).

¹⁴ Según Santos Molano, entre 1880 y 1885 se publica La Reforma (dirigido por Narciso González Lineros), semanario que por primera vez utiliza en Colombia el sensacionalismo para enganchar lectores y que, en efecto, alcanza una alta circulación.

Datos obtenidos de «Las artes gráficas en Colombia», nota informativa publicada en El Espectador, jueves 11 de junio de 1992.

¹⁶ En general, se trata de censuras que operan a dos bandas: las razones de seguridad del Estado y los valores morales de la Familia. Como sostendré más

adelante, en Colombia, lo que caracterizará la emergencia de un periodismo «otro», complejo -a veces como periodismo de denuncia, otras como periodismo de entretenimiento, y muchas veces como periodismo asociado a iniciativas de comprensión del conflicto armado y desarrollo de una «cultura de paz»- es justamente, de alguna manera, la ruptura con «los valores de la familia» y «el orden preservado por el Estado»; es, para decirlo de otro modo, la secularización definitiva del «Estado» y la «Familia», figuras tutelares de una secularización incompleta que había puesto a ambos donde antes estaban Dios y la Iglesia. Esta secularización tardía conecta con el desarrollo de una creciente clase media, los cambios en las estructuras familiares, la transformación de las organizaciones informativas periodísticas en proveedores de servicios de información, publicidad, mercadeo, el vaciamiento de sentido y devaluación de la política y de sus formas instituidas de representación (sindicatos y partidos), entre los ciudadanos.

¹⁷ Lo cual constituye una práctica frecuente de control y regulación de los gobiernos de turno sobre los medios de comunicación en Colombia.

¹⁸ Sin embargo, frente a las tentativas de control hegemónico de la información, es interesante observar las iniciativas periodísticas que, tras la clausura de los diarios liberales (El Tiempo y El Espectador), intentan reconfigurarse bajo otro nombre -Intermedio, para El Tiempo- o El Independiente -para El Espectador-, también clausurado posteriormente. En este contexto de controles y censuras durante el régimen de Rojas Pinilla, Echavarría (1993) destaca la aparición y desarrollo del Magazine Sucesos (1956-1962), «un semanario fundado, dirigido, financiado y distribuido por un grupo de periodistas -y empleados de publicidad y circulación- del diario *El Espectador* de Bogotá, cuando éste fue clausurado por el gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla, en 1956 (...) *Sucesos* cumplió pues, un papel no sólo crítico -en momentos difíciles para la prensa del país, sometida a la más cruel y rigurosa de las censuras- de la sociedad colombiana sino de divulgación masiva (pues llegó a tener una gran circulación, más de sesenta mil ejemplares semanales) y de entretención, pues contaba con todas las secciones y servicios de un magazín moderno. Por los motivos que antes esbozamos y por querer corresponder a su lema de “un semanario para todos” *Sucesos* no quiso afiliarse a grupos políticos y sólo seguir la superior política de servir a los intereses de la sociedad, sin pretensiones».

¹⁹ «La seguridad de que mientras yo sea jefe del Estado no habrá censura, no es una garantía de que se pueda incurrir indefinidamente en cualquier clase de excesos contra las instituciones y las personas, sin consecuencias. Si la prensa no comienza por autocensurarse, fatalmente acabará siendo censurada en el futuro por otras manos. (Alfonso López Michelsen, carta a Edmundo López y Alberto Santofimio, presidentes del Senado y la Cámara, 14 de marzo de 1977)» (Fonnegra, 1987).

²⁰ Dos décadas después, las batallas por consagrar el sentido de estos eventos históricos, se libran en el terreno de las «memorias», «confesiones» y «descargos» que, por un lado López Michelsen, y por el otro, los implicados han venido desarrollando en distintos medios de comunicación, a raíz de la publicación de

«Palabras Pendientes» (López Michelsen y Enrique Santos Calderón, 2001).

²¹ No estoy afirmando que se tratara de prensa neutral o desinteresada. Más bien afirmo que se trata de iniciativas «no partidistas». Como la Revista «Alternativa» que desde el 18 de febrero de 1974 y hasta comienzos de la década de los 80 desarrolló un periodismo «alternativo y crítico» del establecimiento y la «desinformación de los medios de comunicación del sistema». «Amplios sectores de la opinión pública colombiana están sintiendo ahora más que nunca, la carencia de una publicación nacional, periódica, independiente y crítica. La progresiva concentración de los medios masivos de información en manos de quienes detentan el poder político y económico, ha permitido que esta minoría oculte, deforme y acomode a su antojo los grandes hechos nacionales. La inaplazable necesidad de sacar adelante una publicación que reinterprete críticamente esta realidad nacional tergiversada y suministre material de análisis a las organizaciones profesionales y populares comprometidas con el cambio, nos ha llevado a crear esta revista, que aparecerá quincenalmente en todo el país» (Carta al lector, Alternativa No 1, 15-28 de febrero de 1974). O la revista Semana, una iniciativa empresarial, que desde comienzos de los 1980 comenzó a hegemonizar el mercado de las revistas periodísticas en Colombia, hasta desplazar a Cromos (fundada a comienzos del siglo XX). Y la profusión de publicaciones bajo el formato revista al terminar la década de los 80, en que Cambio 16 Colombia (1993), actualmente Cambio, es la que más se destaca como contrapeso a la hegemonía informativa de Semana y Cromos.

²² Como La Página Universitaria de El Tiempo, a la cabeza de Enrique Santos Calderón; o la Unidad Investigativa de El Tiempo, coordinadas por Alberto Donadío y Daniel Samper en 1978. O las actuales Unidad de Paz (de El Tiempo) y PIE (Periodismo Investigativo de El Espectador).

²³ Hasta 1938 un poco menos del 30% de la población colombiana estaba instalada en núcleos urbanos. Hacia 1964, la participación urbana en la población total alcanzó el 53,37 % y hacia 1973 un poco menos del 60% de la población colombiana estaba localizada en núcleos urbanos. Entre 1951 y 1973 se presentaron las tasas de crecimiento urbano más importantes: 4.36% (1951), 5.57% (1964), 4.36% (1973), para empezar a estabilizarse hacia la década de los 80, en que se configurarán redes de ciudades, estructuras metropolitanas y conurbadas que crecen a mayor ritmo que las cabeceras urbanas mismas. «(...) si bien las cabezas de metrópolis presenta una tendencia decreciente en su participación sobre el total de la población urbana (del 49% en 1973 al 45% en 1995), las periferias metropolitanas registran tendencias ascendentes (del 5.3% en 1951 al 11.2% en 1995). (Desarrollo Urbano en cifras, Mindesarrollo y Cenac, 1996).

²⁴ Ese es uno de los rasgos de la publicidad en América Latina. Se comporta esencialmente como publicidad de élites (Patricia Arriaga, 1980) debido a la desigual distribución de la capacidad adquisitiva entre los consumidores. Sin embargo, el crecimiento real del estándar de vida particularmente para los sectores urbanos, indica la constitución de una clase media no despreciable.

Según la Encuesta Social de Fedesarrollo en las 4 grandes ciudades de Colombia (1999), la distribución de hogares por estrato es la siguiente: 44.4% estrato bajo; 48,4% estrato medio y 7.2% estrato alto.

²⁵ El Estado constituye un factor decisivo en la gestión empresarial de algunos medios de comunicación por las siguientes razones:

1. Es un anunciante importante y controla una importante cuenta de gastos publicitarios y anuncios pagados (bajo la forma de decretos, publicidad, informes especiales, licitaciones públicas).
2. Controla y regula las concesiones, licitaciones y procesos de privatización de medios de comunicación, frecuencias de radio y televisión, y telecomunicaciones.
3. Controla impuestos, importes, fletes y la promulgación de tarifas postales, impuesto al valor agregado, rubros susceptibles de impuestos; exención o no de impuestos a medios de comunicación. (Recuérdese, por ejemplo, el movimiento de opinión y presión que Andianos propició contra el ministro de Hacienda, en septiembre de 2000, ante la posibilidad de cobrar IVA a los diarios).
4. Regula el conjunto de la legislación y políticas de comunicaciones, que suele tomarse particularmente ambigua o francamente censuradora bajo diferentes formas de legislación de guerra, seguridad nacional y control del orden público.
5. Ha sido un importante agente de préstamos para el desarrollo de medios de comunicación, a través de la banca pública.
6. Regula y define la política impositiva para la importación de bienes de capital o tecnología para empresas de comunicación.
7. Posee una poderosa red de fuentes y organizaciones para la producción de documentos e información para medios de comunicación (oficinas de prensa, boletines informativos, informes especiales de instituciones y organismos, ruedas de prensa, etc.), con lo cual se le abaratan los costos de producir información a los medios periodísticos.

²⁶ Aunque si se consideran estimaciones sobre el número de lectores, El Espacio sería el cuarto diario del país, con cerca de 200.000 lectores. Tanto como El Espectador, por encima de El País y El Universal; y apenas superado por El Heraldo, El Colombiano y El Tiempo. (Revista Publicidad y Mercadeo, Suplemento Especial, Cifras 2000; abril de 2001).

²⁷ Los periódicos y revistas que concentran la mayor proporción de pauta publicitaria, están destinados a estratos altos y medios de la población. «37 periódicos representan la oferta de diarios en Colombia y 4 de ellos concentran el 60 por ciento de la inversión, en su orden son: El Tiempo, El Colombiano, El Espectador y El País. El principal diario de difusión es El Tiempo, que cuenta con 1.100.000 lectores y una circulación de 570000 ejemplares el día domingo y 370000 entre lunes y viernes» (Publicidad y mercadeo, suplemento especial, abril de 2001). En 1997, de los 42 diarios más importantes de Colombia, los seis primeros (El Tiempo, El Espectador, El Colombiano, El País y El Heraldo) concentraban el 71.47% de la inversión publicitaria destinada a

la prensa. Y sólo El Tiempo concentraba el 35.06% del total. «En el mercado de las revistas proliferan los títulos, se estiman cerca de 170 revistas. Tres de ellas son receptoras del 34 por ciento del total de la inversión: dos son de circulación semanal y una quincenal (...) En 1999 los lectores fueron el 33% de la población encuestada, mientras que en el 2000 pasaron a un 30%. Es de anotar que existe una concentración de lectores en revistas de interés general como es el caso de las revistas Semana y Cambio». El estudio permite deducir que la mayor penetrabilidad de las revistas está en los estratos medios (50%) y Alto (30%), con consumo cercano a los tres millones y medio de ejemplares, sumando revistas semanales, quincenales, mensuales y bimensuales. Semana alcanza un poco más de 700.000 ejemplares, seguida por Cromos con más de 600.000, Aló 200.000, Diners con 300.000 y Cambio con 100.000 ejemplares.

²⁸ «(...) cerca del 80% de las grandes empresas privadas de Colombia, incluyendo la mayoría de los grupos económicos, son empresas de familia (...) Se estima que el 85% de todas las empresas del mundo son negocios de familia. Colombia, por supuesto, no es la excepción. El 76% de todos los negocios son de familia» (Revista Dinero No. 80, Marzo 26 de 1999). De los grupos económicos, según el estudio de la revista Dinero, Ardila, Sarmiento-Angulo (Aval), Colpatria, Olímpica, El Tiempo y Neme son empresas de propiedad familiar y administración familiar; Carulla, Bolívar, Mayagüez, Carvajal, Bavaria, Sindicato Antioqueño (Cementos), Leonisa, Superior, son empresas de propiedad familiar, pero con administración no familiar. En Corona, Luker, Riopaila, Manuelita, Grupo Mundial, Sindicato Antioqueño (Suramericana) ni la propiedad ni el control son de carácter familiar.

²⁹ La década de los 70 señala para los grandes diarios de la nación costosos procesos de recambio tecnológico, en particular en las tecnologías de impresión (ver Fonnegra, 1987, pp. 93 y ss).

³⁰ En la actualidad Vanguardia Liberal/Galvis son los principales accionistas de El Heraldó.

³¹ Fundada en 1971, durante la transición democrática española, por un grupo de periodistas liderados por Juan Tomas de Salas que perdió el control de la empresa en 1996. Cambio 16 Colombia se fundó en 1993 y modificó su nombre -régimen de propietarios- por «Cambio» cuando el grupo presidido por Salas perdió el control de la empresa española.

³² Como en las alianzas de El Tiempo, RCN radio y televisión, o entre El Espectador y Caracol radio-televisión para la contratación y divulgación de una encuesta política; o los servicios informativos de la CNN a RCN; o de la revista Time para el periódico El Tiempo; o de The Economist (The Economist Intelligence Unit Limited) para la revista Poder y Dinero (hoy denominada Dinero); o la alianza del Grupo de Diarios América -GDA- integrado por doce diarios de la región, que incluye a El Tiempo, El Mercurio, La Nación, El Comercio de Quito y de Lima, O'Globo, El Universal entre otros, y coopera para el intercambio y publicación de documentos exclusivos. Estamos también ante un régimen de alianzas para el suministro y publicación de información compleja y especializada, de alto costo, que permite fortalecer el prestigio

simbólico de diarios y revistas periodísticas regionales y nacionales, o ampliar mercados. «Caracol (...) decidió aliarse con Telemundo y RTI para ejecutar una inversión de treinta millones de dólares en la realización y producción de 10 telenovelas para el mercado latinoamericano» (Revista Publicidad y Mercadeo No. 242, abril de 2001).

³³ Nuevos Medios de Comunicación, Telefonía Celular, Canales Privados, TV-Directa, Medios Impresos y Tempora Editores, TV-cable, Circulo de Lectores, Semanarios-Tabloides regionales Tabloides Bisemanales Regionales, Casa Editorial El Tiempo: Tolima 7 días (14 de octubre de 1992, Ibagué), Boyacá 7 días (5 de noviembre de 1993), Tunja; Llano 7 días (noviembre 30 de 1993, Villavicencio), y las secciones regionales de El Tiempo, El Tiempo Caribe, El Tiempo-Cali/Valle.

³⁴ Semana consolidó en Colombia (1981) el «semanario de noticias» (a la manera de Newsweek o la revista Time), que es sustancialmente distinto al Magazine tipo Cromos (1917), en que -en miscelánea- se combina información, editoriales, entretenimiento y relatos de todo tipo no necesariamente asociados a la actualidad noticiosa. Tras el exitoso posicionamiento de la revista Semana, la empresa incursionó en el desarrollo de nuevas revistas especializadas. En la actualidad (2003) sin embargo ha tenido un relativo decrecimiento de su lectorado.

³⁵ El grupo está desarrollando una revista de noticias en México.

³⁶ Lo que dinamizó la carrera por encontrar y formalizar como «saber operativo o modos de hacer» los lenguajes, formatos, estilos y modelos narrativos en el periodismo norteamericano sería, en todo caso, la relativa independencia de los medios de comunicación respecto al sector industrial de bienes y servicios en masa, y a la industria publicitaria que intermedia entre los medios de comunicación y sus audiencias captadas, y el sector productivo que hace las inversiones en pauta publicitaria. En Colombia, buena parte de los medios de comunicación no se diferencia, en términos del régimen de propiedad, de la industria de bienes de consumo y servicios que pauta en ellos. De esta manera, sólo la industria publicitaria -15 de las 21 más grandes agencias de publicidad en Colombia son trasnacionales (Revista Publicidad y Mercadeo, abril 2001)- que controla los presupuestos publicitarios de empresas globales de bienes y servicios, los presupuestos de los grupos locales y regionales sin propiedades mediáticas, y el Estado, operarían como piezas relativamente independientes del mecanismo que moviliza a los medios de comunicación como medios de promoción publicitaria. De esta manera, habría grandes grupos económicos que al mismo tiempo tienen su agenda de inversiones diversificadas en industria de bienes de consumos, industrias de bienes de servicios, mercados financieros, especulación inmobiliaria, medios de comunicación y, en menor medida, industrias de bienes de producción o de capital.

³⁷ Ardila Lülle, Superior, Neme, Santander, Bilbao Viscaya, Fundación Social, Colpatria, Bolívar, Aval, Antioqueño, Mundial, Sanford, Bavaria, Carvajal, Corona, El Tiempo, Empresas Públicas de Medellín, Luker, Olímpica,

Cafetero, Espinosa, Coca-Cola, Haime, Cemex, Mayagüez, Éxito.

³⁸ Grupo Empresarial Antioqueño (participación minoritaria en Impsat, sistema de comunicación satelital-internet e intranet), Bavaria (telefonía celular-Celumóvil de la que vendió su participación a Bell South, UOL Colombia-Internet, Canal privado de tv Caracol, Caracol Radio, Radionet, Latinonet -proveedor de acceso a Internet- El Espectador, Comunicaciones Trunking, Cromos, Shock, Ve), Ardilla-Lülle (Canal privado de tv RCN, RCN radio), Grupo Fundación Social (Cenpro Tv), Olímpica (Radio Olímpica), El Tiempo (Casa Editorial El Tiempo, City Tv y planes de replicar el modelo en otras ciudades de América Latina; TvCavble, Círculo de Lectores, Tempora Editores, Tower Records, CineMark, Portafolio, LaCiudad.com), Carvajal (Editorial Norma, Radio Carvajal), Sanford (inversiones en Publicaciones Semana, LaCiudad.com), Empresas Públicas de Medellín (EPM Televisión, Servicios de Internet).

³⁹ El periódico HOY, de la casa editorial El Tiempo y que empieza a publicarse en el 2001, le apuesta a la conquista de un segmento de lectores de capas medias-bajas bogotanas, con moderada capacidad adquisitiva, pero que en volumen puede ser un importante nicho de lectores. Si la estrategia resulta, HOY puede considerarse el primer intento de masificación de la prensa diaria colombiana de un modo no centralmente sensacionalista. Le apuesta a la conquista de un segmento de lectores de capas medias-bajas bogotanas, con moderada capacidad adquisitiva, pero que en volumen puede ser un importante nicho de lectores. Se inspiró en el diario «Extra» de Brasil, y constituye la forma de la prensa de entretenimiento, a medio camino entre la prensa popular sensacionalista y la prensa tradicional. Su director, Jairo Klopatsky dice: “El nuevo periódico no contiene fotos de personajes políticos ni noticias sobre la guerrilla. Se trata de un medio optimista con noticias positivas y divertidas”. De 24.000 lectores en el 2001 pasó a 264.000 lectores en el segundo semestre de 2003.

⁴⁰ Me refiero a los conglomerados monopólicos, las transnacionales, los grupos económicos del sector de bienes y servicios sin inversiones en medios de comunicación, y los sectores de la producción de bienes de consumo y servicios en que existe mayor competencia entre empresas.

⁴¹ La publicidad, en general, estaría cruzando un conjunto de transformaciones decisivas que, a su vez, indican cambios en el paisaje de medios. Estas serían algunas de esas transformaciones generales más importantes de la publicidad contemporánea:

· La transformación del lenguaje publicitario y la disolución de los límites entre paisaje mediático y paisaje urbano, entretenimiento e información, información y publicidad. Virilio (1996) distingue las siguientes fases en la constitución de lo que llama «complejo informacional», que incluye la relación entre información-publicidad. En la primera fase, la publicidad era «exterior» a los textos comunicacionales, aparecía enclavada en la sección «miscelánea» de los periódicos y ocupaba un lugar menor dentro de los

contenidos informativos y editoriales. En la segunda fase, la publicidad se convierte en socio financiero y regulador principal del crecimiento de los medios de comunicación; y aunque comienza a ocupar cada vez mayor espacio de la puesta en escena mediática, todavía se diferencian los contenidos editoriales e informativos, de los publicitarios. Virilio advierte la emergencia de una nueva fase, aquella en que la publicidad se hace «un lugar preponderante en el centro mismo del complejo informacional», en que no se distinguen los límites entre anuncio publicitario y anuncio informativo, entretenimiento y publicidad. Es la fase de la publicitación social (Caro, 1994) que copa todos los paisajes (desde el cuerpo y las ropas hasta los cielos y montañas; desde la telefonía -gratuita a cambio de escuchar publicidad- hasta los espacios privados y domésticos). La cuarta fase es la del «realismo publicitario» o, en términos de Virilio, «el terrorismo informacional». «A semejanza del terrorismo, la publicidad deberá oficializar rápidamente su status de *gran potencia informacional*», en que -como en Benetton- la eficacia del terror informativo, el de los extras noticiosos a raíz de la guerra, un desastre ecológico reciente o la explosión mortal de una refinería, el «en vivo» de la televisión-realidad, sirve para montar tramas publicitarias muy poderosas.

- Reducción de los formatos más tradicionales de programas para masas indiferenciadas -exceptuando aquellos programas que aglutinan grandes masas de audiencias como los torneos deportivos, reinados y espectáculos globales, noticieros de televisión. Evolución de las inversiones hacia medios de nichos especializados, con audiencias y públicos específicos, y segmentos de población con alto poder adquisitivo en los países en desarrollo.
- Expansión hacia medios no tradicionales y nuevos medios -internet-, y desarrollo del mercadeo directo, relaciones públicas, promociones, folletos, insertos en periódicos, correos directos, promoción en el punto de ventas. La confianza en la eficacia publicitaria de los medios tiende a quebrarse progresivamente y va de la mano del ascenso de los micro y extramedios, la publicidad below the line y below the fine (la promoción de ventas, la promoción en el lugar de venta, el márketing directo, la organización de ferias, salones y exposiciones, los mecenazgos y padrinazgos), los correos directos o mailings, patrocinios, actividades de relaciones públicas, imagen corporativa. Crisis de la publicidad above the line (grandes medios: prensa, televisión, radio, cine y vallas).
- Del énfasis en los objetos y productos (referentes), al énfasis en la marca como signo de estilo de vida exclusiva y excluyente. En un artículo publicado en El Espectador, martes 20 de mayo de 1997, «Marcas: lo importante es aparentar», George Chetochine, uno de los más importantes conferencistas de marketing del mundo, indica la crisis de las **marcas per se**, «porque los tiempos han cambiado y ahora una marca no debe ser sinónimo de imagen sino de miedo». «Por esto, Chetochine afirma que el empresario moderno no debe pretender que sus marcas le den una imagen sobresaliente a su

compañía. 'Más bien debe buscar que le generen al consumidor un miedo a comprar el producto de la competencia, bien sea porque no le brinda los servicios o ventajas que le ofrece mi producto, o porque al comprar el otro pierde status o reconocimiento social'. Afirmó que esto es lo que hacen algunas marcas internacionales como Levis o Loïs, que ofrecen un producto prácticamente igual a los demás, pero los puede vender a un precio mayor porque el joven que los compra siente que está «adquiriendo un boleto para poder pertenecer a un grupo social»». Disociada de cualquier referente del producto, la publicidad que se construye en torno a «marcas» y signos, una publicidad evanescente (Caro, 1994), puede asociar el signo/marca con la construcción y desarrollo de cualquier «acontecimiento» de impacto, ya sea bajo el patrocinio de eventos (conciertos, encuentros deportivos, espectáculos) o, tal como lo señala el caso Benetton, a través de la asociación con eventos informativos y noticiosos de enorme visibilidad global (guerra, epidemias, desastres naturales, eutanasia).

⁴²De casi un poco más de 2 billones de inversión publicitaria en 1998 en TV nacional, se pasó a un billón en 1999 y 1 billón en el 2000. De un poco más 500 mil millones en TV regional en 1998, alcanzó 250 mil millones en 1999 y casi 450 mil millones en el 2000. De un poco más de 750 mil millones en radio durante 1998, pasó a 800 mil millones en 1999 y más de 950 mil millones en el 2000. La prensa se ha estabilizado en más o menos 500 mil millones cada año, entre 1998 y el 2000. Las revistas alcanzaron 150 mil millones en 1998, una cifra similar en 1999 y un leve repunte (160 mil millones) en el 2000. (Datos Revista Dinero, julio 7 de 2000; y Revista Publicidad y Mercadeo, abril de 2001; La ciberpublicidad, El Espectador, 12 de octubre de 2000). Y se estima que en el 2000 la inversión publicitaria en Internet alcanzó entre cuatro o cinco millones de dólares. Casi 9 millones de personas consumen televisión en Colombia, un poco más de 8 millones usan la radio, cerca de 4 millones las revistas, 2.5 millones leen prensa y 1.5 millones usa el cine. En el 2000 hubo cerca de 1.600.000 usuarios de Internet, de los cuales 878.000 usuarios permanentes de Internet según la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, y la Revista Publicidad y Mercadeo. Los sectores que más invirtieron en publicidad son los medios de comunicación y editorial (cerca de 600 mil millones en 1999 y un poco más de 350 mil millones en el 2000), bebidas y tabaco (un poco más de 200 mil millones en 1999 y 350 mil millones en el 2000), alimentos y dulces (un poco más de 250 mil millones en 1999 y el 2000), aseo personal-belleza y perfumería (180 mil millones en 1999 y 250 mil millones en el 2000), Campañas cívicas del Estado (100 mil millones en 1999 y 160 mil millones en el 2000), Telecomunicaciones (130 mil millones en 1999 y 160 mil millones en el 2000), Diversión y Entretenimiento (170 mil millones en 1999 y 130 mil millones en el 2000), financiero y seguros (un poco más de 100 mil millones en 1999 y el 2000). Para octubre de 2003 la inversión publicitaria alcanzó los US\$ 207.690.351 de gasto publicitario destinado a medios de comunicación de masas, distribuida en US\$ 130.828.251 en Televisión Nacional (63%); US\$ 3.580.384 en Canales Regionales (1,7%);

US\$ 60.634.971 se destinaron a Radio (30%); US\$ 8.102.101 en periódicos (4%) y US\$ 4.524.633 se destinaron a revistas(2%).

⁴³ (...) «el país tienen más de 14 canales de televisión, sin contar los servicios satelitales y de cable, 160 revistas y más de 40 diarios» (Dinero, julio 7 de 2000). Para el año 2003, el panorama sin embargo ha variado significativamente en términos de diversidad informativa y mediática. Gómez (2003) indica además que de los 15 noticieros que había a principios del 2001 sobreviven dos en la actualidad (CMI, que se renovó con la ampliación de su franja a dos horas; y Noticias Uno, ambos en el canal 1). En el transcurso del 2001 dejaron de emitir noticias el noticiero 24 horas, El Nacional, Noticias de la Noche, El de las 7, En vivo 9:30 PM. El Informativo Nacional, la Revista 24 Horas, el noticiero TVHOy, Uninoticias, NTC Noticias. Durante el año 2001 los dos canales privados de cubrimiento nacional controlaban más del 85% de la torta publicitaria.

⁴⁴ «El 99 fue un año de crisis en la demanda, cierre de mercados financieros internacionales, colapso del sistema financiero local y de una enorme destrucción de valor. Las cifras son contundentes. En el 99 los grupos [empresariales] tuvieron pérdidas por US \$ 373 millones y destruyeron valor por cerca de US \$ 3.500 millones, lo que equivale al 23% de su patrimonio. El sector privado en su conjunto perdió US \$ 600 millones y destruyó valor por US \$ 4.700 millones» (Dinero No. 103, Marzo 10 del 2000, Nuevo aire a los Grupos).

⁴⁵ En Bogotá, en donde se concentra el 45% de los hogares de estrato alto del país, el 29% de los ingresos disponibles, el 30% del consumo privado, el 55% del ahorro y el 66% de los ingresos empresariales (Dinero No. 92, septiembre de 1999), la frecuencia de lectura diaria y de algunas veces a la semana está concentrada en los estratos más altos (67% lectura diaria, 22 % lectura algunas veces a la semana) y en los estratos medios (25% lectura diaria, 29% lectura algunas veces a la semana). (El Espectador, domingo 24 de septiembre de 2000: Bogotá tiene los ojos cuadrados. Informe Encuesta sobre Consumo Cultural, Instituto Distrital de Cultura y Turismo).

⁴⁶ En Colombia había, según la Ucep, más de 30 agencias de publicidad y 7 centrales de medio (o de mercadeo de paquetes de espacios y tiempos publicitarios en diferentes medios de comunicación). «Las centrales de compra de medios o simplemente centrales de medios constituyen un nuevo tipo de empresas de publicidad, surgidas a partir de los años setenta, cuya especificidad consiste en comprar como mayoristas grandes cantidades de espacios publicitarios en los medios (bien en nombre propio, bien en nombre de sus clientes, sean anunciantes o agencias de publicidad), reproduciendo así en el ámbito publicitario el fenómeno de concentración de compras que tuvo lugar con anterioridad en el campo de la distribución» (Caro, 1994, nota de pie de página No. 5, pág. 46). Sin embargo, 6 agencias de publicidad y productoras de comerciales para la televisión desaparecieron (Propaganda Época, Contacto, Mercurio, Atlas, Esfera y Tema) desaparecieron entre el 2001 y el 2003; mientras que otras agencias y programadoras redujeron su personal en más de un 80% y se convirtieron en casas de postproducción (Gómez, 2003).

⁴⁷ El Colombiano, con una circulación entre semana de 95.000 ejemplares y 150.000 en la edición dominical se la ha jugado en el 2001 por un formato un poco más pequeño; y El Tiempo, por un número menor de páginas entre semana. Según cifras de Andiaros, en el año de 1999 los periódicos tuvieron una caída del 40% de los ingresos, explicable por la contracción de la inversión publicitaria, el IVA a la publicidad, y el aumento de entre el 30% y 40% de los costos del papel. El papel periódico, según Andiaros, constituye el 30% de los costos del periódico, y en tanto no se produce en Colombia, es sensible a las variaciones en la tasa de cambio, pues es materia prima que se paga en dólares.

⁴⁸ Es interesante notar cómo los énfasis en los criterios de eficacia del periodismo informativo clásico han cedido (objetividad, imparcialidad, veracidad) en el periodismo escrito, y sólo parecen contar retóricamente en el periodismo radial y televisivo. Luis Fernando Santos, presidente de la Casa Editorial El Tiempo, lo expresa de este modo: «nosotros somos más de información, entretenimiento, contenido y medios tradicionales». O Jorge Roa, gerente de mercadeo del Canal Caracol: «Por eso, en la estrategia del canal está claro que su producto no tiene consumidores, sino ‘socios’ y su contacto es altamente afectivo, “ pues se conjugan sueños y emociones” (Dinero No. 127, Marcas poderosas, Marzo 2 del 2001).

⁴⁹ Los tirajes aumentan en domingo, también el número de páginas, y se intensifican las fórmulas de información-entretenimiento, experimentación narrativa y el periodismo analítico. En otras palabras, durante el fin de semana en la gran prensa hay menor énfasis en la actualidad noticiosa, se multiplican las temáticas y agendas, el diario se diversifica. O, como en la publicidad de El Espectador en que aparece sentada, junto a su bicicleta, una joven que lee tranquilamente el periódico: «La segunda guerra mundial no estalló un domingo. A Kennedy no lo mataron un domingo. El muro de Berlín no cayó un domingo. Pareciera que la historia descansa los domingos y trabaja los días de semana. Los domingos la noticia, es el periódico. El Espectador/Domingo». (El Espectador, domingo 29 de abril de 2001).

⁵⁰ Estudios futuros podrían abordar el periodismo de investigación, el periodismo analítico, el periodismo de entretenimiento, y en menor grado el periodismo de divulgación de saberes especializados (periodismo cultural, científico, económico, deportivo, etc), como expresiones de superación y transformación interna del canon clásico del periodismo informativo.

**PÁGINA EN BLANCO
EN LA EDICIÓN IMPRESA**

**PERIODISMOS BIOGRÁFICOS EN COLOMBIA.
USOS Y FUNCIONES**

1. DISOLVENCIAS: LA LIQUIDACIÓN DEL REPORTAJE Y LA CRÓNICA

Para entender el lugar que ocupa el periodismo biográfico en Colombia, es necesario comprender de qué manera liga con dos movimientos tardíos de reacción al canon informativo clásico: los *remade* de la tradición literaria en la prensa y el relanzamiento de dos géneros canonizados por el periodismo informativo (la crónica y el reportaje). Ambos movimientos de recuperación empatan, en primer lugar, con el interés de un sector de periodistas por relegitimar su propio trabajo a partir de la «recuperación» y el «entrecruzamiento» de la «información» con «algunas tradiciones narrativas», lo que les permite diferenciarse sustancialmente del periodismo informativo canónico en declive; y en segundo lugar, son un intento por trabajar -en particular en la prensa de domingo y en las revistas de noticias- la dimensión emocional de los vínculos entre la prensa y los lectores, dimensión devaluada por el periodismo informativo y su estilo neutro.

Si la prensa está interesada en recuperar el contacto con sus lectorados va a intentar hacerlo del mismo modo que la política: reconstruyendo la trama emocional de los vínculos. Nótese cómo el vínculo emocional de la política con los ciudadanos se erosionó progresivamente a través del ascenso de los discursos tecnocráticos e instrumentales en los funcionarios públicos, y el descrédito del discurso *veintejuliero* o promesero de los políticos durante los periodos electorales. De la misma manera, el

canon informativo clásico renunció a ese vínculo emocional al criticar sin más los *sensacionalismos* y pretender erigirse en el discurso imparcial, técnico y limpio de la verdad. Esa comunicabilidad emocional y vincular fue copada progresivamente por la radio y la televisión a través de ofertas mediáticas «no neutras» e implicantes como los melodramas, dramatizados, musicales, talk show, la prensa popular, el periodismo de farándula y la publicidad. Ante la crisis, el periodismo informativo y la política tecnocrática intentaron recuperar los vínculos perdidos usando justamente los recursos comunicativos que la televisión y la radio comercial desarrollaron en paralelo a estas retóricas neutras. La prensa informativa, ante la crisis, oscilará entre el modelo de dramatización y emocionalización del espectáculo audiovisual y el retorno a las tradiciones dramáticas que vienen de la literatura, de la crónica y del reportaje humano. Es decir, apelará a los géneros periodísticos más próximos a la matriz simbólico-dramática (Sunkel, 1987), y se dejará tentar por las fórmulas de los espectáculos televisivos (publicidad, talk show, farándula y melodramas). Ambos se convierten en referencias y saberes para los periodistas que intentan «conmover», «impactar», «seducir» a los lectores con historias *humanizadas*. La prensa amarillista y la prensa-es-cándalo parecen vetadas como modelos posibles, pues constituyen hitos vergonzantes para la prensa seria; pero están la literatura, la crónica, el reportaje, y a ellos se puede apelar con relativa legitimidad.

