



# Libros

BEN BRADLEE

### La vida de un periodista

El País/Aguilar, Madrid, 1996, 590 págs.

[*A good Life*, Simon & Schuster, 1995. Traducción de Andrés Fernández Rubio e Irene Hernández Velasco]

En el espacio de apenas dos años, un par de libros de memorias han dado cuenta, cada uno desde el personal punto de vista de sus autores, de la historia reciente de uno de los periódicos más emblemáticos de los Estados Unidos. Katharine Graham, la propietaria de *The Washington Post*, publicó, a principios de 1997 su *Personal History*, reseñada en estas mismas páginas. Ben Bradlee, director del diario entre 1968 y 1991, ya había entregado en 1995, por su parte, la autobiografía *A good Life*, la que El País/Aguilar editó en una correcta traducción castellana el año pasado con el título de *La vida de un periodista*.

Luego de estudiar en Harvard y servir en la Marina —dedica a esta etapa todo un capítulo de casi cuarenta páginas totalmente prescindible—, Bradlee se empleó en pequeños periódicos hasta que entró a la redacción de *The Washington Post*. No se quedaría en el periódico, sin embargo, porque aceptó el puesto de agregado de prensa en París, donde años más tarde fue corresponsal para *Newsweek*. De vuelta en Washington ocupó cargos de responsabilidad intermedia en este semanario, en el que entró en contacto con los Graham, entonces propietarios de la revista y de *The Washington Post*. Volvió a este periódico en 1965 y tres años más tarde se convirtió en su director.

El período que se inició entonces es el más interesante, no sólo por la cercanía en el tiempo, sino por

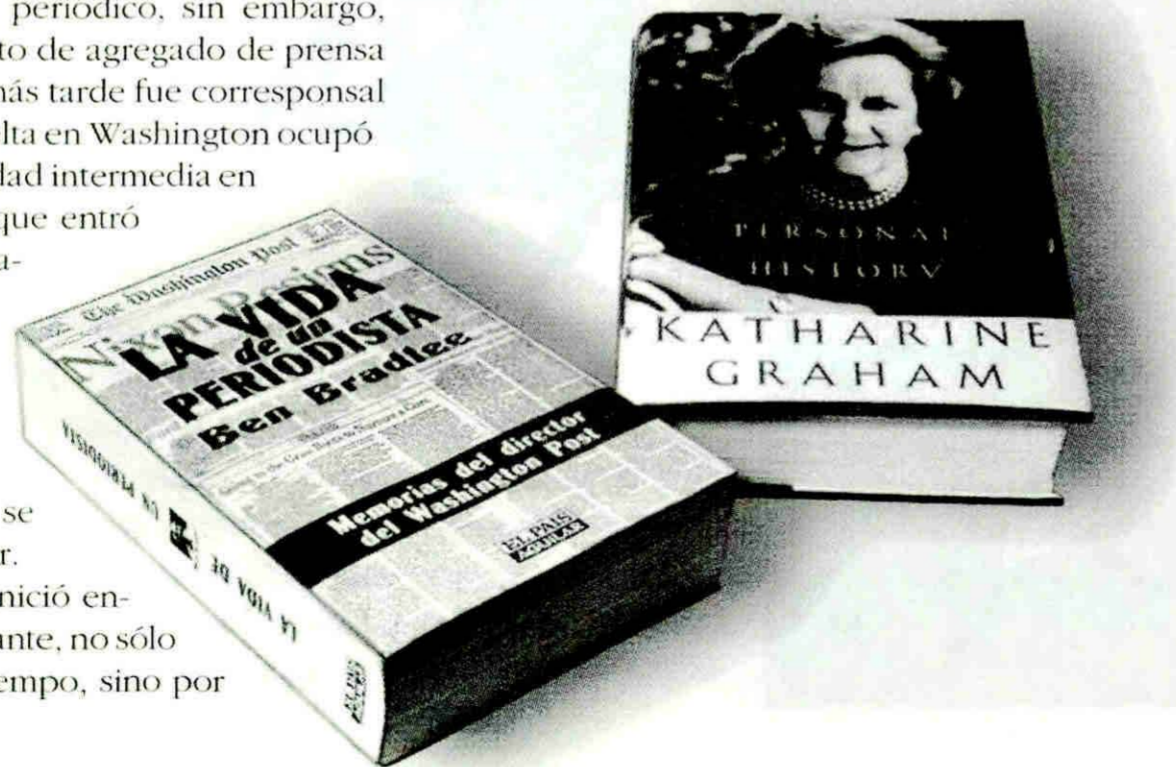
las oportunidades que tuvo Bradlee de estar en medio de al menos tres de los casos periodísticos más importantes de la segunda mitad del siglo.

