



Libros

FURIO COLOMBO

Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional

Anagrama, Barcelona, 1997, 233 págs.

[*Ultime notizie sul giornalismo. Manuale di giornalismo internazionale*, Laterza, Bari, 1995. Traducción de Joaquín Jordá.]

En un mundo en el que los niveles de audiencia de los medios son más importantes que los contenidos, se necesita tener valor para escribir: «Aflora cada vez con mayor frecuencia una referencia a “lo que la gente pide”, “lo que la gente quiere”, una referencia que jamás ha favorecido el sistema de las informaciones. El periodismo está en su mejor momento cuando es un asesor independiente del público, no cuando se inclina ante sus humores». Pero el valor de llamar a las cosas por su nombre nunca le ha faltado a Furio Colombo, periodista y ensayista italiano, ex director del Instituto Italiano de Cultura de Nueva York, profesor de Columbia University, diputado en el Parlamento italiano, director responsable de la *Rivista dei Libri* y editorialista del diario *La Repubblica* y del semanario *L'Espresso*. Hace mucho tiempo que sus reflexiones abren un espacio de lucidez en el que se piensa, se critica, se sufre y se ama al periodismo desde la posición de quien combina el análisis académico y la práctica profesional. *Últimas noticias sobre el periodismo* afirma en su presentación que es un manual de autodefensa para los lectores y un manual de ética para los periodistas. A los primeros pretende enseñarles a leer, más que la

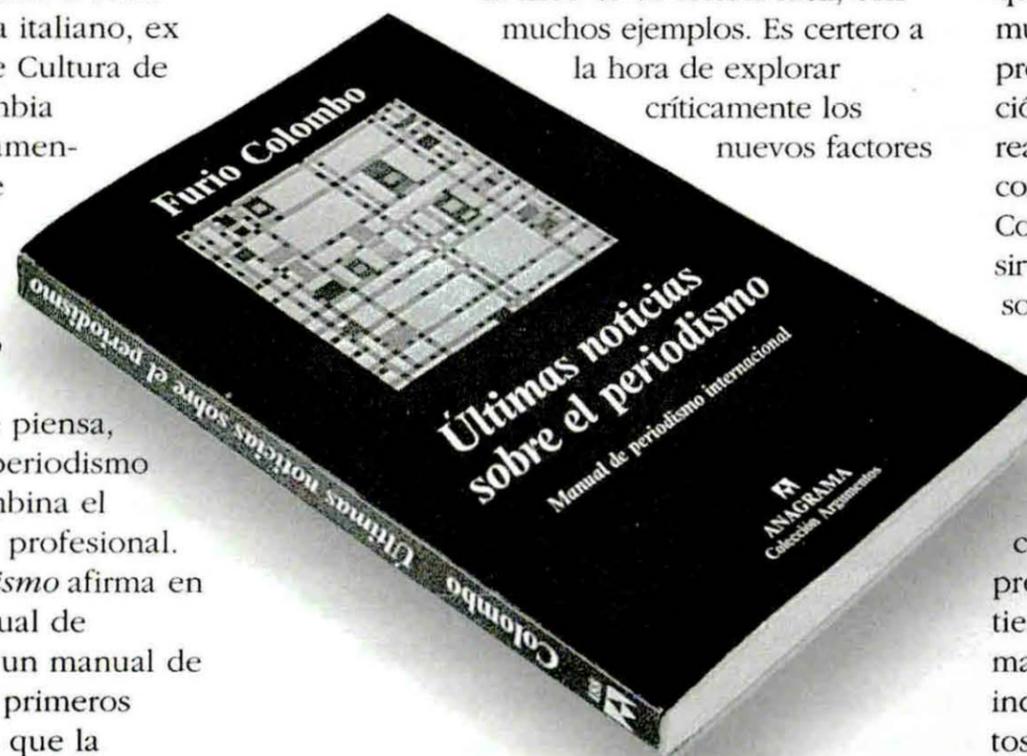
noticia, «en la noticia»; a los segundos les recuerda que hay que recuperar una medida de responsabilidad, olvidada con demasiada frecuencia, como la capacidad de control y de verificación de la información.

El texto de Colombo prefiere la reflexión lúcida sobre el sistema de producción informativo a la simple denuncia de las prácticas profesionales. Su análisis desmitifica con contundencia gran parte de los parámetros que sostienen al periodismo moderno en las democracias industriales. El autor advierte que, aunque concede mucho espacio al norteamericano, el periodismo que el libro presenta no es el lejano o de los demás «sino lo que ocurre cada mañana en la parte más libre e informada del mundo, lo mejor, lo peor, las deformaciones, las involuciones, los peligros». En ese sentido, gran parte de su contenido puede hacerse extensivo al ejercicio periodístico de otros países.

El libro es de lectura fácil, con muchos ejemplos. Es certero a la hora de explorar críticamente los nuevos factores

que inciden en la construcción de la pauta de los medios, factores que cualquier periodista conoce pero no siempre asume: por ejemplo, el hecho de que no todas las noticias que tendrían que nacer, nacen, ni todas las que nacen están en relación directa con la necesidad y el deber de informar. Colombo considera como peligros para la independencia del periodismo la injerencia y presiones de una opinión pública, cada vez más prepotente, que impone opciones y orienta titulares; o el sometimiento a un código, no escrito, de «corrección política» que con el pretexto de garantizar el respeto a los sexos y las minorías, crea muchas veces un tipo de impalpable censura al rechazar temas impopulares o al evitar el conflicto al tratarlos desde la óptica de una afinidad cultural o ideológica. Y se pregunta por las razones por las que una noticia muere, a partir de una estupenda cita del columnista Jim Hogland: «El periodismo es la única forma narrativa en la que es posible omitir el final». En efecto, muchas noticias desaparecen después de haber provocado interés, estupor, pánico o difamación; otras pasan a ser cíclicas y cuando reaparecen se narran de nuevo, casi intactas, como si no hubiesen existido las precedentes. Colombo afirma que «el cementerio de noticias» sirve para entender que no todos los nacimientos son inocentes ni todas las muertes naturales.

La contaminación cada vez más estrecha entre espectáculo y noticia provoca un peligro al anexionar el periodismo a la gran industria del tiempo libre en vez de formar parte, como sucedía antes, de la vida activa y profesional. Los profesionales, según el autor, tienen una actitud que tiende «a buscar materiales capaces de provocar escalofríos e indignación, e induce a buscarlos en depósitos ajenos (poderes o personas), que con



frecuencia los han fabricado como cebo para uso de la información con fines no desinteresados». Y por lo tanto la exclusiva, esa revelación de un hecho que todos los demás todavía ignoran, que todos los directores esperan y con la que todos los reporteros sueñan, ese paradigma del periodismo de todos los tiempos, queda reducida casi siempre, en las circunstancias actuales, a una facilidad ofrecida al periodista por alguien y por algún motivo. En este campo la opinión de Colombo no deja lugar a dudas: «En el momento en que acepta un favor del facilitador, hasta el mejor de los periodistas se convierte en un peón de un juego y portador de una misiva de la que ignora con frecuencia el auténtico remitente».

Últimas noticias sobre el periodismo es un sobresalto ético en un mundo profesional conforme con borrar las fronteras entre la entretención y la noticia en nombre del interés informativo. Colombo detecta, enuncia y renombra lo que para muchos son rutinas inevitables. Se atreve a llamar a varios editores de los medios, empresarios del espectáculo; advierte del peligro de los periodistas-expertos en ámbitos estratégicos que son considerados fuentes de información por sus colegas, pero que terminan por interiorizar los valores del campo que dominan; y considera que la supuesta imparcialidad de muchos medios no es más que abstencionismo culpable. Su crítica, sin embargo, no se hace desde el cinismo o la impotencia sino desde el rigor del diagnóstico. Y propone soluciones. «La alternativa, para los profesionales del periodismo, es volver a recuperar el elevado espacio de notario-avalador de acontecimientos comprobados, de fuentes identificadas, de razones conocidas, de reconstrucciones independientes. Es posible que todo esto se produzca en espacios de mercado más restringidos, con modalidades más pobres y un grado de resonancia menor. Y escaso espectáculo. Pero con el tiempo podría reconstruir las relaciones de respeto, la investidura de confianza del público y de cautela de los poderes».

Para algunos la propuesta puede tener el sabor amargo de un remedio. Para otros significa la única manera de hacer periodismo. Así, a secas.

MAR DE FONTCUBERTA

PAOLO MURIALDI

La stampa italiana. Dalla Liberazione alla crisi di fine secolo, 1943-1998

Laterza, Roma-Bari, 1998, 330 págs.

Si aceptamos la proposición de que el objetivo y función de la historia, como disciplina, no es sólo comprender el pasado, sino también entregar al hombre de hoy algunas claves interpretativas para entender el mundo en que vive, este libro de Murialdi lo consigue con propiedad.

Su perspectiva es la de un testigo y protagonista directo de parte importante de las vicisitudes de la prensa italiana durante la segunda mitad de este siglo. Ello se debe a que Murialdi, nacido en Génova el año 1919, ejerció cargos periodísticos en el *Corriere della Sera* y en *Il Giorno*, y fue además presidente de la Federazione della Stampa. Pero su visión es sobre todo la de un observador analítico, que ha estudiado el tema como docente de Teoría y Técnica de la comunicación de masas en la Universidad de Turín.

El texto está estructurado en torno a ocho capítulos desarrollados según un estricto orden cronológico. De esta manera Murialdi consigue exponer, paso a paso, las condiciones que debió enfrentar la prensa italiana a partir de 1943, cuando las tropas anglo-norteamericanas dieron inicio a una operación bélica —la *Liberazione*— que comenzó en Sicilia y culminó en los Alpes. A partir de una situación caracterizada por severas restricciones a la libertades de editar periódicos y de informar, que obedecía a la política impuesta por el Allied Military Government of Occupied Territories (AMGOT), la prensa italiana consiguió ir obteniendo mayores grados de independencia en la medida en que las tropas aliadas avanzaban hacia el norte. Tras dar cuenta de algunos de los procesos de *depuración* que afectaron a distintos directores de periódicos y periodistas, acusados de colaborar con el régimen fascista derrotado, Murialdi caracteriza el desarrollo que siguió la prensa a partir de enero 1946, fecha en los aliados traspasaron el poder político a las autoridades italianas.

El centro argumental de su libro descansa sobre la tesis —explicitada recién en las páginas finales (pp. 293-294)— de que la prensa italiana,



desde 1946 en adelante, ha estado crecientemente afectada por un grado extremo de politización. Sustentando sus afirmaciones en la combinación de una serie de datos, que incluyen ámbitos como legislación, circulación, propietarios, directores y periodistas relevantes, contenidos predominantes y contexto histórico nacional e internacional; Murialdi va estructurando los principales hitos de cada época.

Quizá uno de los aspectos más destacables de esta obra sea haber logrado vincular la historia de la prensa con la historia política, económica, social y cultural de Italia. Especialmente notable resulta, por ejemplo, lo relativo a los efectos que se desencadenaron en la prensa —y que todavía perduran— a raíz de la creciente centralidad que ha ido logrando la televisión y sus noticieros en el consumo medial de los italianos. La reacción de la prensa en este nuevo escenario fue encabezada por el diario *Il Giorno*, que apareció en Milán el año 1956. Entre otros aspectos, este periódico se diferenció de los demás al incorporar en su portada el concepto de *vitrina*, con titulares en grandes caracteres y artículos breves, que resumían lo más importante de la actualidad. El acento fue puesto en la información, y la opinión fue trasladada a las páginas interiores. También se privilegiaron las fotografías y los temas económicos, científicos y literarios, pero sobre todo los relacionados con el espectáculo televisivo. El éxito de esta nueva modalidad, que se tradujo en tiradas que superaron los 100 mil ejemplares, fue tardíamente asumida por la competencia, debido a los altos costos que implicaba.

Pero no sólo la televisión provocó alteraciones profundas en la prensa. En ese sentido, Murialdi nos muestra también los dilemas ético-periodísticos que surgieron con la ola terrorista que azotó Italia entre 1969 y 1984, una de cuyas víctimas fue el Premier Aldo Moro, asesinado en 1978; o cómo cayó la circulación del *Corriere della Sera* cuando se descubrieron sus vínculos con la Logia P2 a fines de los 70; o el impacto que se produjo cuando *La Repubblica* desplazó al tradicional *Corriere* en las preferencias de los lectores a mediados de los 80.