Por esa razón haré un pasaje por los distintos modos de pensar las nociones de crónica y reportaje, pues los cambios en los modos de definir ambos géneros (y sobre todo el reportaje) nombran tensiones de fondo entre las formas industriales y las aspiraciones artísticas del periodismo, entre esas tácticas que recuperan el vínculo con los lectores a través del espectáculo mediático industrial y las que se atienen a las estéticas no industriales. Creo que es respecto a esta tensión de fondo que el periodismo biográfico aparece como vía regia para reconectarse con los lectorados, pues para algunos «lo biográfico» enlaza con tradiciones narrativas importantes en la literatura y la prensa escrita, y para otros es el dispositivo esencial de los nuevos espectáculos mediáticos.

Dentro de la categorización canónica del reportaje, habría una diversidad de énfasis y tendencias. Esos énfasis indican cambios drásticos de recomposición y (des)legitimación del quehacer periodístico como campo cultural y como industria. Las dificultades para diferenciar entre crónica y reportaje se explican por que creemos que es posible clasificarlos a

partir de un conjunto de criterios internos (reglas y principios, códigos del género), independientemente de la práctica social que les da sentido. Pienso, en cambio, que no es posible precisar ambos géneros si no relacionamos sus similitudes y diferencias teniendo en cuenta el trasfondo de la industria periodística y sus reorganizaciones.

1. Emil Dovifat (1959), define el reportaje en los siguientes términos: representación *vigorosa, emotiva, colorida, personalizada* de un «hecho». «Informa de hechos vividos». En esta categorización, *reportaje y crónica* se asimilan, no son diferenciables en sentido estricto. El «hecho» no es un evento empírico (cosa), sino un entramado de acciones, conversaciones, personas y escenas, es decir, una «red social» de discursos, objetos, escenarios, acciones y personas, más o menos abarcable periodísticamente. Lo que está al centro del «reportaje» es la recreación de la experiencia de quienes vivieron «los hechos». Los hechos, en sí mismos, no son lo relevante, sino la vivencia humana implicada. Y es justamente «lo testimonial» uno de los rasgos característicos de la crónica. En ese sentido la diferencia entre crónica y reportaje aquí deviene frágil¹. Pero si hay indiferenciación entre ambos es porque son considerados géneros «heterodoxos» o «externos» respecto a la ortodoxia del periodismo industrial: la noticia, el informe periodístico. La crónica y el reportaje aparecen como ámbitos de experimentación expresiva respecto al centro ortodoxo, son vestigio de los rasgos literarios del periodismo. Ya sea como rezago literario o como ámbito de experimentación, la crónica y el reportaje estarán situados por fuera del canon y la ortodoxia industrial. Allí serán posibles el trabajo de personalización² y la incorporación del estilo particular del «escritor-periodista».

A su manera Dovifat expresa en esta breve definición del reportaje la tensión esencial de la producción periodística contemporánea, a veces situada francamente del lado de la industrialización técnica y, en los periodos de crisis de crecimiento o de disputa por los centros de prestigio/poder dentro del campo, situada del lado de las reacciones nostálgicas en favor de la marca de autor, del arte, de las tradiciones literarias y la experimentación. El énfasis en la experimentación, en la heterodoxia, es la manera como los agentes en ascenso dentro del campo periodístico se oponen a quienes ocupan el centro, periodistas formados y forjados en alguna de las oleadas de industrialización y tecnificación de la prensa³. Podemos leer cada reacción en favor del «arte-periodismo» como síntoma de reacomodos importantes en el campo periodístico debido

a la presencia de una nueva generación madura de periodistas. Esta generación de avanzada es heterogénea, pero compartiría algunos características en la historia del periodismo: están adscritos a las zonas del periódico menos duras, más flexibles, son los más jóvenes y aspiran a algún nivel de independencia respecto a la línea editorial del medio, frecuentemente están ubicados en las periferias y en los *extramuros* del periódico -las revistas de los diarios, durante el nuevo periodismo; periodistas a destajo durante el periodismo literario-, tienen algún tipo de formación universitaria e intentan consolidar un prestigio propio respecto a los periodistas consagrados. El prestigio simbólico de la crónica y el reportaje reside todavía hoy en que, justamente, nos recuerdan la «maestrías», «estilo personal», «marca artística», «sello de autor» que le conviene a los objetos y bienes simbólicos de las artes. Hay allí una nostalgia por el «arte» que -progresivamente- será barrida por las formas de profesionalización industrial de las escrituras.

2. La década del 60 en el periodismo contemporáneo, y en particular, el norteamericano, es propicia para reconocer en detalle esta tensión, típicamente moderna, entre «industrialización» y «arte», entre negocio/industria cultural y arte. Con frecuencia nuestra mirada sobre la cuestión sigue siendo, hoy, pre-benjaminiana cuando se alude a la condición de las escrituras periodísticas. Todavía hay un cierto énfasis en lo cultural y una prenocción religiosa de arte cuando afirmamos que sólo hay «arte» en el periodismo cuando se acerca a la literatura. De ahí la valoración sagrada de la crónica y el reportaje entre los periodistas con pretensiones literarias, y el recelo o franco desprecio hacia el género más industrial y técnico del periodismo informativo: la noticia.

En la historia del periodismo, los momentos de máxima tensión y diferenciación entre «arte» e «industria» se presentan como reacción a la progresiva industrialización del trabajo periodístico. En el siglo XX la década del 60 (bajo el nuevo periodismo) y la de los 80 (bajo el periodismo literario) son periodos pico de máxima diferenciación. Luego hay prolongados periodos de relajamiento de la tensión que son, en esencia, aquellos lapsos en que la industria periodística reabsorbe la reacción artística para favorecer nuevos auges industriales. Cada «nuevo» periodismo constituye, en esencia, el momento justo en que la reacción artística está siendo refuncionalizada en favor de una nueva expansión de los negocios industriales. Los 60 (con el nuevo periodismo) y los 80 (con los periodistas literarios) marcan el curso de

esta refuncionalización de la reacción artística en cabeza de escritores/periodistas que -tarde o temprano- terminan asimilándose al movimiento de la industrialización de la prensa, enriquecida con cada oleada de diferenciación. Los 60 marcan, entonces, un proceso de transición que, en el fondo, reconoce por un lado la tradición de las escrituras literarias y la emergencia de las escrituras industriales, tenidas por vergonzosas o menores entre los artistas: las escrituras audiovisuales -guiones de cine y tv, guiones para publicidad-, textos para empaques y productos, composiciones y letras para música popular, noticias, etc. Los 80 señalan un modelo más moderado de reacción al canon industrial del periodismo pero -como en el nuevo periodismo- apelando a la literatura como fuente de legitimación de la nueva avanzada.

Una defensa bastante conocida de esta voluntad de elevar a la categoría de «arte» el periodismo en trance de una nueva industrialización, está puesta en Tom Wolfe (1978), en su introducción a la selección de Nuevo Periodismo norteamericano, en que apela a Balzac, Tolstoi, la novela del siglo XIX y sus consagraciones como fuente de legitimación del nuevo periodismo. Para la década de los 80, una defensa similar se encuentra en Norman Sims («Los periodistas literarios o el arte del reportaje personal»). Sims define las particularidades del periodismo literario enfatizando en los siguientes aspectos: una cierta vocación etnográfica («inmersión») -también presente en el nuevo periodismo-, la importancia de la «estructura» (menos que la técnica de escritura, el tema o el lead), la «exactitud» (de los datos, descripciones, detalles) y la «voz» (las marcas de estilo, atributos y rasgos del autor en el texto). Cada uno de esos atributos, inmersión, exactitud de detalles, cuidado en la estructura del programa y relato, y énfasis en la «voz» íntima aparecen como claves del entretenimiento informativo por excelencia: el reality show, el talk show y los programas televisivos de entrevistas íntimas. Como antes ocurrió con Tom Wolfe -que describía las técnicas del nuevo periodismo como si procedieran de la literatura, cuando de hecho correspondían punto por punto al cine y la tv-, en Sims la relación de principios del Periodismo Literario se corresponde con el clima y talante estético de los entretenimientos informativos en crescendo. Cada reacción a la industrialización periodística ofrece su selección de autores representativos y su manualística consagratoria. Y es interesante que justamente esa manualística suela sistematizar como rasgos propios del movimiento lo que no es más que variaciones

y fórmulas de los formatos y lenguajes mediáticos dominantes. La relación de atributos del nuevo arte termina consagrando como norma emergente lo que ya es -de hecho- forma y regla en otros sectores de la producción industrial de cultura⁴.

En los 60 las peleas contra el canon del periodismo informativo más clásico se acentúan justo cuando ese canon comienza a hacerse menos rentable debido al fortalecimiento de la industria audiovisual (radio y televisión) en el campo informativo; y en los ochenta, se intensifica cuando la expansión de la industria del entretenimiento ha empezado a reorganizar la industria informativa periodística misma. La reacción contra el canon clásico del periodismo industrial (brevedad, velocidad informativa, neutralidad expresiva, escritura mecanizada) reivindica las marcas y atributos de autor en el texto, y una mayor diversificación expresiva. Pero se sabe que la reorganización industrial de los negocios culturales contemporáneos y de los negocios en general pasa, justamente, por favorecer la diversificación, la especialización de públicos y el fortalecimiento de los estilos y marcas. No tardarán los experimentos psicodélicos del nuevo periodismo en ser reabsorbidos⁵ por una prensa y un periodismo que ve en «el estilo» y «la diversidad» la forma perfecta de una nueva avanzada en los negocios de la prensa, al masificar y remozar un viejo formato: la revista⁶.

Entonces, sostengo que estas reacciones artísticas y experimentales son sistemáticamente reabsorbidas y recicladas por la industria periodística, que sabe aprovecharlas para relanzar los negocios durante las crisis. Y sostengo que estas «reacciones» tendrán cada vez menos alcance y brillo, menos vigor, pues la industria periodística ha sabido reconfigurarse de modo tal que ya no hay un «adentro» industrial (periodismo ortodoxo) y un «afuera» experimental y artístico (periodismo heterodoxo), sino una dinámica industrial que incorpora regiones de «experimentación e innovación artística/pseudoartística» para relanzar y diversificar continuamente sus productos. En este contexto, todos los géneros periodísticos, los más ortodoxos industriales (noticia/informe) y los que admiten más «ejercicios artísticos» y heterodoxia (reportaje/crónica), padecerán el efecto disolvente de la reorganización de los negocios informativos. Es aquello que Gianfranco Bettetini ha llamado la crisis de los géneros, en el contexto de una industria cultural que entiende la experimentación como fuente de rendimiento industrial; en que la heterodoxia radical se hace rentable, y en que muy pocos

están interesados en defender a rajatabla la ortodoxia industrial del periodismo informativo, que resulta ahora menos rentable⁷.

Entonces del estado original de indiferenciación entre crónica/reportaje, como ámbitos «externos» de la ortodoxia periodística industrial, pasamos a su progresiva incorporación y posterior liquidación del seno de la empresa periodística contemporánea. Cuando afirmo que la crónica y el reportaje han sido liquidados no estoy diciendo que han desaparecido de la prensa, tal como lo sugiere insistentemente García Márquez por ejemplo. Estoy más bien sugiriendo que han sido integrados al cuerpo de saberes y procedimientos estandarizados de las escrituras industriales periodísticas, hacen parte del nuevo orden de las escrituras industriales en que experimentación y receta técnica operan conjuntamente. Dicho de otro modo, la liquidación del reportaje y la crónica significa que a) ya no son «externos» al canon de las escrituras periodísticas industriales, por lo tanto ya no son «algo» que pueda distinguirse de los textos más convencionales y estandarizados de la prensa⁸; y b) que la reacción artística que se expresaba como una vuelta al arte-literatura -en la crónica y reportaje- ha sido articulada suficientemente a la empresa periodística contemporánea. Muchos de los periodistas heterodoxos de ayer, irreverentes y extravagantes, son hoy connotados periodistas, integrados a los grandes diarios, prestigiosos conferencistas, o están integrados a otro tipo de empresas e industrias culturales en calidad de guionistas de cine, escritores de best-seller, asesores de imagen, publicistas.

El reclamo por más crónica, más reportaje, no es un reclamo por «más y mejor información», sino por «marcas y signos de distinción del autor», y la industria del periodismo escrito sabrá hacer de la revista el lugar adecuado para esta nueva expansión. Bajo el nuevo formato se cocinarán dos tipos de proyectos industriales de periodismo que resultan decisivos en la actualidad: por un lado, el periodismo complejo serio (analítico y de investigación); y por el otro lado, el periodismo complejo no serio, el de entretenimiento, en que se combinan información de actualidad, periodismo de farándula y tratamiento liviano de los temas. El periodismo biográfico desempeñará un papel importante en el desarrollo de ambos tipos de periodismo complejo.

Ambos tipos de periodismo complejo tienen en común la superación de la anterior oscilación (arte o industria) para instalarnos de una buena vez en el terreno de los negocios culturales de carácter industrial: ahora la tensión se jugará entre los «entretenimientos informativos» y

la «información de alta complejidad». En ese contexto, ni la crónica ni el reportaje como tal constituyen los géneros de prestigio por excelencia. El artículo analítico (como género) y la revista (como formato) copan progresivamente el centro de prestigio del periodismo escrito. Sostengo que el nuevo desafío no pasa por fortalecer la vocación y talante literario o artístico del periodismo contemporáneo y de los periodistas. El terreno de los combates de formación es otro. Menos la crónica, menos el reportaje experimental, y más bien el análisis, la investigación periodística y la interpretación calificadas. En un mundo en que las demandas de entretenimiento social crecen y las terapias de ajuste se refinan para poder hacer vivible el desencanto, la presión por un periodismo de entretenimiento habrá de crecer. Primero -como ahora- será una forma vergonzante de periodismo, amén de lucrativa y vistosa. Las coordenadas de la crítica a la industria periodística estarán entonces orientadas a denunciar la levedad informativa. Como reacción al *infotainment* (*information + entertainment*) cabe la tentación de proponer «más información, más datos, más notas en menos unidad de texto, más velozmente». (A la manera de USA Today). La otra tendencia, más interesante quizás, es estimular el análisis y la interpretación cualificados, el establecimiento de correlaciones, la construcción de información con sentido. (A la manera de Le Monde Diplomatique). Pero, en general, se trata de favorecer una cualificación y complejización de la información periodística, frente al riesgo de una progresiva expansión del periodismo de entretenimiento (periodismo light, dicen algunos), que puede convertirse -como ocurre con el entretenimiento en general- en paradigma organizativo de la información periodística.

3. Y es justamente hacia el final de los 60 que esta idea del reportaje asociado a investigación periodística y el descubrimiento cuajará. Martín Vivaldi (1973) en «Géneros periodísticos», define el reportaje en los siguientes términos: «Relato periodístico informativo denso, intensivo, complejo de tema libre». En esta definición no distingue sustancialmente el reportaje del «informe periodístico». Entonces la reacción a la avanzada desreguladora del periodismo literario y el nuevo periodismo no se hará esperar, y la manualística post-boom volverá al canon del periodismo informativo clásico. Esta perspectiva le señala al reportaje un destino distinto al que pretendiera el nuevo periodismo : ya no la fuente expresiva y el lugar donde desarrollar las marcas de autor, sino el espacio de la información densa sobre cualquier fenómeno social. Nótese que al

enfaticar la idea de tema libre, se está advirtiendo una de las transformaciones más interesantes del periodismo de postguerra: cualquier tema, cualquier objeto del mundo real, cualquier dinámica de la vida social, cualquier «hecho», puede ser objeto de tratamiento y procesamiento de la industria periodística contemporánea. No hay tema vedado, no hay tema de importancia menor. El rango de lo noticiable se amplía, porque el robustecimiento de la industria periodística indica que cada vez es más capaz de cubrirlo todo, tematizarlo todo y abordarlo todo en tiempo real. Entonces esta definición del reportaje es, por excelencia, el síntoma de esta reorganización del periodismo, que amplía y diversifica las agendas informativas («periodismo sobre todos los temas»), promueve un cierto cubrimiento global y teletópico («periodismo sobre todos los lugares»), y afirma el seguimiento intensivo de los fenómenos abordados, es decir el seguimiento de la totalidad del proceso, antecedentes, fenómeno actual y consecuencias («periodismo todo el tiempo»).

Intensivo temporalmente y extensivo temática y tópicamente. Ambos movimientos -«todo el tiempo» y «todo el espacio»- definen bien el carácter de la actividad periodística hacia el final de los 70 y comienzos de los 80⁹. Y si el reportaje se convierte en género prestigioso es porque objetiva de mejor manera el rasgo que define esta nueva oleada industrial del periodismo: exhaustividad. El reportaje sería el género de la totalidad, adecuado a esta voluntad expansiva, intensiva y extensiva del periodismo industrial. Fue justamente el nuevo periodismo el que consiguió tematizar esta voluntad expansiva, intensiva y extensiva del periodismo industrial y convertirla en dogma de los neoperiodistas, como si se tratara de un hallazgo creativo de este movimiento de creativos ilustres. Tom Wolfe reconoce que históricamente el periodismo se había ocupado centralmente de dos tipos de ámbitos temáticos: los que tienen que ver con «hechos del poder» (política, economía y sociedad) y los que tienen que ver con «hechos de la naturaleza» (desastres naturales, epidemias, tragedias ambientales). El desbordamiento temático del periodismo a partir de los 70 tiene que ver con algo que Tom Wolfe ha sabido explicitar muy bien: la industria periodística puede tematizarlo todo porque su capacidad productiva ha instalado, de hecho, «la verdad periodística». Los lectores viven la información periodística como «verdad». No se trata de creer o no. La vivencia de la realidad informativa como verdad dada se condensa en que los lectores no se preguntan si lo que leen en el diario es verdad o mentira. Al abrir el diario asumen la «verdad de la prensa» como un dato

práctico, una rutina, una operación automática, similar a la confianza de las personas en «la verdad del refrigerador» que cumple su función práctica a cabalidad, a menos que sufra un desperfecto. Y por eso Wolfe cree que los nuevos periodistas (y los viejos también) pueden hacer todos los trucos y transgresiones expresivas que quieran, pues los lectores confían de manera automática en la prensa. Esa declaración de Wolfe no es para nada cínica y más bien revela un dato al mismo tiempo obvio y crucial. El periodismo no sólo produce «información de actualidad», sino que -a su vez- produce «el concepto de verdad y actualidad periodística». Tal como la industria del calzado produjo el tenis y el concepto de «tenis» (es decir, la «verdad del tenis»), la industria que produce «información de actualidad», está produciendo simultáneamente el concepto de «lo noticiable e informable», el concepto de «información de actualidad» y la «verdad informativa». Hoy la «verdad informativa» incluye temas, agendas, lenguajes y tratamientos expresivos que no incluía la «verdad informativa» en la década de los 40. Si los «hechos de poder y de la naturaleza» ya no son «la verdad informativa» es porque la práctica social que es el periodismo ha extendido el ámbito de lo noticiable y las formas de tratamiento de la información. Pero igual, el lector de los 40 como el del nuevo milenio, se relaciona con el «periódico» como si fuera la verdad, lo real; tal como lo hacía el usuario de los 40 y lo hace el del 2000 con su «calzado», ayer con la verdad de sus zapatos mocasines y hoy -lo que era impensable en el pasado- con la verdad de sus tenis.

Estamos ante una notable reorganización del mundo informativo periodístico: la expansión de la industria de la información periodística que es consistente con su «mundialización» (hay periodismo en todo el mundo; todo el mundo parece susceptible de tratamiento periodístico) y con la legitimidad social del periodista como autor, que ya no depende de su vocación literaria para ser reconocido como sujeto intelectual competente. Estamos ante un trabajador industrial que -moviéndose en el ámbito de los negocios informativos- produce reportajes (información) con marca y estilo propio; sin necesariamente apelar a legitimaciones literarias. Es el momento justo en que los periodistas aspiran -y empiezan- a ser vedettes, y sus veleidades de escritores ya no son tan imperiosas como en los 40 y 60. Algo va de Tom Wolfe a Barbara Walters o Larry King. Los espectáculos informativos en tv terminan por consolidarse en la década de los 80 y los periodistas se convierten en estrellas televisivas.

4. La categorización de José Luis Martínez Albertos es clara en ese sentido. El péndulo vuelve hacia el lado de la re-invencción de lo literario en el periodismo, pero de una manera más moderada que en los 60. Ya en 1984 estamos ante un revival literario, pero que no reniega del todo del canon informativo clásico: es el periodismo literario y el reportaje interpretativo.

Para José Luis Martínez Albertos (1984) el reportaje es relato descriptivo o narrativo que integra algo de estilo literario y tiene voluntad explicativa, es decir, contextualiza y aspira a un tratamiento exhaustivo del tema.

El informe periodístico sería idéntico al reportaje, sólo que sin tratamiento expresivo literario. Pero aquí se introduce un nuevo criterio de eficacia periodística el del periodismo en profundidad, el periodismo interpretativo con su énfasis en la voluntad explicativa, y su interés por diferenciarse de la pura opinión. Ya no basta la documentación sumaria de hechos; la interpretación profesional y autorizada será lo que distinguirá al reportaje.

¿Qué ha pasado en esta nueva transformación del sentido del reportaje? Ha ocurrido que la red mediática, el mundo mediatizado e instantáneo, veloz y acelerado, instala información de actualidad en todos lados. Es un mundo en que quienes más usan, más leen, siguen y rastrean a los medios informativos son los propios medios informativos¹⁰. Para poder moverse y dominar este flujo vertiginoso de información -en que el ciudadano, en principio, se siente perdido e incompetente- hace falta el experto que interprete para él. No se trata de dejar que los ciudadanos se hagan su propio juicio. Se trata de producir plusinformación. El reportaje se ofrece entonces como género de la complejidad: más investigación, más innovaciones expresivas y más análisis.

5. Finalmente al finalizar los 80 y en la década del 90 la definición de Reportaje se ha estabilizado en torno a los siguientes criterios:

<p>José Luis Martínez Albertos. «Curso general de redacción periodística». 1984</p> <p>El reportaje es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Main event (evento principal, central, acontecimiento principal). • Background o contexto (antecedentes). • Consecuencias, reacciones, interpretaciones expertas, análisis. • Comentarios, valoraciones, críticas. 	<p>Vicente Leñero y Carlos Marín. «Manual del Periodismo», Grijalbo, México. 1986.</p> <p>El reportaje intenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar y profundizar la noticia (investigación). • Explicar un fenómeno o problema (interpretación y análisis). • Argumentar una tesis (comentario). • Narrar un suceso de manera entretenida. 	<p>Eduardo Ulibarri. «Idea y Vida del Reportaje». 1994</p> <p>El reportaje es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor originalidad y experimentación expresiva (en la estructura, forma, mayor desregulación de los géneros y las técnicas de escritura periodística). • Mayor profundidad y sistematicidad de información producción.
--	---	---

El reportaje aparece entonces como un género de géneros, en que se integran los hallazgos expresivos y técnicas de escritura acumuladas a lo largo de la historia del periodismo moderno, las formas y recursos narrativos que provienen del cine y el mundo audiovisual, los modos de seducir e impactar mediante recursos aprendidos de las artes gráficas y la publicidad. Implica una manifiesta vocación de profundización, investigación y estudio (acopio y comparación de documentos). Integra análisis e interpretación macizas, y está orientado a satisfacer demandas crecientes de entretenimiento social.

Como puede observarse, al reportaje se le han ido sumando tantas funciones como las que considera el periodismo contemporáneo en sus continuas readequaciones. La crisis del reportaje no tiene que ver con su desaparición dentro del paisaje periodístico sino, más bien, con su

integración al cuerpo de técnicas y tácticas de la empresa periodística moderna. Si el reportaje ha desaparecido como «género» es porque ha dejado de ser un género singular respecto a las formas de tratamiento contemporáneos de la información. Y eso se debe a la enorme capacidad de las industrias culturales -incluida la prensa- para integrar la experimentación como recurso fundamental de diversificación de las ofertas. Incluso los ámbitos más heterodoxos y contraculturales, los más experimentales y extravagantes, pueden ser integrados ventajosamente al cuerpo de los negocios industriales, como ocurre con el rap que vitalizó algunos géneros de música comercial y con el videoarte, tan propicio al desarrollo de nuevas formas de publicidad audiovisual y video música. La escritura industrial en prensa favorece la integración de todos los secretos y trucos, todas las técnicas y procedimientos, para cumplir con el propósito de proporcionar conocimiento complejo que le permita a los lectores mejores decisiones para intervenir su propio entorno y para hacerse a una comprensión relativamente inteligente del caos del mundo.

Igual en el periodismo light como en el periodismo interpretativo y complejo, en el artículo de farándula como en el artículo denso de las revistas informativas de bastante prestigio, las claves de la crónica o el reportaje aparecen integradas. En otras palabras, la crónica y el reportaje se han diluido en el cuerpo del periodismo contemporáneo. Contrario a la prédica y el sermón de Gabriel García Márquez respecto a la desaparición del reportaje y la crónica, habría que decir -parodiando el tono místico y zen de nuestros días- que no han muerto, han reencarnado, disolviéndose y fluyendo aquí y allá en las páginas de diarios y revistas de todo el mundo, de este mundo, un mundo que ha descubierto que es posible producir diversidad mediante la combinación de procedimientos y piezas simples¹¹. La mejor metáfora para expresar esa transformación es la siguiente: los niños de las ciudades cada vez conocen menos a las vacas, como cuerpos completos, como unidad, como especie y género. Pero casi todos los niños urbanos saben que las vacas andan regadas por toda la ciudad, diluidas y fluyendo en, por ejemplo, las hamburguesas McDonalds. Con la carne procesada estándar, con la vaca desrealizada, McDonalds produce una diversidad de tipos de hamburguesas (al menos en apariencia). Para producir «efecto de diversidad», McDonalds procede a hacer combinaciones de elementos simples: tres tipos de salsas, más o menos queso, más o menos carne, más o menos lechuga e, invariablemente, el mismo tipo de pan. El «género» vaca ha desaparecido como

experiencia discreta o distinguible, pero se ha integrado al cuerpo de la industria alimenticia bajo una enorme variedad de alimentos procesados. Igual ocurre con la crónica y el reportaje: los mecanismos operativos que los constituían han sido abstraídos, matematizados, codificados. Es decir la crónica y el reportaje han sido reprocesados, y algo hay de cada uno en los textos periodísticos que todos los días leemos en revistas y periódicos; aunque sea menos frecuente encontrarlos como géneros en textos completos¹². Esta extrema abstracción de las tradiciones y técnicas expresivas derivará en la consolidación del «artículo», un meta-género periodístico que admite todos los recursos narrativos, subordinados al propósito de entretener o generar información compleja. El artículo es la «carne procesada y desrealizada» del periodismo contemporáneo. Es el McDonalds del periodismo actual. Es la objetivación de la crisis y disolución de los géneros periodísticos en la prensa escrita. Es el programa, el *software*, en que se condensan operativamente todas las técnicas heredadas.

• • •

Es en relación con esta tensión de fondo, primero entre el arte y la industria, y luego entre entretenimiento e información compleja, que tiene sentido hablar de las formas contemporáneas de periodismo biográfico. Algunas de ellas, serían auténticos retornos a las narrativas literarias que han animado parte del periodismo escrito. Recuperan -por supuesto- utillajes y trucos de la novela moderna, la crónica y el reportaje de corte literario. Otras apelarían más bien a formatos y lenguajes del entretenimiento informativo de corte (auto)biográfico y confesional en sus formas audiovisuales más publicitadas: el talk show y la entrevista intimista, el *extreme close up*. Pero ya sea como retorno a las narrativas literarias e inmersión en el entretenimiento informativo de corte (auto)biográfico y confesional; ya sea enfatizando el punto de vista del testigo y los protagonistas de un conjunto de eventos (como en la crónica y ciertos tipos de reportaje) o promoviendo recuentos de la vida personal, estos biografismos favorecen el encuentro empático y emocional con los lectores, al reconocer implícita o explícitamente que están interesado en «escuchar y leer una vida». La sensibilidad biográfica, entonces, animaría las versiones más literarias o más neoconfesionales del periodismo biográfico contemporáneo a adelantar varios tipos de

exploraciones narrativas. De esta manera, narrar vidas es un modo de conquistar nichos diferenciados de lectores y mercados, en contraste con el canon clásico que aspiraba a conquistar «masas indiferenciadas de lectores», apelando al sobrio estilo informativo, la mecanización de los procedimientos narrativos de la noticia y la homogenización de los lenguajes y formatos.

2. SENSIBILIDAD BIOGRÁFICA Y PERIODISMO BIOGRÁFICO

Lipovetsky (1986) indica que frente a la crisis y disolución de las formas de organización rígidas, centradas, y tras la erosión de lo que llama patrones de «la socialización disciplinaria» -que trae aparejada el estallido, multiplicación y «diversificación incomparable de los modos de vida»- parecen desarrollarse en todas las escalas y esferas de la vida «procesos de personalización»¹³ que la re-definen y re-articulan apelando a patrones y criterios más humanos, orgánicos, flexible. Una segunda revolución individualista, la denomina Lipovetsky.

Esta revolución implica el ascenso del sujeto psicologizado (Lipovetsky), ego-centrado, narciso, que desborda los ámbitos convencionales de lo privado (las esferas de la vida doméstica) para desplegarse y tomarse casi todos los ambientes públicos, reconfigurándolos. La acción pública del sujeto psicologizado y narciso es evaluada y estimulada permanentemente.

Basta rastrear algunas ofertas en la programación de los medios de comunicación social para entender que progresivamente se han convertido en escenarios recurrentes de «representación» y «revelación» de este sujeto psicologizado, íntimo, sorprendido por los reporteros («policías disfrazados», según M. Kundera) o entusiasmado ante la posibilidad de «expresarse» y exhibirse en público. Un fenómeno que atraviesa desde los talk-show, la muerte en directo y los reality-show hasta las notas «humanas» de los telediarios, las entrevistas «en profundidad» con personajes públicos, las vistas cotidianas de los candidatos políticos, las revistas de farándula, los consultorios amorosos. La traza del sujeto íntimo se multiplica y gana espacio en los *media*. «Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo ni público, el emisor convertido en el principal receptor. De ahí esa plétora de espec-

táculos, exposiciones, entrevistas, propuestas totalmente insignificantes para cualquiera y que ni siquiera crean ambiente: hay otra cosa en juego, la posibilidad y el deseo de expresarse sea cual fuere la naturaleza del «mensaje», el derecho y el placer narcisista a expresarse para nada, para sí mismo, pero con un registrado amplificado por un «médium»¹⁴.

En nuestro país el fenómeno se manifiesta con diferencias notables de grado pues no se han extremado las fórmulas del espectáculo. Pero más allá de estas diferencias de matiz, la tendencia a re-valorar las perspectivas y tonos biográficos en la escena informativa se ha agudizado.

Con el término de sensibilidad biográfica se indican transformaciones en el sensorio, articuladas a cambios tecno-lógicos, socio-históricos, culturales, estéticos, que se revelan como apetencia por el discurso del yo. Esta transformación del sujeto urbano ligaría con aquello que según Bell (1977) es la manifestación extrema del principio moderno «de la autorrealización ilimitada, la demanda de auténtica experiencia y el subjetivismo de una sensibilidad hiperestimulada». Este sujeto psicologizado, hedonista, biográfico parece resistirse a la acción de formas de control/obediencia *mecánicas y explícitamente autoritarias*: su relación con los espacios, el trabajo¹⁵, los objetos de consumo, los bienes simbólicos, la participación política y la interacción con otros sujetos sociales parece menos mecánica y reglada¹⁶. No necesita, no quiere que «le enseñen», que «le informen», que «le ordenen», se resiste -aunque sea parcialmente- a una relación más o menos paternal, más o menos autoritaria: *requiere saber del otro manteniéndolo a distancia*, enterarse del otro manteniendo algunas fronteras, requiere escenarios de trabajo y formación educativa en que el «ambiente y la trama de relaciones sea apropiado, adecuado a su propia forma de vivir y ver la vida». Pero sobre todo, *necesita saber de «sí mismo»*. La sensibilidad biográfica ligaría con la necesidad de consumir y saber de la vida privada de «otros», pero sobre todo con la necesidad de leerse a «sí mismo» en las industrias periodísticas y en los mass media. Este «lector» que devora «puntos de vista y de vida» más que textos; que le interesa la textura de las experiencias personales en el espacio mediático; en fin, este lector parece resistirse a las formas clásicas de gestión de textos periodísticos informativos, caracterizadas por la neutralidad de estilo, alta densidad referencial, exclusión y supresión del informador-periodista, control de la adjetivación y de las tramas simbólicas, alta síntesis. El periodismo comienza a reorganizarse y adecuarse a este tipo de públicos lectores, que se han convertido -ya

no en consumidores de información- sino sujetos que consumen «vidas narradas». Y esta reorganización redefine necesariamente los modos de tratamiento y construcción de la información periodística de actualidad. «... la red de los *mass media* es tan tupida que, sin premeditarlo, logra que todos se interesen por los mismos temas en los mismos momentos y por desarrollar las mismas opiniones. El público los apoya, los escucha, los mira, los lee y sustenta su éxito. Los periodistas creen tratar los problemas que interesan a la opinión, y la opinión cree a los periodistas en tanto que no se vuelvan aburridos o pesados...*Y para no cansar es menester personalizar*. Entre los *media* y el público la comunicación reemplaza a la información»¹⁷. Si esto es cierto, si los ciudadanos están exigiendo miradas «testimoniales»/«biográficas» que trabajan el «punto de vista de alguien», estaríamos ad portas de una renovación dramática de los periodismos, pues esta vocación biográfica de las audiencias calza perfectamente con la nueva racionalidad administrativa y mercantil del periodismo como empresa cultural en que diferenciar públicos cada vez más precisos maximiza la rentabilidad. O en palabras de los Mattelart, se trata de masificar la producción a través de la «desmasificación generalizada» del consumo. En los tiempos de la eclosión de micromercados, la masificación sólo es posible en virtud de la diversificación/localización de los consumos, un rasgo fundamental de la actual producción industrial de bienes simbólicos y de comunicación¹⁸. El dispositivo biográfico permitiría que cada persona sienta como espacio mediático propio aquel en que se narran vidas, respecto a las cuales identificarse y diferenciarse.