El 13 de junio de 1971, un tremendo golpe de *The New York Times* remeció al país, y también a la redacción y al orgullo del *Post*. Mientras éste traía en portada el matrimonio de Tricia Nixon con Edward Cox, aquél presentaba seis páginas de información y documentos con el título de «Historia del proceso de toma de decisiones de EE.UU. sobre la política de Vietnam 1945-1967». Eran los «papeles del Pentágono», donde se revelaban detalles muy escabrosos respecto de la actuación estadounidense en el conflicto. Esa misma semana, el Departamento de Justicia consiguió una orden para silenciar, por primera vez en la historia de la República, al *Times*. Por mientras, el *Post* logró conseguir una copia de los documentos. En ellos quedaba claro que la administración Johnson había manejado diversos ataques en Vietnam atendiendo más al control de la opinión pública que a razones estrictamente militares. ¿Publicaban? Luego de una tensa re-

unión con otros miembros de la redacción y con los abogados del periódico —que se oponían—, hablaron con la propietaria, Katharine Graham. «De acuerdo», accedió, «adelante». Bradlee dice que entonces no se dio cuenta de cuánto había cambiado el carácter del periódico. Como, desde entonces, «el *Washington Post* destilaba independencia, determinación y confianza». La publicación significó un engorroso juicio con la Administración en que debieron declarar todos los implicados.

El segundo caso ocurrió, o comenzó a ocurrir, algunos meses después. En junio de 1972, el *Post* se enteró de la incursión ilegal de cinco sujetos en el Comité Nacional Demócrata. El resto de la historia de espionaje político, que culminó con la renuncia de Nixon en agosto de 1974, es conocida, y está bien documentada por los propios periodistas que llevaron la investigación, Woodward y Bernstein, en *Todos los hombres del Presidente*. El énfasis de Bradlee en este capítulo está en el apoyo constante del periódico a estos dos reporteros. Cuando pensaban que la historia se *desinflaba* ya definitivamente, surgía un nuevo dato conseguido tras arduo trabajo que arrojaba alguna luz de esperanza y que acercaba la pista cada vez más a la cabeza del gobierno. El golpe de Watergate puso a los periodistas en el centro del escenario, asunto que no complace precisamente a Bradlee, e hizo que las matriculaciones en las escuelas de periodismo se dispararan. «Es una gran ironía que, de entre todas las personas, fuera Richard Nixon quien condujera a una generación entera de jóvenes capaces y comprometidos con el periodismo, un oficio que él nunca entendió y que nunca le gustó», comenta Bradlee.

Uno de los capítulos más interesantes y que constituye el tercer caso, no está referido a un gran éxito informativo, sino, al contrario, a uno de los más sonados fracasos del equipo editorial del *Post*. En septiembre 1980, una colaboradora talentosa, Janet Cooke, entregó un reportaje