Esta última década constituye para Murialdi un hito fundamental, en cuanto que durante su transcurso cambió el mapa de la prensa italiana. En materia de contenidos, por ejemplo, el creciente predominio de los temas económicos obligó al diario *l'Unità*, en ese entonces órgano oficial del Partido Comunista Italiano, a incluir las cotizaciones de la bolsa de Milán en sus páginas. Empujados por la dramática caída de las ventas y en medio de una intensa lucha de los grandes empresarios por el control de los medios, los principales diarios italianos introdujeron nuevos productos en sus ediciones. Paradigmáticos fueron en ese sentido los concursos tipo bingo y una enorme cantidad de suplementos, que abarcaban intereses muy variados. De hecho, la adopción de estas nuevas técnicas de marketing, que también fueron incorporando cds y posteriormente cd-roms, elevaron la tirada de diarios como el *Corriere della Sera* y *La Repubblica* por sobre el millón de ejemplares. Sin embargo, estos éxitos eran en gran medida aparentes, ya que el aumento de las ventas no alcanzaba para financiar los elevados costos de esta nueva estrategia y las encuestas, realizadas a comienzos de los 90, mostraban que los lectores estaban cansados de las noticias publicadas en los diarios. Esto se explicaba por el casi nulo tratamiento que la prensa otorgaba a los negocios ilícitos y al tráfico de influencias de importantes políticos, los que quedaron al descubierto cuando diversos jueces, como Giovanni Falcone, hicieron públicos los resultados de sus investigaciones.

En este contexto de baja credibilidad y en medio de una nueva fase expansiva de la televisión, esta vez en su versión privada y de la mano de Silvio Berlusconi, se produjo en los últimos años un cambio generacional en la

dirección de los periódicos más importantes. Según Murialdi, a esta nueva generación, que creció bajo la influencia de la televisión, le corresponderá asumir los desafíos de los tiempos actuales y desarrollar, sobre todo, un periodismo más creíble e independiente; a fin de cuentas, de mayor calidad.

PATRICIO BERNEDO P.

KEN AULETTA

Three Blind Mice. How the TV Networks Lost Their Way

Vintage Books, New York, 1992, 648 páginas.

Con la muerte, este año, de Eleodoro Rodríguez, uno de los grandes íconos de la televisión chilena, se hizo patente una realidad que venía cambiando desde hacía más de una década, cuando el cable y los privados (y ahora el satélite) entraron con fuerza a participar de la alternativa programática y, por lo tanto, a competir por las audiencias y los ingresos. La oferta televisiva se multiplicó varias veces y la propiedad, antes en manos de las universidades y el Estado, se vio modificada con la entrada de otros capitales. Primero, sólo de chilenos; luego, de mexicanos, venezolanos, canadienses... Pero tal vez el cambio más notable fue la llegada, en agosto, de un joven ingeniero al más tradicional y solvente de los canales del país, en reemplazo de Eleodoro Rodríguez. Durante su primer mes al frente de la *Corporación de Televisión de la Universidad Católica*, Rodrigo Jordan redujo personal, disminuyó sueldos e intentó acabar con los gastos excesivos.

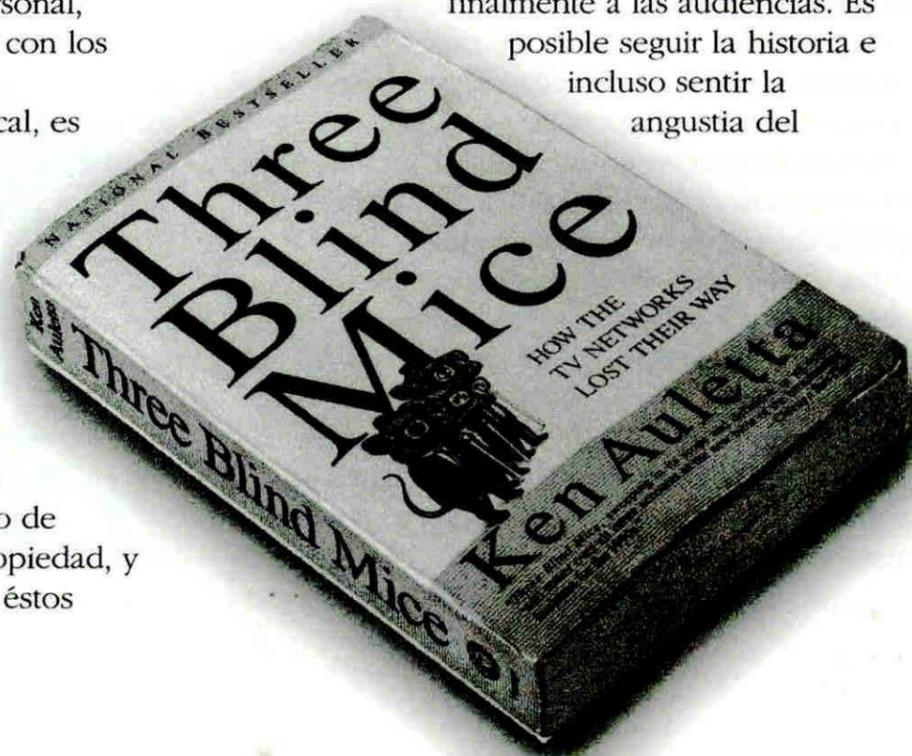
Esta realidad, que parece tan local, es similar a la que debió enfrentar el mercado televisivo estadounidense y que tuvo su clímax en 1985, cuando los tres grandes canales cambiaron de dueños. El gran negocio de antaño ya no era tal y los números estaban en rojo. En ese momento, Loews Corporation compró CBS; Capital Cities adquirió ABC y General Electric se hizo cargo de NBC. Las razones del cambio de propiedad, y las transformaciones y el estrés que éstos

provocaron son homologables a lo que se ha hecho patente en Chile. Por ello, si bien *Three Blind Mice* es un libro editado en 1992, vale la pena revisarlo por la actualidad que para nosotros tiene su problemática.

Además, el texto es valioso no sólo por su contenido, sino también por la exhaustividad de su reporte y la calidad de su estructura narrativa. Su autor, Ken Auletta —columnista del *New York Daily News*, *The New Yorker* y *The New York Times Magazine*— invirtió 6 años en escribirlo.

«Tuve casi 50 entrevistas con el presidente de CBS, Larry Tish, como 20 con el presidente de NBC, Bob Wright, y un total de casi 20 con Tom Murphy y Dan Burke, de Capital Cities/ABC. Tuve la libertad para entrar sin aviso a las reuniones que dos veces por semana tiene el departamento de ventas de ABC; a las reuniones del grupo de relaciones de afiliados en CBS; y a las reuniones del grupo de entretenimiento de NBC para ver cómo Aaron Spelling y Bruce Paltrow desarrollaban sus series; y de sentarme con Brandon Tartikoff y sus programadores de Hollywood a escuchar *pitches* y decidir qué programas podrían llegar a 30 millones de personas en una noche» (p. 7).

En total, el autor realizó 1.500 entrevistas a 350 personas. De allí la cantidad de información y de detalles (a veces excesivos para quienes no conocen el medio) que es posible apreciar en sus páginas. Este material sirvió para organizar una historia en la que se conocen no sólo los hechos, sino que también el carácter de los personajes y sus habilidades, que conforman el conjunto de decisiones que luego afectaron a la empresa, sus accionistas y finalmente a las audiencias. Es posible seguir la historia e incluso sentir la angustia del



quiebre: de quienes llegan y no comprenden las razones del despilfarro, y de quienes están allí y no entienden el porqué de los ajustes y despidos. Está el sufrimiento de la adaptación de los departamentos de prensa a los ultimátums en materia de reducciones; las penurias de quienes debían organizar una programación ajustada a los nuevos tiempos y a la vez exitosa. Están, por otro lado, la incompreensión de los nuevos dueños acerca de una idiosincrasia que se mueve sobre la base de estrellas que reciben pagos excesivos, donde nada es privado, pues todas las decisiones aparecen al día siguiente en la prensa y de que la TV es un servicio público, una empresa más compleja que las tradicionales que miden su éxito en el reparto de utilidades.

El rigor es otro de los valores periodísticos del texto de Auletta. «A menos que se indique lo contrario, las citas de los involucrados me fueron dadas personalmente. Utilizo diálogo en cursivas donde los participantes no recordaban las palabras exactas o donde me interesa indicarle al lector que aquello que está escrito fue dicho, pero no tengo seguridad acerca de las palabras exactas. Cuando a alguien le atribuyo pensamiento confío en lo que mis informantes me dijeron que habían pensado; en algunas ocasiones confío en información entregada por un tercero con conocimiento directo. Las edades de los involucrados, sueldos, y descripción de trabajos corresponden a los mencionados en su momento.» (p. 7)

El primer capítulo, «Una desafortunada comida, 25 de octubre, 1986», es de los mejores. Se presenta el primer encuentro informal entre el director del departamento de prensa de *NBC* y su nuevo presidente. El lector, de inmediato, se introduce en los dos mundos: el del profesional del periodismo que quiere incrementar la calidad de los programas y aumentar presupuestos en aras del «interés público», sin importar lo que digan los balances; y el del ejecutivo que no acaba de entender por qué ha de gastarse tanto y no, en cambio, reducir los costos al máximo. Éste es el choque que luego se irá desarrollando a lo largo de las páginas: un continuo de desencuentros y adaptaciones.

«Traté de evitar trampas similares a aquellas tan corrientes en los libros sobre las cadenas de televisión: ver románticamente el pasado para agudizar el retrato de los villanos actuales [...] Hay villanos en este libro, pero no siempre los

más obvios. A veces los culpables son los nuevos dueños y su sistema valórico; y otras, son personas que creen en un mundo que no existe. La preocupación por los costos y *ratings* no comenzó cuando llegaron los nuevos. Pero también estoy consciente de que en la interminable lucha entre utilidades e interés público, es éste el que cede cada vez más. De alguna manera, pienso, las cadenas han abaratado su producto. Pero también creo que la televisión es mejor, no peor, a como era en su «época dorada» cuando los Tres Grandes tenían virtualmente el monopolio. Siempre ha estado de moda criticar la entretención por televisión. Ya no hago eso, en parte porque veo más televisión» (pp. 6-7).

SOLEDAD PUENTE V.

ELIZABETH FOX

Latin American Broadcasting. From Tango to Telenovela

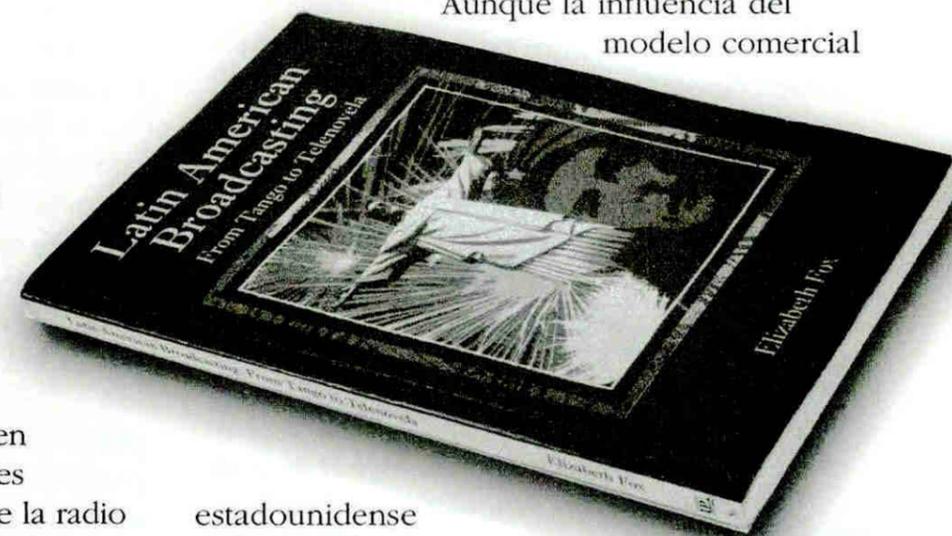
University of Luton Press/John Libbey, Luton, Bedfordshire, 1997, 139 págs.

Parece el colmo hacer una reseña de una autora anglosajona que escribe en inglés sobre este tema, quien por lo demás es una de las pocas voces expertas sobre el panorama general de la radio y televisión de nuestro continente. Pero la verdad es que existen muy pocos textos actualizados que aborden con un enfoque y metodología comunes (y consistentes) la vasta variedad de industrias de *broadcasting* de Latinoamérica, una de las más dinámicas del planeta. Los otros ejemplos son compendios de diversos autores (como *L'Amérique Latine et ses Télévisions, Du Local Au mondial*, editado por Graciela Schneier-Madanes, Anthopos/INA, París, 1995) o bien ensayos o investigaciones focalizados en países o temáticas específicas (como *La dificultad de innovar: Un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina* del economista Diego Portales, editado por ILET en 1987, por mencionar al menos a un autor nacional).

Lo sucinto de esta obra de Elizabeth Fox no le resta sustancia. Incluso la autora supera una serie de problemas de sus trabajos anteriores,

como el antecesor de este texto: *Días de baile. El fracaso de la reforma de la televisión en América Latina* (Felafacs/WACC, México, 1990), el cual tiene una postura sombría, no exenta de cierto paternalismo. Esta vez, Fox parte de una premisa diferente a la típica de quienes escriben sobre el tercer mundo desde el confort de los países industrializados: el destino de las industrias de *broadcasting* de la América hispana no depende tanto de factores exógenos, como de circunstancias y evoluciones locales. Es decir, los mexicanos, brasileños, argentinos o chilenos no somos unas patéticas víctimas del imperialismo yanqui, del calor tropical o del maquiavelismo de las grandes potencias, sino que tenemos la mayor parte de la responsabilidad de cómo han evolucionado la radio y la TV en cada uno de nuestros países, para bien y para mal.