Se abre entonces la amenaza de una cierta narcización del periodismo en virtud del centramiento y revaloración de los públicos, cada vez más exigentes, cada vez más deseosos de ver su propio rostro, su propio cuerpo, su historia personal en el texto mediático. Pero también, el fenómeno es una oportunidad para encuentros insospechados entre «puntos de vista» y agendas temáticas, narrativas y voces, que provienen de diversos sujetos, colectivos y movimientos sociales. En esas condiciones, los biografismos informativos pueden contribuir a la visibilización positiva de nuestra diversidad histórica, un requisito necesario, aunque insuficiente, para la radical democratización del país. Pero también pueden enlazar con una nueva escala de banalización de lo real y su densidad.

3. PERIODISMO BIOGRÁFICO EN COLOMBIA

El periodismo biográfico escrito, al menos en Colombia, consideraría una amplia diversidad de productos periodísticos susceptible, sin embargo, de cierta tipologización y clasificación. Los periodismos biográficos se distinguen de la biografía, la autobiografía y la novela biográfica porque recrean y narran apartes de vidas pasadas y presentes ateniéndose a las regulaciones del discurso periodístico, en tanto «discurso» informativo sobre la actualidad publicitada. No es la vida personal, sino la narración de vidas con el propósito de iluminar una porción de eventos de actualidad o, en el otro extremo, es la narración biográfica sobre personas que la actualidad mediática ha puesto en el centro de la escena¹⁹.

Para esta parte del estudio, he seleccionado notas de prensa nacional (El Espectador y El Tiempo) y regional (El País) publicadas a lo largo del 2000 y 2001. También he analizado documentos periodísticos en formato libro, publicados en la década del 90. Si me atengo a esta demarcación en el tiempo se debe a dos razones: en primer lugar, porque de acuerdo a la periodización sugerida, al final de los 80 y comienzos de los 90 la prensa nacional (revistas y periódicos) se ve forzada a ampliar o al menos estabilizar su mercado de lectores, pues el grueso de la inversión publicitaria en medios de comunicación de masas se empieza a desplazar hacia la televisión y la radio. Este viraje, este *retorno a los lectores* es un modo de estabilizar e incrementar los ingresos de la empresa periodística, y un modo de ofrecer consumidores adecuados a los anunciantes captando principalmente lectores en los estratos medios y altos de la población. La biografización del periodismo es una de las vías de recuperación del vínculo entre la prensa y la experiencia social y subjetiva de las capas medias urbanas en crisis. En segundo lugar, por razones prácticas me he concentrado en un número reducido de diarios y publicaciones de los últimos dos años porque el volumen de muestras de «periodismo biográfico» resulta enorme, y se trataba de hacerse a un corpus cuando menos clasificable.

Menos que un análisis, lo que propongo entonces es una clasificación de tipos de periodismo biográfico en Colombia, de acuerdo a la naturaleza de los textos, el talante de las estrategias discursivas y narrativas, las temáticas tratadas y las funciones de la información que, como he dicho antes, son la información misma. Para adelantar la clasificación operé a partir de una rejilla de registro y anotaciones en que consignaba

una descripción mínima del documento periodístico, las operaciones expresivas y narrativas básicas, indicios de firma, marca y prestigiamiento del periodista, y anotaciones complementarias²⁰. Los cinco tipos de periodismo biográfico que describo a continuación consideran varias modalidades, esto es, variaciones del tipo. Al final del informe enlisto los documentos periodísticos analizados, según tipos y modalidades de periodismo biográfico (Corpus de Trabajo). El lector podrá encontrar en las notas de pie de páginas extractos de algunos de los textos del corpus.

TIPO 1. HOMENAJE A LAS VIDAS MEMORABLES Y LA RECREACIÓN NOSTÁLGICA DEL PASADO

Esta clasificación considera las modalidades de periodismo biográfico en que el acento está puesto en la «narración biográfica» menos interesada en la actualidad, y más en el *para siempre, para la posteridad*. Se trata de narrar la vida para hacer de ella una pieza duradera de la memoria. Son monumentos biográficos que aspiran a conservar, como en museo, indicios de vidas «pasadas» o «en desaparición». Son una suerte de registro a favor de la memoria y la duración: a veces como perfiles y retratos, como narración de trayectorias profesionales, como testimonios y relatos de vida, como entrevista intimista y personales, como confesiones²¹.

1. Vidas ilustres, genealogías y tanatobiografía: lo que define esta modalidad de periodismo biográfico es, definitivamente, su aspiración explícita a «hacer memoria perdurable», construir «monumentos» y «anclas temporales». Son esfuerzos orientados a recrear una vida a partir del reconocimiento de sus orígenes (familiares, eventos infantiles, lugares significativos, hitos decisivos en la vida), sus trayectorias profesionales y públicas, y el testimonio-memoria de conocidos, familia, allegados, parientes, compañeros o del propio homenajeado. Entonces, el «homenaje» constituye el propósito central del documento, y el discurso-memoria es la forma de hacer «duradera» y «ejemplar» la vida narrada. Para ello es frecuente recurrir a marcadores de pasado y pátinas simbólicas: fotografías del álbum familiar, mención a la trayectoria profesional, fotos sepiadas, descripciones de escenarios y escenas del pasado, recuerdos y anécdotas, lo que permite acentuar el efecto de *larga duración*, de herencia histórica acumulada, de tiempos idos²². Este tipo de documentos periodísticos es activado por eventos específicos: la muerte del personaje o la desaparición/crisis

de la institución, un premio especial, una celebración aniversaria o un proyecto periodístico especial²³. Se ocupa particularmente de personajes e instituciones de prestigio público (figuras de medios de comunicación, personalidades políticas y funcionarios públicos de altas esferas, instituciones y figuras del campo cultural, religioso, artístico; viejas personalidades del espectáculo). En este discurso-homenaje no hay revelaciones que pongan en duda o vulneren el prestigio de la institución o persona, y a lo sumo las anécdotas sin mayor trascendencia moderan el tono marcadamente pomposo de este tipo de documentos. Las anécdotas son recursos narrativos destinados a destacar rasgos positivos en el carácter del personaje homenajeado, como la capacidad de trabajo, la firmeza de carácter, la solidez de sus convicciones y principios, la honestidad, el compromiso social, la calidez. Y a diferencia de las páginas sociales de los diarios, en que se interpela y compromete básicamente a los familiares y allegados del homenajeado o los participantes de la celebración, el discurso-homenaje de la tanatobiografía, la genealogía y el retrato ilustre, intenta construir y destacar «la relevancia» del sujeto en el terreno en que se desempeñó públicamente; celebra a la institución por sus contribuciones en el campo, y le hace un sitial a la familia homenajeada en relación con las élites de la vida social, económica, cultural y política²⁴. Es decir, se narra de modo tal que se afirme entre los lectores el aprecio, gratitud o admiración ritual al homenajeado, aunque les sea desconocido. Para decirlo de un modo directo, a diferencia de la siguiente modalidad, ésta celebra «el prestigio», es decir el reconocimiento selecto que le hacen a la persona o institución homenajeados, los especialistas del campo, del gremio, del grupo social al que pertenece. Pero también celebra el «carácter», esto es los rasgos sobresalientes y duraderos de la personalidad, contruidos a lo largo de la vida²⁵. En cambio, la siguiente modalidad destaca la fama y la «popularidad», es decir el reconocimiento y sitial del sujeto en la cultura de masas.

- 2. Retratos de personajes y glorias pasadas:** Esta modalidad del periodismo biográfico se ocupa, fundamentalmente, de los hombres y mujeres popularizados a través de espectáculos y ámbitos fuertemente mediatizados, en particular la música popular, los deportes y, por supuestos, los propios medios de comunicación. Con variaciones menores, se atiene al modelo más convencional de «biografía», aquel

que expone la vida como trayectoria parabólica (ascenso y caída), y retrata básicamente la infancia del personaje (con sus marcas y predestinaciones²⁶), las adversidades y luchas por sobresalir, la edad de oro y sus triunfos, y la declinación, con sus fracasos, ruina, vejez y muerte. En sentido estricto, esta modalidad de periodismo biográfico es un movimiento de reactualización del pasado frente a los riesgos de olvido provocados por el incesante flujo mediático, que rápidamente abandona a los que tuvieron su cuarto de hora ayer. Se destacan en estos relatos, en este homenaje a la fama perdida, los rasgos de su personalidad excepcional y la relación de triunfos. Y si la primera modalidad de periodismo biográfico pone el énfasis la «trayectoria en el campo» del homenajeado, en esta resultan menos relevantes los detalles específicos de su vida profesional, y más el anecdótico de su vida personal. Aquí las anécdotas no sirven para «hacer más cálido el retrato», sino para afirmar la personalidad -muchas veces rica en contradicciones y defectos- del personaje²⁷.

- 3. Relatos sobre los viejos oficios, lugares idos y viejos modos de vivir:** A veces soportada en la evocación, lo característico de esta modalidad de periodismo biográfico es el énfasis en el reconocimiento de saberes, oficios y prácticas en extinción. Estamos ante el periodismo que, narrando espacios y vidas, aspira a construir una suerte de «museo de la vida de antaño». No se trata, en sentido estricto, de larga memoria, sino más bien de aquello que sólo ayer hacía parte del entorno cotidiano de los sujetos de la evocación. Ni tan viejo como para ser historia lejana, ni tan reciente que no permita activar nostalgias²⁸. En general, las evocaciones giran en torno al mundo urbano y las rutinas cotidianas, los oficios, en las pequeñas poblaciones y ciudades de antaño. Son nuestros contemporáneos «cuadros de costumbres», pero ahora referidos a la escena urbana de la primera mitad del siglo XX. Inevitablemente se cruzan «descripciones de escenarios» con el anecdótico del vivir diario y las viejas formas del trabajo²⁹. Los viejos oficios o sus reactualizaciones también aparecen esta modalidad de periodismo biográfico³⁰. Hay por supuesto algunos activadores de estas piezas del «museo del pasado vivir»: los aniversarios de eventos históricos recientes, las obras o fenómenos que transforman el paisaje urbano, las celebraciones especiales, las campañas públicas gestionadas por instituciones y medios de comunicación.

4. Las conversaciones, apuntes y comentarios de la memoria: lo que caracteriza esta modalidad de periodismo biográfico son dos rasgos: en primer lugar, domina el relato la perspectiva y visión de los testigos, protagonistas o directos implicados en los eventos narrados y, en segundo lugar, se trata de la puesta en público de un tipo de discurso y saber -muchas veces controversial- que se ofrece como modo de comprender el presente o entender algunas claves del pasado reciente. Estamos ante un discurso que se presenta como la voz de la experiencia, el saber que venido del pasado puede ayudarnos a comprender la vida actual y, en particular, las crisis contemporáneas, la conflictividad nacional, las transformaciones ruinosas en los modos de vivir, el impacto de una determinada generación sobre la vida contemporánea, la naturaleza de eventos y hechos polémicos del pasado. Este discurso de un testigo o una figura clave implicada en sucesos del pasado, ofrece perspectivas y criterios para reinterpretarlos. También rinde lecciones para repensar la actualidad. Estamos ante una auténtica rendición de cuentas, ante auténticas batallas simbólicas y discursivas destinadas a fijar el sentido y valor de estos eventos y coyunturas en la historia reciente del país³¹; y ante esfuerzos por extraer lecciones para el futuro. Un periodismo de confesiones y aclaraciones históricas, de interpretaciones y valoraciones del pasado, y de lecciones y aprendizajes para el futuro³²: eso define a esta modalidad de periodismo biográfico.

TIPO 2. LA ACTUALIDAD BIOGRAFIADA

A diferencia de la clasificación anterior, en que lo biográfico simula duración, posteridad y memoria, en este tipo de periodismo biográfico se invierten los términos de la ecuación: el dispositivo biográfico está al servicio de la «humanización» de la agenda informativa de la actualidad, de la agenda noticiosa. Eventos y sucesos de la actualidad informativa reconstruidos desde el dispositivo narrativo (auto)biográfico³³ o apelando a la voz de un «personaje» en que cristaliza un relato «cálido» sobre actualidad informada. Esta lógica -biografización de la actualidad- también operará en el siguiente tipo de periodismo biográfico, pero se diferencia en un rasgo esencial: el énfasis en la voz de los protagonistas/antagonistas de los sucesos documentados. La biografización de la información de actualidad opera trabajando, centralmente, las perspectivas de quienes

están autorizados a hablar, a poner ejemplo, a explicar, por su condición privilegiada de agentes propiciatorios del fenómeno informado. Su protagonismo y su caso los autoriza a narrar, comentar, discutir y explicarse públicamente sobre los eventos informados³⁴.

1. La entrevista-conversación, la crónica y el retrato con el personaje de actualidad. Escrito para la actualidad y atado a los vaivenes del momento, este periodismo biográfico debe apelar intensivamente al testimonio recogido a través de la entrevista. La palabra hablada del informante (protagonista/antagonista) domina el texto, ya sea bajo un género dialógico-apelativo como la entrevista o en géneros expresivo-testimoniales como la crónica y el perfil o retrato. La puesta en escena fotográfica suele desempeñar un papel fundamental para afirmar la actualidad y primicia del relato. Si la fotografía en el primer tipo de periodismo biográfico opera como «pátina simbólica»; aquí desempeña la función de «actualización visiva», esto es, constituye la fotografía del «instante célebre» (cuando se trata de registros del momento de premiación) o del rito mediático (entrevista/conversación)³⁵ que hizo posible el documento periodístico. Este tipo de periodismo enfatiza en la experiencia emocional y subjetiva de los protagonistas, y el entorno cotidiano de sus vidas. El énfasis en la cotidianidad y la subjetividad³⁶ constituye el modo en que «se humaniza» la información de actualidad³⁷. Se apela a diferentes procedimientos de intensificación de los relatos: el debate, el suspenso³⁸, el drama³⁹. Esta modalidad de periodismo biográfico afirma el mito, el ídolo y el ícono mediático, proyectándolo en la pantalla y la escena informativa de modo tal que se destacan su estatura y relevancia en la iconografía global⁴⁰, y su origen nacional⁴¹, como ocurre con Shakira en el mercado de la música mundial, o Juan Pablo Montoya y el mundo del automovilismo planetario; o se presentan los rasgos de personalidad que los hacen singulares, especiales y únicos⁴²; se promueven su genialidad y brillo como artistas, científicos, escritores, creadores; o se presenta el tipo de proeza y heroísmo que implica la gesta del personaje, como en los expedicionarios colombianos al Everest o en las actuaciones destacadas de los deportistas y sus batallas contra la adversidad⁴³. Entonces, vale la pena destacar las características dominantes de esta modalidad de periodismo biográfico: su articulación fuerte con la actualidad informativa, el énfasis en la voz-testigo del protagonista/antagonista, y la destacada presencia de rasgos de

singularización biográfica que permiten recrear al personaje como ícono mediático, héroe, genio creador, destacado deportista, notable figura política.

- 2. Los biografismos como ilustración educativa de temáticas actuales.** Pequeñas crónicas biográficas, pequeños retratos, breves historias que se emplean con creciente frecuencia en el periodismo para hacer comprensibles ciertos fenómenos de actualidad que afectan, en principio, a una porción importante de los ciudadanos: esta modalidad de periodismo biográfico usa «casos modelo» para ilustrar informes analíticos sobre economía y finanzas, salud y ecología, educación y trabajo, y para favorecer un cierto vínculo empático con los lectores a través de esa biografía que se ofrece como espejo respecto a la cual contrastar y comparar la propia vida. La historia de la chica adolescente que derivó en bulimia o anorexia, la del empresario exitoso que quebró con la repentina revaluación del peso, la del joven que está a punto de morir porque nunca tuvo precauciones para evitar el contagio de HIV, son algunos ejemplos de cómo problemáticas sociales informadas en prensa se ponen en escena usando vías biográficas.

TIPO 3. LA BIOGRAFIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DESDE LAS EXPERIENCIAS LÍMITE: VÍCTIMAS, VIDAS EN RIESGO, VIDAS AL MARGEN, VIDAS EXÓTICAS

Una poderosa corriente del periodismo biográfico se ocupa de narrar la vida desde los límites extremos y extraños. La vida leída desde sus hendiduras, a veces las exóticas, en otras ocasiones las que procuran la barbarie y la guerra, más allá las de la pobreza y la discriminación social, y muchas veces las del anecdotario de la vida cotidiana. En todos los casos, se apela al testimonio, relato y la perspectiva de los testigos-víctimas en escena. Pueden distinguirse cuatro modalidades en este tipo de periodismo biográfico, teniendo en cuenta el sujeto recreado por la biografización de la información. En primer lugar, los ciudadanos víctimas, testigos y sobrevivientes de la violencia homicida. Se narra la violencia homicida que generan no sólo los actores armados del conflicto (militares, paramilitares y guerrillas) y las organizaciones criminales (sicariato, bandas y pandillas, grupos de atracadores, narcotraficantes), sino también los sujetos comunes, en las agresiones entre vecinos, en la violencia doméstica y familiar, en el acoso sexual, en

las violaciones, en el maltrato y abandono infantil. En segundo lugar, las víctimas de algunas «epidemias sociales», recreadas por el relato periodístico como desviaciones o alteraciones «no criminales» de la conducta social: adicciones -incluidos la drogadicción, el alcoholismo-; enfermedades de alta visibilidad mediática como el SIDA, cáncer, anorexia y bulimia, alzheimer, mal de parkinson, ceguera, sordera, disfunciones sexuales, esterilidad, mutilaciones y parálisis del cuerpo; los accidentes de tránsito y sus secuelas; y las dolencias psicosociales como la depresión, el estrés, la paranoia o las crisis emocionales de la adolescencia, la infancia o la vejez. En tercer lugar, las víctimas de la desigualdad y exclusión social: marginalidad económica y social, discriminación social a través del racismo, el sexismo, la homofobia; explotación del trabajo infantil; exclusión del sistema escolar y de salud por la ausencia de inversión pública, o el ‘abandono estatal’ de las zonas marginadas y pobres del país. Y en cuarto lugar, los exotismos de la vida cotidiana y el cotidiano de las vidas exóticas.

Las víctimas de la violencia homicida, las víctimas de patologías y enfermedades de alta visibilidad mediática, las víctimas de la desigualdad social, y las vidas curiosas o lo extraño en las vidas cotidianas, aparecen recreadas en este tipo de periodismo biográfico, que desempeña una función estratégica de «humanización» de la información periodística (información con sensibilidad social), propiciando una suerte de *empatía* terapéutica entre los lectores y los sujetos narrados y recreados por el periodismo biográfico. Este tipo de periodismo también favorece una suerte de «examen en detalle y en singular» de fenómenos sociales muy trabajados por los *media*; y permite «visibilizar» escenarios, grupos y fenómenos sociales no advertidos por las agendas informativas y públicas.

1. Víctimas de las guerras y las violencias homicidas. «Noticia de un secuestro⁴⁴», «Secuestrada⁴⁵» o la reciente serie periodística «Secuestro⁴⁶» constituyen algunos ejemplos de esta avanzada de «periodismo biográfico» y «autobiografías» sobre la actualidad informativa, que sitúa el punto de vista de las víctimas y su memoria de la experiencia brutal de la guerra como fórmula de abordaje y recreación narrativa⁴⁷. Es relevante notar cómo esta modalidad de periodismo ha desarrollado una técnica muy particular de instalación de agendas y temas sociales en la esfera de medios, apelando a la dramatización biográfica que ofrece una mirada capilar, casi

etnográfica, del fenómeno social tematizado. Aquí más que los «hechos», pesan la experiencia y las emociones sentidas por las víctimas y testigos, que son tratados como personajes centrales del relato y voces dominantes en el documento periodístico. El periodista se sitúa como narrador invisible o narrador menor, y está encargado de recoger y editar el testimonio, de trabajar el material trocándolo en narración novelada o en crónica, y sobre todo condensa en el documento «indicios» y «marcas» de la experiencia singular e irremplazable de la víctima⁴⁸, señales de aquello que sólo puede narrarse si se ha sentido «en carne viva». Este énfasis en el testimonio vivo de la víctima, en la dramatización del relato y en la puesta en escena de detalles y indicios singulares de la experiencia⁴⁹, contrasta significativamente con el tratamiento noticioso convencional, en que no hay personificación, los testimonios son limitados, los detalles singulares se parecen a los fríos procedimientos de registro judicial y técnico, y resulta muy poco relevante la experiencia de las víctimas. Esta modalidad de periodismo biográfico, que enfatiza la personificación, el testimonio y las marcas singulares de la experiencia, trabaja tanto la violencia guerrillera o paramilitar, como el drama de los desaparecidos o los desplazados; tanto las masacres y ataques militares, como los movimientos de protesta de pobladores y campesinos contra el despeje militar, el Plan Colombia o la fumigación de cultivos de coca y amapola; tanto el relato de miembros de ONG, organismos públicos no militares, intelectuales y activistas políticos comprometidos con proyectos de pacificación y salidas negociadas al conflicto armado colombiano como el testimonio de familiares de policías y militares secuestrados por la guerrilla. Registra a los mutilados de la guerra. Rehace el relato de las viudas y los huérfanos. La voz de los guerrilleros, militares y paramilitares arrepentidos.

El énfasis biográfico en el tratamiento de información relacionada con el conflicto armado marca una transformación significativa del periodismo colombiano, habituado a procesar partes de guerra y comunicados oficiales presentados por los organismos de seguridad y las fuerzas armadas. La ruptura con el canon informativo clásico apelando a la vía biográfica constituye una táctica muy rentable de reorganización del periodismo de guerra, pues al tiempo que «humaniza» la información noticiosa operando una suerte de dinámica

empática con los lectorados, permite romper o moderar el dominio que sobre este tipo de información ejercían las fuentes oficiales y militares⁵⁰, y le permite a los periodistas hacer incursiones tímidas o arriesgadas de narración literaria y experimental en donde construir «estilo propio», «sellos de autoría» y «marcas personales». En una palabra, hacerse a la «firma».

La dramatización biográfica de la información, esto es, la construcción de una cierta empatía con los lectorados a través de la recreación de la experiencia límite de los protagonistas, generalmente víctimas, constituye una tradición muy fuerte en el periodismo, en particular en la prensa sensacionalista y popular. Su emergencia en la gran prensa pareciera estar asociada al desarrollo de dos funciones estratégicas: a) la reconexión de la prensa con tradiciones narrativas y literarias (incluida la crónica) como fórmula de prestigiamento simbólico, remozamiento estético y recuperación del estilo en el periódico y el periodista (reprofesionalización del periodista); y b) reconfiguración de los vínculos humanos (humanización) de la información, que como advierte Halperín (1995), desempeñarían un papel crucial para entender la crisis de credibilidad de la información en prensa. La neutralidad informativa y la esterilidad del estilo noticioso se confunden, en el imaginario de los ciudadanos en crisis, con el cinismo y el discurso interesado de los que no quieren comprometerse ni correr riesgos. Los aguastibias. Habría que ver cuánto de este fenómeno (la pérdida de vínculos humanos, la des-humanización de la información) explica la crisis de confianza en la prensa entre los colombianos⁵¹, a la que consideran manipuladora y falseadora, cínica; mientras la televisión y la radio, más dramáticas, más espectaculares y más mercantilizadas, son consideradas -cosa paradójica- menos falseadoras de la realidad, más servicio público, más dispuestas a apoyar a los ciudadanos y a denunciar la corrupción de los poderosos⁵². De alguna manera, la gran prensa al enfatizar la dimensión biográfica de los dramas humanos y, en este caso, de las víctimas de la guerra, está jugándose por reconectar con los lectorados mediante un todavía tímido y disperso rito de duelo, en que hace pública su solidaridad con las víctimas de la guerra.

- 2. Las víctimas de la sociedad: vidas al margen y vidas en riesgo.** La dramatización biográfica en esta modalidad de periodismo biográfico, que se ocupa de recrear las vidas y puntos de vista de aquellos que

«sufren los males de la sociedad», es mucho más intensa y sistemática. Sin excepción lo que recrea este periodismo es la «larga duración del padecimiento y la postración», los esfuerzos por reponerse y vencer la adversidad, y la urgencia de obrar algún tipo de acción solidaria y colectiva respecto a las víctimas y la iniquidad. La construcción dramática de los personajes es crucial para animar el vínculo con el lector⁵³. También se destacan en esta modalidad la función de servicio público y la promoción de campañas de apoyo social que cumplen la prensa escrita y los medios de comunicación en general. Educación para la prevención y el diagnóstico, promoción de la solidaridad y la asociación colectiva, denuncia y conminación al Estado y a la sociedad para que corrijan el abuso o la arbitrariedad, se advierten a lo largo de este periodismo biográfico que, como los anteriores, nos sitúan más allá del canon informativo clásico. Ineficiencia estatal en la prestación de servicios públicos, crisis de la Justicia, incapacidad para administrar y ampliar los beneficios de la salud y la educación, crisis de los deudores hipotecarios, destrucción del patrimonio cultural y ambiental de una región. La agenda temática es amplia y los tratamientos informativos van desde el populismo mediático y lo que, en algún tiempo se denominó *pornomiseria*⁵⁴, hasta la promoción mediática de la solidaridad social a través de campañas y eventos.

- 3. Vidas extrañas y extrañamientos en la vida cotidiana.** Menos frecuente como modalidad de periodismo biográfico, el énfasis en lo exótico, en las anécdotas extrañas y en lo absurdo de la vida cotidiana, es otra de las formas en que la biografización de la información se recrea desde las hendiduras y experiencias límites. Se trata de notas e historias intrascendentes, ‘notas de color y de costumbres’ que entroncan con los cuadros de costumbres, los relatos de viajeros⁵⁵ y la observación apacible de la vida cotidiana en los viejos relatos periodísticos del siglo XIX y comienzos del XX. Excentricidades, exotismos, extrañamientos. En esta modalidad periodística, la narración conduce al lector como en una aventura de descubrimiento, sin más pretensiones que el brevísimo *impacto* de la anécdota y de lo curioso⁵⁶. La vía anecdótica también es empleada para trabajar temáticas más duras y trascendentales de la esfera del poder (como el proceso de paz⁵⁷ o la visita de un Jefe de Estado⁵⁸). No por ocuparse de temáticas y asuntos de bajo perfil, debe considerarse una forma menor del periodismo biográfico. Al contrario: desempeña papeles fundamentales en

recreación anecdótica y humanizada de las figuras de poder político, anima parte de las estrategias de publicitación social de candidatos a cargos públicos durante los procesos electorales, alimenta buena parte del periodismo de entretención que se funda en rumores, secretos y chismes del mundo del poder empresarial y político, y ha terminado por constituir secciones enteras de los diarios, revistas, noticieros de televisión y radio. Sobre este forma particular de periodismo biográfico que tematiza mediante la anécdota el mundo del poder, quisiera ocuparme en la siguiente clasificación. La diferencia específica entre este tipo de periodismo biográfico y el siguiente es justamente lo que tematizan: ya no el mundo menor y sus vidas, sino los escenarios del poder, sus rituales secretos o desconocidos, y la vida cotidiana de las personas de alta visibilidad mediática: criminales de alta figuración, políticos y empresarios, hombres y mujeres de gran prestigio en los espectáculos mediáticos y televisivos.

TIPO 4. VIDAS EXPUESTAS: ATISBOS A LO SECRETO, LO CLANDESTINO Y LO ÍNTIMO

En su formidable análisis del discurso informativo al final de la década del 70, Martín Barbero (1978) señala cómo son justamente el Estado y la familia las dos instancias reguladoras y censuradoras en las sociedades tradicionales, esas sociedades en que las fidelidades políticas y religiosas desempeñan un papel muy importante de control social. «En este tipo de sociedad el espacio real de la información es el que emerge entre las presiones del estado y la familia, doble censura de la información, doble limitación de la capacidad y la libertad de información: la institucional de “arriba” y la de la esfera de la “intimidad”. No se trata de la familia en cuanto célula de producción (...), sino de la familia en cuanto instancia moral, garantizadora del mantenimiento de unos valores espirituales, de la familia en cuanto espacio de ejercicio de la autoridad paterna» (Martín Barbero, 1978, pp. 169). Habría una tercera instancia de presión y regulación de los contenidos mediáticos: los grupos sociales de presión y opinión en que se encuentran organizaciones armadas estatales, paramilitares y subversivas, los gremios económicos y de la producción, las organizaciones religiosas, las organizaciones criminales de diferente índole (traficantes de armas y drogas, contrabandistas, delincuentes de cuello blanco) y los propios medios de comunicación. Justamente

estas esferas, la del poder político y el estado, la de los grupos legales e ilegales de presión y opinión, la de los poderes mediáticos y la de la familia, serán sistemáticamente expuestas y penetradas por este tipo de periodismo biográfico⁵⁹. Los círculos cerrados del poder político, el mundo clandestino de las organizaciones y grupos de presión (legales o ilegales), las rutinas de los medios de comunicación, y el ámbito cerrado de la vida familiar aparecerán expuestos apelando a este periodismo de anécdotas biográficas, de rumores y juegos de humor⁶⁰, de confesiones y comunicación de la vivencia y la palabra privadas (en los consultorios sentimentales, cartas personales y las conversaciones telefónicas -interceptadas o no), las declaraciones judiciales filtradas a los medios de comunicación, los secretos revelados en público, los talk shows y escándalos massmediados.

1. Los secretos del poder en clave de entretenimiento informativo.

La hipertrofia de las secciones de chismes y farándula en los noticieros de televisión, el desarrollo e institucionalización de secciones de rumores en los radionoticieros y la prensa, son quizás la forma más visible de *infoentretenimiento*. La retórica del rumor periodístico implica dos principios básicos: en primer lugar, el tono confidencialista del que *estuvo allí* y escuchó, vio o supo de los eventos narrados, pues tiene acceso privilegiado al círculo de poder y sus ritos; y en segundo lugar, el ocultamiento o anonimato del testigo-fuente que desaparece mediante una diversidad de operaciones de atribución⁶¹, y dispone información a nombre de la Sección, del diario o el medio de comunicación, asumiendo -en el caso del periodismo de entretenimiento biográfico- una responsabilidad moderada o débil sobre la información que hace pública. Estamos ante el «sin confirmar» como fórmula narrativa. Las secciones Teléfono Rosa (El Tiempo), Voces y Susurros (El País) y Alto Turmequé (El Espectador) se ocupan desde mediados de los 90 de informar acerca de los ritos, anécdotas, infidencias y extravagancias de aquellas personalidades de la vida pública con alta visibilidad mediática (políticos, miembros de la farándula, periodistas, presentadores de televisión, artistas, intelectuales de prestigio mediático, deportistas, altos funcionarios públicos, empresarios)⁶². Se trata de notas que no sólo descubren y exponen la vida privada de las figuras públicas, sino las operaciones ordinarias y rituales «no públicos» de los círculos cerrados del poder (las empresas, los medios de comunicación, las altas esferas del

Estado y sus funcionarios). En otras palabras, son la «noticia menor y anecdótica» que siendo irrelevante promete husmear en las zonas oscuras, intrascendentes y no conocidas del mundo mayor.

Lo relevante es que, tanto el lenguaje y tratamiento periodístico como el énfasis en la anécdota menor, corresponden punto por punto a técnicas y procedimientos narrativos conquistados y desarrollados por las revistas de farándula, ese periodismo sin prestigio que ha consolidado las fórmulas básicas del entretenimiento informativo de corte biográfico: textos breves y ricos en recursos fotográficos y gráficos, énfasis en los detalles íntimos y personales de los personajes retratados; testimonios sobre conversión, crisis y vivencias personales; exposición de opiniones y del ámbito de las emociones, acento en las anécdotas y situaciones curiosas, fugas y desconexión respecto a los procesos y acontecimientos más graves y trágicos de la vida nacional⁶³. Las fórmulas de la prensa de farándula están siendo utilizadas para *alivianar* la información de actualidad. De esta manera emerge un híbrido que mezcla el lenguaje de la prensa de farándula con las fórmulas de la noticia; la anécdota biográfica *en rosa* con la escritura sintética y fragmentada (comprimida y encapsulada); la titulación unidimensional del slogan publicitario con el sensacionalismo. Figuras del poder político y empresarios, líderes sindicales y funcionarios de las altas cortes de justicia, artistas e intelectuales, militares y guerrilleros aparecen recreados como «personajes de farándula», mediante este énfasis en la anécdota que, por un instante, suspende toda gravedad y trascendencia⁶⁴.