sobre un niño de ocho años, heroinómano, a quien su madre le facilitaba la droga. El relato era extraordinario y estaba plagado de *datos* muy precisos: «Jimmy [...] es un niño precoz, de pelo rubio rojizo, ojos marrones aterciopelados y con una piel suave como la de un bebé, sus delgados brazos morenos se ven manchados por señales de agujas...». «Para mí», escribe Bradlee, «la historia rezumaba esos sonidos, olores e imágenes que a un director le gusta ofrecer a sus lectores. La posibilidad de que la historia no fuera real ni siquiera se me pasó por la cabeza». La confianza de Bradlee fue compartida por el jurado del Pulitzer, que le dio el premio a Cooke en abril del año siguiente. Las dudas comenzaron a surgir cuando se quiso confeccionar un currículum de la periodista: ningún dato sobre sus estudios coincidía. Interrogada por Bradlee, Cooke comenzó por reconocer el engaño sobre su paso por diversas universidades y terminó con la confesión de que había inventado cada uno de los asuntos que aparecían en su *reportaje*. «Te cogen por la cosa más tonta», habría dicho la mujer entre sollozos, lo que no deja de ser irónico en una escritora que sabía muy bien de la importancia de los detalles.

Bradlee decidió que, ya que se habían equivocado tan flagrantemente, optarían por la transparencia total: «Una vez identificado el fraude, nos propusimos una meta muy simple: Nadie se enteraría de nada que tuviera que ver con el caso Janet Cooke que no fuera develado por el *Washington Post*. Efectivamente, el periódico publicó con precisión todos los pasos —o la falta de ellos— que permitieron la publicación de un reportaje falso. Bradlee, entre muchas otras, saca una lección a menudo olvidada: «Cuidado con las historias que, por cualquier razón, te gustaría que fuesen ciertas. Y cuidado con las costumbres que permiten que fuentes desconocidas se acepten fácilmente».

No cuesta involucrarse en la lectura de *La vida de un periodista*. Dejando a un lado las *gringadas* —como el énfasis que pone Bradlee en repetir que su casa ha aparecido en *Architectural Digest* (!)—, su relato es interesante sobre todo por el cuidado en la transcripción de las discusiones constantes, a veces interminables, en la redacción del *Post*. Se trata de casos que, aunque aparezcan lejanos en el contenido, interpelan necesariamente a cualquiera que tenga que ver con la profesión periodística.

GONZALO SAAVEDRA V.

KATHARINE GRAHAM

## Personal History

Alfred A. Knopf, New York, 1997, 644 págs.

*Personal History* es la autobiografía de Katharine Graham, una mujer que desde su juventud estuvo ligada al negocio de los medios en sus vertientes escrita y electrónica.

Un momento importante al escribir cualquier libro es la elección del título: lo suficientemente tentador para que se venda y lo suficientemente claro para no defraudar al lector. Es el caso de esta obra. Su nombre es *Personal History* y es exactamente de lo que trata el volumen de 644 páginas, aparecido en febrero de este año. Es historia personal, donde los detalles de la vida privada de su autora pueden llegar a molestar a quien espere encontrar sólo abundancia de datos respecto de la historia medial estadounidense reciente.

Graham es una destacada figura, ya retirada, del ambiente social y periodístico de los Estados Unidos. Junto a su familia y luego a su marido conoció y ha sido parte de la vida de Presidentes, políticos y miembros de la Corte Suprema, así como también de la vida cultural de Washington. Cuál más, cuál menos, los miembros de su familia han estado de una u otra forma ligados al servicio público.

A su vez, Graham fue una de las primeras mujeres que adquirió responsabilidades antes propias de hombres, en los años en que le correspondió hacerse cargo de la dirección de *The Washington Post*. El negocio editorial fue fundamental en su vida y desde muy joven Katharine mostró las habilidades necesarias para trabajar en el diario, junto a su padre primero, luego al lado de su marido y posteriormente como jefa máxima.

El libro es una autobiografía narrada desde la intimidad y desde el detalle. Positivo para el lector, en el sentido de que le pone en contacto con lo que ocurrió detrás de una serie de hechos conocidos en su momento por la prensa —como la compra y venta de distintos medios, las relaciones con políticos, empresarios periodísticos, y, por supuesto, las no pocas presiones a que fue sometida durante la crisis de Watergate, entre otros—.