Aunque la influencia del modelo comercial



estadounidense es la prevalente, según Fox los factores domésticos internos son más importantes en determinar la evolución del *broadcasting* en América Latina. En particular, es el «acomodo» entre los diferentes actores sociales de cada país lo que define el desarrollo de los medios audiovisuales. La palabra va entre comillas, porque el texto se empeña en desnudar la frecuentemente incestuosa y latinoamericanísima relación entre el poder político, el económico, el militar y el corporativo: «Las acomodaciones domésticas que rodean al sector audiovisual en cada país ayudan a explicar por qué, pese a influencias foráneas similares, algunos países desarrollaron industrias de medios privados con fuertes roles políticos, mientras que en otros los medios permanecieron políticamente fragmentados y débiles económicamente». Y, a

diferencia de otros textos similares, el Estado es el gran excluido en esta historia.

Bajo un mismo enfoque político-económico que comienza por los orígenes de la radio en los años 20 y acaba con la televisión en 1994-95, el libro agrupa en capítulos separados a los principales países del continente. Éstos, a su vez, están conceptualmente agrupados en tres categorías: monopólicos (México, Brasil, Venezuela), donde la industria está dominada por uno o dos conglomerados con un poder económico y político muy por encima de lo que la teoría de la libertad de prensa considera saludable; semi-fragmentados (Argentina, Colombia, Perú), donde el «acomodo» entre el poder político y las empresas audiovisuales ha sido menos expedito; y los fragmentados (Chile y Uruguay), donde el monopolio político/comunicacional es difícil de lograr por lo fraccionado de la industria.

Sin embargo, el libro no es pesimista. Los factores determinantes están dentro de cada país, y el dinámico contexto internacional actual está sacudiendo la complacencia de los viejos acomodados. Por último, y no obstante lo anterior, Fox entrega un panorama bastante completo y sucinto de los últimos setenta años del sector audiovisual latinoamericano. Leer eso ya vale la pena.

SERGIO GODOY E.

ROGER FIDLER

Mediamorphosis: Understanding New Media

Pine Forge Press, Thousand Oaks (Ca), 1997,
320 págs.

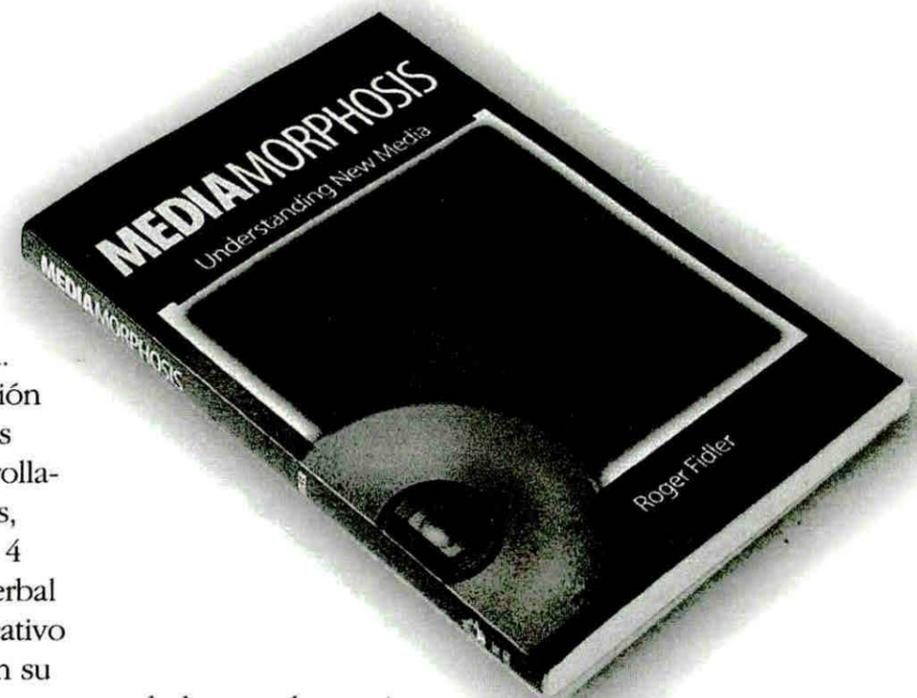
La «mediamorfosis» es un concepto que acuña Fidler en esta obra y designa, en esencia, «la transformación de un medio de comunicación bajo la influencia compleja de necesidades percibidas, presiones competitivas y políticas, así como de innovaciones tecnológicas y sociales». La mediamorfosis, sin embargo, no se aplica en forma aislada a un medio de comunicación que evoluciona en el sentido de un perfeccionamiento técnico. Se aplica a cambios revolucionarios, de gran envergadura y que toman mucho tiempo, capaces de afectar la

historia del género humano o que son la expresión de una etapa importante de evolución de la misma. Por esta razón, sólo existieron en el pasado –según nuestro autor– dos mediamorfosis, y estaríamos actualmente viviendo la tercera.

Fidler sitúa la primera gran transformación entre 90.000 y 40.000 años atrás, cuando los humanos adquirieron la capacidad y desarrollaron el lenguaje hablado. Los seres humanos, recordémoslo, ya existían desde hace unos 4 millones de años, por lo cual el lenguaje verbal constituyó efectivamente un avance significativo en su sistema de comunicación así como en su organización social y su manera de relacionarse con la naturaleza. El lenguaje, además, trajo consigo la capacidad de razonamiento, de planificación y de conceptualización. Finalmente, aportó un medio para transmitir de una generación a otra la experiencia, el conocimiento colectivo y las creencias o sea, para acumular y transmitir la cultura.

La segunda mediamorfosis, a juicio de Fidler, corresponde al desarrollo de la escritura, que es también el punto de partida de la civilización tal como la conocemos y la fuente de las «tecnologías documentales». A lo largo de 40 siglos, podemos observar cómo se han seguido produciendo pequeñas innovaciones que han ido asegurando que los documentos fueran más portátiles (tecnología del papel) para luego poder ser reproducidos con mayor facilidad (era de la imprenta). Se debe recordar que la imprenta no empezó con Gutenberg, sino que fue creada hacia el 600 D.C. en China, donde la conocieron los árabes, que fueron sus primeros usuarios en Occidente. El invento de Gutenberg (los tipos móviles de metal) sólo es el punto culminante de esta larga mediamorfosis.

Los inventos de este siglo muestran que estaríamos viviendo la tercera mediamorfosis: la del lenguaje digital, producto de las tecnologías electrónicas. El lenguaje digital, a diferencia de los anteriores, utiliza números para codificar y procesar información, por lo cual requiere siempre una traducción –realizada por una máquina– para permitir la comunicación humana. El efecto de tal condición en el campo de los medios es tan profundo que aún se hace difícil de comprender. Estamos recién atisbando el surgimiento del «ciberespacio», que tendrá consecuencias tan profundas en la evolución de la humani-



dad como las tuvieron las «mediamorfosis» anteriores.

De su largo análisis de la historia de los medios de comunicación –y especialmente de las condiciones de nacimiento de cada uno– Fidler extrae algunas «reglas generales» o «principios». La primera de estas reglas es la coexistencia y «co-evolución» de los medios. Cuando un medio nuevo emerge, no anula los existentes sino que se suma y los obliga a ajustarse. Al parecer, los medios existentes anteriores no mueren sino que «co-evolucionan». Y, extrañamente, al tiempo que se diversifican, tienden tecnológicamente a converger, como lo podemos observar actualmente en la digitalización generalizada y en la aparición de los multimedia. La segunda regla –que justifica el término inventado por Fidler– es la preexistencia de uno o varios medios que son los que se transforman («metamorfosis»). En consecuencia, se produce una propagación (tercera regla) –en los medios nuevos– de rasgos preexistentes en medios anteriores, los cuales son transmitidos esencialmente a través del lenguaje. Paralelamente, los medios antiguos se adecuan a la nueva situación (regla de supervivencia), tal como ha ocurrido con las radios frente a la TV o como empieza a ocurrir con los diarios frente a los periódicos en internet. Una quinta regla es la de «oportunidad y necesidad»: un medio nuevo no se adopta por el mérito de la tecnología que lo sustenta. Debe haber una razón social, política o económica que lo haga necesario u oportuno. Y, finalmente, la adopción requiere tiempo para llegar a imponerse como una práctica generalizada. Aún en nuestro siglo de cambios rápidos, se estima que treinta años son el mínimo indispensable para ver estabilizarse un medio nuevo.

^ Roger Fidler es coordinador del laboratorio

de diseño de información en la Escuela de Periodismo y Comunicación de Masas de la Universidad del Estado de Kent. Es internacionalmente conocido por su trabajo pionero desde 1979 en el área de las publicaciones electrónicas, especialmente en la cadena *Knight Ridder*.

RAYMOND COLLE

DAVID H. ROTHMAN

NetWorld!: What People Are Really Doing on the Internet, and What It Means to You

Prima Publishing, Rocklin (Ca), 1996, 344 págs.

Sería fácil creer que *NetWorld!* es uno más de los cientos de libros que pregonan con bombo y platillo los beneficios para la vida diaria que trae la evolución y masificación de internet.

A David Rothman le fascina internet. Estaría perdido sin ella, dijo Rothman en una entrevista publicada en el sitio web de la librería virtual *Amazon.com*. «Es imprescindible para hacer investigación». El autor declara haber escrito más de la mitad de su texto gracias a la recopilación de antecedentes y opiniones en mensajes de correo electrónico.

Aunque el tono de este libro es evidentemente entusiasta —comenzando por el signo de exclamación en el título— el análisis de los pros y los contras de internet es satisfactoriamente profundo, amplio y juicioso.

Con estilo conversacional y a ratos humorístico, Rothman revisa lo que internet significa para los millones y millones de personas de todo el mundo que utilizan la red por motivos tan diversos como informarse y diseminar información propia, comprar y vender, aprender y enseñar, relacionarse con otras personas, entretenerse, y tantas otras aplicaciones. No en vano, *The New York Times* ha llamado a la comunidad de usuarios de internet una anarquía cooperativa.

Ejemplos abundan: una mujer norteamericana abrió una tienda de juguetes a la antigua en el mundo virtual. La primera compra provino de Brasil, prueba de que no importa el tamaño de la inversión para que una empresa en internet abra sus puertas literalmente a todo el mundo. Sicólogos norteamericanos atienden a pacientes

que sufren depresión aguda, y que incluso han intentado suicidarse, a través de un grupo de conversación virtual sin costo de acceso. Un vecindario de Washington D.C. ha logrado reducir el número de prostitutas y traficantes de droga en sus calles gracias a que un residente publica en internet la identidad de quienes son arrestados por la policía en el sector. Grupos de consumidores alertan sobre productos recién lanzados al mercado con defectos de diseño. Poco pueden hacer los fabricantes para bajar el perfil del problema de credibilidad que esto les significa porque internet ha demostrado ser un medio efectivo para diseminar rápidamente información alrededor de todo el mundo.

El entusiasmo de Rothman por los beneficios de internet no lo ciega ante las críticas que se han hecho a la red, aunque intenta justificar, o al menos explicar, muchas de ellas.

El autor se manifiesta de acuerdo con que buscar información en internet es tan difícil como tomar agua de un grifo. Sin embargo, señala que los buscadores (*browsers*) están siendo perfeccionados continuamente para que el encuentro de la información deseada sea cada vez más eficiente y fácil.

Muchos usuarios y no-usuarios de la red dicen que la mayor parte de la información que se encuentra no tiene valor alguno porque no es verídica o no ha sido actualizada. Rothman declara que afirmar eso sería como decir que la mayoría de los libros de una librería no tiene ningún interés para quien busca un texto en particular.

En *NetWorld!*, el autor concuerda con que la pornografía de fácil acceso crece casi exponencialmente en internet. Sin embargo, agrega que la red no hace a las personas más buenas o más malas; sólo puede exacerbar sus tendencias en una dirección u otra porque les da una mayor libertad de acción.

Cita como ejemplos el libre acceso a innumerables fuentes de información para quienes no la encontrarían en otros medios, y las ventajas de la red para publicitar en todo el mundo y a un mínimo costo obras de beneficencia que requieren urgente apoyo financiero.

Aunque muchas de las ideas expuestas en el libro sobre los avances y oportunidades que ofrece la red parecen válidos, varios de los

ejemplos para probarlos ya están pasados de moda. Y es que internet ha evolucionado tan rápido en tan poco tiempo —incluso para el estándar de desarrollo tecnológico de este siglo—, que los libros sobre este tema se añejan rápidamente.