- 2. Los secretos de la vida familiar e íntima: terapias expuestas y entretenimientos biográficos.** La transformación del consultorio sentimental en esa exposición paroxística de lo íntimo y personal que es el talk show de la radio y televisión, o en la prensa y televisión faranduleras, no hace sino sumarse a esta creciente comunicabilidad y transparencia de lo que antes era opaco, reservado y secreto: la conflictividad familiar, lo inconfesable de la vida personal, el manto de silencio en torno a la vida íntima y de pareja. Los dramas de la vida familiar, de la vida doméstica, de la vida amorosa aparecen puestos en escena. Primero, en ese modelo tímido que fue el consultorio sentimental, a medio camino entre el espectáculo y las regulaciones que impone el código del secreto y el respeto por el paciente en el campo de la psicología y las ciencias médicas⁶⁵. Luego llegó la exposición

extrema del «yo» en el talk show. Y finalmente aparecieron las formas actuales de reality show «en diferido» o «en directo», que eliminan todo vestigio de mediación y regulación discursiva, pues clausuran la presencia del experto, el consejero, el conductor del programa, ese catalizador de la fuerza de las confesiones y de la dramática reactualización -en la escena mediática- de los conflictos acumulados en la vida privada. La última fase introduce a las audiencias en la conflictiva esfera de la vida familiar e íntima a través de la cámara espía, ya sea en el laboratorio montado para el espectáculo o al natural⁶⁶.

- 3. La exposición biográfica de los poderes y organizaciones en su vertiente criminal e ilegal.** Si el periodismo de denuncia es la forma elemental del periodismo de investigación, las biografías de criminales, corruptos y victimarios, es la forma elemental del periodismo de denuncia. Esta modalidad de periodismo biográfico accede al mundo secreto y cifrado de los poderes criminales mediante la inmersión en la vida de sus protagonistas. Las biografías criminales pueden operar tanto del lado de la constitución del mito e ídolo, como del lado de su destrucción y ruina. En Colombia algunas de las biografías de Carlos Lehder, Rodríguez Gacha y de Pablo Escobar parecen reeditar y sumarse a su manera a la saga de los bandoleros de la primera mitad del siglo XX⁶⁷, intentando redimirlos respecto a la imagen mediática y periodística que los presentó en lo que tenían de criminales demenciales, ambiciosos corruptores de la vida nacional. Pero también, otras biografías periodísticas intenta descubrir el poder criminal, exponiendo sus rutinas, procedimientos y mecanismos; revelando los rostros, circuitos y enlaces, y afirmando su enorme peligrosidad y violencia homicida y su bestialidad. Finalmente, se encuentran aquellas que exponen la historia personal de implicados en prácticas criminales e ilegales, no homicidas, asociadas a la ambición de poder y la corrupción.

La biografía periodística que reivindica al criminal, destacando rasgos y anécdotas que develan atributos *positivos* del personaje (generosidad, lealtad, ingenio, astucia, vigor); la biografía periodística que nos descubre los mecanismos del mal y enfatiza la dimensión criminal de sus agentes; y la biografía periodística que pone el énfasis en la capacidad corruptora del poder, ese que hace caer en la trampa y deshonor tanto a los que vienen de abajo como a los que vienen de arriba, implican una modalidad de periodismo que se afirma en

el anecdotario biográfico como fórmula narrativa y explicativa. La anécdota biográfica es un modo, siempre parcial, de revelar y exponer a los que derivan y reproducen su poder a través de mecanismos de ocultamiento y secreto, de códigos de acceso restringido y lealtades mafiosas, de vínculos y transacciones ilegales o turbias, de *torcidos* y pactos tácitos de colaboración mutua. La lógica secreta y subterránea que animaría a las organizaciones y carteles, criminales o no, a las logias, las roscas, las mafias, los gremios de la producción, los partidos y organizaciones políticas, los sindicatos, las ONG, las guerrillas, los paramilitares, los militares, los clubes, las iglesias y los medios de comunicación. Esta modalidad de periodismo biográfico permitiría advertir, aunque sea de manera fragmentada, un orden secreto que sólo se hace visible mediante la prolongada investigación periodística, la confesión pública de uno de sus miembros o el abordaje biográfico de algunas de sus figuras visibles. Pero el abordaje biográfico o la vía confesional pueden también afirmar el ocultamiento, como a través del efecto de cortina de humo⁶⁸. Al enfatizar las zonas más visibles del fenómeno informado y al biografar en exceso -pues siempre es más fácil poner en marcha la mecánica mediática e informativa ocupándose de una vida que del fenómeno social de fondo- se corre el riesgo de perder las líneas maestras y decisivas, aquellas que no se dejan aprehender si no a través de la investigación de larga duración y esfuerzos analíticos reposados. La vía biográfica, entonces, puede ser muy productiva para «hacer visible» el fenómeno, pero no es suficiente para su interpretación y comprensión general.

TIPO 5. LAS CELEBRACIONES PÚBLICAS Y RITOS DEL CICLO DE VIDA EN LAS PERSONAS E INSTITUCIONES

La divulgación pública a través de medios periodísticos de los ritos y momentos significativos del ciclo de vida de una persona o una institución, las conmemoraciones y los premios, la culminación de una carrera pública, constituye el corazón de este tipo de periodismo biográfico. Estamos ante un tipo de periodismo en que la familia, la empresa pública y privada, la organización social, las instituciones hacen visible su propia consagración a través de los media. Los aniversarios, las premiaciones, el final de un proceso significativo, los momentos inaugurales y nacimien-

tos, los decesos, son expuestos públicamente en la prensa. Y si excluimos las celebraciones rituales que hace la empresa radial o televisiva sobre su propio devenir, los impresos periódicos (diarios y revistas) constituyen el medio de comunicación en que aparecen con mayor frecuencia estos eventos. Amenazados de obsolescencia, los gestores de estas celebraciones parecen confiar en el papel periódico e impreso como garantía de memoria, pues la duración se hace frágil en las pantallas y en la radio. La prensa escrita pareciera materialmente más propicia para la conservación y el archivado que demandan estas publicaciones consagratorias. Y sólo es superada por el libro que resulta simbólicamente más adecuado para objetivar lo que toda celebración tiene de consagración y monumento contra la obsolescencia.

Pero también la prensa hace sus ritos de autoconsagración y memoria. Los aniversarios de la gran prensa a los cincuenta, veinticinco o cien años consideran una cantidad de operaciones que vale la pena enumerar: la publicación de archivos y del pasado informativo del diario, la puesta en escena editorial de sus viejas noticias, de los titulares de antaño, el anecdotario biográfico de quienes han desempeñado tareas diversas en el diario (desde los periodistas hasta los viejos fotógrafos y armadores), la crónica de los avatares y dificultades de la empresa, la infaltable revisión de la historia nacional e internacional que informó el medio, y la necesaria tanatobiografía, el perfil de los muertos ilustres, los periodistas y empresarios, que construyeron el medio. Pero no hay aniversario de la gran prensa que no haga previsiones sobre el futuro: abundan las alusiones sobre el porvenir, en que infaltablemente se destacan la puesta a punto de la infraestructura tecnológica del diario, la prédica laudatoria respecto a la inquebrantable voluntad del medio por continuar haciendo periodismo de la mejor calidad, y la invitación a construir un mejor país.

Y son las páginas sociales la otra modalidad frecuente de este periodismo de conmemoraciones. Incluyen, como se sabe, las celebraciones y ritos familiares de personas comunes, las ceremonias de instituciones educativas y religiosas, las fiestas de los clubes y las élites, el jet-set y la farándula, los homenajes a personalidades de la política, funcionarios públicos y la diplomacia. La página social narra el rito, pero da por descontado que los lectores reconocen las calidades de los que aparecen en la escena fotográfica. Las fotografías son la esencia de este periodismo biográfico: registran el gesto, el guiño, el encuentro entre iguales que son distintos al resto; y se convierten en piezas de archivo. Afirmación

de la distinción social, registro y pantallazo mediático para la posteridad: esa es la página social.

Finalmente, este periodismo biográfico de conmemoración, extrema su eficacia y vocación de archivista a través de los coleccionismos biográficos. Las colecciones fasciculares en *El Tiempo*, *El País* y *El Espectador* a propósito de final de siglo y de milenio, las series con los personajes más importantes de la década, la selección de los protagonistas del año, los personajes del milenio en la revista de noticias son algunos ejemplos. Pero estas minibiografías, estas microcrónicas, este periodismo de «tiempo de resumir», atado a las celebraciones del calendario, señala exactamente de qué tipo de memoria es capaz la prensa colombiana cuando emprende una tarea sistemática de recuento histórico: memoria encapsulada y a fragmentos, historia formateada y en *retrieve*, edición y montaje de archivos, enumeración más que recuento. Memoria-souvenir. Ese producto mestizo que junta la evanescencia de las noticias, la compulsión del turista por «tomarlo» todo y la urgencia del coleccionista por atesorar. De esta triple convergencia resulta el fascículo biográfico que celebra la historia mientras la tritura.

• • •

En definitiva, «lo biográfico» es un dispositivo de enorme flexibilidad, cuya rentabilidad comunicacional se encuentra igual del lado de la narración de «lo actual» como del lado «del pasado reactualizado». Obsolescencia y duración. Happening y monumento. Del lado de la memoria dos tipos de periodismo biográfico: el que hace homenaje a la vidas memorables y recrea nostálgicamente el pasado y el que publica las celebraciones y ritos del ciclo de vida en las personas e instituciones. Del lado del presente, el periodismo que enfatiza la actualidad biografiada. Del lado del porvenir y los intentos por saldar cuentas con el presente haciendo visible lo que se nos escapa y lo que se oculta, el periodismo biográfico que narra experiencias límite y el que se arriesga a exponer lo secreto, lo clandestino y lo íntimo.

El periodismo biográfico nos revela hasta qué punto estamos ante una auténtica des-realización del periodismo, esto es, la superación progresiva del canon clásico del periodismo informativo, el final de la confianza simple en las operaciones de constatación y registro de «acontecimientos» y «hechos». Pero también nos enseña cómo la industria del periodismo

se recicla y reorganiza propiciando las vías de contacto y enlace con los públicos lectores, ya sea recuperando fórmulas narrativas conquistadas por la literatura o reciclando tácticas de impacto y entretenimiento heredadas del sensacionalismo o de la neotelevisión, la televisión «real». Por supuesto, como he advertido antes, los riesgos de sacrificar -a través de los excesos biográficos- la comprensión de la totalidad social, de los factores de poder, de los procesos de dominación y de la complejidad social, se acentúan con este efecto de dispersión que explica en términos de personas y anécdotas lo que no puede entenderse si no se describen los campos sociales, sus juegos y dinámicas. Por lo pronto, las vías biográficas parecen rentables comunicacionalmente, capaces de producir diversidad de tipos y modalidades periodísticas, potentes para desarrollar nuevos pactos de lectura con los públicos de prensa. Y por eso la industria periodística ha invertido en ellas un importante caudal de fuerzas, capitales, recursos y periodistas. ¿Qué nos depara el porvenir? Probablemente más, aunque no necesariamente mejor, periodismo biográfico.

NOTAS

¹Mariano Cebrián (1992) distingue tres grandes tradiciones de géneros informativos. A) los géneros dialógico–apelativos, en que *lo real* es el intercambio y relación dialógica, el hecho informativo derivado de una situación de conversación, interlocución y debate entre personas, como en la entrevista, el debate, la polémica y la encuesta. B) Los géneros expresivo–testimoniales, en que *lo real* es la experiencia subjetiva del testigo y la expresión de la «situación anímica interpretativa y opinativa del que relata», como en la crónica, el comentario, la crítica. Y C) los géneros expositivo–referenciales, en que hay una reducción significativa de las perspectivas subjetivas y testimoniales para favorecer el recuento escueto de los eventos, la constatación de los hechos, como en la noticia, el informe periodístico, el documental, el reportaje. Otros autores han preferido sostener que el reportaje como tal es un género híbrido o un género que admite diversidad de sub–géneros. Es decir no es un género. La clasificación Cebrián es útil para superar dos tendencias a la hora de definir el reportaje: la que se limita a definirlo como el género de las libertades expresivas

y de la exhaustividad informativa (el género del *laissez faire* en el periodismo) o aquella que angustiada e impotentemente pretende prescribir un conjunto siempre insuficiente de reglas que lo definen. Sostengo que el género reportaje es un género híbrido y complejo que se elabora usando como punto de partida los géneros más representativos de la clasificación Cebrián, la entrevista, la crónica o la noticia/informe. Puede advertirse, además, que en tres tradiciones periodísticas (latinoamericana, hispánica y norteamericana) el reportaje ancla con cada uno de los tres tipos mencionados. En la tradición clásica norteamericana y hasta las décadas del 40/50 –previo a la emergencia del Nuevo Periodismo– reportaje estaba asociado a investigación periodística densa, registro de hechos y recuento noticioso más complejo y contextualizado. Es decir, el reportaje se desarrollaba en clave expositivo–referencial. En la tradición periodística hispánica, el reportaje ha designado una suerte de entrevista con agregados y detalles que complejizan la relación de preguntas y respuestas. Esto es, el reportaje se desarrolla en clave dialógico–apelativa. En la tradición latinoamericana, el reportaje se confunde con la crónica, porque la crónica –el recuento vívido y en clave testimonial de un hecho– es el género matriz. Es decir, el reportaje se desarrolla en clave expresivo–testimonial.

² La personalización se refiere a los procedimientos mediante los cuales el autor se pone en relación empática con el lector, lo anticipa, prevé reacciones, dialoga con él. Cassany (1993) manifiesta que cerca del 70% de las ideas de creación en un texto proceden de esta actividad dialógica con el lector supuesto. Las ideas del texto proceden de la negociación con el lector potencial. Escribir mirándose el ombligo no nos permite operar ajustes creativos a la escritura. Sólo nos permite la ilusión de la libertad moderna (*yo hago lo que quiero*) que, en más de una ocasión, reemplaza la experiencia comunicativa y creativa por el acto masturbatorio.

³ Hay industrialización de la prensa significa al menos seis tendencias: a) la autonomización industrial de la prensa, es decir la diversificación de fuentes de ingresos y la racionalización de estrategias de mercadeo y adquisición de pauta publicitaria; b) la tecnologización y automatización de los procesos de producción industrial (aumento de la productividad del periódico en número de ejemplares; y diversificación de la oferta de productos editoriales –revistas, facsímiles, folletos, números especiales); c) descentralización de la producción, de la impresión y distribución –publicación del diario desde diferentes ciudades; d) reorganización de los mercados mediáticos y de las relaciones entre medios (integración de monopolios verticales y horizontales, empresas multimediales); e) reorganización y readecuación de las políticas administrativas de la empresa (nuevos patrones de administración y gestión administrativa, descentralización de los procesos administrativos en unidades –departamentos– de producción relativamente independientes, aumento del peso y poder de figuras profesionales especializadas en mercadeo y diseño, especialización de los periodistas y aumento de periodistas freelances, reducción de periodistas de planta, fortalecimiento de equipos periodísticos); y f) aumento de la capacidad de la organización informativa periodística para administrar e incorporar las demandas del contexto,

las presiones de los grupos de poder y anticipar cierto tipo de demandas de los públicos lectores.

4. Benjamin (1932) advierte paradojas similares en las vanguardias artísticas de finales del XIX y principios del XX, que en cierto sentido formalizaban desafíos expresivos y estéticos que el cine —en tanto industria—, de hecho, ya estaba conquistando a espaldas suyas.

5. Puede notarse cómo el proyecto experimental del nuevo periodismo, diez o quince años después, habrá de ser sistemáticamente asimilado a la industria periodística global y al canon periodístico de nuevo cuño. Martín Alonso (1976) resume esta asimilación cuando, describe el reportaje— el género paradigmático del nuevo periodismo, en términos que le convienen a la industria periodística establecida: el reportaje «describe escenas», «indaga hechos», «pinta retratos», «descubre interioridades», «refleja emociones», desde una visión personal (el del autor-periodista). Todas operaciones funcionales que nutrirán la prensa que se gestiona en las revistas.

6. Tom Wolfe sabe advertir que el laboratorio en que el nuevo periodismo se desarrolló y consolidó, primero como experimento y luego como forma legitimada y funcionalizada de negocio periodístico, fue la revista. La revista que antes era un anexo menor del periódico, comienza a convertirse en un formato importante y autónomo, paradigma del periodismo escrito en general. De hecho, el término coloquial empleado hoy para aludir a la «modernización de un diario» es «arrevistarse», es decir, asimilar algo de la estructura fragmentada de la revista, que imita la estructura fractal de las pantallas de tv y computación.

7. El canon clásico del periodismo informativo sólo se defiende en los periódicos de las periferias y anclados al pasado industrial. Es comprensible también que sean esos mismos periódicos —como nuestros diarios colombianos— que ambiguamente defienden la necesidad de «hacer crónicas y reportajes», y sostienen la majestad artística del periodismo, los que rechacen tajantemente cualquier forma de experimentación. Lo que ocurre entonces es que este tipo de diario insiste en la centralidad de la ortodoxia informativa e industrial (la noticia, la información convencional), aunque admita ciertas licencias creativas.

8. Basta con leer Newsweek, por ejemplo, y se notará que las lógicas de la crónica y el reportaje han sido integrados al cuerpo del texto, del artículo analítico, que constituye el género por excelencia hoy.

9. Y El escándalo Watergate no hará más que consagrar este movimiento en favor de la investigación intensiva y la tematización extensiva de todo. Pero serán los 90, de la mano precisamente de un biógrafo (Adrian Havill), los que destrozaron el mito Woodward/Bernstein al revelar las falsificaciones en que incurrieron, la información tergiversada que introdujeron, las inexactitudes del libro *Todos los hombres del Presidente*, las «licencias poéticas» que ocultaban la falta de rigor (Reyes, 1996). Este acto de contricción respecto al mito, será clave para entender la moderación y sobriedad en el estilo, y el interés por extremar los controles en el periodismo de investigación actual. En cierto sentido, algo de remade del canon informativo habría en este remozado periodismo de investigación de los noventa, que teme asumir del todo la consecuente desrealización

del periodismo profundizada por los desarrollos internos de la práctica social misma.

^{10.} Tal como lo indica Mauro Wolf al señalar cómo los medios se han convertido en cajas de resonancia de los mismo medios, en medios permanentemente autorreferidos, en que la agenda informativa la definen los medios de mayor prestigio. Bourdieu (1997) desarrolla una descripción acuciosa y una lectura pesimista, de esta mecánica de autorreferencias mediáticas. Chomsky y Herman (1990) nos revela la mecánica piramidal que permite imponer agendas informativas desde los medios de mayor prestigio hacia los de menor prestigio.

^{11.} La combinación de unidades simples que producen «diversidad», es uno de los rasgos de la producción industrial contemporánea. Obsérvese, por ejemplo, cómo con un número limitados de comandos (entre dos y doce) en los controles del videojuego, se puede activar una gran cantidad de funciones. La recombinación de unidades simples que produce diversidad estética, también opera en el terreno de la moda, del diseño de interiores, en las técnicas de maquillaje o en la industria automotriz.

^{12.} Inaugurada en abril de 2000, la revista Gatopardo, una iniciativa empresarial que compromete a Publicaciones Semana de Colombia, BB&M de Panamá y Reader's Digest de México, se ofrece como una publicación mensual distribuida en América Latina, Estados Unidos y España, y dedicada a la divulgación de Reportajes y Crónicas.

^{13.} «El ideal moderno de subordinación de lo individual a las reglas racionales colectivas ha sido pulverizado, el proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, el de la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean por lo demás las nuevas formas de control y de homogeneización que se realizan simultáneamente» (Lipovetsky: 1986).

^{14.} Gilles Lipovetsky (opus cit).

^{15.} En «Historia de la vida privada» (Tomo 9), en el capítulo «Fronteras y Espacios de lo Privado», Antoine Prost explica cómo la relación de los jóvenes parisinos y el trabajo incorpora criterios de valoración más hedonistas: «Una encuesta de la SOFRES mostraba en 1975 que para ellos la primera cualidad del trabajo (73% de respuestas positivas) era que respondiese a sus gustos personales mientras que tenían mucho menos en cuenta que este trabajo estuviese bien considerado, que fuese útil a la sociedad, que se disfrutase en él de mayor independencia. Este deseo de lograr un desarrollo personal dentro del trabajo está en el origen de numerosas decepciones que engendran una enorme inestabilidad al comienzo de la vida profesional» (Prost:1990).

^{16.} Se sabe que las sociedades contemporáneas son mucho más complejas que nunca: de relativamente homogéneas y separadas (hombres/mujeres, etnias y grupos socioculturales separados, orientaciones sexuales estables (normadas), etc) hoy vivimos ciudades en que todo se encuentra y mezcla, nada es norma y normalidad, y el individuo debe ajustarse permanentemente a escenarios mutantes: relacionarse con niños, adultos, mujeres, viejos, negros, mestizos, mulatos, blancos, ricos, pobres, homosexuales, bisexuales, transexuales, heterosexuales,

liberales, conservadores, hombres de izquierda, de derecha, autoritarios, democratas... La vida diaria de un habitante urbano es más compleja en tanto se han disuelto los contornos seguros y estables, los límites, del pasado. Esta situación potencialmente es muy productiva, pero hay contratendencias que muestran que muchos están buscando las viejas seguridades del pasado, unas seguridades excluyentes, poco democráticas y separadoras.

Buena parte de los fundamentalismos contemporáneos, son esfuerzos por reeditar esos límites: límites y separaciones religiosas (los fundamentalismos religiosos modernos), separaciones nacionales y étnicas (los racismos y nacionalismos), sexuales (los ataques homofóbicos a homosexuales), separaciones clasistas (rearticulación de la ciudad: barrios de clase alta hiper-amurallados, vigilados y construidos como isla abastecidas (todo puede comprarse sin «salir a la ciudad»), etc. De este modo, para fortalecer la autonomía del sujeto pueden ser tan depredatorios y lesivos la comunicación mediática, la moda, las tecnologías y los mercados privados, como el autoritarismo del ghetto, del grupo (Touraine, 2000).

¹⁷. Antoine Prost en «Historia de la Vida Privada», tomo 9, capítulo 1 «Fronteras y espacios de lo privado». El subrayado es mío.

¹⁸. Pero como advierte Pérez Soto (1992) esto puede conducirnos a una nueva oleada de administración represiva de la diversidad/la diferencia, en la medida en que la diferencia se constituya en refugio/ghetto que impide reconocernos en lo que de otros nos constituye como sujetos colectivos: «El reconocimiento de la transindividualidad puede ser perfectamente paralelo a la posibilidad de su manipulación. El mercado que dice dirigirse a cada uno, el mercado que ha alcanzado el nivel de sofisticación tecnológica suficiente como para diversificar y tratar “personalmente” a los consumidores, ha adquirido paralelamente la capacidad de crear diversidades artificiales, de crear series de consumidores típicos en cada línea de producción que, al cruzarse al azar, pueden dar la impresión de una diversidad que respeta las diferencias individuales, cuando, en realidad, las ha prefigurado, previsto y manipulado desde el principio como perfiles de consumidores posibles» (pp. 19).

¹⁹. Ese rasgo es el que sitúa un libro como «Los años del tropel» (Alfredo Molano, 1991) del lado del periodismo y no de la sociología o la historia (como disciplinas). «Una vez terminado el trabajo en las zonas [para una investigación sobre la violencia como forma de participación del campesinado en los años cincuenta], comencé a tratar de escribir el informe final. Había mil temas y mil matices, había personajes maravillosos que se resistían a ser enclaustrados en el texto científico y aséptico del informe. (...) Una tarde me llamó Alejandro Reyes: se bombardeaba la región de El Pato en el Huila y los campesinos marchaban para denunciar los atropellos del ejército. Me interesó la situación y nos fuimos a verla. La gente había llegado y estaba concentrada en el estadio de Neiva. Hablamos con ella. Hablamos mucho con ella. Sin embargo, yo estaba descontento porque sabía que al final no sabría como manejar esas grabaciones. De golpe, el milagro se produjo: encontré la voz, el tono, el color, el lenguaje, en una mujer anciana llena de fuerza (...) Era Sofia Espinosa en cuya cabeza aparece el relato

de “Los bombardeos de El Pato”. Toda la experiencia, toda la historia, todas las denuncias de los demás entrevistados se condensaron en su mirada. Regresé a escribir directamente, como si ella me dictara. Salió de un sólo tirón. Quedamos sin aliento. Encontré el camino. Con esta seguridad me boté encima de las entrevistas del Valle y de Boyacá y reviví a los hombres y mujeres de carne y hueso que habían contado su historia (...) Hablaban apasionadamente, sin objetividad y así, chorriando “sangre y lodo” entraron en el texto. No se trataba de hacer la historia de la Violencia, sino de contar su versión» (pp. 9).

Nótese cómo hay un puente común entre el interés por «narrar vidas, opiniones y emociones» en el talk show (sin objetividad, chorreando sangre y barro) y esta otra literatura periodística en que el primer conmocionado es el narrador mismo. Las emociones del narrador son las del lector de capas medias urbano, de cara al drama de los otros. Este énfasis en las emociones es lo que hace de los periodismos biográficos una fuente de entretenimientos y terapias, y un rentable mecanismo de contacto de la industria periodística y las audiencias.

²⁰. La rejilla de anotaciones y tabulación de documentos periodísticos interesaba registrar qué caracteriza «lo biográfico» en las narrativas informativas periodísticas, cuáles las estrategias y operaciones que lo hacen posible, y para ello era necesario precisar qué marcas y operaciones son específicas de lo biográfico. Interesaba contrastar ‘lo biográfico’ de lo ‘no biográfico’ en las narrativas periodísticas, para entender cómo se singulariza y diferencia respecto al resto de la oferta mediática. También era importante consignar qué tipos de operaciones de entretenimiento aparecen en los documentos (melodramatización excesos fotográficos, titulaciones shock...). También se trataba de registrar en qué sentidos esas operaciones hablan a) del mundo social de los lectores –trabajan demandas de terapia, demandas de lectura y necesidades de consumo biográfico; b) del mundo del trabajo y campo profesional de los autores, de sus tácticas de diferenciación, de sus intentos por trascender como «periodistas-artistas», de las fórmulas para acrecentar su prestigio y visibilidad como periodistas (marcas autorales, interés por definir un estilo personal). Detectar si «lo biográfico aparece anclado a un autor o se trata de un texto anónimo. C) en qué sentido señala presencia de otros campos culturales (el periodismo legitimando sus operaciones de reorganización a partir de la apelación a otros campos; de qué manera los biografismos enlazan con la literatura, la sociología, la historia, la antropología, la filosofía); y d) en qué sentido trabaja claves orientadas a favorecer la memoria social. (Ver anexos).

²¹. Me arriesgo a afirmar que estamos ante un fenómeno clave: el periodismo es capaz de producir «añejamiento», crear «edad y pátina», y convertir *el pasado del tiempo* en signo estético, inducir auras. (Como en las ventas de antigüedades, que se encargan de *avejentarlas un poco más* para que el objeto gane precio). En general, es un signo de las industrias culturales contemporáneas, cada vez más competentes para «crear» tanto *pasado* como *futuro*. Como en *Sephia*, un estudio de arte y fotografía en Bogotá, que se encarga de *tomar fotografías antiguas*. «Con telones especiales, variedad de accesorios y elementos antiguos que desde hace 15 años colecciona Germán Salazar, uno de sus dueños y, por

supuesto, con una técnica muy especial en la que es muy importante el papel, el químico y el rollo, es posible hacer fotos con personajes que vivieron desde 1850 hasta hoy. Con la única diferencia de que el modelo podrá ser cualquier persona» (Revista Goce Demente, El Espectador, domingo 29 de abril de 2001).

22. «Ya casi van para dinastía. En orden sucesorial son los terceros, y ya tienen listo al cuarto. Han heredado no sólo la profesión de sus abuelos y padres, sino también sus nombres, lo que les exige un mayor compromiso con el camino que dejaron sus ancestros. Continuar con responsabilidad». Así reza el sumario de «Lo que se hereda no se... despilfarra», un documento periodístico en que se retrata la trayectoria profesional y familiar de Carlos Medellín Becerra (jurista) y Gustavo Matamoros Camacho (militar), dos figuras de prestigio público en Colombia, en que se destacan fotografías—retrato del padre y abuelo de Carlos Medellín. En «El simpático ‘Tocayo’ Ceballos», un perfil sobre el fundador del radioteatro, la fotografía sepia y el testimonio—memoria resultan claves: «Yo era uno de los que procuraba nunca perderme su humor fino y punzante’, recuerda Fernando González Pacheco del hombre que prácticamente fundó el radioteatro que por muchos años fue una de las distracciones preferidas del público». «Provenía del legendario general Obando, por quien profesaba un justificado culto. Ninguna figura de nuestro siglo XIX fue tan apasionadamente admirada y querida como Obando en su agitada y terrible existencia (...) y paradójicamente sus descendientes, con contadas excepciones, fueron todos conservadores. Una excepción fue Juan Jacobo Muñoz, hijo de un político radical, el senador Muñoz Obando, quien lo bautizó en memoria de Juan Jacobo Rousseau y fue la única voz en la Convención de 1933 contra la primera candidatura de Alfonso López Pumarejo, por considerarlo tibio frente a la tradición radical» (Perfil de Juan Jacobo Muñoz, Revista Semana, 23 de junio de 1997). O la fotografía a blanco y negro, de archivo (de El Espectador), con el joven Botero en su estudio y el pie de foto siguiente: «Fernando Botero en su estudio rodeado de sus instrumentos de trabajo», una foto en que se juntan el *hombre trabajando* con el retrato—modelo.

23. «Hace dos años salió la primera revista Jet–Set en Colombia. Desde entonces, gran parte de nuestra labor ha sido la de resaltar el lado amable de las noticias y señalar los aspectos positivos de los personajes que aparecen en nuestras páginas. Pero no por eso somos ajenos a las realidades del país. (...) Quisimos entonces, aprovechar esta ocasión de aniversario, para rescatar los viejos valores que nos inculcaban nuestros abuelos: el trabajo honesto, el valor de la palabra, la importancia de la familia y las tradiciones; y para hacer un homenaje precisamente a esos colombianos que a pesar de las dificultades han seguido adelante: hombres y mujeres que han sido los ejes del desarrollo del país. Hombres y mujeres que han cultivado nuestras tierras y han puesto a sonar nuestros productos a nivel internacional. Hombres y mujeres que han dedicado sus vidas a las letras y la cultura y que han educado a generaciones enteras. Hombres y mujeres que llegaron a un país a donde todo estaba por hacer, y lo hicieron, y lo han seguido haciendo a través del tiempo. En fin, familias que han hecho patria» («Grandes familia de Colombia, Introducción», Revista Jet–Set, Edición de Aniversario No 27, Septiembre de 2000).

24. «Juan Jacobo fue uno de los grandes médicos de su generación y su tempranamente estudioso lo mantenía siempre a la vanguardia de los últimos desarrollos de la profesión Sin embargo, su personalidad calurosa y su vocación hacen recordar la figura del médico como la institución que éste encarnaba en el pasado. A esta vocación se sumaba en Juan Jacobo Muñoz la del educador y la del servidor público, una combinación poco común en nuestro medio. Su versatilidad fue lo que le permitió un brillante desempeño al frente del Ministerio de Salud y del Ministerio de Educación» (Perfil de Juan Jacobo Muñoz, Revista Semana, 23 de junio de 1997). «Cuando a Rogelio Echavarría le anunciaron que se había ganado el Premio Nacional de Poesía que otorga cada cuatro años la Universidad de Antioquia, su felicidad fue grande. Después de 67 años de hacer versos era la primera vez que se ganaba un premio (...) Pero, si bien los 70 versos de Rogelio Echavarría son muy conocidos entre los seguidores de la poesía y uno que otro profano, el triunfo le ha sido esquivo. Solo en los últimos años viene saboreando las mieles (...) La vida de Echavarría estuvo controlada por dos ritmos contrarios: el vertiginoso del periodismo y el de la lentitud que se impuso para construir sus versos. Escribió su primer poema a los 12 años, aún cuando desde los seis años pergeñaba versos, Abel Naranjo Villegas se lo publicó en un periódico de Medellín de 1938» (Perfil/ Rogelio Echavarría se hizo poeta desde niño. Andanzas de ‘ El transeúnte’, El Tiempo, Sección Panorama, página 2–5, domingo 25 de marzo de 2001).

25. Pero, en ocasiones, narrar una vida es también intentar reivindicarle y prestigiarle, fijar un conjunto de sentidos favorables que maticen las opiniones, rumores y valoraciones críticas generalizadas. «He cometido el atrevimiento de aceptar el encargo de SEMANA de escribir una reflexión sobre el presidente Virgilio Barco. Y lo hago por una sola razón. A pesar de los significativos y valiosos esfuerzos de sus amigos por difundir su obra y defender su gestión, creo que el estilo personal, la visión política y el gobierno del presidente Virgilio Barco siguen aún siendo profundamente incomprensidos. Por eso quiero apelar a la excusa de haber sido testigo presencial y además barquista empedernido para contribuir en algo al juicio de la historia, cuyo veredicto está aún lejos pero que ya se intuye ampliamente favorable. No deja de sorprenderme que en su hora final los adjetivos más usados para describir la personalidad política y el estilo de gobierno de Virgilio Barco sean “*tímido*”, “*tecnócrata*”, “*frío*”, “*distante*”. Esa no es la perspectiva que poseen quienes a pesar de ser 20, 30 y 40 años más jóvenes que él decidieron acompañarlo entusiasmados en su empeño de transformar a Colombia. Voy a decir algo que para muchos puede ser una herejía. Barco era un hombre carismático. Quizás no para quienes creen que el carisma lo mide la favorabilidad de las encuestas. El carisma del presidente era el de las convicciones arraigadas (...) Su serenidad en público disimulaba bien el tamaño de su audacia (...) En cuatro años rompió con un siglo de inmovilismo constitucional. En cuatro años dismanteló cuatro décadas de Frente Nacional (...)» («Ensayo. Virgilio Barco». Por Gabriel Silva, Revista Semana No.786, 26 de mayo–2 de junio de 1997).