El relato se inicia con el matrimonio de su padre, Eugene Meyer, un exitoso empresario de Wall Street con una bellísima joven interesada en el arte. Él tenía 32 años, y ya era millonario; ella,

21 y hasta entonces había trabajado para mantener a su familia. Meyer compró *The Washington Post* en 1933 e inició así lo que sería *The Washington Post Company*, una decisión que se convertiría en clave para la familia y la nación del norte.

Graham es capaz de narrar con gran crudeza y sinceridad hasta los momentos más amargos, instantes que no teme compartir a pesar de dejar al descubierto parte de su intimidad, como ocurre con su relación con Philip Graham, su gran amor, un destacado y encantador abogado que fue el centro de su existencia, director del periódico en reemplazo de su suegro, impulsor del crecimiento del negocio familiar y que acabó suicidándose en medio de una fuerte depresión. Graham es sencilla y humilde al narrar. Nada parece importante, a veces es ingenua y no le importa revelar la sorpresa que le provocó descubrir su origen judío o el hecho de ser millonaria, por ejemplo.

La mayor parte del libro se refiere a su vida personal y cómo ésta, cuando corresponde, se une a la de la empresa. Del total, no más de un cuarto lo dedica a la importancia que tuvo para *The Washington Post* y los Estados Unidos el descubrimiento de los papeles del Pentágono. En esa época Katharine Graham estaba a la cabeza del diario y junto con Ben Bradley, el director, tomaba las decisiones. Watergate, el gran descubrimiento de un equipo de periodistas del diario, cambió la perspectiva del periodismo contemporáneo. Gracias a este golpe, surgió con fuerza el término periodismo de investigación, en Estados Unidos la carrera de periodista se puso de moda y surgieron las legendarias figuras de Woodward y Bernstein como el paradigma del periodista moderno.

Lo que se halla en *Personal History* es fruto de años de recopilación y revisión de material —desde memos hasta boletas comerciales—. La autora realizó, además, más de 250 entrevistas y necesitó de la lectura de varios libros. Con ello Graham ordenó sus ideas y las entregó desde su punto de vista, según sus propias palabras, con preocupación por el estilo y rigor en la información. Así, en estas páginas puede encontrarse explicado con gran precisión lo que ha sido el nacimiento y consolidación de una empresa familiar y multimedial, antes de que se hablara del tema. Al fin y al cabo, una parte importante de la historia de los medios estadounidenses.

SOLEDAD PUENTE V.





JEAN BAUDRILLARD

## El crimen perfecto

Anagrama, Barcelona, 1996, 203 págs.

[*Le crime parfait*, Éditions Galilée, París, 1995.

Traducción de Joaquín Jordá]

Jean Baudrillard, uno de los más connotados sociólogos franceses conocido sobre todo por su vinculación con los acontecimientos de mayo del 68, se embarca ahora en una descripción de nuestra sociedad, partiendo de la hipótesis de que sus actuales características son atribuibles a la circunstancia de que en ella la realidad ha sido asesinada y la ilusión, exterminada.

Con su ya tradicional estilo, que algunos han definido como una mezcla de radicalismo y fatalidad, y que en este caso es más poético que académico, el autor de *La izquierda divina*, *La transparencia del mal* y *La guerra del Golfo no ha tenido lugar* procura describir los fenómenos en que se verifica ese asesinato, pero no intenta identificar ni un autor, ni un móvil, ni un arma, porque, como advierte desde el principio, es en la inexistencia de ellos donde reside la perfección del delito.

El ensayo, sugerente por encima de todo, no tiene pretensiones de arrojar evidencias empíricas, sino de interpretar un estado social de cosas, que se plantea como una «demostración» del punto hasta el cual el mundo puede desrealizarse para sucumbir a su escasa realidad o, lo que es lo mismo, hasta dónde hiperrealizarse para perecer en el exceso de realidad. Así, cuando la simulación de lo real aparece como más perfecta que la realidad misma, se consuma su asesinato, crimen

que el autor define como «una realización incondicional del mundo mediante la actualización de todos los datos, mediante la transformación de todos nuestros actos, de todos los acontecimientos en información pura; en suma: la solución final, la resolución anticipada del mundo por clonación de la realidad y exterminación de lo real a manos de su doble» (p. 41).