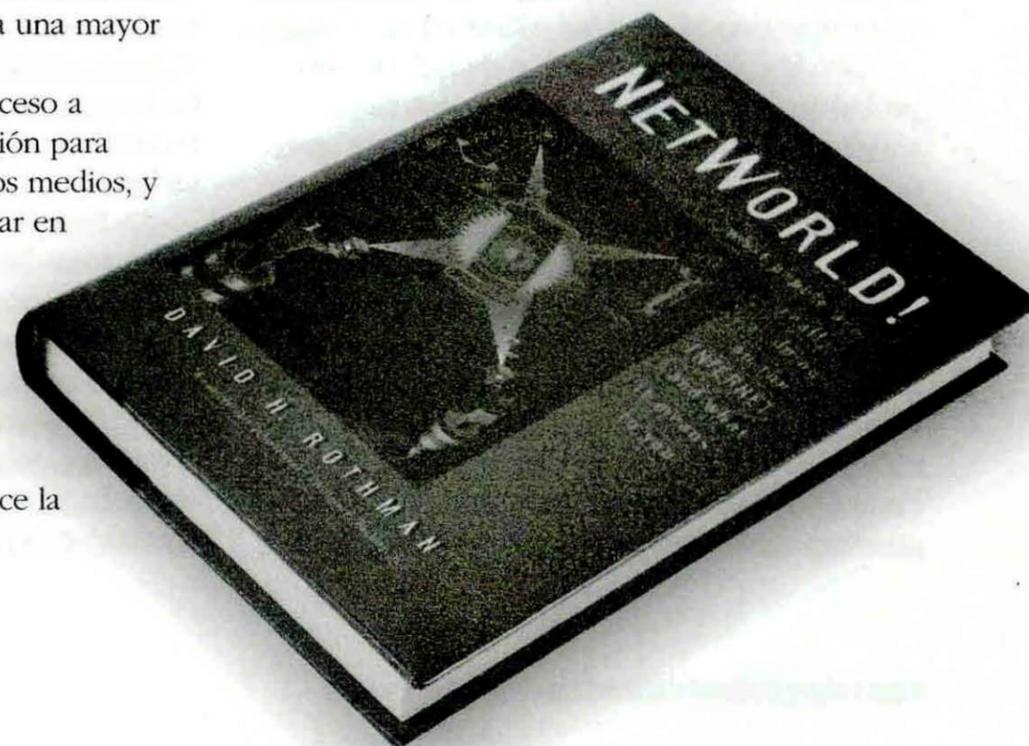
Es el caso de las dificultades para el desarrollo de la compraventa a través de internet debido a la falta de un método seguro de transmisión de números de tarjeta de crédito. El problema fue resuelto gracias a la encriptación (codificación) de datos desarrollada en el período transcurrido entre la edición del libro y su publicación.

A lo largo de su obra, Rothman deja entrever su preferencia por las que califica como visionarias iniciativas de los pequeños *entrepreneurs* en la red, a la vez que pone en tela de juicio las supuestas intenciones de varias grandes empresas de computación, de telecomunicaciones o de la banca por dominar áreas de internet como el comercio electrónico y la entrega de información.

Es cierto que en los últimos años algunas grandes compañías se han visto envueltas en investigaciones antimonopólicas en la justicia norteamericana por el perjuicio que podría causar a los usuarios debido a la falta de alternativas de elección. Sin embargo, también es cierto que muchas iniciativas personales en la red no han llegado a ser más que páginas web desactualizadas, poco relevantes, y hasta con información de dudosa veracidad.

NetWorld! ofrece respuestas a muchas inquietudes sobre las tendencias del desarrollo de internet y siembra en la mente de los lectores otras preguntas que el futuro se encargará de responder.

CRISTÓBAL EDWARDS C.



JON LEE ANDERSON

Che. Una vida revolucionaria

Emecé, Buenos Aires, 1997, 779 págs.

[*Che Guevara. A revolutionary life*, Grove Press, 1997
Traducción de Daniel Zadunaisky]

De todos los libros acerca de la vida de Ernesto Che Guevara que se publicaron durante 1997, al cumplirse 30 años de su muerte, éste es el que hizo más noticia.

Fue a su autor, el periodista Jon Lee Anderson, a quien el general retirado boliviano Mario Vargas Salinas, integrante del pelotón encargado del entierro del guerrillero, le reveló que su cuerpo y los de algunos de sus compañeros se encontraban cerca de la pista aérea de la aldea de Vallegrande. Ello permitió luego que, tras una larga búsqueda, se encontraran los restos de Ernesto Guevara de la Serna y fueran «expatriados» a la Cuba que fue su patria política. Y de paso sirvió para correr el velo que se echó sobre su muerte, el mismo que contribuyó a alimentar la leyenda.

Son los esfuerzos por develar las bases de la otra leyenda del Che, la de su vida, los que sin duda transforman a este libro en el más valioso de los que se han escrito sobre el personaje. Por lo menos desde un punto de vista periodístico.

En primer lugar, por la contundencia de la investigación.

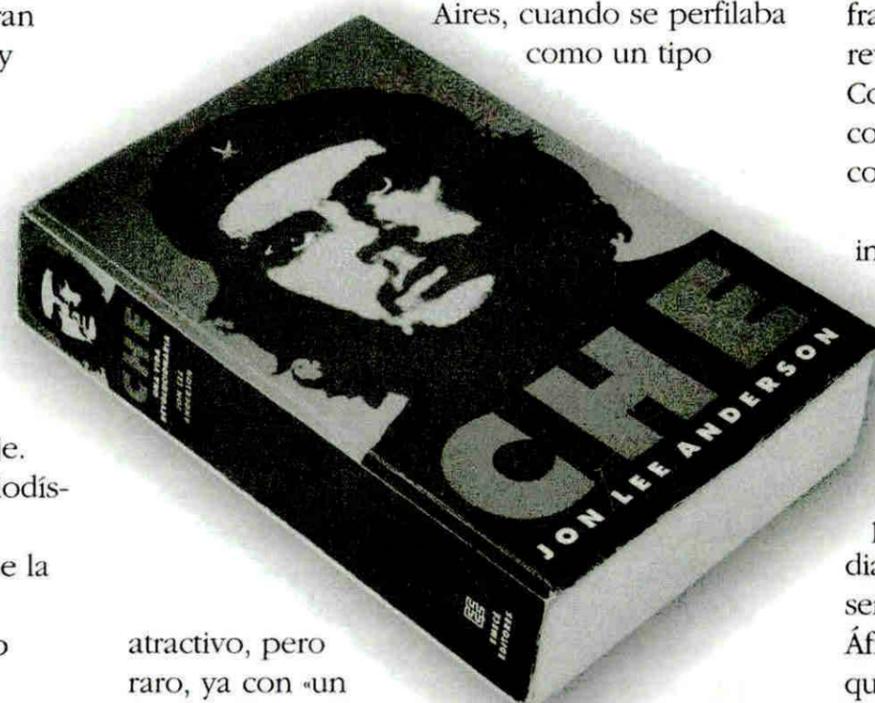
La abrumadora acuciosidad del autor lo llevó durante cinco años de Argentina a Paraguay; de Bolivia a México; de Rusia a España; de Estados Unidos a Suecia, y finalmente a Cuba, donde pasó los últimos tres.

Con la evidente excepción de Fidel Castro, probablemente no hay nadie vivo que haya tenido un cierto conocimiento de Guevara que no haya sido contactado por el periodista. De todos los entrevistados, dos merecen mención especial. La cubana Aleida March, su viuda, accedió a colaborar con el proyecto de Anderson y le dio acceso, entre otras cosas, a dos textos inéditos del que fuera su marido. Y el ya fallecido Manuel «Barbarroja» Piñeiro, por tantos años Jefe del Departamento América del Comité Central del Partido Comunista («jefe de espías y guardián de los secretos de Cuba»), lo instruyó

acerca de las actividades clandestinas del Che.

El resultado del trabajo, elocuente, desde luego, sobre su compleja personalidad, es además un interesantísimo aporte a la comprensión de los orígenes y los posteriores rumbos de la revolución cubana, así como sobre el clima de la guerra fría.

El libro, que por lo demás está muy bien escrito, se estructura en forma cronológica, partiendo por el matrimonio de los padres del Che, Ernesto Guevara Lynch y Celia De la Serna, dos argentinos de buena cepa, él económicamente venido a menos; ella, una huérfana con una herencia nada despreciable. Se interna luego en la infancia del pequeño Ernesto, atravesada por unos ataques de asma que obligaron a toda la familia a buscar un clima seco en las sierras de Córdoba. Pasa por su etapa de estudiante de Medicina en Buenos Aires, cuando se perfilaba como un tipo



atractivo, pero raro, ya con «un interior agitado», en palabras del autor, quien rescata este verso, escrito a los 19 años: «Morir, sí, pero acribillado por/ las balas, destruido por las bayonetas, si no, no. Ahogado, no.../ un recuerdo más perdurable que mi nombre/ es luchar, morir luchando» (p. 59).

La lectura se encamina luego hacia los dos viajes a través de América. Por lo que significaron para la posterior evolución política de Guevara, el autor se detiene en sus experiencias guatemaltecas, marcadas por el proceso izquierdista que por ese entonces lideraba el presidente Arbenz y, obviamente, en la última etapa de su recorrido, México, donde se contactó con Fidel Castro.

La segunda parte del libro aborda el papel que le cupo en la campaña de la Sierra Maestra, pero es probablemente la tercera la que resulta más clarificadora acerca de sus convicciones. Allí se perfila como hombre de principios incorruptibles, los que aplica como responsable de las ejecuciones de los miembros del régimen de Batista, y luego como ministro de Industrias y presidente del Banco Central de Cuba.

El autor no omite las complejas relaciones de Castro con Guevara: la sinuosa conducción del primero, que contrasta con las siempre decididas opciones pro comunistas —más cercanas al modelo chino que al soviético— del segundo, así como sus intentos por alejarlo de la escena central porque aparecía como un comunista ortodoxo para los ojos internacionales. Se extiende también en las siempre fracasadas actividades del Che para exportar la revolución, particularmente a Argentina, el Congo y Bolivia, donde finalmente parece que, con toda lucidez, se hubiera ido de bruces contra la muerte.

Precisamente a propósito de esto último, intentando resolver el que a su juicio es «el interrogante más crucial» sobre la vida del guerrillero (¿quién decidió que fuera a Bolivia?), el autor da con una respuesta con más bases que una simple hipótesis. Luego de contrastar varias versiones contradictorias, cita un párrafo —censurado para la publicación en Cuba— del original del diario de Harry Villegas, actual general en servicio activo, quien acompañó a Guevara a África y a Bolivia. Allí se afirma que fue Fidel quien en 1966 lo convenció de iniciar un movimiento insurgente en ese país sudamericano.

El trabajo de Anderson es también valiosísimo por la forma en que resuelve la ecuación entre la fascinación que le causa el personaje y la independencia con que lo aborda. A través de su mirada, Guevara se ve como un hombre inteligente, honesto, enemigo de los privilegios (los ajenos y los propios), pero arrogante, ideologizado hasta límites difícilmente comprensibles en estos tiempos que corren y poseedor de una ingenuidad suficiente como para creer que con un puñado de hombres mal comidos y mal convencidos, sus compañeros en la aventura boliviana, sentaría las bases de un cambio político global. Matizadas con ésas, que parecen ser sus características dominantes,

capítulo a capítulo van sobresaliendo otras, no siempre coherentes con las primeras. Así, el Che se presenta como un desvergonzado en períodos de su juventud; como violento y frío en episodios de la Sierra y de los días posteriores al triunfo revolucionario; como un asceta en su calidad de ministro y en pasajes de la lucha boliviana, pero en cualquier caso como una personalidad atractiva por lo singular, aunque nada simpática.

De hecho, y en palabras del autor, toda la investigación está orientada por una pregunta: «Quién era este hombre que a los treinta y seis años había abandonado a su esposa y cinco hijos, su ciudadanía honoraria, su puesto de ministro y grado de comandante en la Cuba revolucionaria con la esperanza de iniciar una 'revolución continental'. ¿Qué había impulsado a este hijo de una familia aristocrática argentina, con título de médico, a tratar de cambiar el mundo?» (p. 14).

Al final, como ocurre con todo buen trabajo periodístico que procura escudriñar en una persona, el interrogante subsiste. Eso sólo habla de la inefabilidad del alma humana.

ELIANA ROZAS O.

CHRISTOPHER SILVESTER (Ed.)

Las Grandes Entrevistas de la Historia. 1959-1992

El País/Aguilar, Madrid, 1997, 635 págs.

[*The Penguin Book of Interviews*, 1993. Traducción de Hermina Brevia y Antonio Resines, con prólogo de Rosa Montero]

El *Diccionario de la Academia Española* dice que «entrevistar es mantener una conversación con una o varias personas acerca de ciertos extremos para informar al público de sus respuestas». Apegado a este concepto, el editor de esta antología nos señala que el único requisito que lo ha guiado es que «cada entrevista reflejase un encuentro entre dos personas, una de las cuales preguntaba y otra respondía, y donde ambas partes eran conscientes de que el objetivo último de su conversación era ser publicada» (p. 72).