26. «Hernán Hoyos nació para la escritura en la Calle de la Escopeta, en el centro de Cali, en el ocaso del 20 de octubre de 1929. No jugaba fútbol pero se moría por las bolas. No soñaba con grandes cosas, sólo con escribir. Por eso, cuando el profesor de español dijo con *sobradez*: “Ninguno de ustedes es capaz de escribir un cuento”, Hernán, de 12 años de edad, levantó la mano, y, con tono retador, dijo: “Mañana sin falta se lo traigo, profe”. Imaginó la muerte de su madre Mariana y un velorio triste. Sorprendió a todos, como siete años más tarde cuando publicó por capítulos, en un periódico local *El regreso de la monja alférez*, la historia de una religiosa evadida que se alistó en el ejército español» («El inocente pornógrafo», *El Tiempo*, domingo 6 de agosto de 2000).

«Su amiga de infancia, Lucy Murgueitio de Montoya, también evoca cómo ella y sus hermanos jugaban a la misa con “Pedrito” y otros muchachos del barrio. “Siempre hacía de sacerdote y nosotros de feligreses”. Por eso, para ellos resultó de lo más normal que Pedrito se dedicara a la vida religiosa y que escalara las más altas posiciones dentro de la jerarquía eclesiástica» («El cartagüeño [Pedro Rubiano Sáenz] que se vestirá de púrpura», *El País*, domingo 28 de enero de 2001).

En el perfil sobre Fernando Botero, narra cómo el rector del liceo de jesuitas en Medellín, donde estudió el pintor, se molesta por un artículo redactado por el estudiante, en que enaltece el arte de Picasso y Braque. El rector lo conmina a retractarse, so pena de ser expulsado. Botero opta por retirarse del colegio. Esta es una operación clave de este tipo de biografismo, en que a través de la anécdota se construye narrativamente dos rasgos cruciales del personaje: el carácter y la predestinación.

27. «Pero en lo que no ha medido sus gastos es con las mujeres. Desde muy temprana edad Rodrigo Valdés descubrió que ellas se convertirían en su principal debilidad. A los 16 años se casó con su primera novia, Aída, con quien tuvo su primer hijo: Alfredo. Pero el matrimonio le duró poco y se acabó un par de años después y mucho antes de que llegara a ser un boxeador reconocido. Una vez que dejó la estricta disciplina del boxeo tuvo mayor libertad para ir a fiestas y conquistar a más de una cartagenera. Sus mejores atributos eran su fama de ex campeón mundial, su alegría y la manera entretenida como bailaba salsa. Sacó a relucir sus dotes de seductor y conquistó más de un amor en el *Corralito de Piedra*. El resultado de esa época de conquistador y que evoca con nostalgia son los 12 hijos que tiene hoy en Cartagena» («El mundo de *Rocky* Valdés», *La Revista de El Espectador* No. 18, domingo 19 de noviembre de 2000).

28. «Hace treinta y un años, cuando llegué a Cali, sentí que regresaba a un sitio donde nunca había estado antes. Después de casi nueve inviernos en “el Norte”, como dicen en Buenaventura, llegar a Cali fue recuperar parte del sentido que tuvo para mí Santiago de Cuba, mi tierra natal (...) Por aquel entonces Cali terminaba en la Plaza de Toros; las calles, aún las más céntricas, eran menos transitadas, y sólo en el norte de la ciudad existía un moderno centro comercial. Donde hoy está Unicentro, había enormes cañaduzales, en terrenos del Ingenio Meléndez. La Avenida Sexta era una especie de zona rosa, un sitio para transitar y encontrarse con otros jóvenes. San Fernando olía a jazmines. Era triste saber

que Siloé, tan lindo de noche encerraba tanta pobreza. Pero en barrios como La Base, Santa Elena, o el Jardín, la Navidad era una explosión de colores pintados en calles y andenes, de luces y de rumba, de bandejas de manjar blanco, buñuelos y desamargado. Todos los vecinos se conocían; todas las puertas estaban abiertas» (Cali, sí futuro, ¿por qué quedarse en Cali?. Testimonio de Gabriela Castellanos, *El Tiempo Cali*, domingo 10 de diciembre de 2000).

²⁹. «Si algo me ha hecho caer en cuenta de lo avanzado de mi edad, aparte de tantos factores que he afectan, son los relatos que se han ido recopilando recientemente sobre la Avenida Jiménez de Quesada. (...) Entre los que han llegado a mi conocimiento, ninguno había nacido cuando el río aún no había sido canalizado y la ropa blanca se lavaba en los solares de las casas ribereñas o próximas al río. Así era la casa de mi abuelo Michelsen, a la cual se tenía acceso por la calle 14, y luego de atravesar una serie de patios se llegaba a un espacioso jardín, ya totalmente abandonado para la época de mi infancia, pero en el cual se conservaban columpios y trapecios para los chicos, cerezos, duraznos, papayuelos sabaneros y un centenario nogal, a cual se nos tenía prohibido trepar. Al borde del río estaban colocadas las losas planas, con sus correspondientes cajas para el jabón de la tierra. En los días de sol, las muchachas del servicio azotaban con la ropa blanca las piedras, como si tuvieran la intención de romperlas a golpes (...) Años después, cuando hacía mis primeros pinitos de abogado, el río ya había sido aprisionado por un colector de ladrillo y subsistía el margen entre la estructura y la antigua orilla del río, que un tinterillo, cuyo nombre ya tengo olvidado, denunciaba como bien oculto (...) Por allá en los años 20, el río, que era apenas una quebrada durante la mayor parte del año, revestía a la ciudad de un aspecto provinciano, un paisaje de aldea, propio de algunos de los pueblos del altiplano cundiboyacense cruzados por un riachuelo. (...) Vecina de la casa, adonde había nacido mi madre y había vivido toda su vida de soltera, estaba la casa de doña Lola Jaramillo de Vega, abuela de nuestra actual Primera Dama, doña María Cristina Arango de Pastrana, hija del doctor Carlos Arango Vélez y de doña Maruja Vega de Arango. Las dos residencias colindaban y a través de los años se fue tejiendo una intimidad entre las dos familias que duró toda la vida, pese a las diferencias que fueron de público conocimiento: la competencia del doctor Arango Vélez por la candidatura de la Presidencia de la República frente a mi padre en 1942 y mis discrepancias con Misael y Andrés Pastrana nunca afectaron la vieja relación familiar» («Escrito de memoria. Recuerdos del viejo río San Francisco», Alfonso López Michelsen, *El Tiempo*, Sección Opinión, página 1–23, domingo 4 de marzo de 2001).

³⁰. «Una vieja marchanta, vendedora de velones en Monserrate, no deja de recordar la tradición. “Cuando era niña, uno salía a las procesiones y veía a ‘toito’ el mundo con matracas. Ahora eso ya no se usa. Uno sólo las ve en los pueblos y de pronto una que otra en la ciudad. Lo que pasa es que la gente ha perdido el fervor y la devoción”, dice. (...) Vidal Garzón es partícipe de esta idea [usar las matracas en los estadios de fútbol]. Elabora matracas hace tres años y es lo que más le gusta hacer. Al principio de su vida se dedicó a la vagancia, luego fue lustrabotas y por último vendedor de artículos religiosos en el 20 de Julio, lugar

de peregrinación en el sur de Bogotá (...) Hernando Guzmán es más viejo en el oficio. Hace 30 años se casó y empezó a hacerlas. Vive en Zipaquirá y elabora matracas rústicas de caña, que son las más comunes en los pueblos (...) Cuando arrancó no tenía plata y fue el mejor rebusque que encontró. Hoy hace tanta que no tiene tiempo ni para dormir. (...) “Se fabrican para ponerle zancadilla al centavo”, dice Luis Hurtado, conocido como ‘matraco’, quien desde este año se dedica al arte de hacer matracas, las mismas que por estos días sonarán y sonarán en la celebración de la Semana Mayor». («Por qué doblan las matracas», por Javier Riveros, *El Tiempo*, sábado 7 de abril de 2001).

^{31.} «Así pues, la noticia [la tragedia del Palacio de Justicia, 6 de noviembre de 1985] estremeció al país. Sólo que el estremecimiento no duró más de quince minutos. La noche de la tragedia, mientras en el 4 piso del Palacio ardían los cadáveres de los magistrados de la Corte y de los rehenes, la televisión transmitió un partido de fútbol entre Millonarios y el Unión Magdalena. Al día siguiente *El Espectador* lo destacó con un titular desplegado a lo ancho de la página: “Millos bautizó a Unión” (...) Pienso en un hombre que, en su habitación de la clínica donde se recuperaba de una dolencia gástrica, prendió el televisor a las 3 de la tarde del miércoles 6 de noviembre de 1985 y vio cómo un tanque disparaba contra el edificio de la Corte Suprema, cómo avanzaba bajo una cortina de fuego, cómo subía por las escalerillas que daban sobre la Plaza de Bolívar y, sin tener en cuenta para nada el letrado que presidía el frontispicio y que rezaba que las armas nos han dado la independencia pero que las leyes nos darán la libertad, se aproximaba a la maciza puerta de hierro y cobre y la derrumbaba. Entonces, tremendamente angustiado, sufrió un infarto que luego le repitió dos veces. De manera que, mientras sus compañeros de la Corte Suprema eran asesinados y destruidos por el odio, él moría también, asesinado y destruido por el odio. Se llamaba Dante Luis Fiorillo Porras, magistrado de la Sala Penal. Con él, no son once los magistrados muertos. Son doce. El hecho que no haya estado en el sitio preciso de la conflagración y los disparos, no le resta valor a su sacrificio. Los infartos que él sufrió se repitieron una y mil veces a lo largo y ancho de un país profundo y desolado, mientras que el otro país, el de la rumba, asistía a sus partidos de fútbol y coronaba a sus reinas de belleza. ¿Quién era Dante Fiorillo? Los datos que pude allegar de él fueron escuetos. Su biografía señala que nació en Barranquilla el 25 de agosto de 1924, de manera que en el momento de la tragedia era un hombre joven para morir: 61 años. Según parece, fue juez 7 Penal Municipal de su ciudad natal, juez 2 Superior y con juez y magistrado de la Sala Penal del Tribunal Superior del Atlántico, antes de ser nombrado, en 1980, magistrado de la Corte Suprema de Justicia (...)» («De Perfil. Tragedia del Palacio, Tragedia de la Justicia. La noticia», por Fernando Garavito, *Revista Código, Suplemento Jurídico de El Espectador*, 13 de febrero de 2001).

^{32.} «Con el historiador Jaime Jaramillo Uribe, *El Tiempo* inicia la serie ‘La voz de la experiencia’, en la cual personajes de la historia nacional, todos ellos mayores de 80 años, cuentan cómo ven el país y qué soluciones proponen» («Serie La Voz de la Experiencia», *El Tiempo*, 8 de abril de 2001).

³³. Puede afirmarse que un documento hace parte del «periodismo biográfico» si su puesta en circulación está asociada a la «actualidad informativa y periodística» y las agendas que forjan los medios periodísticos. Por ejemplo, «La verdad sobre las mentiras» (Santiago Medina, 1997), «Aquí estoy y aquí me quedo» (Ernesto Samper Pizano, 2000), en que se despliega el punto de vista de dos de los protagonistas del proceso 8000, y en que se narra trayectos, intimidaciones, anécdotas y detalles de los eventos que precedieron y sucedieron a este evento crítico en el gobierno de Samper, pueden considerarse parte de los «periodismos biográficos». No son en sentido estricto biografías, porque responden a las urgencias y condiciones que impone el sistema informativo periodístico, están hechas para afectar el curso de «la actualidad». Otro ejemplo similar puede encontrarse en el reciente «Palabras Pendientes», en que si bien consideran mucho de las «Memorias» tan caras a los estadistas y políticos, se configuran en el seno de una fuerte disposición para afectar el curso de la actualidad. A partir de la mecánica fundamental de la entrevista (conversación) con quien oficio de confesor y periodista, Enrique Santos Calderón, López Michelsen no sólo se refiere al pasado, sino que –sobre todo– expresa opiniones y planteamientos controvertidos que implican a figuras públicas del presente. (He preferido, sin embargo, clasificar este documento en el primer tipo de periodismo biográfico). Entonces, me interesa enfatizar el carácter periodístico –hecho para afectar la actualidad, realizado de acuerdo a las lógicas y agendas del sistema periodístico, trabajado según claves y procedimientos de los lenguajes periodísticos– de estas *biografías*.

³⁴. La siguiente modalidad de periodismo biográfico, en cambio, enfatiza el punto de vista de los testigos y víctimas sociales, recrea la perspectiva de hombres y mujeres pobres, sin el prestigio público que proporcionan el poder heredado, la adscripción a un campo de saberes profesionalizados o la popularidad mediática, y construye dramáticamente la escena informativa.

³⁵. Como cuando Juan Pablo Montoya (automovilista), Shakira (cantante) reciben sus premios respectivos (Grammy, 500 millas de Indianápolis); o cuando Mockus (alcalde de Bogotá) y Luis Eduardo Chaparro (el lustrabotas que ganó una curul en el Concejo de Bogotá en el 2000) sostienen una conversación. En ambos casos, la fotografía –generalmente de gran formato– desempeña la función de «prueba de actualidad» que semeja el «en vivo y en directo» de la pantalla televisiva. En particular, las de la conversación Mockus–Lucho incluyen una de gran formato en que los interlocutores aparecen sonriendo, y una secuencia de fotografía a dos columnas en que se fracciona a cada uno de los protagonistas (rostro, manos, pies), que constituyen auténticos retratos y biografías de sus cuerpos, de su condición social, sus orígenes, mediante este efecto de contraste a partir de las huellas del trajín callejero en Lucho (rostro, manos y ropa), y el cuerpo del tecnócrata, el ejecutivo y el intelectual en Mockus. En el caso de Montoya, hay énfasis en la reconstrucción de su trayectoria automovilística, testimonios de su propio desarrollo y presentación de las tensiones con Ralf Schumacher.

^{36.} « “Cuando entró el balón sentí una alegría inmensa, pensaba que la Selección necesitaba ese gol, porque había muchas dudas, porque había que arrancar el año ganando, porque en el primer tiempo estuvimos muy tensos y con muchos nervios. Sabíamos que teníamos que hacer un gol rápido, pues la gente se estaba desesperando”, contó. Veinte minutos después de su primer gol, el lateral izquierdo de Colombia, Gerardo Bedoya, fue derribado en el área. Penalti, sin duda alguna. “Yo lo quiero cobrar”, les dijo Ángel a sus compañeros. Él no era el primer candidato para patearlo. En las prácticas previas al partido no había entrenado los remates desde los 12 pasos. Sin embargo, nadie lo contradijo. En su cara se notaba el regreso de la seguridad perdida. (...) “Hace mucho tiempo no vivía una noche tan feliz”, dijo Ángel antes de empezar a volar» («Ángel y su noche feliz», *El Tiempo*, jueves 25 de marzo de 2001).

^{37.} «Había resultado acudir la noche de los Grammys en el Staples Center de los Ángeles con el convencimiento de que iba a perder. No quería entrar al auditorio inflada de esperanzas y salir de allí con una frustración en el pecho y una sonrisa forzada en los labios. Ya le había pasado hace un año, cuando era candidata para el Grammy en la categoría de rock alternativo. Iba confiada y ganó el grupo Maná. “Salí con las manos vacías y una desilusión espantosa”, asegura. Así que esta vez ella, Antonio y su familia, prefirieron imaginar que iba a perder y que se trataba, más bien, de pasar una velada relajada y divertida. Cero ilusiones, poca ansiedad. “Tratamos de mantener muy bajas las expectativas, para no repetir el síndrome del que sale de la fiesta sin piñata”. De modo que cuando anunciaron su nombre como vencedora en el terrible grupo que disputaba el Premio –Christina Aguilera, Alejandro Sanz, Luis Miguel y Oscar de la Hoya– la cogió la sorpresa sin discurso preparado. Fue un viaje súbito a la infancia. Frente al público que la aplaudía y a las cámaras de televisión, con un gramófono de oro en la mano y un micrófono al frente, Shakira había vuelto a ser una escolar (...)» («’Sé lo que esto significa para mi tierra’», por Daniel Samper, *El Tiempo*, viernes 23 de febrero de 2001).

^{38.} La entrevista Mockus–Lucho tiene una larga introducción tipo crónica de suspenso, indicando las dificultades y tropiezos que se presentaron para instalar esta entrevista titulada, a la manera de las veladas boxísticas, «Mockus y ‘Lucho’, el encuentro».

^{39.} Respecto a Montoya se construyen perfiles dramáticos de Ralf Schumacher, «El rival a vencer» y un recuadro en que se menciona «Lo que más le interesa a Schumacher es saborear el triunfo y estar por delante de Juan Pablo Montoya en esta temporada»; y de Jenson Button («un jovencito herido»): «Jenson Button tiene una espinita clavada en el corazón. La sintió en el momento justo en el que Frank Williams, propietario de la escudería británica, le anunció al mundo de la velocidad que uno de los jóvenes valores de la Fórmula Uno y el nuevo ídolo de los ingleses, sería reemplazado por el campeón de la Cart y de las 500 millas de Indianápolis, el colombiano Juan Pablo Montoya».

^{40.} «Montoya, a donde quiera que ha llegado, ha deslumbrado y demostrado por qué es considerado uno de los mejores. La fórmula Uno espera confirmar esa apreciación».

41. El periodismo biográfico probablemente ha sido clave en la construcción de ídolos nacionales contemporáneos (deportistas, figuras del espectáculo, periodísticas, políticos) y la construcción de una cierta comunidad y nación imaginada en torno a sus figuras célebres, estos próceres mediáticos, en un país que suele encontrarse en la pantalla.

42. «Sus batallas han sido muchas. Todas, según dice, por la lucha social. Es el sindicalista más respetado y odiado actualmente en el Valle. Fanático para unos, guerrillero según otros, tierno para su mamá y un hombre normal y sensible según él mismo. Nunca pensó ser sindicalista. Soñaba, de niño, con ser médico, pero su pobreza lo despertó temprano. Ya grande, se hizo abogado pero nunca ejerció. Pese a las amenazas recibidas, no retrocede. No piensa en el exilio aunque ha temido en sus manos los tiquetes aéreos. “Es mejor morir por algo que vivir por nada”, exclama. Y no está retando a nadie, “simplemente, de algo tenemos que morirnos”, dice sin ufanarse de valiente» («Los hilos del poder detrás de Emscali», por Yimy Melo García, *El Espectador*, miércoles 1 de marzo de 2000).

43. «Mientras Tiger Woods nació predestinado por su padre para convertirse en campeón mundial, el padre de Francisco Torres a duras penas podía vislumbrar el futuro inmediato de su hijo a través de los cañaduzales de Florida, Valle. Sin embargo, a fuerza de voluntad y de un blindaje mental que le ha permitido sobreponerse a los prejuicios racistas, Torres acaba de convertirse en uno de los mejores prospectos del golf colombiano. Con 65 kilos de peso y 1,82 metros de estatura, Torres reconoce estar apenas en un 70% de su capacidad física: “Necesito adquirir masa muscular, pues eso me va a ayudar a tirar la pelota más lejos y a soportar más tiempo en un campo de golf. Aún así, los golfistas veteranos reconocen que, a sus 25 años, este muchacho que empezó como cadi juega un golf “impresionante”» («El ‘Tiger’ colombiano», *El Espectador*, domingo 4 de marzo de 2001).

44. «Noticia de un secuestro», Gabriel García Márquez, Norma, Bogotá, 1996.

45. «Secuestrada», Leszli Kalli, Planeta, Bogotá, 2000.

46. «Secuestro/ En manos de Romaña», Serie (Secuestro: la única forma de sobrevivir es entenderlo; ¿Por qué me tocó a mí?, La Negociación y La Liberación), por Alvaro Sierra, Especial para *El Tiempo*, Sección Panorama, domingo 29 de abril de 2001, lunes 30 de abril, martes 1 de mayo y miércoles 2 de mayo.

47. «Entrevisté a cuantos protagonistas me fue posible, y en todos encontré la misma disposición generosa a perturbar la paz de su memoria y reabrir para mí las heridas que quizás querían olvidar., Su dolor, su paciencia y su rabia me dieron el coraje para persistir en esta tarea otoñal, la más difícil y triste de mi vida. Mi única frustración es saber que ninguno encontrará en el papel nada más que un reflejo mustio del horror que padecieron en la vida real» (García Márquez, 1996, pp. 7).

48. «Cuando vio a Romaña, estaba aterido de frío y embotado por una caminata hipnótica de jornadas de diez horas entre los pantanos y la lluvia a medida que subían al páramo. “Esa es la tercera fase, la etapa crítica. Lo que uno piensa,

sus deseos, su vida, se reducen a una sola cosa: descansar”. Los captores lo saben y lo usan sabiamente. En esa semana de marcha que demolió su frágil vigor urbano, le pusieron al lado un guerrillero conversador y buena gente que le ofrecía refresco, le decía que lo llevaban a soltarlo y, en tono de amigos, le preguntaba, dejándolo descansar y brindándole un cigarrillo: ¿Sí será verdad lo que dice el comandante que usted tiene mil vacas lecheras en su finca?”. Era tan campesino, tan falto de sutileza para sonsacarlo, que le decía que estaban en el Huila, cuando él sabía que no habían salido de Cundinamarca» (Serie Secuestro, por Alvaro Sierra, *El Tiempo*, domingo 29 de abril de 2001). «Las puertas estaban abiertas, el motor en marcha y el chofer inmóvil en su lugar. Beatriz se tendió como pudo en la parte posterior. El secuestrador la cubrió con su chamarra y se acomodó en el asiento con los pies apoyados encima de ella. Otros dos hombres subieron: uno junto al chofer y otro detrás. El chofer esperó hasta el golpe simultáneo de las puertas y arrancó a saltos hacia el norte por la avenida Circunvalar. Sólo entonces cayó Beatriz en la cuenta de que había olvidado la cartera en el asiento de su automóvil, pero era demasiado tarde. Más que el miedo y la incomodidad, lo que no podía soportar era el tufo amoniacal de la chamarra» (Noticia de un secuestro, Gabriel García Márquez, 1996, pp. 13). «Una joven adolescente secuestrada en el avión de Avianca, escribió todas las noches un diario sobre sus 373 días de cautiverio en poder del ELN. SEMANA publica los principales apartes (...) «Descansamos y nos bañamos, al rato empecé a sentir dolores muy fuertes, pues no había podido hacer del cuerpo. Creo que era por la misma presión, el estrés y la idea de ir por ahí en el monte. Era difícil; aún no lograba adaptarme. Hablé con Ana María y Gloria, porque eran mujeres y les tenía más confianza, y era la única que en dos semanas no había podido defecar. Ellas, las dos, estaban en las mismas. Después comenté con papá, a ver si nos podían dar algo. Entonces supimos que varios hombres tenían el mismo problema que nosotras. Le comunicamos el asunto al mando del grupo y nos dijo que no tenía nada para darnos, pero nos prometió que lo más pronto posible solucionaría el problema. Era tan pequeña aquella casa que la mitad de nosotros dormía en hamacas y los que tenían colchonetas dormían debajo de las hamacas» (Secuestrada, Leszli Kalli, 2000 y Revista Semana No. 944, 5–12 de junio de 2000). «“El miedo a la muerte me dio el valor para salir de la guerra”, cuenta Luz Celeste González, una niña venezolana, de 16 años, que en octubre del año pasado logró desertar del Bloque Anastasio Girardot de las Farc, tras militar seis años en sus filas. Detrás de su cara inocente y ojos brillantes se esconde una experta en explosivos (...) “Un día me mandaron a preparar una bomba para volar un puesto de policía, que explotó sin matar a nadie. Es no les gustó a mis jefes. Me llamaron al otro día siguiente y cuando expliqué que no había sido un error sino que yo no quería dañar a nadie se pusieron furiosos y me obligaron a repetir la operación”, cuenta. Con la nueva bomba murieron cinco personas, entre ellos un niño. “Eso me dolió. Me dije no más y me fui”, cuenta la joven que ahora vive en Caracas, bajo un programa de protección de identidad y con el apoyo de la Defensoría del Pueblo venezolana» («Una Guerra sin límites»,

por María Cristancho, *El Tiempo*, 4 de marzo de 2001).

^{49.} Facsímiles de cartas, piezas y objetos de la experiencia, fotografías del álbum familiar, diario personal, descripciones minuciosas del terreno y las circunstancias de la experiencia, fotografías de la víctima en el lugar de los hechos, hacen parte de los procedimientos de singularización biográfica de este tipo de documentos periodísticos. La fotografía del cardiólogo José Alberto Negrete (vestido de corbata) en que, a su vez, observa una fotografía en que aparece al lado de sus hijos y esposa recién liberado. El facsímil con el diario de Leszli Kalli, su letra y sus dibujos; el bastón en que marcaba cada uno de los días del cautiverio; el énfasis en los detalles y testimonios proporcionados por las víctimas. El croquis y planos del lugar en que se realizó el operativo de secuestro del industrial Chikao Muramatsu.

^{50.} Pero por supuesto, este exceso biográfico también puede contribuir a hacer del periodismo de guerra, un periodismo de anécdotas, en que –como afirma Germán Rey en una de su columna Defensor del Lector del domingo 3 de septiembre de 2000 y titulada *Diario de Guerra*– se hace énfasis «en la coyuntura más que en los procesos» y se fragmentan los abordajes de la guerra y de la paz. También destaca cómo serían las organizaciones no gubernamentales, «por encima de las fuentes guerreras», las que más abundarían en el estudio y rastreo que sobre el cubrimiento del conflicto, realizó el columnista durante el mes de agosto de 2000.

^{51.} Según lo destaca un reciente estudio de la Revista *Credencial* (junio de 2001).

^{52.} Un estudio sobre Consumo Cultural realizado por Instituto Distrital de Cultura y Turismo, en Bogotá, detecta los siguientes niveles de credibilidad por medios: 40% Televisión, 31% Radio, 17% Periódico, 3% Revista y 9% Ninguno. Aunque podría asimilarse credibilidad con penetración (se cree en el medio que se usa) o dicho de otro modo, el consumo efectivo funda la credibilidad, es también necesario considerar cómo televisión y radio, los medios más dramatizados y espectaculares –esto es– que alimenta una suerte de empatía mediática más fuerte, son también los más creíbles. Las cifras de penetración de audiencias por medios indican los siguientes porcentajes según Ibope Colombia, EGM: Televisión un poco más del 80%, Radio 80%, Revistas, un poco menos del 35%, prensa un poco más del 20% y Cine un poco más del 80%. En ese mismo orden se distribuyen las cifras de audiencias por medio: casi 9 millones de usuarios de tv y radio, casi 4 millones de lectores de revistas, 2.5 millones de lectores de prensa y 1.5 millón de asistentes a cine, en 1999. En el 2000, el 88% de la población encuestada consume televisión; el 78% radio; casi el 22% prensa y el 33% revistas (*Publicidad y Mercadeo, Suplemento Especial-Cifras 2000*, abril de 2001).

^{53.} «La sindicada del crimen, Leticia López, nació en un hogar humilde el 31 de octubre de 12953. Sus padres eran una ama de casa y un obrero de la construcción. Buena parte de su infancia y de su juventud transcurrieron en las calles del barrio Quinta Bösh, de Cúcuta. En 1971, Leticia trabajaba

en la papelería La Luz, la principal de Cúcuta. Allí conoció a las Adoratrices venezolanas con las que trabó amistad. (...) Con el pesar de sus padres y sus 13 hermanos, viaja en 1973 a San Cristóbal (Venezuela) y se vincula a la comunidad de las Adoratrices; mes y medio después pasa a la Casa Provincial, en Caracas. (...) A su regreso de Roma, en diciembre de 1982, se encuentra con la muerte trágica de su hermano Enrique. El 25 de marzo de 1983 recibe el anillo de profesión perpetua que simboliza el matrimonio con Dios. Cinco años después, en 1988, una hermana suya embarazada muere en accidente aéreo. Golpeada por la tragedia, la congregación decide enviar a Leticia de nuevo a Roma» («Soy un chivo expiatorio: sor Leticia», por Francisco Quintero, *El Tiempo*, domingo 25 de marzo de 2001). «Fue un amargo descubrimiento. Francisco Barrantes y William Condorí se dieron cuenta de que los milagros medicinales del mate (té) de hoja de coca no servían para curar el abandono histórico y los dolores del espíritu. El impacto fue más fuerte para Francisco. En sus primeros años de infancia su madre le había quitado decenas de calambres en el estómago y de malestares de cabeza a punta de bebidas humeantes de coca. Nunca fallaban. Pero, en el Perú de la década del 80, Francisco entró a la adolescencia con un fusil en la mano, con el rostro endurecido de ver a los muertos de la guerra con el Sendero Luminoso y con una sensación de desasosiego que no se calmaba con ninguna poción preparada con la hoja. Mientras en Huanta–Ayacucho, la tierra natal de Francisco, el huracán de la guerra hacía estragos, a cientos de kilómetros de allí, en unas extenuadas minas de estaño de Bolivia, los miembros de la familia de William Condorí iniciaban su travesía hacia el incierto sueño de convertirse en agricultores. Dejaron atrás los socavones y se asentaron en la región de Chaparé dispuestos a sembrar frutas y legumbres, pero tuvieron que dedicarse al cultivo de coca, lo único que dejaba ganancias. Luego, llegaron los planes de erradicación, los calificativos de ‘ hoja maldita ’ para la planta que les heredaron sus ancestros y las promesas de una nueva vida que desconocía su cultura» («El otro reino de la coca», por Andrés Mompotes, *El Tiempo*, domingo 6 de mayo de 2001). «Una cacerola de huevos fritos, rociada con cianuro, fue el último método al cual recurrió una jovencita de 13 años del suroriente de Bogotá para eliminar a su mamá. “La chinita parecía un angelito: menudita, blanca, bonita, de cabello castaño, liso y largo”, dice un funcionario del juzgado séptimo de menores. La niña, aunque intentó suicidarse en dos ocasiones, nunca se arrepintió,. Incluso, contó que había intentado matarla antes mezclando los remedios que su progenitora utilizaba para una afección del corazón. “Pertenecía a una secta satánica y le daba gracias a Satanás por haberle dado valor para matar a su mamá”, relata el funcionario. (...) A veces, Mayerli cuenta los detalles de su vida entre risas. Incluso pasajes tan escabrosos como el día que un compañero de su parche mató a puñaladas al conductor de un bus. “ Eso le pasó por lámpara (por resistirse)”, dice. Atracaban hasta tres buses cada día. “ Yo me hacía, diarios, por ahí 150 (150 mil pesos) y me los gastaba en vicio, en trago... al otro día amanecíamos sin para un cigarrillo y a robar otra vez”. Como casi todas las menores que llegan al Hogar Femenino Luis Amigó, Mayerli

proviene de un hogar pobre, con graves problemas de violencia intrafamiliar. Mayerli es una de las siete jovencitas que integran el ‘parche’ de su barrio, del que también forman parte unos 30 muchachos. “En la calle apenas hay como cinco, los demás están en la cárcel o los mataron”, cuenta («Cuando las mujeres delinquen. Seguridad/Se incrementa participación de jovencitas», por José Navia, Editor de Reportajes, El Tiempo, domingo 25 de marzo de 2001). «Cuando habla, asoma la sonrisa perfecta y coqueta. Su voz suena dulce, con acento paisa, pero contrasta con la rudeza con la que a veces se expresa. Sabe que su belleza fascina en el bajo mundo, y que luce hermosa aún sin maquillaje, a pesar de la azarosa vida que llevó desde los 13 años. Fue prostituta, consumidora de drogas, amante y acompañante de tenebrosas bandas sicariales de Medellín. Se siente transformada, después de conocer la Fundación Nueva Vida que le enseñó la espiritualidad y el afecto desinteresado. Ella aceptó contar su historia, porque quiere mostrar su ejemplo de superación. Este es su testimonio» (« ‘Me gustaban los duros’», por Lucevin Gómez, El Tiempo, domingo 11 de junio de 2000).

^{54.} Que alude a la explotación mercantil de los dramas y tragedias derivadas de la pobreza y la iniquidad social. En Colombia, el asesinado Jorge Enrique Pulido desarrolló una modalidad de programas periodísticos de denuncia que algunos colegas y críticos de la televisión llamaron «pornomiseria», una suerte de táctica neopopulista para elevar el rating de audiencia y conquistar cierto prestigio político. Críticas similares se ventilaron contra Juan Guillermo Ríos cuando dirigía el Noticiero de las Siete (1 de enero de 1984 y diciembre de 1985). Sin embargo, es relevante advertir cómo este tipo de programas permitió una «visibilidad mediática de los más pobres y sus dramas» sin antecedentes en la gran prensa y en las pantallas de televisión. Hasta ese momento la visibilización mediática de los más pobres estuvo asociada a su ridiculización cómica, como en ciertos programas humorísticos y de chistes regionales (Sábados Felices), a la criminalización en la prensa popular y en los noticieros, bajo la crónica roja y judicial; a la dramatización televisiva melodramática (telenovelas y seriales), y más recientemente al realismo televisivo de las series de televisión inauguradas por Carlos Duplat y Pepe Sánchez al finalizar los 80 y comienzos de los 90.