Pese a ser un libro de interés general, requiere de lectores capaces de resistir una argumentación a borbotones, poco ordenada y a veces francamente caótica. Porque la tesis de Baudrillard no se compone tirando de un hilo, sino armando un rompecabezas. Requiere, además, de lectores dispuestos a aceptar las provocaciones que el autor no duda en hacer, como tampoco duda en usar un lenguaje y unas figuras retóricas que en ocasiones resultan casi chocantes, como cuando afirma que la realidad es una perra o que «el mono digital de la *virtual reality* ya se pone como un condón».

Sin ser, pues, un libro para especialistas, resulta, no obstante, particularmente sugerente para personas vinculadas a la comunicación social, cuando se refiere a cuestiones como las tecnologías mediales, el tiempo y la alteridad.

A las primeras, parafraseando irónicamente a Mac Luhan (que las definía como extensiones de facultades humanas), las llama «expulsiones del hombre», en cuanto, a su juicio, lo liberan de su propia voluntad. La postura más bien apocalíptica que adopta sobre este punto no le resta en absoluto lucidez a afirmaciones como ésta: «El concepto clave de esta virtualidad es la Alta Definición [...] La más alta definición del medio corresponde a la más baja definición del mensaje; la más alta definición de la información corresponde a la más baja definición del evento; la más alta definición del sexo (el porno) corresponde a la más baja definición del deseo; la más alta definición del lenguaje (en la codificación numérica) corresponde a la más baja definición del sentido; la más alta definición del otro (en la interacción inmediata) corresponde a la más baja definición de la alteridad y el intercambio» (p. 47).

Cualquiera que tenga alguna relación con el periodismo se sentirá profundamente interpelado por los planteamientos acerca de la temporalidad, sobre todo por aquellos que se refieren a lo que ha dado en llamarse «tiempo real», el cual, según Baudrillard, constituye «un suplicio equi-

valente al del día perpetuo» y presenta una incompatibilidad profunda con la regla del intercambio.

Encadenados precisamente con la cuestión del intercambio, los capítulos respecto del fin de la alteridad —entre cuyos síntomas Baudrillard incluye la pornografía y el surgimiento de conceptos como «acoso sexual» y «género»— son elocuentes en estos tiempos de clonación y por lo menos provocativos cuando se trata de reflexionar acerca de las personas como objetos de información: «Con la modernidad entramos en la era de la producción del otro. Ya no se trata de matarlo, de devorarlo, de seducirlo, de rivalizar con él, de amarlo o de odiarlo; se trata fundamentalmente de producirlo. Ya no es un objeto de pasión, sino de producción» (p. 156).

Libro ambiguo, éste. Porque para aumentar la ironía o la negrura del humor que sin duda surge en algunas líneas, adopta a veces la voz de la sociedad que critica; porque moviéndose más en el ámbito de lo descriptivo que de lo normativo, rezuma ética. Ambiguo, también, por el tema —la confusión de la realidad con la ilusión—, y hasta por el título, *El crimen perfecto*, que como se anuncia en la primera y en la última páginas dista de serlo: «La hiperrealidad de todas las cosas en nuestra cultura, la alta definición que subraya su obscenidad, son demasiado deslumbrantes para ser verdaderas» (p. 174). Es esa convicción la que permite afirmar a Baudrillard, confiado en que la perfección del simulacro cae por su propio peso, que cada representación es el fantasma de un ser soberano que un día se rebelará. El mismo día en que la alteridad hará su reaparición violenta.

ELIANA ROZAS O.

JEAN-FRANÇOIS REVEL

## Mémoires: Le voleur dans la Maison Vide

Plon, Francia, 1997, 649 págs.