Se trata de 61 entrevistas seleccionadas siguiendo tres criterios: «Algunas [...] por su mérito como obras periodísticas; otras por la trascendencia histórica de los entrevistados

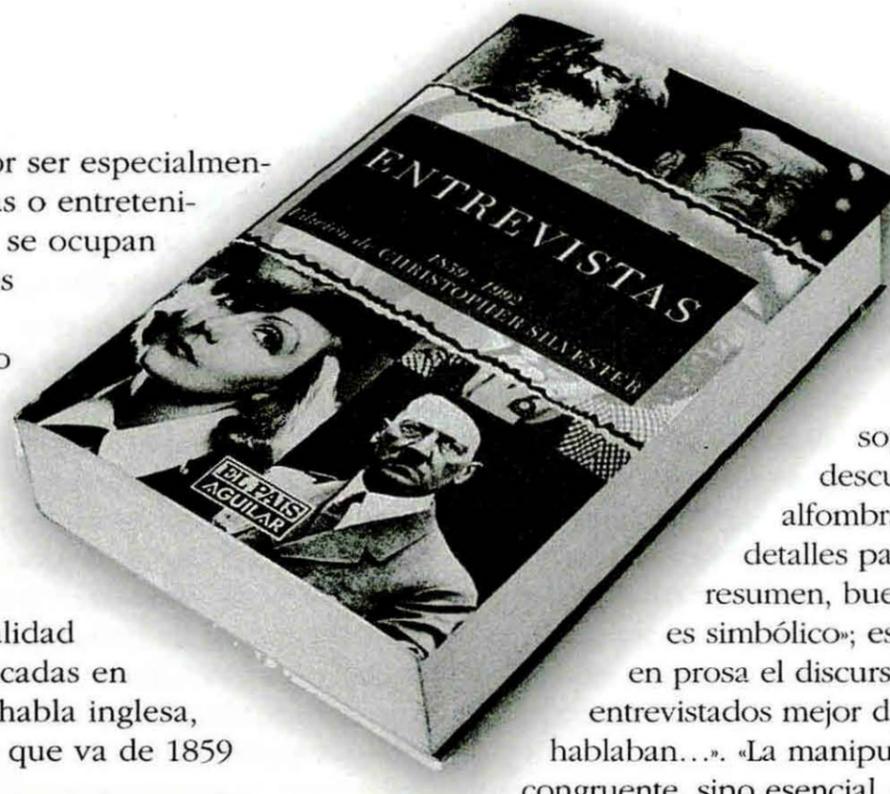
[...], y otras por ser especialmente encantadoras o entretenidas» (p. 72). Y se ocupan tanto de líderes religiosos o políticos, como de científicos y artistas de cine, músicos, poetas, novelistas y dramaturgos.

Casi en su totalidad han sido publicadas en periódicos de habla inglesa, en un período que va de 1859 hasta 1992.

La estructura en que se ofrecen resulta muy pedagógica: a la presentación del entrevistado mediante algunos datos biográficos y de algunos aspectos del *curriculum* del entrevistador, se añaden, en la mayoría de los casos, algunos antecedentes sobre la situación y lugar en que tuvo la lugar la respectiva entrevista. Ello permite, aunque no siempre, intuir su «actualidad».

Las entrevistas están precedidas de una larga introducción en la que el editor da cuenta de la historia del género, desde su invención que «ha sido atribuida a Horace Greeley, editor del *New York Tribune*, y a James Gordon Bennett Sr., propietario de *The New York Herald*», el primero de los cuales entrevistó en 1859 al líder de la iglesia mormona, y el segundo, veinte años antes había dado cuenta de unas conversaciones sostenidas con el presidente de los Estados Unidos, Martín Van Buren. En su opinión, la implantación de la entrevista coincide con «la generalización de la educación o del mercado de los medios escritos de masas [que] supusieron la existencia de un público receptivo para muchas y variadas opiniones» (pp. 26-27).

Interesantes son sus reflexiones sobre «la desconfianza entre entrevistado y entrevistador, que ha sido una constante desde los albores del género» y la constatación de que se trata de «una forma de discurso imperfecto, y necesariamente parcial [pues] el entrevistador controla lo que se publica» (p. 24). En este sentido concluye que «pocas entrevistas son una transcripción literal de la conversación mantenida entre entrevistado y el periodista»; se trata de



un proceso de edición: «es algo creado [...] se yuxtaponen fragmentos dispersos [...], hay que condensar y sopesar, intentar descubrir el dibujo de la alfombra, sacrificar los detalles para ganar impacto. En resumen, buena parte del trabajo es simbólico»; es necesario «convertir en prosa el discurso, hacer hablar a los entrevistados mejor de lo que en realidad hablaban...». «La manipulación no sólo es congruente, sino esencial...» (pp. 63-64).

A estas complejidades se añade «el horror a las entrevistas» (p. 24), o su «endiosamiento» (p. 47); así como su cercanía técnica al psicoanálisis, o incluso a la confesión (p. 53). Incluso hay entre sus mentores quienes la han considerado como un acto erótico (p. 54).

A partir de estas consideraciones, desfilan las características de todos los personajes. Cuestiones tan diferentes, como algunas mentirillas del pastor mormón sobre el monto de su fortuna y el número de sus esposas (p. 82); las inobjetables y puntillosas observaciones de Bismark a propósito de su dieta alimenticia, alcohólica y tabaquera (p. 140); los desvaríos y excesos drogadictos de John Lennon (p. 531). Y se incluye, por último, una entrevista de Richard Stengel a Paul Johnson, destinada a *Time* pero que se frustró «debido al peculiar estado de Johnson» en la que contestó seis veces «...no sé...» y dos veces «...improbable...» a un total de siete preguntas, quedando de manifiesto su lamentable calidad de «intelectual» de los «tiempos modernos».

Desde el punto de vista histórico, la actualidad del género produce algunas distorsiones respecto de la importancia —en el largo plazo— de las acciones del entrevistado: Marx es más importante por las consecuencias leninistas de sus propuestas revolucionarias, que como el miembro de la Asociación Internacional que refleja su entrevista; y Hitler es más importante como agente del *putch* de München o como *Führer* responsable último del holocausto que como el ideólogo de *Mi Lucha*.

En muchos casos destaca la prestancia y presencia del entrevistador capaz de ponderar

según su opinión el conjunto de la entrevista. Así, R. Landor, después de entrevistar a Marx dice que «podemos tener la seguridad de que la Asociación Internacional es un nuevo poder en el seno del mundo civilizado con el que éste tendrá que echar cuentas, para bien o par mal, más pronto que tarde» (p. 97); o H. N. Brailsford, al finalizar su encuentro con Gandhi: «Me marché con la sensación de que había estado conversando con un hombre valiente que tenía el valor de creer que la sociedad debe basarse sólo en principios morales [...] él permanece sereno y reitera con fe inquebrantable su certeza de que sólo será posible alcanzar la seguridad cuando los hombres aprendan a tratarse entre sí como hermanos e iguales. Cualquier otro medio será en vano» (p. 371).

En fin, la entrevista aparece como un género muy versátil: tan entretenido como peligroso; a veces educativo y otras, servil. Incluso como «una forma profundamente parasitaria del periodismo» (p. 39).

MATÍAS TAGLE D.

MICHAEL B. SALWEN Y DON W. STACKS
(Editores)

An Integrated Approach to Communication Theory and Research

Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, New Jersey, 1996, 600 págs.

Diría yo que cuando alguien, como docente o investigador, está en peligro de ahogarse en el mar de información y publicaciones por el que hoy navegamos, no se puede sino agradecer la iniciativa de quien hace visible algo de tierra firme en el horizonte. Ése es uno de los valores de este texto. La clave de su aporte se sustenta en el concepto de *integración*. Vieron sus editores que había llegado el momento de iniciar un proceso de unir tantos cabos que se han ido tendiendo por separado en el campo de las comunicaciones. Su esfuerzo se centró en integrar dos ámbitos que reiteradamente se presentan aislados, cuando en realidad están fundidos: las teorías y la investigación en comunicaciones.

En incontables discusiones entre colegas, los autores de este volumen habían escuchado quejas sobre las dificultades que enfrentaban los docentes para enseñar estas dos materias que el *currículum* establecía como perfectamente separadas. Los profesores de Teoría de las

Comunicaciones necesariamente tenían que ejemplificar analizando los métodos con que se ha pretendido probar una teoría, y los de Metodología de la Investigación no podían obviar la discusión sobre una teoría para evaluar el método. Quedó claro que el problema no radicaba precisamente, o exclusivamente, en los académicos...

Junto con definir el problema, Salwen y Stacks descubrieron un gran vacío —esa falta de tierra firme en el horizonte— porque no existía hasta entonces, según ellos, ni un solo libro que asumiera el desafío de vincular teoría e investigación en el estudio de las comunicaciones. Sin pretender la imposición de un cambio curricular a ultranza, los editores acotaron sus expectativas: «[S]imply to explicitly recognize that theory and research are related and must be addressed together even in courses that involve largely theory or largely research» (p. xii).

Sin embargo, la edición del libro obligó a un segundo esfuerzo de integración, esta vez entre los ámbitos de la comunicación humana y de la comunicación medial. Por la expansión ocurrida en el estudio de las comunicaciones, todo investigador se ha ido especializando en comunicación humana o medial, y tiende a hacer su análisis desde su propia especialidad. Los editores, aún reconociendo la validez de ello, consideraron que no se podía renunciar a estar familiarizado en algún grado con ambos campos, e incluyeron los dos. Salvada esta valla, los autores se vieron enfrentados a otro problema, esta vez originado —entre otras cosas— en la incorporación de los llamados *nuevos medios* de este fin de milenio, cuyas formas de comunicación no se dejan clasificar en términos absolutos ni en humana ni en medial. La solución fue asignar a los inclasificables una sección aparte.

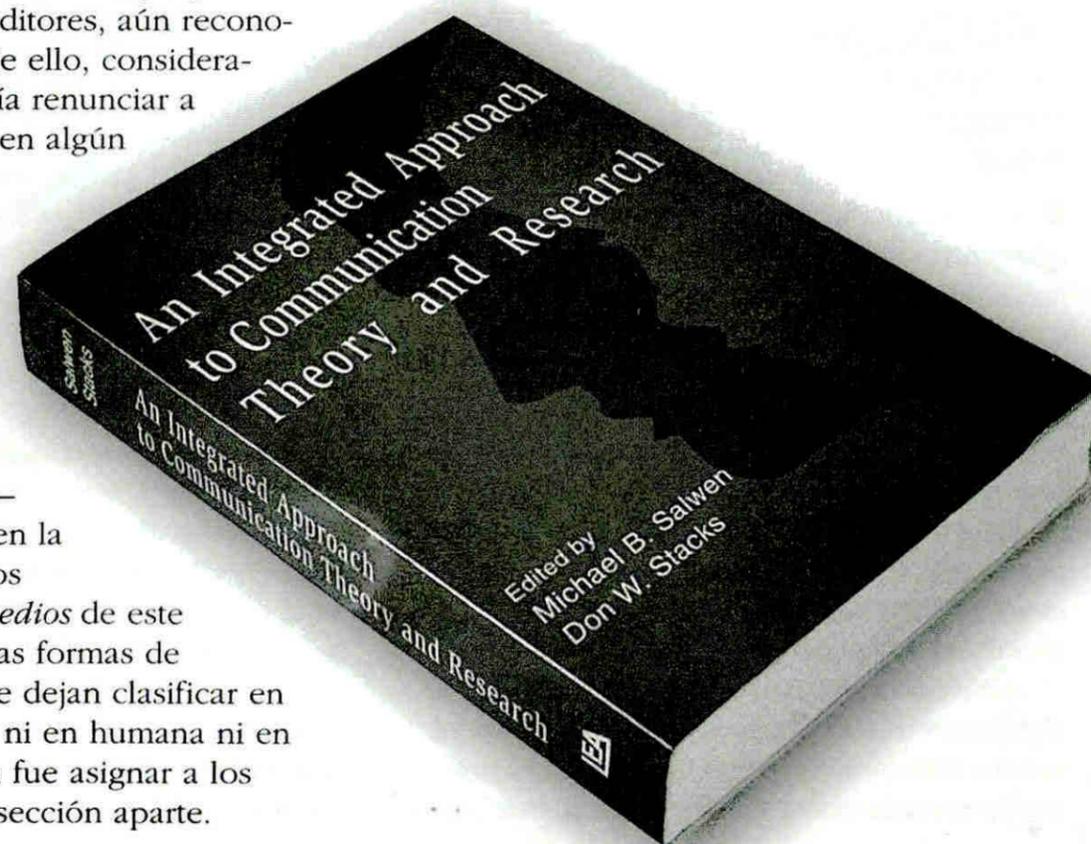
Cierra el libro el infaltable *hacia dónde vamos*, la fisonomía de estas tierras en el horizonte de las comunicaciones humana y medial, con sus teorías y métodos de investigación integrados, dando así solidez a su suelo.