^{55.} Es importante considerar dentro de este tipo de periodismo, los relatos de viaje y viajeros, como los que se advierten en las Secciones de Turismo y Viajes de los grandes diarios, o en las crónicas de prestigiosos periodistas colombianos (García Márquez, Antonio Caballero, Alfredo Molano, para mencionar algunos). El anecdotario de viajes ha resultado fundamental en la constitución del periodismo moderno desde sus orígenes, hasta convertirse actualmente en poderoso campo de la información–entretenimiento televisivo (como en los canales Discovery Channel, Travel Channel, People and Art), en las viejas y actuales iniciativas de la televisión nacional como El Mundo al Vuelo (Héctor Mora), El Viajero (programadora CMI) y Travesías (Alfredo Molano); y en las revistas especializadas de turismo y viajes.

56. «Se comportó como la mejor de las suegras. Marisol Beltrán alistó la sala de su casa situada en el barrio Puente Aranda en el suroccidente de Bogotá, para recibir a los futuros yernos. Serían los esposos de sus dos mascotas Krista y Katrina, de raza schnauzer con tres años y medio. A los pretendientes no los conocía, pero tenían el mismo color plata y la edad de sus animales. Marisol se había asegurado que así fueran, a través de una agencia matrimonial para perros. Para la inusual boda, Marisol pagó en una sala de belleza canina 50 mil pesos por el baño, la peluqueada y perfumada de las novias. Los novios también fueron alistados de igual forma, por los dueños de la agencia casamentera» ('Guauuuuuu, acepto', por Lucevín Gómez E, El Tiempo, domingo 4 de junio de 2000). «La historia comenzó hace 30 años, en una polvorienta calle de Maicao, un pueblo que emergía en el desierto guajiro entre las tiendas de libaneses y las rancherías wayúu. En este caluroso paraje un hippie canadiense que iba para Caracas en un viaje aventurero se quedó sin dinero. La preocupación del extranjero conmovió a un niño, cuyo nombre hoy nadie sabe. El pequeño se acercó al caminante y sin decirle mayor cosa le regaló cuatro monedas de centavos que era todo lo que tenía en sus bolsillos. Y se fue. Este fin de semana, el hippie de 1971 regresó a Maicao. Llegó cambiado, sin cabello largo y convertido en el banquero Gary Alan Price. Maicao, en cambio, poco ha cambiado y es el mismo pueblo polvoriento de libaneses y wayúus. Price nunca pudo olvidar la generosidad de aquel niño colombiano. Por eso, en recuerdo de ese día decidió regalarle a los chicos de Maicao un hermoso parque que se inauguró rodándose por el tobogán. Estaba emocionado. (...) “Le doy gracias porque ya no tengo que ir a El Tucán para jugar; ahora puedo venir acá, que me queda más cerquita de mi casa”, dijo Emiro Leyva, 9 años, uno de los pequeños que vive al lado del parque inaugurado. Su mamá, Cristina Usler, dice: “así los puedo chequear a toditos y estar pendiente de repartir a los vecinos las latas de agua de la alberca comunitaria”. Ella administra un depósito en donde les regalan agua a los más pobres» («Canadiense dona parque por cuatro centavitos», por Ginna Zárate, El Tiempo, 15 de marzo de 2001). «Hace 12 años María Luisa Castellanos recogió de la calle una semilla de mamón, esa pequeña fruta que tiene una almendra por dentro del amañó de una mara, y se propuso organizar dentro de la corteza un pesebre en miniatura. Cuando finalizó su labor, no sólo atrajo la mirada de su familia sino, además, su hermana Hilda le propuso elaborar más pesebres en miniatura para comercializarlos. Corría el año de 1988, y para esa época tanto a María Luisa como a Hilda ya les atraía el mundo de las artesanías, habían hecho cursos en el Sena, por lo que no fue difícil iniciar una labor que ya les apasionaba (...) Hacer un pesebre en miniatura le puede llevar a Olga y su hermana tres días, lo que dura el procedimiento hasta cuando se pegan las imágenes del Niño Dios, María y José, pues cada uno de los pesebres, según Alberto Blanco, esposo de Olga, necesita, aparte del proceso inicial, la elaboración de las figuras, el maquillaje con óleo o tinta, el secado y, finalmente, el brillo » («Jesús, María y José son miniaturas», por Julio César Niño, El Espectador, domingo 5 de noviembre de 2000).

^{57.} «Mientras le daba forma al corral para un cerdo silvestre, Urbano Saitsema reventaba cabeza sobre lo que debía ser el plato fuerte hoy para los encargados de reanudar oficialmente en Los Pozos el proceso de paz. En un arranque dejó el zinc que ajustaba a un estacón de madera, y buscó, en el cuarto de tablas que le alquila una familia del caserío, el recetario que le ha dado la vida. “Pescado en orli, Eso va a ser. Es bagre partido en tiras y apanado con soda, huevo y harina”, explicó el hombre de apariencia campesina y lenguaje de chef europeo, luego de regresar el solar donde armaba el corral y ojear un cuaderno argollado lleno de recetas escritas con su letra (...) Trabajaba como cocinero del restaurante más grande de Los Pozos, pero se fue metiendo de a poco en la sede de los diálogos, hasta que las Farc le entregaron la responsabilidad de los almuerzos de días especiales como hoy (...) El que de todas maneras esperaba ayer mismo a alguno de los jefes de las Farc, era el chef de los almuerzos decisivos. Quería saber si la situación pintaba para “un pescado enorme o un perrito al horno” » («El ‘chef’ de Los Pozos», por Marisol Gómez Giraldo, *El Tiempo*, miércoles 14 de febrero de 2001).

^{58.} Como en la breve nota que *El Tiempo* publicó sobre el embolador que brilló las botas de Vicente Fox (presidente de México) durante su paso por Bogotá.

^{59.} Y recuérdese que es en la capacidad de «exponer» donde reside el poder real de los medios de comunicación. Kundera en *La Inmortalidad*, en el apartado sobre la imagología, y Bourdieu en su estudio sobre la televisión lo destacan claramente. «La mediatización no sólo ha reconfigurado las formas de publicidad o el ejercicio de la política. Como lo sugirió alguna vez CNN (*Clinton at the Crossroads*), es capaz de llevar a los mandatarios a sobreexponerse, a figurar en situaciones que restan majestad y dignidad a su magistratura; así deteriora gobiernos y constituye públicos cada vez más rencorosos, debido, paradójicamente, al desafortunado intento por complacerlos puesto en marcha por los poderosos» (Ramírez, 1998, pp. 17).

^{60.} En la historia de la prensa colombiana, el humor –a través de la columna de opinión y la caricatura– ha jugado un papel decisivo para desplegar la crítica pública al poder, burlando, de algún modo, las regulaciones censuradoras. Esta posibilidad de abrir el espacio comunicativo desafiando la censura mediante los juegos de humor ha sido reactualizada hoy a través de programas de televisión, radio y secciones de prensa, que recuperan el dominio de la crítica pública al poder y, cada vez más agudamente, a los valores tradicionales de la familia. También la video música juvenil expondrá, a su manera, este tipo de críticas. Un programa de televisión como «El Siguinte Programa» –con su estética MTV y su crítica ácida a los «valores nacionales» (los de la familia, la patria, la política, la farándula)–, los programas como el *Noticero Quack* y *Lechuza*, en la era Jaime Garzón, o los programas de radio como la *Zaranda* y la *Luciernaga*, han venido a constituir un entramado importante de humor y crítica pública, con sus respectivos episodios de censura e intentos de control por grupos de presión legales e ilegales.

^{61.} Echavarría Llombart (1998), distingue dos tipos generales de relación con el discurso de las fuentes: a) lo citable y b) lo atribuible. Lo citable refiere al lenguaje directo en que se expone o integra el testimonio o discurso del informante. Lo atribuible es la forma indirecta de la referencia. Las formas de atribución

de fuentes hacen parte del reservorio de saberes periodísticos contemporáneos. Habría cuatro formas de atribución de fuentes:

Atribución directa (on the record): en que el medio de comunicación identifica a la fuente y refiere la información que ha proporcionado. (El Ministro de Educación, Dr Bula Escobar, manifestó un incremento sustancial de la inversión nacional en las universidades públicas).

Atribución con reservas: el medio de comunicación no identifica a la fuente, pero la sitúa, y cita la información que ha proporcionado. (Fuentes, altos funcionarios, voceros del Ministerio de Educación indicaron que el incremento presupuestal para las Universidades Públicas no depende de la voluntad del ministro, sino de la aprobación general del presupuesto por parte del Congreso de la República).

Habría dos tipos de atribuciones con reservas: a) On background o Not for attribution: «información atribuible con palabras entrecomilladas a una fuente precisa, oficial o particular, pero no a una persona determinada». Y b) On deep background: «información no atribuible a una fuente precisa, ni siquiera una fuente de carácter colectivo. Las fuentes en este caso nunca son oficiales y las palabras no se pueden entrecomillar. Son fuentes que han solicitado el anonimato. (Un alto funcionario que solicitó no ser identificado...)

Atribución con reserva obligada: el medio de comunicación convierte en anónima –ante la audiencia– la fuente que ha utilizado y publica la información en nombre propio para darle credibilidad. (Según ha podido establecer El País, el presupuesto general para la Universidad del Valle se reducirá en términos reales un....)

Atribución con reserva total (off the record). El medio de comunicación no publica ni la información recibida ni, por consiguiente la atribuye a alguna fuente. Es material no difundible y es de uso interno del periodista/medio. Es útil porque permite determinar indicios y pistas de trabajo posible al investigador, como Garganta Profunda, en El escándalo Watergate, 1974.

^{62.} Fue la revista Semana el medio que inauguró en 1982 este tipo de periodismo de rumores, secretos y atisbos al mundo del poder, bajo la sección Confidenciales. «El motor de SEMANA además ha sido metérsele duro a las intimidades del poder, dar a conocer cómo se cocinan las decisiones clave» (Semana, Edición Especial 1.000, julio 2-9 de 2001).

^{63.} El rasgo fundamental de las formas más elementales de periodismo de entretención es justamente «la fuga y elusión» de aquellas temáticas y problemas que desgarran la vida nacional: desde la corrupción hasta la violencia homicida, desde la discriminación social hasta la crisis de seguridad ambiental y alimentaria, desde la problemática de la salud pública y la educación hasta los problemas de crecimiento de la economía y la iniquidad en la distribución de la riqueza social. Las agendas más urgentes de la vida nacional desaparecen igual si se trata del reality show, que personaliza y trata en clave de anécdota personal las tragedias de la vida social en la familia, la pareja, los vecinos, el mundo escolar; o de la sección de farándula y chismes en los noticieros, que sencillamente las ignoran

o eluden, favoreciendo este efecto de burbuja en las audiencias (aislamiento y desenchufamiento) respecto a las malas noticias. El exceso biográfico o el énfasis en lo «ameno» pueden usarse para atomizar o eludir la comprensión de la experiencia social, de la vida vivida en común, ignorando lo que es relacional, abandonando cualquier intento de *comprensión* que implique el cuerpo social y pseudopsicologizando tragedias y dramas que no son del todo el resultado de la voluntad personal e individual.

⁶⁴. «**Computador apetecido.** Una completa bitácora de lo que será su campaña a la Presidencia, con todos los escenarios posibles, escribió Horacio Serpa en su computador personal, haciendo anotaciones desde el mismo día en que perdió las últimas elecciones.... Se demora exactamente una hora y media leyéndola, y hasta ahora la ha hecho pública solamente en dos ocasiones... Los privilegiados en oírlo, en sendas comidas en su casa, han sido hasta ahora los ex presidentes liberales y, antes, un grupo cerrado de sus colaboradores, entre quienes estuvieron también sus escoltas y la señora de los tintos... ¿Será posible que le chucen el computador al candidato para saber qué se trae? (Alto Turmeque, El Espectador, domingo 22 de abril de 2001). «**Todo en familia.** A menos de un mes de su retiro definitivo, sigue sin aparecer el reemplazo para Armando Montenegro en la presidencia de ANIF. El último ofrecimiento fue para el ex ministro Roberto Junguito, pero declinó... El nombre que aparece ahora con mayor opción es el de Santiago Montenegro, hermano de Armando» (Alto Turmeque, El Espectador, domingo 15 de abril de 2001). «**Joaquín y D'arcy.** El bailar español Joaquín Cortés ha sido objeto de toda clase de atenciones durante su corta estada en Bogotá... Una de ellas tuvo lugar en el restaurante *Harry Sasoon*, invitado por Fanny Mikey y un grupo de españoles, velada que terminó en remato en *Café y Libro*, en donde se encontraban Isabella Santo Domingo, Manolo Cardona, María José Barraza, Ángel Yáñez, Hernán Zajar, Gloria Congote y Víctor Mallarino... Pero lo que más le gustó a Cortés fue la presencia de la linda periodista de *Caracol* D'arcy Queen, con quien bailó toda la noche salsa, merengue y cumbia... Dicen que hasta la invitó a Madrid... Al otro día la llamó, pero D'arcy tenía que viajar a Panamá a la cumbre de presidentes y no pudieron volver a verse... ¡Y olé, D'arcy!» (Alto Turmequé, El Espectador, domingo 19 de noviembre de 2000). «**En escena.** Además del *show*, en la 'presentación en sociedad' del musical *West Side story* quien se robó la atención esta semana fue Julio Mario Santo Domingo, hijo, en compañía de su novia, la *top model* holandesa Karen Mulder, exclusiva de la casa Victoria Secret. La bellísima Karen fue la cara de la firma Guess y en febrero pasado fue seleccionada como la *top model* de Yahoo, en Internet. ¡Esa es una historia de amor!» (Teléfono Rosa, El Tiempo, domingo 12 de marzo de 2000). «**Tirando line.** El escritor inglés Malcom Menzies, autor de *Desde las montañas de Colombia*, libro que relata los primeros movimientos de Tirofijo en Marquetalia, El Davis y Riochiquito, estuvo la semana pasada en la zona de distensión para entregarle personalmente un ejemplar de su obra al jefe de las Farc. Menzies no podía salir de su asombro cuando se encontró con la escena del legendario comandante guerrillero rodeado de cámaras y hablando con dos pesos pesados de la industria capitalista de Estados Unidos:

Jim Kimsey, el presidente emérito de America On Line, y Joe Robert, amigo personal del presidente Clinton. Sorpresas te da la vida» (Teléfono Rosa, El Tiempo, domingo 12 de marzo de 2000). «*Tentación*. A Juan Camilo Restrepo, embajador de Colombia en Francia, le están coqueteando desde hace rato para que, en un futuro cercano, deje la diplomacia y venga a tomar las riendas del Partido Conservador. Aunque Restrepo aún no ha dado el sí, lo cierto es que la idea le suena e incluso ha pensado en que Juan Manuel Ospina y Juan Gabriel Uribe podrían acompañarlo en la causa. Y eso que el azul de París es bello...» (Teléfono Rosa, El Tiempo, domingo 1 de abril de 2001). «*Voto descachado*. El Consejo de Estado no se ha podido poner de acuerdo todavía en el nombre de su candidato a la Procuraduría... Las votaciones han estado muy parejas y ninguno de los dos aspirantes ha logrado ni logrará la mayoría necesaria, por lo que se está buscando una tercera. En una de las sesiones en donde se debatía el tema, Daniel Suárez obtuvo 12 votos, Juan Carlos Esguerra 9 y un candidato, que ni siquiera figuraba en la lista, sacó 1 voto... Se trataba nada más y nada menos que del ex procurador Orlando Vásquez Vásquez. Un toque de cinismo en medio del debate» (Alto Turmequé, El Espectador, domingo 5 de noviembre de 2000). «*Embajador sin visa*. Al embajador de Colombia en Italia, Fabio Valencia Cossio, le pasó una cosa muy singular el miércoles pasado. Cuando llegó al aeropuerto de Roma para viajar hacia Londres, donde debía asistir a una reunión ante los países de la Unión Europea, la señorita que lo atendió le dijo que no podía tomar el avión porque él no tenía visa. Valencia Cossio se puso pálido, le confeso que se le había olvidado y le pidió ayuda. Ella accedió. Se puso en contacto con la policía del aeropuerto de Londres y le dio un papelito amarillo con el nombre del comisario del terminal aéreo. Al final, Valencia aterrizó, presentó en Inmigración su pasaporte con el papelito y le dieron visa por seis meses. Hay que informarse mejor, *Mr Ambassador*» (Teléfono Rosa, El Tiempo, domingo 20 de mayo de 2001).

⁶⁵. Recuérdese que en el viejo consultorio sentimental era importante la reserva del nombre del consultante bajo el pseudónimo o el anonimato y la condición *sabia* del consejero. Pero después, donde antes estaba un sujeto vergonzante y anónimo, se hizo visible un expresivo y activo colaborador del espectáculo; y el sobrio consejero se convirtió en terapeuta. El discurso autorizado que ponía el énfasis en el orden de los valores morales –el consejo– y en el sentido común –la palabra del que sabe por experiencia– fue reemplazado por la retórica clínica y terapéutica que trabaja del lado de las patologías, las desviaciones, las disfunciones psicosociales. Lo que antes eran males morales del otro, luego se hicieron disfunciones. De esta manera, el «consultorio» como modelo comunicativo, que hacía el puente entre el experto y el inexperto en las cosas de la vida, entre el sabio y el que ignoraba, se convirtió recientemente en el encuentro público del discurso del experto profesional de cualquier campo –tecnologías informáticas, economía y finanzas, entrenamiento físicoatlético, belleza, decoración, modas, cocina, mundo jurídico– con la palabra del cliente que cuenta sus inquietudes y angustias relacionadas con el mal funcionamiento de su vida, el computador, las finanzas, su cuerpo, su casa. De esta manera el

viejo consultorio sentimental se profesionalizó.

^{66.} Aunque, en sentido estricto, la diferencia entre “al natural” o “mediante laboratorio controlado” no es sustancial, pues lo clave no es «la autenticidad de lo real», sino la teletopía y el «en tiempo real». La teletopía (Virilio, 1997) puede ser interpretada como dos dinámicas: la posibilidad de manipular o intervenir «un lugar/topos» a distancia (comunicación informática, redes, telecomunicación, operaciones teledirigidas); y la posibilidad de hacer un topos telemáticamente manipulable (realidad virtual, videojuegos). Es la «participación» (teletópica y en tiempo real) lo que convierte las escenas del *reality show* en fuente de entretenimiento y terapia. Al respecto, «Gran Hermano» resulta ilustrativo: «Contratan a diez jóvenes que tienen que permanecer durante tres meses en una casa diseñada para que 29 cámaras ocultas y 60 micrófonos le muestren día a día, y con pelos y señales, a toda España las gracias y desgracias de estos presos voluntarios. Una vez adentro, no tienen contacto con la vida real: no teléfono, no internet, no libros, no revistas, no periódicos, no televisión, no radio, no vida aparte de la que se da en la casa. Quien se aburra o desespere puede marcharse para no regresar jamás. Al final, el ganador se alzarán con 250 millones de pesos. Pero la historia se salió de madre porque la realidad en este caso superó a la ficción (...) Una de las concursantes, sevillana de 30 años y que responde al nombre de María José, madre de dos hijas de diferentes padres, se envió con un ex soldado de la guerra de Bosnia, de 26 años. Pero la sociedad española no pudo soportar a una mujer tan descocada, e inmediatamente votó para que la expulsaran de la casa. Ella se convirtió en la estrella de la prensa del corazón. Sus llantos se hicieron usuales en cuanto programa de televisión barato hay, y las revistas le han pagado millonadas por conseguir exclusivas (...)» (El libreto se puso bueno, Televidentes españoles rendidos ante un culebrón de la vida real», por Olga Gayón, El Espectador, domingo 4 de junio de 2000). La versión española del *Big Brother* no es sino la réplica de un modelo y formato en exportación de la *televisión real*, creado por la compañía holandesa Endemol en el 2000, con réplicas en Estados Unidos, Portugal, Alemania y, próximamente, en Francia. La intervención y participación teletópica, en tiempo real, también ha desarrollado versiones sofisticadas en Internet, que van desde el sexo *en directo* hasta la propuesta del alcaide de una prisión estatal en Estados Unidos que aspira a instalar infocámaras para que los usuarios de internet puedan *ver la vida en la cárcel*, convirtiendo la estrategia en una fuente de ingresos adicionales para la prisión.

^{67.} Como en las «Crónicas de la vida bandolera» (1987) y «Efraín González, la dramática vida de un asesino asesinado» (1993), escritos por Pedro Claver Téllez.

^{68.} Los procesos judiciales y los grandes juicios públicos por corrupción son un factor importante que desencadena un volumen importante de literatura periodística de corte biográfico, en que diferentes actores y agentes se juegan -mediante el rumor, la circulación de retratos biográficos y confesiones, la delación, las declaraciones públicas a los medios de comunicación- la renovación del prestigio perdido, la limpieza del nombre propio, la venganza y revancha

contra otros agentes y contendores. El proceso 8000, por ejemplo, entre 1994 y 1998 disparó la puesta a punto de relatos biográficos, perfiles, confesiones que, mientras permitían advertir algunos rasgos e detalles de la conexión entre sistema político, dinámica electoral y narcotráfico, también contribuían a ocultarlo, al personalizar y explicar en términos de decisiones y voluntades individuales un fenómeno de corrupción estructural. De esta manera, confesión y biografía pueden sumarse al estallido caótico que oculta informando, multiplicando versiones, dispersando en anécdotas, y eludiendo hacer públicas las fuerzas en juego y sus lógicas. Ese efecto de dispersión -como el impacto de bala que se hace molecular en la arena, en las minucias- ha sido descrito con suficiencia por Villegas (1998): «(...) el «Proceso 8.000» provocó que la esfera de la política nacional se retorciera sobre sí misma afirmándose y/o negándose: contradiciéndose, delatándose, soplándose, confesándose, acusándose, traicionándose y así, entre el traslape y la confusión, entre lo improbable y lo inimaginable, todos los posibles, *sin límites*, brindó a los colombianos la oportunidad de husmear en su *modelo*, ponerse el *mapa* encima, escudriñar sobre el *sentido lo real* invertido, ficticio, simulado, sin entidad racional pues no resiste ninguna prueba, de un *territorio nacional supra* «*un espacio cuya curvatura ya no es la de lo real, ni la de la verdad*» y donde bien podríamos decir que la *verdad, la referencia, la causa objetiva, han dejado de existir definitivamente*» (pp. 102).

BIBLIOGRAFÍA

- ABRIL, Gonzalo *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*, Editorial Cátedra, Madrid, 1997.
- ALSINA, Miquel Rodrigo *La construcción de la noticia*, Editorial Paidós Comunicación, Barcelona, 1989.
- ALZATE, Patricia y GONZÁLEZ, Julián. *Escrituras Periodísticas, géneros informativos y opinativos en prensa*. Módulo, Programa de Regionalización y Educación a Distancia. Univalle, Cali. 1995.
- ARRIAGA, Patricia *Economía, Publicidad y Comunicación Masiva*. CEES-TEM y Editorial Nueva Imagen, México, 1980.
- BAJTIN, Mijail. La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais. Alianza Editorial, Madrid, 1997.
- BELL, Daniel. *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Editorial Alianza Universidad, Madrid, 1994. (Publicado inicialmente 1976).
- BENJAMÍN, Walter. *El Narrador*, en *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*. Iluminaciones IV. Editorial Taurus Humanidades, Madrid, 1991. (Publicado inicialmente en 1936)
- *Experiencia y Pobreza*, en *Discursos Interrumpidos I*. Editorial Taurus Humanidades, Madrid, 1991. (Publicado inicialmente en 1933).
 - *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*, en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Madrid, 1991. (Publicado inicialmente en 1932).
- BERMAN, Marshall, *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Editorial Siglo XXI, Bogotá, 1988. (Primera edición en inglés, 1982).
- BETTETINI, Gianfranco. *Por un establecimiento semio-pragmático del concepto de simulación*, en *Videoculturas de fin de siglo*. Editorial Cátedra, 1990.
- BORRAT, Héctor. *El periódico, actor político*. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- BOURDIEU, Pierre *El Sentido Práctico*. Editorial Taurus Humanidades. Madrid, 1991. (Publicado inicialmente en 1980).
- _____. *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1997.
- BOURDIEU, Pierre y Loïc J. D. Wacquant. *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo, México, 1995.

- BULLÓN, Piedad, *La prensa frente a las nuevas tecnologías. Algo está cambiando*, en revista virtual Sala de prensa, 2000, www.saladeprensa.org/art35.htm.
- CARO, Antonio. *La publicidad que vivimos*, Editorial Eresma y Celeste Ediciones, Madrid, 1994.
- CASSANY, Daniel. *Describir el escribir: cómo se aprende a escribir*. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona, 1993.
- CASTELLS, Manuel, *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos*. Editorial Alianza Universidad Textos. Madrid, 1986.
- *La ciudad de la nueva economía*, en Revista virtual La Factoría, 2000, www.lafactoriaweb.com.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano *Los Géneros Informativos Audiovisuales*. Editorial Ciencia 3, Madrid, 1992.
- CHILD, Jorge. “*El control de los medios de comunicación*”, El Espectador, domingo 28 de febrero de 1993.
- CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward S. *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Editorial Grijalbo Mondadori, Barcelona, 1990.
- CLAVER TÉLLEZ, Pedro. *Crónicas de la vida bandolera. Los bandidos colombianos más famosos del siglo XX*. Editorial Planeta, Bogotá, 1989.
- Efraín González. *La dramática vida de un asesino asesinado*. Editorial Planeta, Bogotá, 1993.
- COLOMBO, Furio *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1997.
- COYUNTURA SOCIAL. Revista No 21. Fedesarrollo, noviembre de 1999.
- DARY, David. *Cómo redactar noticias*. Ediciones Marymar, Buenos Aires, 1976.
- DESARROLLO URBANO EN CIFRAS, Ministerio de Desarrollo Económico y CENAC, Bogotá, 1996.
- DÍAZ NOSTY et al., *La nueva identidad de la Prensa. Transformación tecnológica y futuro*, Fundesco, Madrid, 1988.
- DOVITAF, Emil. *Periodismo*. Tomo I, México, Editorial UTEHA, 1959.
- ECHAVARRÍA LLOMBART, Begoña. *Las W's del reportaje*, Fundación Universitaria San Pablo, Valencia, 1998.
- ECHAVARRÍA, Rogelio (Compilador). *Crónicas de otras muertes y otras vidas, Selecciones de Sucesos*. Editorial Universidad de Antioquia, Colección Periodismo, 1993.
- FERNÁNDEZ, Damián. *La violencia de los signos*. Revista *Dia.logos de la Comunicación*. Revista *Dia.logos de la comunicación* No. 55, junio de 1999.
- FERNÁNDEZ-ZAYAS, Marcelo *¿Qué es buen periodismo?*, Revista virtual *Sala de Prensa*, Año 2, Volumen I, 1998. www.saladeprensa.org
- FLYCHI, Patrice. *Una historia de la comunicación moderna, espacio público y vida privada*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1993.
- FONNEGRA, Gabriel. *La prensa en Colombia*. El Áncora Editores, Bogotá, 1987.

- GAINES, William. *Periodismo Investigativo para prensa y televisión*. Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1996.
- GALVIS, Silvia. *Los García Márquez*. Arango Editores, Bogotá, 1996.
- GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel. *Noticia de un secuestro*, Editorial Norma, Bogotá, 1996.
- GÓMEZ, Ignacio. *Libertad de Expresión, Herida de Muerte por la Crisis Económica*, en Revista Cuadernos de Comunicación II, Colección HEXTOC, Editorial UNAB. Bucaramanga, 2003, pp 7-18.
- GRIJELMO, Álex. *El estilo del periodista*. Editorial Taurus, Madrid, 1998.
- GIROUX, Henry A. *Placeres inquietantes, aprendiendo la cultura popular*, Editorial Paidós Educador, 1996, Barcelona (Publicado inicialmente en 1994).
- GOMIS, Lorenzo, *Teoría del periodismo, Cómo se forma el presente*. Paidós Comunicación, Barcelona, 1991.
- GONZÁLEZ MINA, Julián. *Estudios de públicos lectores: componente clave en la formación de comunicadores sociales*, en *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Alicia Entel (comp.). Editorial Paidós Estudios de Comunicación, Buenos Aires, 1997.
- HALPERIN, Jorge. *La entrevista periodística. Intimidades de la conversación pública*. Paidós, Buenos Aires, 1995.
- HERNÁNDEZ, Carlos Nicolás (Selección). *Cuadros de costumbres*. Editorial Panamericana, Bogotá, 1998.
- HERRÁN, María Teresa (dir.), *La industria de los medios masivos de comunicación en Colombia*, Bogotá, Fescol, 1991.
- HESTER, Albert L. y WAI Lan J. To, *Manual para Periodistas del Tercer Mundo*. Trillas, México, 1990.
- HOPENHAYN, Martin. *Ni apocalípticos ni integrados: aventuras de la modernidad en América Latina*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 1994.
- JIMENEZ ARANGO, Raúl. *Literatura de folletín en el siglo XIX*. Revista *Credencial Historia*, Edición No 17, Bogotá, Mayo de 1991.
- JORGE, Lilia, *Géneros y estilos periodísticos*, en *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Alicia Entel (comp.), Ed. Paidós, Buenos Aires (Argentina), 1997.
- KALLI, Leszli. *Secuestrada*. Editorial Planeta, Bogotá, 2000.
- KUNDERA, Milán. *La inmortalidad*. Editorial Tusquets, Bogotá, 1990.
- LARA, Patricia. *Mujeres en la guerra*. Editorial Planeta, Bogotá, 2000.
- LECHNER, Norbert. *Democracia y modernidad. Ese desencanto llamado posmoderno*. Revista *Foro* No. 10, Bogotá, septiembre de 1989.
- *Los patios interiores de la democracia. Flacso, Santiago de Chile, 1988*.
- LIPOVETSKY, Gilles. *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama. Barcelona. 1986.
- LOAIZA CANO, Gilberto. *El neogranadino y la organización de hegemonías, contribución a la historia del periodismo colombiano*. Revista *Historia Crítica* No 18, Revista Departamento de Historia de la Facultad de Ciencias

- Sociales de la Universidad de los Andes, Diciembre de 1999, Bogotá. El Neogranadino, 1849. Manuel Ancízar (1881-1882).
- LÓPEZ MICHELSEN, Alfonso. *Palabras pendientes*. El Áncora Editores, Bogotá, 2001.
- MAFFESOLI, Michel *El Tiempo de las Tribus. El declive del individualismo en las sociedades de masas*. Editorial Icaria, Barcelona, 1990 (Primera edición en francés, 1988).
- *El conocimiento ordinario. Compendio de sociología*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1993. (Primera edición en francés, 1985).
 - *La hipótesis de la centralidad subterránea*. Revista *Dia.logos de la Comunicación* No. 23, marzo de 1989.
- MANUAL DE ESTILO de El País (de España). Ediciones El País, Madrid, 1996.
- MANUAL DE REDACCION de El Tiempo (Colombia). Casa Editorial El Tiempo, Bogotá, 1995.
- MARCUSE, Herbert. *El Hombre Unidimensional*. Editorial Joaquín Mortiz. México D.F, 1968.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. *Comunicación masiva: discurso y poder*. Ciespal. Quito, febrero de 1978.
- *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, México, 1987.
 - *Euforia tecnológica y malestar en la teoría*. Revista *Dia.logos de la Comunicación* No. 20, 1988.
 - *Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático en Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Editorial Universidad del Valle, Cali, 1996.
- MARTÍN BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia (Ed.) *Televisión y melodrama*. Editorial Tercer Mundo, Bogotá, 1992.
- MARTÍN BARBERO, Jesús y REY, Germán *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, Gedisa editorial, Barcelona, 1999.
- MARTÍN, Stella *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma. Bogotá, 2000.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, *Curso general de redacción periodística*. Editorial Paraninfo, Madrid, 1993.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Editorial Paraninfo, Madrid, 1991.
- MARTÍNEZ, Tomás Eloy. *Periodismo y narración. Desafíos para el siglo XXI*. Revista *El Malpensante* No. 27, diciembre 15 de 2000- enero 31 de 2001. Bogotá.
- MATTELART, Armand. *La publicidad*. Editorial Paidós Comunicación. Barcelona, 1991.
- MATTELART, Armand y Michèle. *Nuevos paradigmas, El retorno del sujeto*. Revista *Opciones* No. 15, CERC, Santiago de Chile, Enero-abril de 1989.
- MEDINA, Santiago. *La verdad sobre las mentiras*. Editorial Planeta. Bogotá, 1997.