¿Escritor-periodista o periodista-escritor? Es la pregunta de Hamlet, que ocupa a Jean-François Revel en parte de su libro y de su vida. No intenta responderla, pero hace una distinción. «La separación más importante se da entre el periodista puro, o sea el individuo cuya vocación original siempre ha sido la del periodismo, y el escritor que escribe en los diarios. Este último no tiene y no adquiere jamás el impulso primario de publi-



car artículos. En cuanto a mí, yo nunca tomé como iniciativa propia escribir o tomar responsabilidades en la prensa». Fueron las circunstancias las que lo acercaron al periodismo, sin que ello significara una merma en su fructífera actividad editorial.

Las *Mémoires* se suman a sus veinticuatro títulos anteriores. Esta vez, el autor no tiene como apoyo más que los dobles de su memoria (y de su olvido) ni más intención que seguir una conversación —el mayor placer espiritual de la vida— que se inicia en su infancia en Mozambique, para luego pasar por sus años de estudiante y devorador de libros (siempre los originales) en un colegio jesuita; sus inicios en la política con su participación en la Resistencia; sus «días» de comunista; sus permanencias en Argelia; México; Florencia; sus viajes por el mundo; su agnosticismo que se enfrenta a una hija ortodoxa griega, a un hijo budista y a otro hijo judío; su trabajo de periodista sin serlo... Las páginas de estas *Memorias* pretenden suplir el tiempo arrebatado a estrechar lazos de amistad y a profundizar en el conocimiento de los demás, por su condición de autor y periodista. «Soy el más sociable de los hombres».

Y de esta dualidad ocupacional que parece preocuparle, da cuenta su obra. La diferencia —dice Revel— entre el escritor y el periodista es que «cuando uno hace un artículo escribe para otros, pero cuando uno hace un libro, escribe para uno mismo». En sus *Memorias* no es posible distinguir. La narración lleva al lector a las profundidades de sus sentimientos y de allí —como en un despertar— a retomar el debate inconcluso con políticos de primera línea como De Gaulle o Mitterrand.

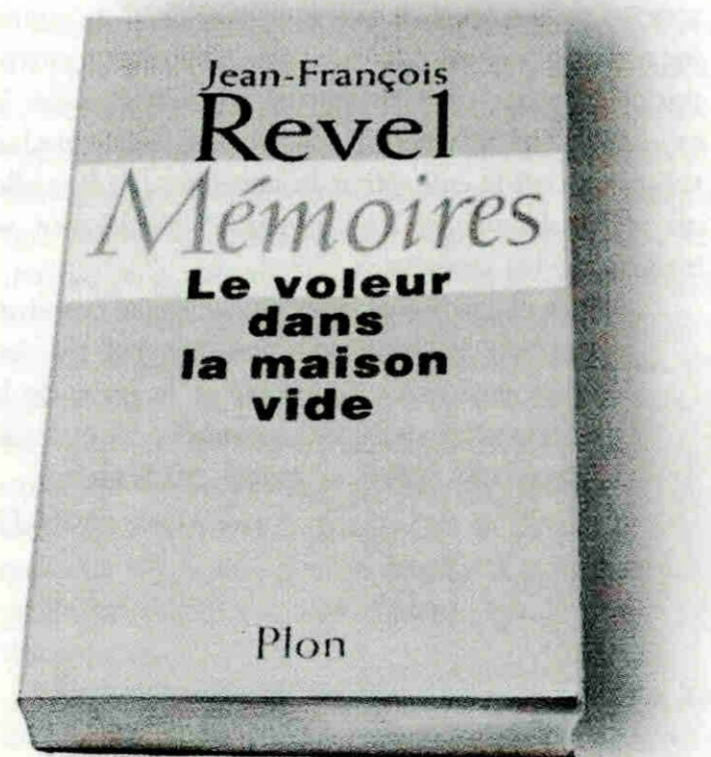
El valor de la obra radica en que se trata del testimonio de uno de los pensadores contemporáneos más importantes de Francia, no sólo por sus 25 obras publicadas, sino por su trayectoria en medios impresos tan destacados como *France-Observateur*, *Connaissance des Arts*, *Le Figaro Littéraire*, *L'Oeil*, *L'Express*, *Le Point*.