Las 600 páginas de *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* acogen el trabajo de más de 50 expertos, quienes abordan en capítulos separados —unos con más talento que otros— teorías e investigaciones actuales y otros temas afines. Además de un marco teórico y del tipo de investigación que se ha hecho en el contexto de cada una de las teorías, se incluye en todo capítulo un caso de estudio hipotético y se describe la metodología de la investigación más apropiada para abordarlo. Las referencias bibliográficas al final de cada capítulo son una valiosa fuente para la búsqueda de información adicional.

Especialmente esclarecedor, por ejemplo, es el trabajo de Charles T. Salmon (Michigan State University) y Carroll J. Glynn (Cornell University) sobre la Espiral del Silencio, una teoría atribuida a la experta alemana en opinión pública Elisabeth Noelle-Neumann, y que sociólogos y comunicadores de todo el mundo están discutiendo hoy en paneles *on-line*.

En definitiva, el libro es una ayuda generosa que, además de hacer ver algo en el horizonte, impulsa a no abandonar la nave antes de arribar a tierra.

MARÍA ELENA GRONEMEYER



UN CLÁSICO

GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ

Relato de un naufrago

Varias ediciones

En los fructíferos años en que trabajó para *El Espectador*, Gabriel García Márquez lo hizo una y otra vez: luego de la espectacularidad de los primeros momentos de una noticia y cuando parecía que todo el interés se había diluido para dar paso a otras informaciones más apremiantes, el entonces joven redactor volvía sobre personas y lugares en busca de la «verdadera historia». Esa trama llena de detalles significativos que otros habían desechado o simplemente no habían advertido, y que sin embargo eran el mejor vehículo para *contar bien*. Completa, comprensiva y, por qué no, bellamente.

De esa época es, por ejemplo, el excelente *Balance y reconstrucción de la catástrofe de Antioquia*, un relato seriado de lo que ocurrió antes, durante y sobre todo *después* de la avalancha que sepultó al pueblo de El Espadero en julio de 1954.

También hay «balance y reconstrucción» en el *Relato de un naufrago*, originalmente publicado en abril de 1955, por entregas, como *La verdad sobre mi aventura*. El mismo García Márquez había informado semanas antes del hallazgo del marino Luis Alejandro Velasco en costas colombianas, luego de haber estado diez días en una balsa, sin comer ni beber; Velasco había contado ya varias veces su odisea y era una especie de héroe nacional que hasta se había dado tiempo para hacer publicidad. Pero aún faltaba mucho por saber. García Márquez explicaba, en el prólogo de la primera edición en forma de libro de 1970, cómo realizó el exhaustivo reportaje y la elaboración de la trama: «En 20 sesiones de seis horas diarias, durante las cuales yo soltaba preguntas tramposas para detectar sus contradicciones, logramos reconstruir el relato compacto y verídico de sus diez días en el mar. Era tan minucioso y apasionante, que mi único problema literario sería conseguir que el lector lo creyera. No fue sólo por eso, sino también porque nos pareció justo, que acordamos escribirlo en primera persona y firmado por él».

Ésta es la *novedad* que suele destacarse cuando se habla de *Relato...*: aunque no fue el

marino Velasco quien escribió de puño y letra la historia, García Márquez decidió construir un narrador-protagonista que contara sus vivencias. La técnica, sin embargo, no era inédita en no ficción. Ya había antecedentes en las llamadas *life-stories*, una de cuyas primeras manifestaciones fue *The Polish Peasant in Europe and America* de W. I. Thomas y Florian Znaniecki, publicado entre 1918 y 1920; y luego las que escribió el sociólogo estadounidense Clifford Shaw en los 30, como *The Natural History of a Delinquent Carrer*, en que Sidney, un delincuente de 16 años, condenado a 20 de cárcel, «*tells his own story*», según anunciaba la introducción.

Las dificultades que tuvo este sociólogo para reproducir el *registro* de la voz del joven criminal no fueron distintas de las que enfrentó García Márquez en *Relato...* o, varios años después, en *La aventura de Miguel Littín clandestino en Chile*. Esto es, que la voz del autor no tiña con su léxico y modos peculiares a la supuesta voz del narrador protagonista, hasta el punto de anularla. En el caso de *The Natural History...*, el fracaso en este sentido fue bien evidente: Sidney aparecía *escribiendo* palabras muy ajenas a las de un delincuente juvenil; en el de *La aventura de Miguel Littín...*, el relato del director de cine chileno en primera persona incluía términos como *maquillista*, *ante* o *chamarra*, que no están en el habla popular ni ilustrada de un chileno y tenían en cambio bastante sabor a Caribe...

Se trata de un problema de voces: ¿Cuál se escucha, la del *autor* o la del *narrador*? Difícil saberlo en el caso de *Relato...*, por más que la pluma experta de García Márquez se haga muy evidente en cada línea. Pero no invalida el procedimiento, siempre que se haga explícito. A fin de cuentas, lo que hizo el periodista y escritor colombiano fue prestar su maestría a quien deseaba por sobre todas las cosas relatar lo que había vivido. En el mismo texto se cuenta que los campesinos que encontraron a Luis Alejandro Velasco medio muerto en la playa lo llevaron a una casa donde una mujer le dio el primer líquido después de diez días: agua de canela hervida. Con las primeras gotas se sintió desesperado, relata; con las segundas, que recobraba el ánimo. «Entonces ya no quería beber más, sino contar lo que me había pasado».

GONZALO SAAVEDRA V.

STEVEN PINKER

**The Language Instinct.
How the Mind Creates
Language**

William Morrow and Company, New York, 1994, 494 págs.

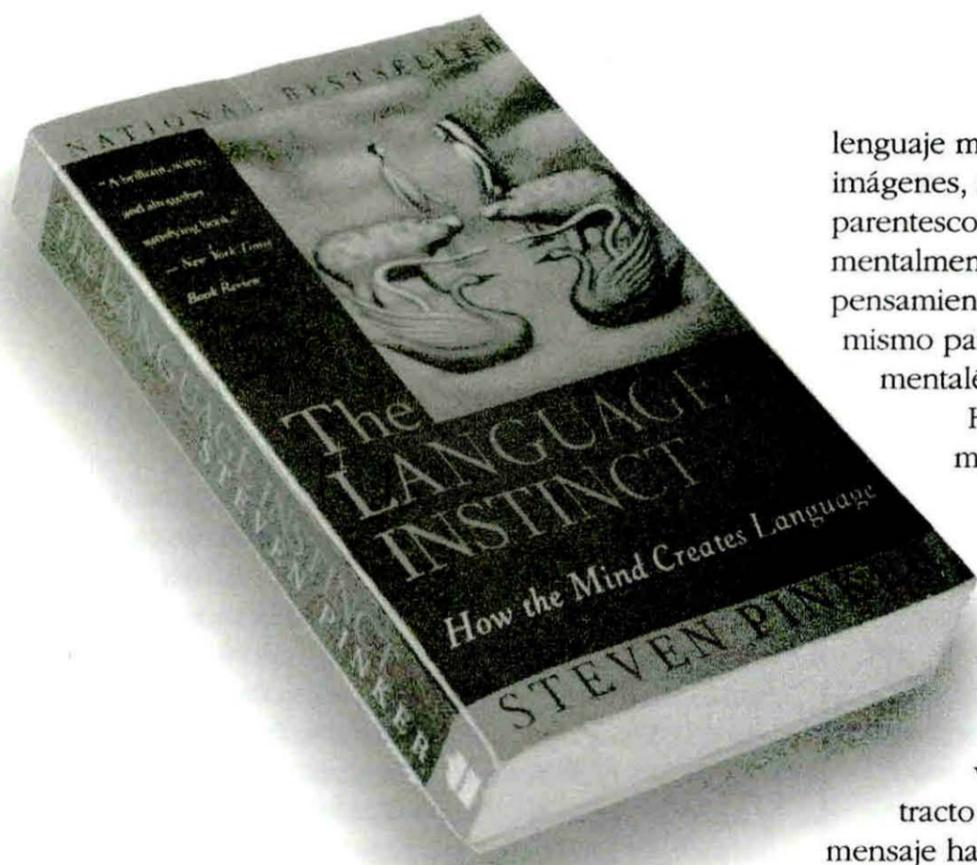
No es tarea de los padres enseñar a hablar a sus hijos. Los niños no necesitan profesor para convertirse, a los tres años y por mérito propio, en genios de la gramática. Tampoco necesitan crecer en un ambiente especial; el lenguaje no es una invención comunitaria que algunos cultiven con superioridad. En esta materia, no hay sociedades primitivas o avanzadas.

Así se entiende el lenguaje como un instinto y así lo explica Stephen Pinker en un libro que transformó la lingüística en un bestseller en EE.UU. Un libro publicado originalmente en inglés, pero que —como advierte el autor— no es sobre el inglés ni otra lengua en particular, «sino sobre algo mucho más elemental: el instinto de aprender, hablar y entender el lenguaje». Existe, de hecho, una versión española (Alianza, Madrid, 1995). El problema es que la traducción no adapta al castellano los ejemplos geniales con que el autor, en inglés, convence hasta al lector más suspicaz.

Pinker es director del centro de Neurociencia Cognitiva del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT). Al escribir, se vale de todas las herramientas que su disciplina ha tomado de la psicología, la informática, la lingüística, la filosofía y la neurobiología. Consigue asombrar al lector ante un mundo que, de tan cotidiano, se supone obvio y que sin embargo, maravilla por su complejidad.

¿Qué significa que el lenguaje sea un instinto humano? Lo mismo que que tejer telas de araña responde a un instinto arácnido. Las arañas tejen como lo hacen porque tienen cerebro de arañas. El ser humano habla porque su mente nace cargada con el software del lenguaje, dice Pinker.

La idea no es nueva. La gramática generativa nació en los 50 en el mismo MIT, cuando Noam Chomsky refutó la interpretación conductista del lenguaje. Las infinitas combinaciones de palabras que el hombre es capaz de entender y elaborar no pueden basarse en un repertorio limitado de respuestas aprendidas, postuló. En el cerebro debe haber un conjunto



de reglas para manejar estas combinaciones, una gramática mental. El desarrollo de ésta es tan rápido y fácil en todo ser humano, observó Chomsky, que debe tratarse de una gramática universal.

Pinker no sólo reconoce la influencia de Chomsky sino que se dispone a explicar las teorías de éste de un modo más sencillo. Pero su aporte va más allá. Abordando el tema desde un punto de vista crítico, Pinker defiende una idea que Chomsky había descartado: la compatibilidad entre el instinto del lenguaje y el evolucionismo darwiniano. Como los demás órganos e instintos complejos, la selección natural de Darwin sí explica la evolución del lenguaje, argumenta.

‘Entonces, ¿por qué los bebés no nacen hablando? Pinker se hace la pregunta y vuelve a maravillarnos con la respuesta. Como la cabeza de los recién nacidos ha de caber por la pelvis humana, el cerebro termina de madurar después. «Si los seres humanos permaneciéramos en el útero materno durante un tiempo proporcional de nuestro ciclo vital correspondiente al período de gestación de otros primates, naceríamos a la edad de 18 meses. Y ésa es justamente la edad en que los niños comienzan a juntar palabras. ¡Así pues se puede decir que los niños nacen hablando!» (p. 288).

La gramática generativa se opone al determinismo lingüístico según el cual el

lenguaje modela el pensamiento. Ni las imágenes, ni los números, ni las relaciones de parentesco, ni la lógica están almacenadas mentalmente en palabras. El lenguaje del pensamiento es distinto al del habla y es el mismo para todos los hombres. Pinker lo llama mentalés (*mentalese*).

Hablar entonces, es traducir el mentalés a cadenas de palabras y, de vuelta, las palabras a mentalés.

Distinguimos las palabras entre los demás sonidos mediante «el sexto sentido»: la percepción fonética. Para explicar cómo funciona, Pinker sigue una

bocanada de aire que inicia su viaje en los pulmones, pasa por el tracto vocal y sale al exterior convertida en mensaje hablado.

Una afirmación aparentemente elemental como que la posición de la lengua influye en la decisión del orden de las palabras, se convierte en este libro en una pregunta fascinante: ¿Por qué decimos tic-tac, ping-pong, zig-zag, flip-flop, ding-dong, tip-tap, King-Kong, sí y no; en lugar de tac-tic, pong-ping, zag-zig, flop-flip, dong-ding, tap-tip, Kong-King?

El mismo interés que Pinker logra transmitir respecto de los mecanismos fisiológicos del habla nos atrae al desarrollo de la inteligencia artificial. Las limitaciones en este ámbito derivan de la complejidad de las habilidades mentales asociadas a la comprensión del lenguaje.