- MIRALLES, Ana María. *¿Qué es el periodismo cívico?* Revista *Foro* No. 35, Bogotá, septiembre de 1998.
- MOLANO, Alfredo. *Los años del tropel. Crónicas de la violencia*. Cerec/Áncora Editores. Bogotá, 1991.
- MORIN, Edgar. *El Método I, La Naturaleza de la Naturaleza*. Editorial Cátedra, Madrid, 1986.
- *El Método II «La vida de la vida*, Editorial Cátedra, Madrid, 1993.
 - *Introducción al pensamiento complejo*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1994.
- MUMFORD, Lewis *Técnica y Civilización*. Alianza Universidad. Madrid, 1987. (Primera edición en inglés, 1934).
- MUNARI, Alberto *¿De verdad o de mentira?* En *Videoculturas de fin de siglo*, Editorial Cátedra, Madrid, 1990.
- PÉREZ SOTO, Carlos. *Sobre un concepto histórico de ciencia. De la epistemología actual a la dialéctica*. Editorial LOM/Universidad Arcis, Santiago de Chile, 1998.
- *Sobre la posibilidad de una psicología de sujetos colectivos*. Mimeo. Universidad Arcis, Santiago de Chile, Diciembre de 1992.
 - *Sobre la condición social de la psicología. Epistemología, comunicación y política*. Editorial Lom-Arcis, Santiago de Chile, 1996.
- PISCITELLI, Alejandro. *La cibercultura en la era de las máquinas inteligentes*. Editorial Paidós Contextos, Buenos Aires, 1995.
- PISCITELLI, Alejandro. *Ciencia en movimiento: la construcción social de los hechos científicos*. Buenos Aires, 1994.
- PRIESS, Frank. *Tendencias actuales del periodismo alemán*, en *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Alicia Entel (comp.). Editorial Paidós Estudios de Comunicación, Buenos Aires, 1997.
- PROST, Antoine. *Fronteras y espacios de lo privado*, en *Historia de la vida privada* (Tomo 9), dirigida por Philippe Ariès y Georges Duby. Editorial Taurus, Buenos Aires, 1990.
- PUENTE, Soledad. *Televisión: la noticia se cuenta. Cómo informar utilizando la estructura dramática*. Editorial Alfaomega, Ediciones Universidad Católica de Chile, México, 1999.
- RAMIREZ, Sergio. *Consumidor en las ruinas. Noticias de un lector de periódico*. En *Simulaciones Políticas y consumo de masas en Colombia*. Serie Informes de Investigación, Escuela de Comunicación-Universidad del Valle. Cali, 1998.
- RAMONET, Ignacio *El periodismo en el nuevo siglo*, Revista virtual *La Factoría* No. 8, Febrero de 1999, www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm.
- REYES, Gerardo. *Periodismo de Investigación*. Editorial Trillás, México, 1996.
- RONDELLI, Elizabeth y HERSCHMANN, Micael. *Los medios y la construcción de lo biográfico. La muerte en escena*. Revista *Dia.logos de la comunicación* No. 55, junio de 1999.
- SAMPER PIZANO, Ernesto. *Aquí estoy y aquí me quedo*. El Áncora Editores. Bogotá, 2000.
- SANDOVAL, Marbel. *Gloria Cuartas: por qué no tiene miedo*. Planeta Colombiana Editorial, Bogotá, 1997.

- SANTOS MOLANO, Enrique. *Los grandes periódicos y los grandes periodistas colombianos en el siglo XIX*. En Revista *Senderos*, Publicación Semestral de la Biblioteca Nacional de Colombia, Volumen VII, Segundo Semestre, Diciembre de 1994, Nos 29 y 30, Bogotá.
- SCHMUCLER, Héctor y TERREROS, Patricia. *El incierto destino de la prensa informatizada*. Revista *Dia.logos* No. 18, octubre de 1987.
- SENNET, Richard. *El declive del hombre público*. Ediciones Península, Barcelona, 1978.
- *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Editorial Anagrama, Barcelona, 2000.
- SILVA, Renán. *Prensa siglo y Revolución a finales del siglo XVII. Contribución a un análisis de la formación de la ideología de Independencia Nacional*. Colección Banco de la República. Bogotá, 1988.
- SIMS, Norman (Ed.). *Los periodistas literarios o el arte del reportaje personal*. El Áncora Editores, Bogotá, 1996.
- SUNKEL, Guillermo. *Razón y pasión en la prensa popular: un estudio sobre la cultura popular, cultura de masas y cultura política*. Estudios ILET, Santiago de Chile, 1985.
- TORO, Hernán. *La ilusión informativa*. Editorial Universidad del Valle, Cali, 1991.
- *Información y Retórica*. Informe final de investigación, Escuela de Comunicación Social, Universidad del Valle, Cali, 1992.
 - *Los animales sólo viven en el presente. Una tipología de los discursos informativos*. Editorial Universidad del Valle, Cali, 1997.
 - *Reportaje, televisión y literatura*. Informe final de investigación, Escuela de Comunicación Social, Universidad del Valle, Cali, 2002.
- TORRES ARIAS, Édgar. *Mercaderes de la muerte*. Intermedio editores, Círculo de Lectores. Bogotá, 1995.
- TOURAINÉ, Alain. *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Bogotá, 2000. (Publicado inicialmente en 1997).
- TREMBLAY, Gaëtan. *La societat de la informació: del fordisme al gatesisme*. Revista *Anàlisi, Quaderns de Comunicació i cultura* No. 19. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 1996.
- URRESTI, Marcelo. *Paradigmas de participación juvenil: un balance histórico*. En *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*. Clacso, Buenos Aires, 2000. (Extraído de la Página WEB de la Clacso).
- VÁSQUEZ MONTALBÁN, Manuel. *Historia y comunicación social*. Editorial Mondadori-Grijalbo, Barcelona, 2000. (Publicado inicialmente en 1980).
- VALENCIA LLANO, Alonso, *El periodismo en los siglos XIX y XX en Historia del Gran Cauca*, Universidad del Valle, Cali, 2da edición, 1996. (Primer capítulo del libro «Las luchas sociales y políticas del periodismo en el Estado Soberano del Cauca»).

- VIDAL, Margarita. *Viaje a la memoria*. Editorial Espasa Calpe, Bogotá, 1997.
- VILLEGAS, Rosa. *Dudas, paradojas y crisis política. El «Proceso 8.000» o la metáfora de la corrupción en Colombia*, en *Simulaciones políticas y consumo de masas en Colombia*, Serie Informes de Investigación No. 2, Escuela de Comunicación, Universidad del Valle, agosto de 1998.
- VIRILIO, Paul *El arte del motor. Aceleración y realidad virtual*. Ed. Manantial. Buenos Aires, 1996.
- *La velocidad de liberación*. Editorial Manantial, Buenos Aires, 1997.
- VOLLI, Ugo *Factoides y mnemos: por una ecología semiótica*. En *Videoculturas de fin de siglo*, Editorial Cátedra, Madrid, 1990.
- WAISBORD, Silvio. *¿Nada más que la verdad? Periodismo fiscalizador, investigación y modernidad*. Revista *Dia.logos* de la comunicación No, 51, mayo de 1998.
- WILLIAMS, Raymond (Ed) en *Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales*. En *Historia de la Comunicación, Vol 2, De la imprenta a nuestros días*, Raymond Williams (Ed). Editorial Bosch, Barcelona, 1992.
- *Marxismo y Literatura*. Editorial Península, Barcelona, 1980.
- WOLF, Mauro. *Modelos periodísticos en transición. La influencia de los sistemas de edición electrónica*. Revista *Telos* No. 28, Madrid, diciembre-febrero de 1991, pp 13-20.
- WOLFE, Tom *El Nuevo Periodismo*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1976.

HEMEROGRAFÍA

- Revista Dinero No. 80, Familia vs Negocios, Marzo 26 de 1999.
- Revista Dinero No. 92, Regiones, nuevo mapa económico, Septiembre 10 de 1999.
- Revista Dinero No. 103, Nuevo aire a los Grupos, Marzo 10 del 2000.
- Revista Dinero No. 127, Marcas poderosas, Marzo 2 del 2001).
- El Espectador, domingo 1 de diciembre de 1991. ¿Qué fue del nuevo periodismo?
Por Alfredo Bryce Echeñique.
- El Espectador, domingo 24 de septiembre de 2000, «El Iva, otra amenaza a los periódico».
- El Espectador, domingo 24 de septiembre de 2000: Bogotá tiene los ojos cuadrados. Informe Encuesta sobre Consumo Cultural, Instituto Distrital de Cultura y Turismo).
- El Espectador, jueves 12 de octubre de 2000, La ciberpublicidad.
- Revista Publicidad y Mercadeo, No. 232 (Junio de 2000) y No. 242 (abril de 2001).
- Revista Semana No. 1000 Edición Especial, 2-9 de julio de 2001.

CORPUS PERIODISMO BIOGRÁFICO EN COLOMBIA

Nota: los textos se han dispuesto por tipos y modalidades. No están ordenados según fecha, sino de acuerdo a la secuencia de estudio.

TIPO 1. HOMENAJE A LAS VIDAS MEMORABLES Y LA RECREACIÓN NOSTÁLGICA DEL PASADO.

1. Vidas ilustres, genealogías y tanatobiografía:

1. «El simpático ‘Tocayo’ Ceballos. Falleció/Fue fundador del radioteatro», El Tiempo, página 1-14, Sección Gente, miércoles 7 de febrero de 2001. Activador del documento: muerte del homenajeado.
2. «Juan Jacobo Muñoz. Perfil/ El expresidente Alfonso López Michelsen evoca la carrera del recientemente fallecido ex ministro», Revista Semana, No.790, página 50, 23 de junio de 1997. Activador del documento: muerte del homenajeado.
3. «Perfil/ Rogelio Echavarría se hizo poeta desde niño. Andanzas de ‘ El transeúnte’», El Tiempo, Sección Panorama, página 2-5, domingo 25 de marzo de 2001). Activador del documento: premio obtenido por el homenajeado.
4. «Vickki Ospina en El Callejón de las Exposiciones. Lente con paragüitas. Fotos de Ospina a los personajes del Carnaval de Barranquilla», por Noelle Schönwald, Especial para El Espectador, sección Cultura, página 4B, sábado 3 de febrero de 2001. Activador del documento: Exposición de Fotografías de Vikki Ospina y comienzos del Carnaval de Barranquilla.
5. «De perfil. El adiós suele ser triste. Mónica Silva y Marina García. Dos actrices, dos vidas que se apagaron en menos de un mes, pero que seguirán siendo recordadas». Por Adriana Echeverry Cárdenas, El Espectador, Sección Televisión, página 10B, lunes 5 de febrero de 2001.
6. «Hernán Hoyos, un Henry Miller colombiano que no se sonroja. El inocente

- pornógrafo», por Yimmy Melo, El Espectador, Sección Somos, página 1C, domingo 6 de agosto de 2000.
7. «El cartagüeño que se vestirá de púrpura. Pedro Rubiano Sáenz será investido como Cardenal el próximo 21 de febrero», Redacción de El País. Sección Sucesos, Perfil, página 1E, 28 de enero de 2001.
 8. «El zurdo Andrés: la elegancia que nos quitaron». Capítulo 1 de «Una gambeta a la muerte» (reportaje con Andrés Escobar). Por Gonzalo Medina Pérez. Magazin Dominical de El Espectador No. 595. 25 de septiembre de 1994.
 9. «Ensayo. Virgilio Barco». Por Gabriel Silva, Revista Semana No. 786, 26 de mayo-2 de junio de 1997. Activador del documento: muerte del ex presidente.
 10. «Imágenes que viajan. Museo/Exposición de tributo a Carlos Caicedo». El Tiempo, Sección Cultura, página 2-9, lunes 23 de abril de 2001. Activador del documento: exposición fotográfica itinerante del reportero gráfico.
 11. «Grandes familias de Colombia. La historia de las dinastías que han contribuido al desarrollo del país», Edición de Aniversario Revista Jet-Set, No. 27, Septiembre de 2000. Activador del documento: segundo aniversario de la revista.
 12. «Genio y ‘figurativo’, hasta Botero», por Boris Cárdenas. El Espectador, Sección Rasgos, página 3F, domingo 5 de noviembre de 2000. Activador del documento: Donación Botero a las ciudades de Bogotá y Medellín.
 13. «Entre las mejores de todo el mundo. Reconocimiento/ La creadora de Jolie de Vogue», El Tiempo, Sección Gente, página 1-16, lunes 30 de abril de 2001.
 14. « “No hay perdón ni hay olvido”. Hoy hace tres años fue asesinado el defensor de los DH y penalista Eduardo Umaña Mendoza. El maestro Eduardo Umaña Luna y su esposa recuerdan a su hijo, el niño aquel que en el colegio gritaba abajos contra el régimen y arribas al Partido Liberal», por Carolina Orjuela M., El Espectador, Sección Judicial, página 3A, miércoles 18 de abril de 2001.
 15. «De Perfil. Darío Velásquez Gaviria, en la memoria. El fervor del detalle. Se enfrentó a quienes consideran que la acción se objetiva con sólo verificar una causa y un efecto», Código, Suplemento jurídico de El Espectador, El Espectador, página 10, 20 de febrero de 2001.
 16. «Derecho al Congreso. Fanny González Franco, en la memoria. Llama de amor viva. Ella se matriculó como la primera mujer en una facultad que hasta entonces era para el uso exclusivo del género masculino», por Fernando Garavito, Código, Suplemento Jurídico de El Espectador, El Espectador, página 8, 3 de abril de 2001.

2. Retratos de personajes y glorias pasadas:

1. El mundo de *Rocky Valdés*», por Carlos Fernando Gaitán, La Revista de El Espectador No. 18, página 22-26, domingo 19 de noviembre de 2000. Activador del documento: política editorial, sección con retratos y perfiles de personajes.
2. La locura de Bolívar. El éxito de su papel como el Libertador llevó al actor

Pedro Montoya al colapso emocional y a la pobreza. Un drama que se convirtió en película», por Freddy Canchón N, La Revista de El Espectador No. 11, página 14-16, domingo 1 de octubre de 2000.

3. *Relatos sobre los viejos oficios, prácticas de vida, lugares y viejos modos de vivir:*

1. «Escrito de memoria. Recuerdos del viejo río San Francisco», Alfonso López Michelsen, El Tiempo, Sección Opinión, página 1-23, domingo 4 de marzo de 2001. Activador del documento: reformas urbanas Avenida Jiménez de Quesada, Bogotá.
2. «Crónica. Medio siglo navegando por el río Magdalena. El último viaje del capitán Alvarino», por Luis Alberto Miño Rueda, El Tiempo, Sección Panorama, página 2-3, domingo 8 de abril de 2001. Activador del documento: celebración-homenaje al río Magdalena.
3. «¿Por qué quedarse en Cali? Cali, sí futuro» (varios testimonios). El Tiempo-Cali, Sección Especial, domingo 10 de diciembre de 2000. Activador del documento: campaña del periódico, en que invitan a volver a ver la ciudad con fe y optimismo, aún a pesar de la crisis de violencia, inseguridad, desempleo de la ciudad.
4. «Tradición/Los artesanos las elaboran rústicas o modernas. Por qué doblan las matracas». Por Javier Riveros. Sección Vida de Hoy, Código de Acceso-Proyecto de Comunicación para jóvenes de Casa Editorial El Tiempo y Fundación Restrepo Barco- periódico El Tiempo, página 2-8, 7 de abril de 2001. Activador del documento: celebración de la Semana Santa.
5. «El San Fernando sigue de película. El último teatro de barrio en Cali se resiste a morir y busca un nuevo rollo para mantenerse», por Luiyith Melo. El País, sección Cali, página 1B, domingo 12 de marzo de 2000.
6. «‘ Mayo’, la voz del monte sinuano. Tradición/ María de los Santos, leyenda en las sabanas de Córdoba», por Gala Marcela Peña. El Tiempo, Sección La Nación, página 1-6, domingo 26 de noviembre de 2000.
7. «Bibliófilos. Coleccionar libros, una afición que no tiene espacio. Pasión por las letras ajenas», por Jimmy Arias. El Tiempo, Sección Cultura, página 3-13, domingo 11 de junio de 2000. Activador del documento: la Feria del Libro, en Bogotá.

4. *Las conversaciones, apuntes y comentarios de la memoria:*

1. «Medio siglo después, datos reveladores de la hija de Gaitán. ‘Así viví el 9 de abril’», por Francisco Celis Albán. Lecturas Dominicales de El Tiempo, página 6-7, 8 de abril de 2001. Activador del documento: aniversario muerte de Gaitán.
2. «De Perfil. Tragedia del Palacio, Tragedia de la Justicia. La noticia», por Fernando Garavito, Revista Código, Suplemento Jurídico de El Espectador, 13 de febrero de 2001. Activador del documento: no es evidente.
3. «Testimonio. Del hijo de uno de los magistrados inmolados en el palacio.

- Que no se olvide», por Carlos Medellín Becerra. Lecturas Dominicales de El Tiempo, página 2-3, 26 de noviembre de 2000. Activador del documento: aniversario de la tragedia del Palacio de Justicia.
4. «Palabras pendientes. Conversaciones con Enrique Santos Calderón». Por Alfonso López Michelsen. El Áncora Editores, Bogotá, 2001. Activador del documento: memorias de López.
 5. « «Rojas se equivocó al dejar el poder». María Eugenia, ‘La Capitana’, habla del General que ella conoció». El País, sección Sucesos/El Personaje, página 2D, domingo 12 de marzo de 2000. Activador del documento: lanzamiento del libro “Rojas, mi padre” a propósito del centenario de su natalicio.
 6. Serie «Nosotros, los del 70», por Sergio Otálora Montenegro. El Espectador, Sección Nuestra Época, febrero a junio de 1994, domingo. Activador del documento: entrevistas a hombres y mujeres de cierto prestigio público, pertenecientes a la generación del 70.
 7. «Muerte de Gaitán, una venganza personal: CIA. Historia/Develan archivos 53 años después del crimen», por Sergio Gómez Maseri. El Tiempo, Sección Primer Plano, página 1-2, martes 6 de marzo de 2001.
 8. «Serie/La voz de la experiencia. ‘Las reformas se debieron iniciar hace tiempo’. Entrevista con el historiador Jaime Jaramillo Uribe», por Miriam Bautista. El Tiempo, Sección Paz Aporte, domingo 8 de abril de 2001.
 9. « ‘La paz valió la pena’. Entrevista con Otty Patiño, ex líder del M-19», por Juanita León. El Tiempo, Sección Actualidad, página 9A, domingo 12 de marzo de 2000.
 10. «Hombres de armas tomar. Las heridas que produce la guerra sí pueden sanar», por Dario Arizmendi Posada, Cara a Cara, conversación-entrevista con Oscar Buitrago, capitán retirado del ejército, y Alberto Cuéllar, ex guerrillero del M-19 y del Epl. Sección Actualidad, página 12A, domingo 6 de mayo de 2001.
 11. «Un testigo real de paz y guerra. La saga de un observador de las Naciones Unidas, Hank Morris», por Jorge Cardona, Sección Paz, El Espectador, domingo 4 de marzo de 2001.
 12. «Médico guerrillero. Un hospital en el morral. Un colombiano, veterano de la guerra civil salvadoreña, narra cómo se integró y cómo combatió con el Farabundo Martí de Liberación Nacional. Su única ‘ arma’, durante el tiempo en que estuvo en el cerro Guazapa, fue un bisturí», por Arturo Alape, El Espectador, Sección Actualidad, página 10A, domingo 4 de junio de 2000.

TIPO 2. LA ACTUALIDAD BIOGRAFIADA

1. La entrevista-conversación, la crónica y el retrato con el personaje de actualidad

1. « 'Sé lo que significa esto para mi tierra' Entrevista/ Shakira habló en exclusiva sobre su triunfo», por Daniel Samper Pizano. El Tiempo, Sección 2, primera plana, página 2-11. Viernes 23 de febrero de 2001. Activador del documento: premio Grammy de Shakira, 2001.
2. «Especial Shakira. Shakira es Colombia», por Juan Gossaín, Felipe Zuleta, Daniel Samper, en El Tiempo, Sección Especial, páginas 3-10, 11 y 12. Domingo, 6 de mayo de 2001.
3. «Con el mundo a sus pies. El por qué de un Grammy. La principal carta de presentación para Shakira en el mercado anglo es su estatuilla a Mejor álbum pop latino, que le abrirá las puertas a su disco en inglés», El Espectador, Primera Plana y Sección Tema del Día, página 2A, viernes 23 de febrero de 2001.
4. « 'Doctor, ¿por dónde se coge el toro?'. Antanas Mockus y Luis Eduardo Díaz Chaparro se entrevistan», por Hugo Parra y Carlos Espejo, El Espectador, Sección Capital, Domingo 5 de noviembre de 2000. Activador del documento: victoria electoral de ambos candidatos, quizás los de mayor proyección mediática.
5. «Lo tienen en la mira. Desde el pit de mi hijo», por Pablo Montoya Molina, El Espectador, Sección Fórmula Uno, página 8D, Domingo 4 de marzo de 2001. Activador del documento: previos al debut de Juan Pablo Montoya en la Fórmula 1.
6. «Rumbo al techo del mundo. Everest/ Anoche partió la Expedición Manantial Everest 2001», El Tiempo, Sección Panorama, página 2-3, domingo 24 de marzo de 2001.
7. «Ángel y su noche feliz. Selección/ El Héroe de Colombia contra Bolivia ya voló a Inglaterra», El Tiempo, Sección Deportes, página 2-16, jueves 29 de marzo de 2001.
8. «Bonilla pone condiciones», entrevista por Manuel Figueroa. El Espectador, Sección Marcas, domingo 4 de marzo de 2001.
9. «El 'Tiger' colombiano. Francisco Torres ganó el torneo de aspirantes de Los Lagartos», El Espectador, Portada y pasa a la página 2D, domingo 4 de marzo de 2001.
10. « "Perder una pierna fue una bendición". Robinson Martínez, 'Mochise'», por Darío Arismendi (Cara a Cara, programa de Caracol Televisión) y su versión en formato en prensa, El Espectador, Sección Marcas, página 12D, domingo 4 de marzo de 2001.
11. «Botero pinta el drama. Arte/ Se prepara una retrospectiva del pintor en México», El Tiempo, Sección 2, página 2-5. Sábado 10 de marzo de 2001.
12. «Montoya, rey de Indianápolis», El Espectador, Primera Plana, remisión página 1C, 4C, 5C, y 1D. Lunes, 29 de marzo de 2001.

13. «Los hilos del poder detrás de Emcali. Perfil de Alex López, presidente del sindicato», por Yimy Melo García, El Espectador, miércoles 1 de marzo de 2000.
14. «“Somos mediocres”, Antonio Abujmra y João Fonseca, Festival de Teatro de Bogotá», por Olga Lucía Martínez Ante, El Espectador, página 3F, domingo 16 de abril de 2000.
15. «Craven, el hombre de las pesadillas. Entrevista, habla el ‘padre’ de Freddy Krueger», por Jimmy Arias, El Tiempo, Sección Cultura, página 3-10, domingo 9 de julio de 2000. Activador del documento: Entrevista Exclusiva a propósito del estreno de Scream 3.
16. «“Torear es alimentar el espíritu”: Morante. Hoy, en la Santamaría, el torero de los andaluces», El Espectador, Sección Capital, página 3B, domingo 28 de enero de 2001.
17. «¡Mondragonopulus!. Informe especial/ El escándalo de Faryd Mondragón por su pasaporte griego», por Gabriel Meluk. El Tiempo, domingo 28 de enero de 2001. Página 2-6.
18. «Sigue vivo vivísimo... Historia/ El regreso de un veterano del periodismo», entrevista a Juan Guillermo Ríos. El Tiempo, Sección En Pantalla, 2-12, domingo 28 de enero de 2001.
19. «Ex cura y biógrafo de curas. Perfil/ Joe Broderick, un escritor por encargo», por Myriam Bautista G. El Tiempo, Sección 3, portada, domingo 10 de diciembre de 2000. Activador del documento: lanzamiento del libro «El Guerrillero Invisible».
20. «Maestra con armadura de sindicalista. Perfil/La nueva presidenta de FECODE», por José Navia. El Tiempo, Sección Educación, página 3-11, domingo 11 de junio de 2000.
21. «Una nodriza pegada a Manguel. XIV Feria Internacional del Libro de Bogotá. Alberto Manguel: ¿Cómo me hice lector? Perfil de un argentino en Canadá», por Francisco José González. El Espectador, Sección Rasgos, página 1F, domingo 29 de abril de 2001.
22. «Francisco Maturana y su regreso a la Selección Colombia. “Es una oportunidad que me da la vida”», por Francisco Henao, El País, sección Deportes, página 1D, domingo 13 de mayo de 2001.
23. «“Pensé en matarme”», entrevista a Leszli Kalli, Revista Semana No. 944, junio 5-12 de 2000.
24. «Caballero al desnudo. El periodista más controvertido de Colombia habló con SoHo de sus métodos de seducción, de su oficio, de sus viajes con la droga, y de la guerra», por Antonio Morales, revista SoHo, agosto/septiembre de 1999.

2. Los biografismos como ilustración educativa de temáticas actuales

1. «La angustia perjudica el embarazo. Consejos/Gestación debe vivirse en armonía. El estrés y la angustia pueden hacer que un parto normal se convierta

- en uno de alto riesgo o que el niño se anticipe. Si hay motivos de ansiedad extrema, es mejor recibir asesoría profesional», El Tiempo, Sección Panorama, página 2-3, domingo 13 de mayo de 2001.
2. «Los camuflajes de la guerrilla. Cómo operan las redes clandestinas de la subversión en Bogotá. Sus redes se infiltran en clubes sociales, instituciones oficiales y empresas comerciales, para proveer a los grupos armados de uniformes, víveres, armas, medicamentos y material logístico para sostener su aparato militar», El Espectador, Sección Capital, página 3D, domingo 22 de abril de 2001.
 3. «Juventud+carro+tragos=R.I.P. Problema/ Cada vez comienzan a más temprana edad. El caso de los siete estudiantes muertos en la Autopista Norte plantea el drama del alcohol entre los jóvenes. “El licor es el primer asesino de los muchachos”, dice un psiquiatra. Prevención», por Marisol Ortega Guerrero, Redactora de El Tiempo, Sección Salud, página 2-12, domingo 25 de febrero de 2001.
 4. «Enfermedades del amor. Pasan inadvertidas y cuando se descubren causan vergüenza entre quienes las padecen. Todo porque hay ignorancia respecto a ellas. La mejor forma de prevenirlas es la monogamia», por Elizabeth Hernández, El Espectador, Sección Sentidos, página 4E, domingo 5 de noviembre de 2000.
 5. «La difícil tarea de buscar el mínimo. El deseo de las familias más pobres es que se doble el salario, pero analistas y empresarios consideran que sería desastroso», por Henry Delgado Henaó, Redactor de El País, El País, Sección Economía, página 1B, domingo 10 de diciembre de 2000.
 6. «Huelga sin igual y siempre igual. Cerveza/ La sed de los clientes de Bavaria. Ante la escasez, algunos se pasaron al aguardiente, el guarapo o a otras marcas de cerveza. En Barranquilla elaboran un plan de emergencia para el Carnaval», Económicas, Unidad de Reportajes y Corresponsales, El Tiempo, Sección Económicas, página 2-3, domingo 28 de enero de 2001.
 7. «De la mano de los subsidios. Buena parte de los colombianos paga menos de lo que cuestan la salud y los servicios públicos. El 33% de los beneficios de la educación secundaria llega a los estratos medios, apenas el 12,9% se distribuye entre los más pobres, mientras que la universitaria se concentra en el 50% de los más adinerados», por Mary Alexandra Santamaría y Leonardo Rodríguez, Sección Mercados, página 1D, domingo 29 de abril de 2001.
 8. «Salud mental no es solo cuestión de locos. Campaña/ 7 de abril, día mundial de la salud mental. La violencia, la inseguridad y la crisis económica aumentan el riesgo de depresión, ansiedad y otros trastornos. Consulte y evite problemas mayores», por Marisol Ortega Guerrero, Redactora de El Tiempo, El Tiempo, Sección Salud, página 3-5, domingo 1 de abril de 2001.
 9. «Una danza de sueños. Incolballet/Semillero de Cali sigue creciendo. La escuela de danza no ha desaparecido para dar oportunidad a niños y jóvenes de volver realidad sus sueños de algún día ser los protagonistas en un escenario con mucho público», por Perla Escandón Tovar, Redactora de El Tiempo-Cali Valle, El Tiempo, Sección Cali, página 1-13, domingo 25 de marzo de 2001.

10. «Fue por cola y salió ‘trasquilada’. Mujeres pinchadas, cuerpos deformes. Víctimas de ‘modernas’ inyecciones que consiguen glúteos perfectos, alertan sobre el procedimiento. El efecto más visible: necrosis cutánea, con pérdida incluso de las escasas nalgas que tenían antes de inyectarse», por Constanza Zamudio S., *El Espectador*, Sección Sentidos, página 5E, domingo 18 de febrero de 2001.

TIPO 3. LA BIOGRAFIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DESDE LAS MÁRGENES SOCIALES Y LAS VÍCTIMAS

1. Víctimas de las guerras y las violencias homicidas

1. «Secuestro/En Manos de Romaña», por Álvaro Sierra, Serie Especial El Tiempo, domingo 29 de abril, lunes 30, martes 1 de mayo, miércoles 2 de mayo de 2001. Sección Panorama.
2. «La subversión hace imposible el tránsito por la vía Panamericana. La carretera ‘secuestrada’», por Hans Vargas Pardo, domingo 26 de noviembre de 2000.
3. «Noticia de un secuestro», Gabriel García Márquez, Editorial Norma, Bogotá, 1996.
4. «El diario de Leszli», Revista Semana No. 944, junio 5-12 de junio de 2000.
5. «Secuestrada», Leszli Kalli, Editorial Planeta, Bogotá, 2000.
6. «En sus sueños están vivos. La esperanza de ver llegar a los cuatro excursionistas no está perdida en el Cocuy», por Carlos Andrés Espejo, Enviado Especial Sierra Nevada del Cocuy, *El Espectador*, Sección Capital, domingo 29 de abril de 2001.
7. «Una guerra sin límites. Fronteras/ El avance de guerrilla y ‘paras’ en Venezuela», por María V. Cristancho. *El Tiempo*, sección Nación, página 1-4 y más, domingo 4 de marzo de 2001.
8. Mensajes de familiares de secuestrados, Periódicos *El Tiempo*, *El Espectador* y *El País*.
9. « “El arroz fue la dieta de todo el cautiverio”. El cardiólogo José Alberto Negrete, quien estuvo secuestrado durante 43 días, ayer, reposadamente en su casa, contó la historia de su plagio», por Yimi Melo, *El Espectador*, domingo 5 de noviembre de 2000.
10. «Guerra/ Masacrados nueve campesinos. Hacían parte del movimiento ‘No al despeje’». *El Tiempo*, Primer Plano, miércoles 7 de febrero de 2001.
11. «La búsqueda de los desaparecidos. Servicio/Campaña de la Fiscalía y *El Tiempo*», Sección Justicia, página 1-17, sábado 31 de marzo de 2001.
12. «Encuesta a niños que dejaron sus tierras. Desplazados: un suerte agrídulce», por Ángela Constanza Jerez, Subeditora Relaciones con la Comunidad, *El Tiempo*, Sección Educación, página 2-22, domingo 25 de marzo de 2001.
13. «Farc acabaron el centro de Ataco (Tolima). Ataque duró nueve horas». *El Tiempo* (Tolima 7 Días), Sección Información General, página 2-12, viernes 6 de abril de 2001.

14. «Barrancominas, entre el olvido y los cocales. Viaje al fondo de la ‘Operación Gato Negro’», por Jineth Bedoya Lima, El Espectador, Sección Judicial, página 10A, miércoles 14 de marzo de 2001.
15. «La espera se hace eterna. Retenidos/ El drama más allá del debate jurídico y político sobre el acuerdo humanitario», por Marisol Gómez Giraldo, redactora de El Tiempo, Sección Política, página 1-18, domingo 1 de abril de 2001.
16. «Ecuador, frontera del miedo. Límites/ Aumentan asesinatos de ‘paras’ y guerrilleros, vestidos de civil, en calles de Lago Agrio», por Andrés Mompotes, Enviado especial El Tiempo, Sección Nación, página 1-4, domingo 18 de marzo de 2001.
17. «Aparecen 2 testigos de masacre en Santander. Testimonio/ Nadie sabía que hubiera sobrevivientes», por Félix Quintero, Corresponsal El Tiempo, Sección Nación, página 1-4, jueves 8 de febrero de 2001.
18. « ‘No me voy del país: Juliana. Liberación/ Las Farc la tenían. ¿Irme de este país, a qué? Farc devolvieron a Juliana Villegas, Hija del presidente de la ANDI», por Café 7 días, El Tiempo, Sección Nación, Primera Plana y página 1-3, sábado 3 de marzo de 2001.
19. «Mujeres en la Guerra», Patricia Lara, Editorial Planeta, Bogotá, 2001.
20. «Rescatado niño de cinco años. Capuran nueve presuntos secuestradores del niño Lucas Wasson», El Espectador, Portada y página 5A, jueves 12 de octubre de 2000.
21. «Tragedia/ Un bebé está herido y su tío se quitó la vida. El drama de los Domínguez», El Tiempo Cali/Valle, jueves 4 de mayo de 2000.
22. «Neutrales en medio del despeje. Caguán/ 60 familias se organizan en contra del cultivo de coca», por Nubia Camacho, enviada especial El Tiempo, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-16, domingo 28 de enero de 2001.
23. «Las armas que desplazaron la fe. Rostro/Detrás de la noticia», por Andrés Cala, Redactor El Tiempo, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-16, domingo 28 de enero de 2001.
24. «Permiso: ya no quiero ser niño guerrillero. Paz/ Los 62 desmovilizados estudiarán en la zona de distensión», por Andrés Cala, Enviado Especial El Tiempo, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-16, domingo 18 de febrero de 2001.
25. «Alfredo Abad., crimen sin castigo. Periodistas/ Los violentos intentan silenciar la palabra», por José Navia, Editor de Reportajes, El Tiempo, Sección Información General, viernes 9 de febrero de 2001. Activador del documento: día del periodista.
26. «Violencia/ La soledad de Constanza. La sobreviviente de los Turbay C. Constanza Turbay Cote, con el corazón en la mano», por Bibiana Mercado, Subeditora de la Unidad de Paz. El Tiempo, Sección Política, Portada y página 1-8, domingo 7 de enero de 2001.
27. «El amor, objetivo militar. Amenazas/ En Cravo Norte (Arauca), las Farc quieren desterrar a 37 mujeres», El Tiempo, Sección Nación, página 1-5, sábado 7 de abril de 2001.