Su aproximación al periodismo es desafiante para cualquier profesional. «Los periodistas que se atribuyen la misión de hacer conocer el vasto mundo a sus semejantes, son a menudo, de todos los humanos, los que peor conocen su pequeño mundo propio». Revel afirma que no ha visto otra profesión —ni siquiera la política— tan ciega frente a la diferencia que existe entre la práctica cotidiana y sus principios; por ello la llama «el oficio más

joven del mundo». El gran desafío periodístico radica en sacar cada vez, no una página de avisos, sino una *obra*. Con todo lo que ello implica: Independencia, causa de su renuncia a la dirección del semanario *L'Express*, en 1981, por intervención del propietario en la línea editorial. Profundidad, motivo de disputa con los periodistas a los que critica por tener un «funesto abuso del sentido de la solidaridad enraizado en el deseo de verse conferidos de la misma inamovilidad que a los funcionarios (públicos). Objetividad, preocupación diaria por adelantarse a la actualidad; sobrevivir al presente y lograr en el semanario —que es su experiencia— un «periodismo de intervención», que significa periodismo de previsión y acentuación de la historia. Ése es el de Revel. Ése es el que escogió y ayudó a realizar.

Quizás por ello tomó el proverbio budista *Le voleur dans la maison vide* para titular su obra: porque todo hombre entra a la vida como un ladrón que se introduce en una casa y se da cuenta de que está vacía. Sólo se irá llenando con sus ocasiones y elecciones. Este «sentimiento de contingencia» no es sólo personal, afirma, sino común a toda la humanidad que ha entrado y atravesado este siglo XX «enajenándose por conseguir nuevas riquezas, materiales y espirituales; intelectuales y morales, y del cual va a salir no sólo sin nada de lo que esperaba, sino desprovista de parte de lo que poseía».

FRANCISCA ALESSANDRI C.



NORMAN MAILER

## Oswald. Un misterio americano

Emecé, Buenos Aires, 1996, 836 págs.

[*Oswald's Tale: An American Mystery*, Ballantine, 1996. Traducción de Rolando Costa Picazo]

Como se trata de un texto sin introducción ni presentación, es necesario llegar a la página 681 para tener una confesión acerca de su verdadero sentido: «...el enfoque del presente libro no es legal, técnico ni probatorio, sino novelístico...». Antes, es verdad, ha insinuado una hipótesis de trabajo al señalar que «...si hemos de concluir que Oswald mató él solo a Kennedy, tratemos al menos de comprender si era un asesino con visión o sin ella...» (p. 204).

Ése es el propósito al que está dedicado este extenso trabajo dividido en «dos volúmenes». El primero de ellos, titulado «Oswald en Minsk con Marina» da cuenta de la vida de L. H. Oswald en la Unión Soviética, entre octubre de 1959 y mayo de 1962, época durante la que contrajo matrimonio con la rusa Marina Prusakova, nació su hija June, y trabajó en la fábrica de radios *Horizonte* de la ciudad de Minsk. Abundan los datos —hasta los detalles más ínfimos— sobre sus respectivas amistades, contactos, actividades y frustraciones, así como a propósito de las inclementes y a ratos horribles condiciones de vida de los soviéticos de la época post-estalinista. Se plantea por último, tan abrupta como inexplicablemente, el deseo del protagonista de regresar a los Estados Unidos, y los avatares de ese viaje, que culmina hacia junio de 1962, con su llegada en buque a Nueva York.

El segundo volumen, titulado «Oswald en los Estados Unidos» da cuenta de su vapuleado regreso, a partir del cual se inicia un largo periplo de residencias y trabajos diversos en Fort Worth, Dallas, Nueva Orleans y también en México, para volver a residir por algunos meses, ya separado de su esposa, en la localidad de Irving, cercana a Dallas, desde donde salió el 23 de noviembre de 1963 para acometer contra el Presidente de los Estados Unidos.