No es que los computadores tengan problemas de memoria. A diferencia de lo que sucede en el cerebro, les sobra espacio para almacenar significados de palabras. Pero al hablar —y por motivos a veces tan triviales como que el aire es un recurso escaso— los seres humanos traducimos en palabras sólo parte de lo que estamos diciendo. Luego, la comprensión no es pura decodificación de significados, sino que supone una cadena de inferencias en las intenciones del hablante.

La ironía, el humor, la réplica, la retórica, la persuasión y la poesía —concluye Pinker— resultan de violaciones intencionadas de las normas implícitas que regulan la conversación. Cuando las faltas no son intencionadas, hay un problema de estilo. Un texto gramaticalmente correcto y comprensible para un programa computacional, pero que no tome en cuenta el brillante sentido común del receptor, sus

atributos y debilidades en el proceso comunicativo, es un texto mal escrito.

El buen estilo, por el contrario, favorece la comprensión. «Un gran escritor como [Bernard] Shaw puede dirigir al lector en una línea recta desde la primera palabra de una oración hasta el final, incluso si está 110 palabras más allá», dice Pinker (p. 214). Con numerosos ejemplos, tomados en parte de la prensa, demuestra la escasez de plumas así de claras.

Si nacemos programados para el lenguaje, ¿por qué el norteamericano promedio (o el chileno promedio) habla y escribe tan mal? Para Pinker la pregunta misma está equivocada pues los «errores» más comunes no lo son de acuerdo con la lógica gramatical del cerebro. Luego de dismantelar un puñado de tabúes impuestos sobre el lenguaje por catedráticos, escritores, periodistas, editores, lexicógrafos y filólogos, Pinker espera haber convencido al lector de dos cosas: «Muchas reglas gramaticales son sencillamente estúpidas y deberían ser suprimidas de los manuales de uso del idioma. Y buena parte de lo que se llama ‘lengua estándar’ es justamente eso, estándar, en el mismo sentido que se dice que ciertas unidades monetarias o ciertos voltajes de uso doméstico son estándar» (p. 400). *No estándar*, insiste, es distinto a *mala gramática*.

ISABEL AWAD C.

MARIANA MATHEWS (Editora)

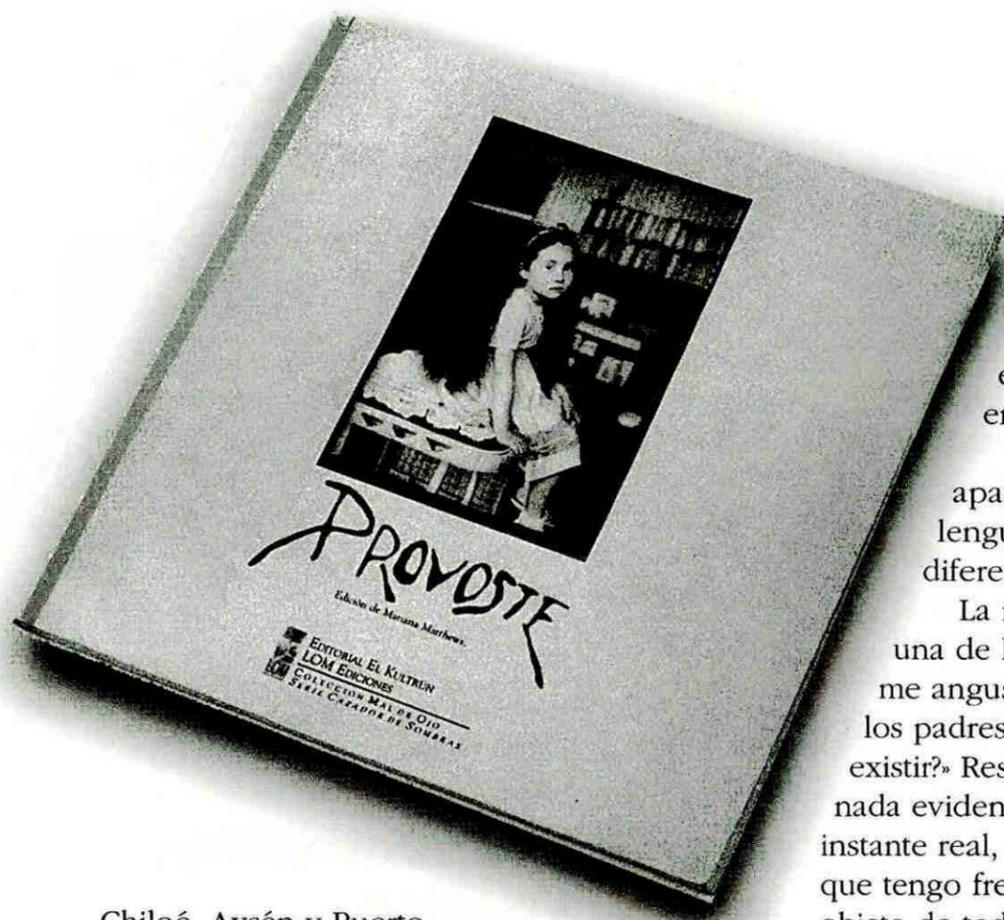
Provoste

El Kultrún/LOM Ediciones, Colección Mal de Ojo, Serie Cazador de Sombras, 1997, 94 págs., 74 fotografías.

La fotografía en alguno de sus aspectos, constituye memoria social, memoria afectiva, memoria histórica de lo oficial y de lo insignificante. Esto lo sabía Mariana Matthews (fotógrafa ella misma) cuando descubrió, en casa de unos amigos arquitectos de Chiloé, en 1980, algunas de las imágenes de Gilberto Provoste. Al momento, sin lugar a dudas, supo que se encontraba frente a un autor significativo.

Preguntando, dio con un anciano de más de 80 años, 40 de ellos dedicados a preservar, mediante su cámara, paisajes, personas, y tradiciones de la sociedad de Castro y Ancud.

Gilberto Provoste Angulo nació en Río Negro el 17 de abril de 1909 y falleció en 1985. Como fotógrafo comercial recorrió



Chiloé, Aysén y Puerto Montt, durante las décadas del 30, 40 y 50.

Don Gilberto era un hombre ordenado y metódico, y conservó cuidadosamente miles de placas y negativos. Apunta Matthews que durante la preparación del libro, «fue una elección difícil qué fotografías devolver al archivo y cuáles hacer vivir de nuevo».

Alejado de todo manierismo, por propia convicción o simplemente por lo aislado del lugar, Provoste genera en sus trabajos fotográficos un mundo propio, en que aparecen los objetos del propio entorno, mesas, sillas, ventanas, convertidos en espontáneo estudio.

Realiza un gigantesco retrato de identidad colectiva. Fotografía niños, parejas, velorios, frailes, incendios, terremotos, presidentes y obispos de visita. Todo lo ordena cuidadosamente, cosa muy rara en la práctica de nuestros fotógrafos. Las razones no aparecen aclaradas por la editora, tal vez lo realizara como providencia comercial a fin de poder vender futuras copias o, más probablemente, con la misteriosa intuición del verdadero autor, de haber preservado tiempos efímeros posibles de convertir, algún día, en una apasionante crónica visual viva y permanente, en un lenguaje diferente del texto.

El libro contiene 74 imágenes fotográficas, acompañadas de textos de referencia de la propia editora y un comentario de la periodista Bridget Rawles. Estos mínimos referentes tienen la virtud de convertirnos en especta-

res-actores, encontrando nuestra propia identidad en las resonancias de los rostros anónimos pero familiares, en los objetos mínimos rescatados del entorno cotidiano y preservados en su reflejo atrapado.

Definitivamente, la fotografía aparece en este volumen como un lenguaje histórico con derecho propio diferente y complementario al textual.

La misma editora se pregunta ante una de las fotografías del libro: «¿Porqué me angustia más el angelito muerto que los padres vivos, si ya todos dejaron de existir?» Responde ella misma: «Es, antes que nada evidencia indiscutible de que ese instante real, el que permanece en la foto, la que tengo frente a mí, es el momento, es el objeto de todo».

El libro de Matthews tiene el privilegio de ser, en su género, el primero en nuestro país.

Ojalá esta excepcional crónica visual abra el camino para muchas del tipo, en la seguridad de que aún existen muchos Provoste que rescatar y publicar.

JUAN DOMINGO MARINELLO

LUIS ÁNGEL SANZ DE LA TAJADA

Integración de la identidad e imagen de la empresa. Desarrollo conceptual y aplicación práctica

ESIC, Madrid, 1994, 301 págs.

Auditoría de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen

Editorial Síntesis, Madrid, 1996, 283 págs.

Desde hace aproximadamente cinco años, el ámbito de la comunicación corporativa ha emergido cada vez con más fuerza en Chile como campo laboral para los periodistas. Sin embargo, para ejercer con propiedad esta

función, tanto desde una dimensión operativa como estratégica, los profesionales de la información no están siempre bien preparados. La comunicación de empresas e institucional precisa de conocimientos, técnicas y habilidades diferentes a aquellas provistas por el periodismo.

Ante la carencia de bibliografía en español que permita configurar un panorama global sobre la materia, estas obras de Luis Ángel Sanz de la Tajada aparecen como una opción valedera.

El autor, doctor en ciencias económicas y empresariales, y profesor titular de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, expone en *Integración de la identidad...* una metodología orientadora para el diseño de planes de comunicación al servicio de la misión y de los objetivos de la empresa. Esta *modelización* referente a cómo abordar paso a paso el tema de la integración de la identidad y de la imagen institucional, es sin duda el aporte más significativo de Sanz de la Tajada al tema de la comunicación corporativa.

En nueve capítulos, el autor revisa los elementos fundamentales de su modelo integrado de identidad-comunicación-imagen, explicitando y analizando sucintamente cada una de las siete etapas que intervienen en el proceso de estructuración de un plan comunicacional de carácter estratégico.

Partiendo por la cultura y demás componentes de la identidad institucional, el libro prosigue con las características y contenidos de la comunicación empresarial y la identificación y cuantificación de los públicos destinatarios de dicha comunicación, para llegar, en el capítulo quinto, al resultado y objetivo de cualquier programa: la imagen que se quiere obtener. De ahí en adelante lo central es esa imagen corporativa que es preciso auditar, planificar, costear, transmitir y evaluar a través de diversos instrumentos y medios.

El libro aborda las diferentes temáticas dando poco por sentado. Esto, que a ratos hace un tanto básico el texto para quienes tienen mayor conocimiento del área, constituye una ayuda para los que están en un nivel más introductorio y no se atreven a consultar en otras instancias el significado de términos aparentemente demasiado familiares.

Lo que sí resulta complejo y en ocasiones

difícil de distinguir tanto para expertos como para neófitos, es la nomenclatura utilizada por Sanz de la Tajada para identificar diversos contenidos de su modelo. Las expresiones *identigrama*, *ideograma*, *imagogramas* e *iconogramas*, de identidad y de imagen algunas, se hacen confusas por su similitud, lo que lleva finalmente a prescindir de ellas. En primera instancia esto no es muy relevante, pues las palabras acuñadas no forman parte de la terminología técnica común ni impiden la comprensión general de la metodología propuesta.

Sin embargo, el problema adquiere una envergadura mayor al momento de la integración de todo el modelo. Es entonces cuando las partes analizadas de modo particular comienzan a enredarse, y queda la impresión de que algunas de las distinciones efectuadas podrían simplificarse o bien diferenciarse con mayor notoriedad.

Ello no resta, por cierto, validez a la metodología global, que certeramente va dando cuenta de que la comunicación institucional debe ser manejada con profesionalismo si desea servir con eficiencia al desarrollo del proyecto empresa.

Auditoría de la imagen de empresa constituye una ampliación especializada del texto ya reseñado. Así lo especifica Sanz de la Tajada en las palabras introductorias de los siete capítulos que configuran esta nueva obra.

Su contenido está destinado a analizar los fundamentos conceptuales y metodológicos de la imagen corporativa, para luego profundizar en «los métodos de determinación y estudio de las percepciones de los públicos en relación con la empresa, lo

que corresponde a la auditoría de la imagen. Ello, debido a que el entorno de la organización está configurado por grupos de individuos con intereses, expectativas y percepciones distintas, lo que obliga a identificarlos y a diseñar acciones específicas para cada uno de ellos».

El texto se basa en el modelo identidad-comunicación-imagen descrito, un modelo «actualizado y mejorado» al incorporar nuevos elementos referidos al estudio del estado actual de la imagen. A través de su lectura, quienes comenzaron a adentrarse en el tema con el libro anterior, pueden acceder a un conocimiento más especializado sobre cómo efectuar investigaciones de base, intermedias y de seguimiento que configuran el denominado «plan de investigaciones al servicio de la imagen de empresa».

Sanz de la Tajada presenta aquí metodologías propias y ajenas que colaboran a la realización de una auditoría. En lo particular, presenta su enfoque integrado cualitativo-cuantitativo y el análisis de contenido de los medios de comunicación, creado y desarrollado por Scope S.L.