28. «El Darien: tierra de nadie. Límites/ Guerrilla y ‘paras’ colombianos se disputan el control en la frontera con Panamá», proyecto especial Fronteras Calientes, por Orlando León Restrepo, enviado especial de El Tiempo, El Tiempo, Sección Nación, página 1-4, domingo 1 de abril de 2001.
29. «Así fue plagiado el industrial japonés Chikao Muramatsu. Ciudadano extranjero está secuestrado con fines extorsivos», El Tiempo, Sección Judicial, página 6A, jueves 15 de marzo de 2001.
30. «Así fue el secuestro de Chikao Muramatsu. Investigación/ Más de 250 extranjeros plagiados desde 1996», por Claudia Rocío Vásquez, Redactora de El Tiempo, El Tiempo, Sección Justicia, página 1-9, jueves 15 de marzo de 2001.
31. «Los seguros de la muerte. Buenaventura/ Pesadilla de dos indigentes a los que les regalaron seguro de vida», por José Luis Valencia, Subeditor El Tiempo-Cali, El Tiempo, Sección Cali-Valle (diez años), página 1-6, domingo 18 de marzo de 2001.
32. «De brujo, a pastor y rehén. Secuestrado/ El versículo que condena la hechicería, lo convirtió», por Germán Gelvez Montero. Redactor de El Tiempo, El Tiempo, Sección Información General, página 1-36, domingo 22 de abril de 2001.
33. « “Su juventud plagada de emociones”. Retrato de Jineth Bedoya Lima. Estudió becada, se hizo periodista antes de concluir sus estudios, se complace en entrevistar a los actores del conflicto, y su pasión son las cárceles. No piensa declinar en su oficio ni abandonar el país», El Espectador, Sección Actualidad, página 11A, domingo 4 de junio de 2000.
34. «Heredera a la fuerza. Rostro detrás de la noticia», por Editson Chacón, corresponsal de El Tiempo. El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 6C, domingo 16 de abril de 2000.
35. «Se destapó la violencia contra conocidos personajes, Pacheco y Lucho Herrera», El Tiempo, Sección Resumen, página 2B, domingo 12 de marzo de 2000.
36. «Dagua guarda la plata en el colchón. Dirigentes piden espacio en zona económica especial. Un ataque guerrillero cerró el Banco Cafetero, luego se fue la Caja Agraria. El comercio y hasta la zona de tolerancia sienten el impacto», por Patricia Elena Aley, Redactora El Tiempo-Cali Valle. El Tiempo, Sección Actualidad, página 4, domingo 12 de marzo de 2000.
37. «Entre la belleza y la violencia. La guerra le robó la tranquilidad al paisaje colombiano», por Juanita León, Editora Unidad de Paz, El Tiempo, Sección Actualidad, página 8A, domingo 12 de marzo de 2000.
38. «Por qué me voy», Columna Al Ruedo por Francisco Santos, El Tiempo, Sección Opinión, página 4A, domingo 12 de marzo de 2000.
39. «La resistencia contra el secuestro. Sociedad/ Con las denuncias de las mamás y el rechazo empresarial», por Juanita León, Editora Unidad de Paz, Sección Política, página 1-16, domingo 16 de julio de 2000.
40. «Una dicha que no duró nada. Asesinato/ El agente Montañés llevaba tres meses libre; el domingo lo mataron. El Eln lo mantuvo secuestrado dos años,

y lo liberó en diciembre. Hace dos semanas volvió al servicio activo, y cayó asesinado el domingo por dos supuestos ‘elenos’. Ayer, día de su cumpleaños, fue enterrado», El Tiempo, Sección Nación, página 1-3, martes 6 de marzo de 2001.

41. «La verdadera ley del monte. Conflicto/ Los actores armados están legislando sobre el sexo, la moral, las costumbres... Los ‘paras’ y la guerrilla están imponiendo su propia legislación en varios pueblos del país. Han prohibido las fiestas ‘gay’, el cabello largo, el alcohol, las peleas... Los castigos van desde trabajos sociales, hasta la pena de muerte», por Redacción Nacional, El Tiempo, Sección Nación, página 1-6, domingo 6 de mayo de 2001.
42. «La mamá Gaula. Policía/ Una mujer en rescates», Unidad de Paz, Especial Madres que sufren la guerra, Día de la Madre, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-8, domingo 13 de mayo de 2001.
43. «No soporta un secuestro más. Drama/ Doña Élide Daza ha vivido el plagio de cuatro de sus hijos. El lunes pasado el Eln se llevó a su hijo menor, José María. En el 98 le secuestraron a dos, con lo cual la familia tuvo que vender el 70 por ciento de sus bienes para pagar. En el 99 se llevaron otro», por Paul Bolaño Saurith, Corresponsal de El Tiempo, Especial Día de la Madre, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-9, domingo 13 de mayo de 2001.
44. «Everildiz aún busca lugar para sus hijos. Desplazamiento/No tener comida para darles es lo peor que le ha pasado. Una campesina chocona desplazada de Riosucio que espera una oportunidad en un mercado comunitario para mejorar la vida de sus hijos», Unidad de Paz, Especial Día de la Madre, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-10, domingo 13 de mayo de 2001.
45. «Secuestrados cuando buscaban a su hijo. Plagio/ AUC retuvieron 23 días a padres de policía», Unidad de Paz, Especial Día de la Madre, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-10, domingo 13 de mayo de 2001.
46. «El Naya, un mal recuerdo para Dolores. Masacres/ Alexander Serna, su hijo menor, fue asesinado en esa zona», Unidad de Paz, Especial Día de la Madre, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-10, domingo 13 de mayo de 2001.
47. « ‘Papá vendrá mañana’. Conflicto/ Treinta madres no celebran su día en Barrancabermeja. La incursión de los paramilitares de 1998 a este puerto petrolero dejó en vilo a 25 mujeres, que no saben dónde están sus hijos», por Arturo Peñaloza Pinzón, Corresponsal El Tiempo, Especial Día de la Madre, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-11, domingo 13 de mayo de 2001.
48. «A las balas se les responde con canciones. La historia de Claudia Patricia Monsalve. El drama de esta mujer, desaparecida en octubre pasado junto con su compañero de Asfáddes Medellín Ángel José Quintero Mesa, se inició en mayo de 1995, cuando su hermano Édgar fue también desaparecido», El Espectador, Sección Judicial, página 4A, lunes 23 de abril de 2001.
49. « ‘Pablo no podía morir sin Rosalba’. El camino que unió a los siete excursionistas del Puracé. En reconocimiento al valor de los caminantes colombianos, que se niegan a detener la marcha a pesar del peligro, les ofrecemos las semblanzas de Rosalba Ramírez y Pablo Montes, elaborada con las voces de sus familiares y amigos. Muerte en el Puracé», El Espectador, Sección Actualidad,

página 4A, domingo 22 de abril de 2001.

50. «La historia de una familia desaparecida. Aumenta el número de ‘chuzadas’ ilegales. En sólo tres años, los Quintero Úsuga fueron desaparecidos. Los niños ya perdieron la cuenta de los muertos en la familia. El caso tiene relación con interceptaciones ilegales», El Espectador, Sección Judicial, página 4A, domingo 22 de abril de 2001.
51. «Incierta la situación en La Caucana. Siete civiles fueron asesinados. Las Farc atacaron ayer este caserío del municipio antioqueño de Tarazá y se teme porque la cifra de víctimas supere el medio centenar. Sin embargo, las autoridades no se atrevieron a dar cifras consolidadas del ataque insurgente a un reducto de las Auc. A 100 se elevaría la cifra de muertos tras los choques entre Auc y guerrilla durante la Semana Santa», por Elizabeth Yarce Ospina, El Espectador, Sección Tema del Día, página 2A, lunes 16 de abril de 2001.

2. Víctimas de la sociedad: vidas al margen y vidas en riesgo.

1. « ‘Soy un chivo expiatorio’: sor Leticia. Juicio/ Fiscalía pide 25 años de condena; procuraduría, la absolución», por Francisco Quintero, redactor de El Tiempo. El Tiempo, Sección Justicia, página 1-3, domingo 25 de marzo de 2001.
2. « El otro reino de la coca. Sociedad/dos líderes cocaleros del Perú y Bolivia hablan de sus experiencias. William Condorí y Francisco Barrantes rechazan el reino de la cocaína, que todo lo destruye, y piden otra mirada para la hoja de coca, símbolo de las costumbres de sus comunidades», por Andrés Mompotes Lemos, redactor El Tiempo. El Tiempo, sección Paz-Aporte, página 1-28, domingo 6 de marzo de 2001.
3. «Cuando las mujeres delinquen. Seguridad/ Se incrementa participación de jovencitas», por José Navia, Editor de Reportajes, El Tiempo. Sección Justicia, página 1-22, domingo 25 de marzo de 2001.
4. « ‘Lo mejor es venir por las buenas’. Detrás del bloqueo de carreteras», por Javier E. Héndez, Enviado Especial, El Espectador, Sección Actualidad, domingo 4 de junio de 2000.
5. « ‘Todo se debe a una venganza’: Johana. Testimonio de una mujer clave en masacre en Reminiscencias. La joven de 25 años cuenta, paso a paso, todo lo ocurrido en la noche del viernes en la taberna del sur de Bogotá, donde once personas fueron asesinadas. “Miguel es inocente y temo por mi vida”, dice en entrevista con El Espectador», El Espectador, Sección Jurídica, página 2D, jueves, 29 de junio de 2000.
6. «El silencio de los inocentes. Paz/ Más de 160 familias reconstruyen sus hogares en cercanías a Villavo. Se comprometieron a no contar quién los desplazó. Acordaron que cuidar sus niños era más importante que pelear. 578 desplazados se organizaron para sobrevivir a la guerra», por Diana Posada, Redactora de Unidad de Paz, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-17, domingo 3 de septiembre de 2000.
7. « ‘Me gustaban los duros’. Testimonio/ La Barbie, relato de una transforma-

- ción. Jugaba a dos bandos: por un lado, acompañaba a bandas como ‘Los Magníficos’ en tiempos de Pablo Escobar. Por el otro, hacía de informante infiltrada como novia de efectivos de la Policía», por Lucevin Gómez E., El Tiempo, Sección Justifica, página 1-18, domingo 11 de junio de 2000.
8. «Política criminal, ¿no futuro?. Los jóvenes y el tratamiento carcelario», El Espectador, Sección El Tema del Día, página 2A, jueves 25 de mayo de 2000.
 9. «En el pasillo frío de la muerte. Drama/ A un colombiano que espera la inyección letal. Es la primera pena federal de muerte impuesta por un tribunal de Kansas desde 1956. Cónsul colombiano en Chicago dice que en el caso de Sinisterra se violó la Convención de Ginebra», por Francisco Quintero, Redactor de El Tiempo, El Tiempo, Sección Justicia, página 1-21, domingo 4 de marzo de 2001.
 10. «Último aliento. Condena/ Un colombiano espera la pena de muerte. Para Guillermo Arbeláez la vida no tiene mucho sentido. Hoy son pocas las esperanzas de que le cancelen una pena de muerte. A su mejor amigo, un mexicano, ya lo ejecutaron», por Mauricio Bayona, Enviado Especial de El Tiempo, El Tiempo, Sección Justicia, página 1-20, domingo 4 de marzo de 2001.
 11. «Serie Alerta: Buenaventura, un polvorín. El desempleo ancló al Puerto», por José Luis Valencia y Patricia Sánchez, redactores de El Tiempo, El Tiempo, Sección Cali, página 1-6, martes 13 de marzo de 2001.
 12. «¡María Balvaneda existe! Obtuvo su cédula a los 67 años. Toda una vida sin ese documento, por que diariamente hacen fila más de 300 personas en la ciudad de Medellín. Tenía cita médica y lo requirió para recibir los servicios de salud», por Elizabeth Yarce O, El Espectador, Sección Nacional, página 13A, domingo 29 de abril de 2001.
 13. «Pactos contra coca evaden paro. Concertación/ En el Putumayo se ‘cocina’ erradicación voluntaria de cultivos ilícitos. En medio del bloque del departamento, las Farc y los ‘paras’ han respetado la decisión de los campesinos de sustituir la coca. Así comienza a funcionar el Fondo de Inversiones para la Paz», por Andrés Mompotes, Redactor de El Tiempo, El Tiempo, Sección Política, página 1-18, domingo 26 de noviembre de 2000.
 14. «Lo que Susan trajo del Catatumbo. Rostro/Una ‘abuela’ de EEUU experta en situaciones de guerra», por Unidad de Paz, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-17, domingo 25 de marzo de 2001.
 15. «La terquedad de San José de Apartadó. Resistencia/ Comunidad de paz en Urabá. El pasado viernes, los 2.500 pobladores del corregimiento celebraron un nuevo aniversario como comunidad de paz. A pesar de los ataques, insisten en vivir al margen de la guerra», por Glemis Mogollón, enviada especial de El Tiempo, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-17, domingo 25 de marzo de 2001.
 16. «“Nos vamos a querer toda la vida”. Pese a la oposición de los notarios de Medellín, la pareja *gay* conformada por Manuel José Bermúdez y Jhon Alejandro Rodríguez constituyó ayer una sociedad en la Notaría 46 de Bogotá,

- que para ellos trasciende en un acto simbólico similar al matrimonio. Los novios sellaron con un beso y un intercambio de velas que, aseguraron, “será para toda la vida”». Pareja ‘gay’ formaliza unión en un acto notarial», por Lorena Muñoz Marrugo, El Espectador, Portada -incluida fotografía del beso de unión- y página 6A, sábado 4 de noviembre de 2000.
17. «El submundo del sexo tras las rejas. Cárceles/ Hasta reos y familiares son blanco de la prostitución. Un prostíbulo en la Modelo es la punta de un complejo cordel sobre el mercado del sexo en los penales. Enfermos de sida y esposas o hermanas de reos obligadas a canjear su cuerpo», El Tiempo, Sección Justicia, página 1-13, jueves 4 de mayo de 2000.
 18. «La tierra volvió a sus dueños. Crónica/ Al cabo de 30 años se hizo justicia en Punta Canoa. Cómo concluyo un litigio de tierras en el corregimiento de Punta Canoa (Cartagena), en el que falsos dueños burlaron durante 10 años a jueces y hasta a la Corte Constitucional», por Oscar Collazos, Especial para El Tiempo, Sección Justicia, página 1-24, domingo 26 de noviembre de 2000.
 19. «Gradúan a 96 ex indigentes. El programa ha rehabilitado a 300 personas en dos años», El Espectador, Sección Actualidad, página 3D, miércoles 31 de mayo de 2000.
 20. «El estadio como zona de distensión. Fútbol/ El proceso de paz entre las barras bracas. Hoy, cuando arranca la segunda parte del Torneo Colombiano de Fútbol, los ojos estarán puestos en las barras bravas, con las que hace meses se trabaja en mediación de conflictos», por Ruben Darío López, Especial para El Tiempo, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-14, domingo 16 de julio de 2000.
 21. «Un sueño americano. La triste historia de 40 colombianos que aspiraban a entrar a Estados Unidos pasando por Rusia. Carlos, uno de los viajeros estafados, relató la pesadilla que vivió con otro colombianos. Le prometieron visa americana en Moscú y perdió US \$ 4.500», por César Polanía, reportero El País, El País, Sección Sucesos, página 1E, domingo 26 de noviembre de 2000.
 22. « “Empezaron a meterme hombres”. Historia de una víctima de la trata de blancas. El conflicto armado disparo la prostitución. Organizaciones dedicadas al tráfico de personas aprovechan a niños y mujeres desplazadas por la violencia. Informe», por Julián Ríos Rojas. El Espectador, Sección Judicial, página 5A, viernes 24 de noviembre de 2000.
 23. « San Juanito ‘subasta’ a sus niños. En el pequeño corregimiento caucano, 800 personas están acosadas por la hambruna», por Silvio Sierra Sierra, Corresponsal El País, El País, Sección La Región, Primera Plana y página 8A, 28 de enero de 2001.
 24. «Hay esperanza para John. Médicos de Florida calificaron de exitosa la operación a niño colombiano», El Espectador, Sección Actualidad, página 5A, viernes 9 de marzo de 2001.
 25. « ‘Que se acaben las barreras’. Accesibilidad/ Por una cultura de la igualdad. El 30 de noviembre se celebra el Día Nacional de las Personas con

- Discapacidad. Una oportunidad para promover una cultura sin barreras y con la atención médica, social y educativa que ellas necesitan», *El Tiempo*, Sección Salud, página 3-3, domingo 26 de noviembre de 2000.
26. «Los hombres, de cara al sida. Este año, a los varones les tocó marcar la diferencia en el tema del sida porque ellos han sido los más afectados en cuanto a las cifras. La idea es que se involucren más en prevención para evitar más portadores de VIH. Testimonio de un infectado», por Elizabeth Hernández, *El Espectador*, Sección Sentidos, página 4E, domingo 26 de noviembre de 2000.
 27. «Una ‘madre’ con 30 hijos. Ejemplo/ En un hogar para menores de la calle y maltratados. Solángel no necesitó esposo para tener 30 muchachitos. Solo le bastó su inmenso amor por los niños y la experiencia de su niñez, que no quiere que se repita», por Carolina Bohórquez, Redactor *El Tiempo*, *El Tiempo*, Sección Cali-Valle, página 1-16, domingo 13 de mayo de 2001.
 28. « “Calculamos que contagió a no menos de 200 personas”. Homosexual propagó el sida en Cartagena. El enfermo, poco antes de morir, confesó que quería vengarse, y por ello multiplicó el número de sus amantes. Cuatro menores resultaron positivos. Otras 43 personas esperan resultados», *El Espectador*, Sección Temas del Día, página 2A, martes 6 de marzo de 2001.
 29. «La vida según Andrés. El niño que quiere volver a ver. Cada día que pasa, Andrés Humberto Bohórquez, de ocho años, siente limitada su dicha y sus juegos, como consecuencia de su escasa visión. *El Espectador*, que lidera una campaña para costear su recuperación, lo acompañó durante un día en el recorrido de su propia vida», por Sonia Perilla Santamaría, *El Espectador*, Sección Capital, página 6D, domingo 22 de abril de 2001.
 30. «El premio de un rifá: la vida de John Hayxeng. Superación/ Un desplazado hace sorteos para ayudar a su hijo», por Carolina Bohórquez, Redactora *El Tiempo-Cali Valle*, *El Tiempo*, Sección Cali, página 1-10. Domingo 4 de marzo de 2001.
 31. «Carta a Emmanuel. A finales de mayo nacerá este bebé. Su madre le canta, le habla y aprovecha cada minuto que el pequeño está en su vientre porque, una vez nazca, lo dará en adopción. Aquí le dice por qué lo dejará», *El Espectador*, Sección Somos, página 1E, domingo 6 de mayo de 2001.

3. Vidas extrañas y extrañamientos en la vida cotidiana

1. «‘Guauuuu, acepto’. La moda de casar a los caninos por agencia, se impuso en ciudades como Bogotá y Medellín. En los últimos años se calcula que unas 600 parejas han celebrado sus bodas por este sistema», por Lucevín Gómez E. redactora *El Tiempo*, *El Tiempo*, Sección Panorama, página 2-10, domingo 4 de junio de 2000.
2. «Canadiense dona parque por cuatro centavitos. Agradecimiento/ Alan Price recompensó a Maicao. En 1971, Alan Gary Price, un hippie canadiense, se quedó sin un peso para seguir su viaje aventurero a Venezuela. Un niño de Maicao le regaló cuatro monedas. Ahora, Price regresó para donar un

- parque», por Ginna Zárate, Corresponsal El Tiempo Caribe, El Tiempo, Sección Nación, página 1-3, jueves 15 de marzo de 2001.
3. «Jesús, María y José son miniaturas. Pesebres en semillas de mamón. La idea surgió hace 12 años. Desde entonces, se han convertido en profesionales. Sus productos se venden, incluso, en el exterior», por Julio César Niño, El Espectador, Sección Nacional, página 11A, domingo 5 de noviembre de 2000.
 4. «La muerte se olvidó de Vijos. Crónica/ El pueblo más apacible de Colombia. La funeraria tuvo que cerrar sus puertas por falta de clientes. El sepulturero del pueblo se dedicó a transportar cal para no morir de hambre. Allí no mueren personas menores de 70 años», por Patricia Aley, Corresponsal El Tiempo, El Tiempo, Sección Nación, página 1-4, lunes 30 de abril de 2001.
 5. «Gracias a John otros niños se salvarán. Padres donaron los órganos del pequeño», El Espectador, Sección Nacional, página 10A, jueves 15 de marzo de 2001.
 6. «El pintor de los Cerros. Talento/ En lo alto del Cerro crece un creador», El tiempo, Sección Cali, página 1-5, miércoles 21 de febrero de 2001.
 7. «Las intenciones de Ana Evelia. Movilización/ Este año el Vía Crucis por la paz recorre Boyacá, Casanare y Arauca. Una campesina boyacense quiso aprovechar el Vía crucis para cumplir su pequeños sueño. Ella también construye paz», por Nubia Camacho, Enviada especial El Tiempo, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-26, domingo 1 de abril de 2001.
 8. «El héroe y la reina. Paralelo/ Vida de perros. Uno es un perro que vive en el anonimato y rodeado de peligro. La otra fue elegida 'perro del año' de Colombia y América y su vida transcurre entre los cuidados y las pasarelas. Dos vidas de contraste casi humano», por Jorge Enrique Meléndez y Jimmy Arias, Redactores de El Tiempo, Portada Sección 2, página 2-2, miércoles 7 de marzo de 2001.
 9. «Artistas del rebusque. Informalidad/ Se pintan cuadro por docenas- Crédito personal. Galerías callejeras y vendedores que se cruzan la ciudad con sus carretas repletas de cuadros son la alternativa para pintores anónimos», por José Navia, Subeditor de Reportajes, El Tiempo, Sección 2 Portada, domingo 26 de noviembre de 2000.
 10. «Drag Queen. Reinas de la Noche. Dicen que don Armando vestido de 'draga' quedó más feo que Betty (Betty La Fea), pero lo cierto es que despertó la curiosidad de estos seres enigmáticos, cuyo objetivo real es el de ridiculizar y enaltecer lo femenino», por Freddy Canchón Naranjo, Redacción El País, El País, Sección Sucesos, página 3D, domingo 12 de marzo de 2000.
 11. «Olor a chivo divide a la justicia. Tutelas/ Vecinos protestan por una anciana que vive con 12 chivos en su casa de Zapatoca. Ante las protestas por el olor, una tutela obligó hace cinco años a doña Ana Virginia a entrar sus animales. Sin embargo, otra acción judicial se los devolvió y siguió la polémica», por Félix Leonardo Quintero, Enviado especial de El Tiempo,

- El Tiempo, sección Nación, página 1-4, martes 13 de marzo de 2001.
12. «Un funeral bajo el puente. Insólito/ Un reciclador es velado en plena calle. Ante la falta de recursos, un reciclador conocido como ‘El abuelo’ fue velado ayer por sus amigos debajo del puente elevado frente a la clínica Rafael Uribe, donde viven dos de ellos», El Tiempo, Sección Cali-Valle, página 1-5, jueves 8 de marzo de 2001.
 13. «I took Manhattan. Después de toda una vida de visas negadas Antonio Caballero finalmente conoció Estados Unidos. Estas son sus impresiones sobre el Imperio (y las fotos que le tomó su hija Isabel)», por Antonio Caballero, Revista Semana No 775, marzo 10-17 de 1997.
 14. «Guaranda, la ciudad de las siete colinas. Ecuador. Los habitantes de este bucólico poblado sobre los Andes ecuatorianos no solo conservan los rasgos indígenas y el atuendo ancestral, sino que también mantienen intactas sus tradiciones», por Karen González Abril, redactora de El Tiempo, El Tiempo, Sección Viajar, página 2-9, jueves 15 de febrero de 2001.
 15. «Orihuela, la cuna del poeta ‘rojo’. Entre comillas», por Alfredo Molano, Especial para El Espectador, página 2F, domingo 9 de abril de 2000.
 16. «Javier hoy no tiene sus manos. Rostro/Detrás de la noticia», Boyacá 7 días, El Tiempo, Sección Paz Aporte, página 1-26, domingo 1 de abril de 2001.
 17. «Mujeres, a marcar goles. Fútbol/ Programa novedoso en Colombia. La Escuela de Fútbol Carlos Sarmiento Lora, desde Cali, lanzará mañana para el país el primer programa de fútbol femenino. Cuarenta chicas comenzarán a formarse como futbolistas», El Tiempo, Sección Deportes-Valle, página 2-18, viernes 23 de febrero de 2001.
 18. «El ‘chef’ de Los Pozos. Diálogo/ Ayer seguía sola la oficina de las Farc en Villa Nueva», por Marisol Gómez Giraldo, Enviado Especial de El Tiempo, El Tiempo, Sección Primer Plano, página 1-3, miércoles 14 de febrero de 2001.
 19. «La ‘Brigitte Bardot’ de Suramérica. El zoológico sin cadenas de Ana Julia. Un refugio en Cali para animales maltratados. Ana Julia ha dedicado varios años de su vida a Villalorena, donde 830 especies reciben amor y son curadas. *Animal Planet* reconoció internacionalmente esta labor», por Raúl Lara, El Espectador, Sección Nacional, página 12A, domingo 15 de abril de 2001.
 20. «Adriana Córdoba, la esposa del Alcalde. “Una jornada para disfrutar en la calle”. La noche de las mujeres. La trabajadora social Adriana Córdoba saldrá esta noche a caminar y a conversar con sus amigas», El Espectador, Sección Bogotá, página 2B, viernes 9 de marzo de 2001.
 21. «Un demonio suelto en Santa Marta. Fenómeno/ Casa de los Marín está embrujada. Luego de Semana Santa, una casa del barrio Nacho Vives comenzó a presentar extraños fenómenos. Vecinos dan fe de que algo raro pasa en vivienda de los Marín», por Roberto Llanos Rodado, Enviado Especial El Tiempo, El Tiempo, Sección Nación, página 1-6, domingo 13 de mayo de 2001.

22. «Las mujeres de Transmilenio. Una muestra de su capacidad para abrirse espacio laborales. Entre las pequeñas y grandes revoluciones generadas en la ciudad por este sistema de transporte, una de las más notorias es la inclusión de bogotanas en todas las áreas de operación. Ocupan la mitad de los cargos de la empresa y le aportan buena dosis de equilibrio», El Espectador, Sección Capital, página 2C, domingo 4 de marzo de 2001.

TIPO 4. VIDAS EXPUESTAS: ATISBOS A LO SECRETO, LO CLANDESTINO Y LO ÍNTIMO

1. Los secretos del poder en clave de entretenimiento informativo

1. Corpus secciones Alto Turmequé (El Espectador), Dicen Qué... (El País) y Teléfono Rosa (El Tiempo), año 2000 y 2001.
2. «Sigue vivo, vivísimo... Historia/ El regreso de un veterano del periodismo. Juan Guillermo Ríos es un hombre cambiado. Un cáncer lo tuvo al borde de la muerte. Ahora regresa, después de 10 años, a la dirección del noticiero 'En vivo'», El Tiempo, Sección En Pantalla, página 2-12, domingo 28 de enero de 2001.
3. «En el cuerpo de 'Marcela'. Telenovela/ Natalia Ramírez critica a la sociedad machista. La actriz define el drama de su personaje, odiado sin haber cometido ningún mal, y aprovecha para intercalar su vida con la de su papel en 'Betty, la fea' y descubrir sus similitudes y diferencias», por Enrique Patiño, Redactor de El Tiempo, El Tiempo, Sección En Pantalla, página 2-9, domingo 3 de septiembre de 2000.
4. «Un viaje hacia Ricardo Vélez. Él es Mario Calderón, en 'Betty, la fea'; pero también es Juan Francisco, en 'Francisco, el matemático'. Un actor cargado de viajes, contradicciones y paradojas», por José Ángel Báez, Redactor de El Tiempo, El Tiempo, Sección En Pantalla, página 2-15, domingo 4 de marzo de 2001.
5. «A calzón 'quitaio'. Estreno de 'Los Monólogos de la vagina', en el Teatro Nacional. A partir del jueves, tres actrices se subirán al escenario del Teatro Nacional para hablar de un tema que no sale de las conversaciones más íntimas. Las intérpretes hicieron sus propios monólogos para EL TIEMPO», El Tiempo, Sección Cultura, página 2-8, martes 6 de marzo de 2001.
6. «Una mujer sin maquillaje. Confesiones/ 'Dios es como un novio para mí'. Luly Bossa interpreta a Ketty León en la telenovela 'Isabel me la veló', una mujer madura y millonaria con un vacío afectivo. En la realidad, también espera la llegada de un amor que valga la pena», El Tiempo, Sección En Pantalla, página 2-14, domingo 8 de abril de 2001.
7. «Las técnicas de Marcela. Actriz/ Confesiones de una 'rebelde'», por Martha Luz Monroy, Redactora de El Tiempo, El Tiempo, Sección En Pantalla, página 2-13, domingo 18 de febrero de 2001.

2. Los secretos de la vida familiar e íntima: terapias expuestas y entretenimientos biográficos.

1. Sección «Consultorio del Amor», por Chiquinquirá Blandón, El Espectador, domingos (año 2000).

3. La exposición biográfica de los poderes y organizaciones en su vertiente criminal e ilegal.

1. «La confesión de Forbes. El pensionado que ganó \$2.352 millones. Historia del ex funcionario de Colpuertos millonario, campeón mundial aficionado de béisbol contagiado por el virus del sida», por Norbey Quevedo Hernández, El Espectador, Sección Reportaje, página 11A, domingo 24 de septiembre de 2000.
2. «El destape de Saúd Castro. Al caldeado debate político que provocó la decisión del presidente Pastrana de convocar un referendo revocatorio del mandato del Congreso, se suma ahora la explosiva declaración juramentada del ex directo administrativo de la Cámara, Saúd Castro, conocida el viernes, que se convierte en la primera pieza judicial que sale a la luz pública sobre el escándalo de contratación indebida en la Cámara de Representantes y que hace recordar al país el famoso proceso 8000. El juicio político está en marcha. El judicial, apenas asoma sus narices. Y salpicará a muchos», El Tiempo, Primera Plana y página 6 y 9A, domingo 16 de abril de 2000.
3. «Fernando Botero. Las trampas del poder. La vida de Fernando Botero estaba encaminada a ser presidente de la república. ¿Qué se le atravesó en el camino?», por María Teresa Ronderos, Revista Dinero, Junio 1996, No. 36.
4. «‘El Sardino’ que aterrorizó la U. Nacional. Desde 1982, un grupo de delincuentes liderado por un parapléjico, movía los hilos de la droga y las armas dentro del alma mater. Así operaba la banda “La Piedra”», El Espectador, Sección Capital, página 3C, domingo 19 de noviembre de 2000.
5. «Pastor Perafán, el amasador de fortunas. La policía, tras el señalado capo de los carteles de Cauca y Bogotá. Hace varios años, Justo Pastor Perafán vivió de amasar harina y hacer pan. Con el tiempo, habría ingresado al mundo del narcotráfico, para luego convertirse en un hombre adinerado, rodeado de mujeres y del ‘jet set’ y, como suele suceder, en fugitivo», El Tiempo, Sección Justicia, página 16A, domingo 5 de mayo de 1996.
6. «El paraíso de los ‘jaladores’. La calle 16, un dudoso mercado de autopartes y segundazos. Seis desguazaderos de carros ubicó la Policía alrededor de la Calle 16, en plena ‘olla’ de Cali», El País, página 10A, domingo 28 de enero de 2001.
7. «Garavito: La Dorada, Oxford, la cárcel. Congresista. Perfil del hombre 8000. Parábola de un hombre con un ego enorme, que saliendo de las tierras calientes del Magdalena Medio llegó a Oxford, se hizo rico, entró al ‘jet set’ y cayó a la cárcel. Un ejemplar de la clase política», por Francisco Celis Albán, El Tiempo, página 8A, domingo 31 de marzo de 1996.
8. «Mercaderes de la Muerte», Édgar Torres Arias, Editorial Intermedio editores, Círculo de lectores, Bogotá, 1995.

**TIPO 5. LAS CELEBRACIONES PÚBLICAS Y RITOS DEL CICLO DE
VIDA
EN LAS PERSONAS E INSTITUCIONES**

1. «El Tiempo, 90 años». Separata Especial, El Tiempo, Bogotá, Viernes 9 de febrero de 2001.
2. «El Tiempo, 90 años», El Tiempo, Lecturas Dominicales, 28 de enero de 2001.
3. «Un mueble en el olvido. Patrimonio/ Los sube y baja del Centro Nacional de Restauración. Desde que esta institución se creó no había pasado por una etapa tan difícil. La falta de recursos está ahogando a este ente encargado de restaurar los bienes muebles del país», por Paola Villamarín, Redactora de El Tiempo, El Tiempo, Sección Cultura, página 3-9, domingo 26 de noviembre de 2000.
4. «El País, 50 años». Edición Especial, El País, domingo 23 de abril de 2000.
5. «Los mil protagonistas del siglo XX», Colección Fascicular The Sunday Times, Londres, Diario El País Internacional, Diario El País de España. El Espectador, año 1999.
6. «Fin de Milenio. Semana selecciona los hechos y personajes que marcaron el milenio y los mitos relacionados con la llegada del 2000». Edición Revista Semana No. 864, noviembre 25 de 1998.



Universidad
del Valle

Programa ditorial

Ciudad Universitaria, Meléndez
Cali, Colombia

Teléfonos: (+57) 2 321 2227
321 2100 ext. 7687

<http://programaeditorial.univalle.edu.co>
programa.editorial@correounivalle.edu.co