La obra ha sido estructurada con una lógica similar a la utilizada en el texto de referencia, lo que la hace exhibir similares virtudes y debilidades, según sea apreciada, con la diferencia de que su estilo es ya reconocible y, por lo mismo, más fácil de seguir. Colabora en esto la incorporación de un caso explicativo al final de cada capítulo y no al término del libro como aconteció en *Integración de la identidad...*

Ambos textos, sin embargo,

comparten un mismo mérito: el de proporcionar una profusa bibliografía especializada, capaz de servir de guía a los lectores para su propio perfeccionamiento. *Auditoría de la imagen...* incluye un beneficio adicional: un amplio glosario con los términos técnicos (pp. 210 a 263) utilizados en las dos publicaciones.

Sanz de la Tajada prepara una siguiente obra sobre estrategia de imagen corporativa, con la cual proseguirá sus más de 30 años de experiencia en la academia y en el ejercicio profesional.

PAULINA GÓMEZ L.

CARLOS SORIA

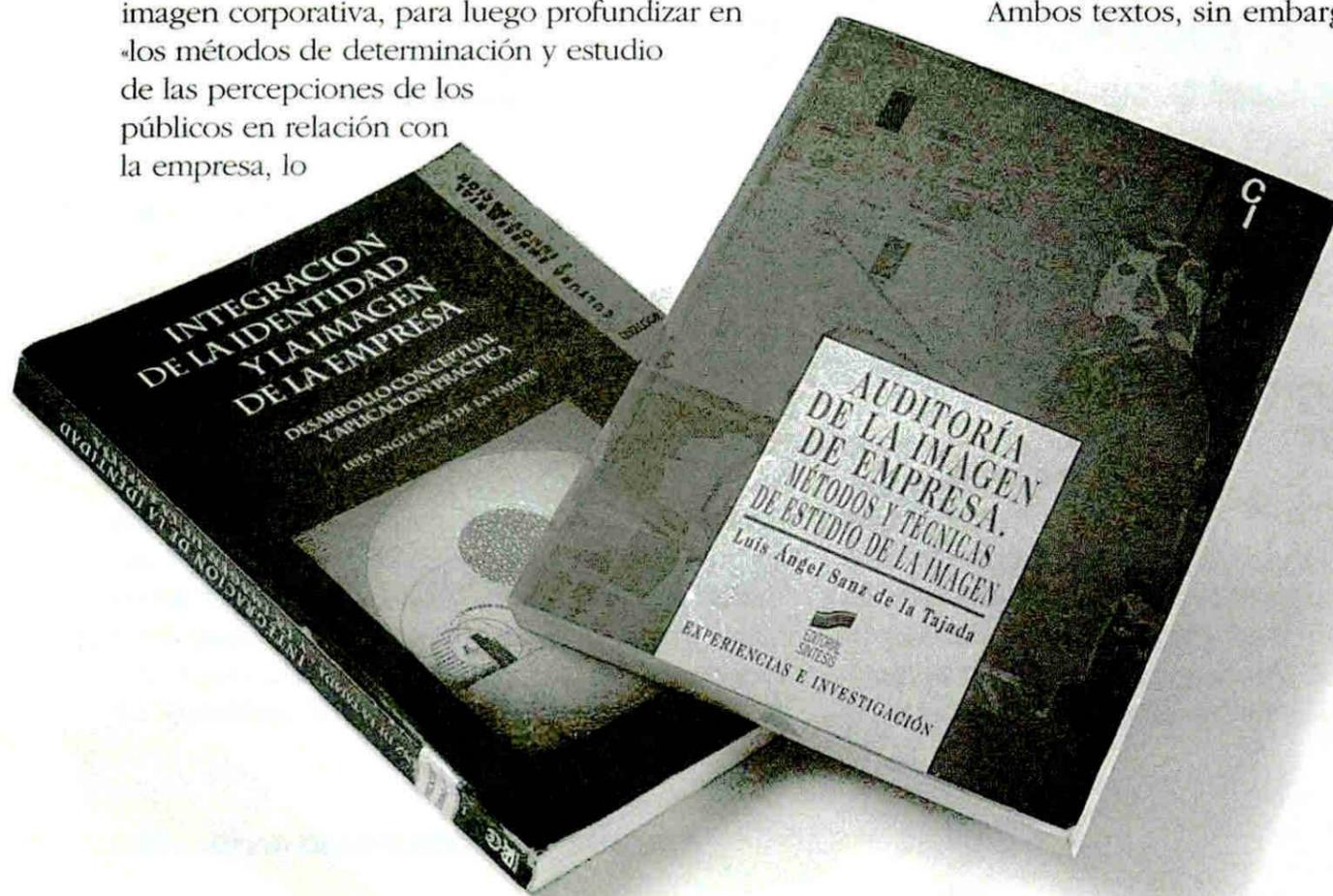
El laberinto informativo: una salida ética

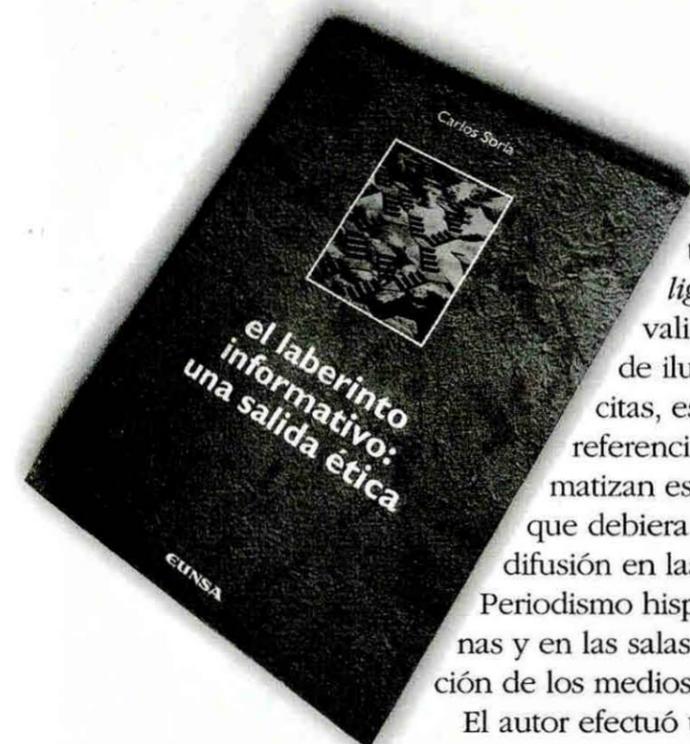
Eunsa, Pamplona, 1998, 270 págs.

El último libro de Carlos Soria, ex decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, aparece en momentos críticos para la ética periodística en el mundo. Su declinación evidente es percibida por la opinión pública que, en las encuestas, rebaja constantemente los índices de confiabilidad en los periodistas.

El derrumbe tanto del totalitarismo como de regímenes autoritarios y el subsecuente renacer democrático, han hecho posible avances de la libertad de expresión en los últimos años. Pese a ello y a la promulgación de más y más cartas y códigos éticos, la responsabilidad en los medios de prensa es baja. Algunos de estos códigos, emanados de organismos políticos multinacionales —como la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa (1993)—, abren incógnitas serias sobre el intervencionismo de los Estados en un ámbito que debe estar entregado a la autorregulación de los profesionales de la información o de los medios de prensa.

En su nuevo libro, Carlos Soria —coautor, junto a Juan Antonio Giner, del difundido manifiesto *El nuevo papel de los informadores* (1995)— hace un lúcido análisis de la realidad del periodismo de nuestros días. Da cuenta de cómo esta actividad está afectada por criterios sensacionalistas, el *rating*, los tirajes, las presiones de la publicidad, la precipitación noticiosa que deja sin corroborar satisfactoriamente los hechos, la





desinformación, la trivialización *light*, etc. Un valioso caudal de ilustrativas citas, estadísticas y referencias históricas matizan este volumen que debiera tener amplia difusión en las escuelas de Periodismo hispanoamericanas y en las salas de redacción de los medios.

El autor efectuó un inventario de los males que afligen al periodismo. En el «juicio final» del mismo, sintetiza con pesar, cómo se le caracteriza en el planeta. Sería difícil encontrar un diagnóstico más ajustado de señales negativas visibles día a día, sino minuto a minuto, en la prensa escrita y audiovisual internacional. La competencia, a menudo fiera, entre órganos informativos impulsa excesos y abusos. Los tribunales de justicia califican los delitos, pero también hay otras falencias graves que derivan de una defectuosa formación profesional y moral de periodistas y editores y provocan descalabros, además de una peligrosa confusión en el público. La mayoría de la gente, por ejemplo, considera a los *paparazzi* como miembros de la prensa, cuando en verdad son fríos y aún siniestros mercaderes que lucran con la desgracia, la privacidad y el honor de celebridades.

En el «laberinto informativo», según Soria, hay un sinnúmero de situaciones censurables a nivel planetario. Pero hay también fórmulas válidas para superarlas. En su especial condición de periodista, jurista y académico, el autor es capaz de abordarlas en profundidad. Su larga y destacada labor en estos tres ámbitos asegura no sólo la validez de sus análisis, sino también la viabilidad de sus propuestas. Aplicarlas requiere sí, voluntad empresarial y profesional.

La línea gruesa de argumentación en *El laberinto informativo...* está centrada en los ámbitos de la información y la opinión, pero dedica también oportunas reflexiones a temas como las relaciones públicas, la representación impropia, los conflictos de intereses, la información publicitaria —en particular sobre menores—, el periodismo de investigación y el fotoperiodismo. El autor plantea respuestas contundentes a

los dilemas que provocan todos ellos.

En suma, se trata de un libro trascendente en concordancia con la brillante trayectoria de quien lo suscribe, cuyas enseñanzas de ética han sido tan fructíferas en América Latina.

TOMÁS P. MAC HALE

ANA AZURMENDI

Derecho de la información. Guía jurídica para profesionales de la comunicación

Eunsa, Pamplona, 1997, 306 págs.

Antes de adentrarse en el texto de Ana Azurmendi es conveniente tener presente dos advertencias que, por lo demás, ella misma hace en la introducción.

La primera constituye una definición negativa: no se trata de un compendio de legislación y jurisprudencia. La finalidad de la obra, dice, es «proporcionar un conocimiento básico de las relaciones jurídicas presentes en el mundo informativo y publicitario», lo cual no obsta para que haya una enorme cantidad de interesantes y útiles referencias a la jurisprudencia y a diversas leyes.

La autora pone a sus lectores sobre aviso también respecto de lo intrínsecamente mudables que son parte importante de las reflexiones sobre estos temas. Ello, porque a lo menos en cuanto tocan el derecho positivo están sometidas a la relativa variabilidad de la ley, y porque versan sobre el escenario de la comunicación social, uno de los ámbitos sociales donde se registran cambios más rápidos.

Ni lo uno ni lo otro le restan valor al libro.

El orden en que se analizan los temas no obedece a las clásicas divisiones jurídicas (derecho constitucional, civil, penal), sino que sigue, básicamente el criterio de los actores involucrados en el proceso informativo y de los contenidos susceptibles de ser difundidos: Ordenamiento jurídico y derecho a la información; Derecho del sujeto universal a la información; Derecho del sujeto cualificado; Derecho de los medios de comunicación y Derecho de los contenidos.

Por lo poco tratados, aun en obras de este tipo, resultan particularmente interesantes las cuestiones vinculadas a las bases de datos, así

como los problemas jurídicos de la publicidad, del marketing y de la propaganda electoral.

El sistema que sigue Azurmendi es el de ir planteando los tópicos, primero desde una perspectiva doctrinaria, aunque no excesivamente técnica, para luego entrar en la forma en que el tema en cuestión es abordado desde el punto de vista del derecho positivo, fundamentalmente español, aunque hace frecuentes referencias a normas autonómicas y de la Comunidad Europea.

Lo anterior permite afirmar que el libro puede constituirse en una herramienta útil para dos tipos de lectores. En cuanto toca cuestiones conceptuales, es un aporte para los estudiantes y profesionales de la comunicación, porque allí parte del supuesto del desconocimiento de conceptos jurídicos básicos, como cuando explica la noción de fuentes del derecho.

Y si bien es cierto que los aspectos propiamente legales pueden resultarle a esta clase de lector, si no es español, algo ajenos, ellos son interesantes para un público especializado.

Lo mismo puede decirse de las alusiones a la jurisprudencia —obviamente menos que aquellas que se refieren a leyes—, sobre todo cuando se trata de la comunitaria. Para cualquiera que se interese en estos temas, es útil, por ejemplo, asomarse al criterio que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha ido desarrollando acerca de cuestiones como el derecho a la información y su relación con la protección a la infancia (caso *Handyside*), con la administración de justicia (caso *Sunday Times*) y con el derecho al honor (caso *Lingens*).

ELIANA ROZAS O.