El trabajo de Mailer se completa con un apéndice que contiene un texto editado del propio Oswald —hasta ahora inédito— que encontró en uno de los volúmenes de los Documentos de la Comisión Warren, un útil índice onomástico, las respectivas notas y la bibliografía.

Es importante tener presente que el autor



confiesa que «un estímulo para escribir este libro fue la oferta de la KGB de Belarus de enseñarnos sus archivos sobre Oswald». Pero esas nuevas fuentes, si bien le hicieron posible recorrer otros y hasta ahora desconocidos caminos, a la larga resultaron ser menos completas de lo esperado. Con todo, el acceder a ellas, así como el llevar a cabo entrevistas a personas que habían conocido a Oswald y a las que el fin de la guerra fría les permitió dejar de lado su discreción, es un aporte que –aun con las reservas que indicaremos en seguida– es necesario destacar.

En alguna contradicción con lo que ha señalado antes y que hemos transcrito más arriba, el autor sostiene que su trabajo no constituye una ficción, pero que sí es una «forma particular de no ficción pues no sólo se usa entrevistas, documentos, informes periodísticos, archivos de inteligencia, diálogos grabados y cartas, sino también especulaciones. Las reflexiones del autor», añade, «son parte del instrumental operativo». Nada puede ser más cierto. Cuando se trata de articular una reflexión sobre los acontecimientos del pasado, el juicio del investigador o del historiador constituye un elemento indispensable. Pero siempre y cuando se tenga en claro cuál es el estatuto de la investigación que se hace; por ello resulta sorprendente que Mailer, a renglón seguido, sostenga que «Por supuesto, muchas veces la especulación es un recurso de valor incalculable para el novelista» (p. 355).

Esta ambivalencia permanente entre el trabajo científico o de difusión y la novela resulta –a medida que se avanza en la lectura– progresiva-

mente intolerable. Y raya en lo increíble cuando cándidamente advierte que, por razones de simplicidad metodológica para mantener el compromiso anonimato, «se decidió que un oficial imaginario de la KGB, de nombre general Marov, bien podría convertirse en único portavoz de las tres fuentes distintas de la KGB». Pero ello no parece alterarlo, pues «si bien los tres no eran generales, aún así podían servir como la reflexión de un coro de alto nivel de la KGB sobre la estada de Oswald en Rusia» (p. 406).

La hipótesis original de que Oswald habría actuado solo, a mitad de camino, termina también siendo ficticia puesto que Mailer reconoce «un prejuicio en favor de los teóricos de la conspiración», y a esa posibilidad histórica se dirige su atención en la última parte del libro pues le parece mejor, dado que «la probabilidad de que una inmensa conspiración logre triunfar y permanecer en secreto también es pequeña» (pp. 605-606). Ésa es una suerte de esperanza postrera en acceder al conocimiento definitivo del asunto, o a lograr desentrañar la infinidad de dudas que sobre el acontecimiento aún se ciernen.

Mailer insiste en preguntarse al final de su trabajo, sin lograr una respuesta, si «¿fue Oswald quien lo hizo?».

Siguen abiertas después de estas largas páginas escritas con talento tantas preguntas como al principio, no obstante que ha criticado reiteradamente –así como utilizado– la bibliografía anterior sobre el tema, y los informes de la Comisión Warren publicados en 1964.

El trabajo de Mailer le hace honor a su título: *Oswald. Un misterio americano*. Tanto más misterioso cuanto que el autor, casi al final, no tiene inconveniente en afirmar que «resultará obvio para el lector que nosotros no respetamos la evidencia (ni debemos hacerlo) con la intensidad religiosa con la que otros la veneran...». Por ello en su título original se permitió decir que se trataba de un *cuento*.

Pero el asunto es que la historia se construye sobre la base de los juicios de los investigadores y éstos sobre la base de la evidencia, siempre respetable y –cuando de temas serios se trata– respetada.

MATÍAS TAGLE D.

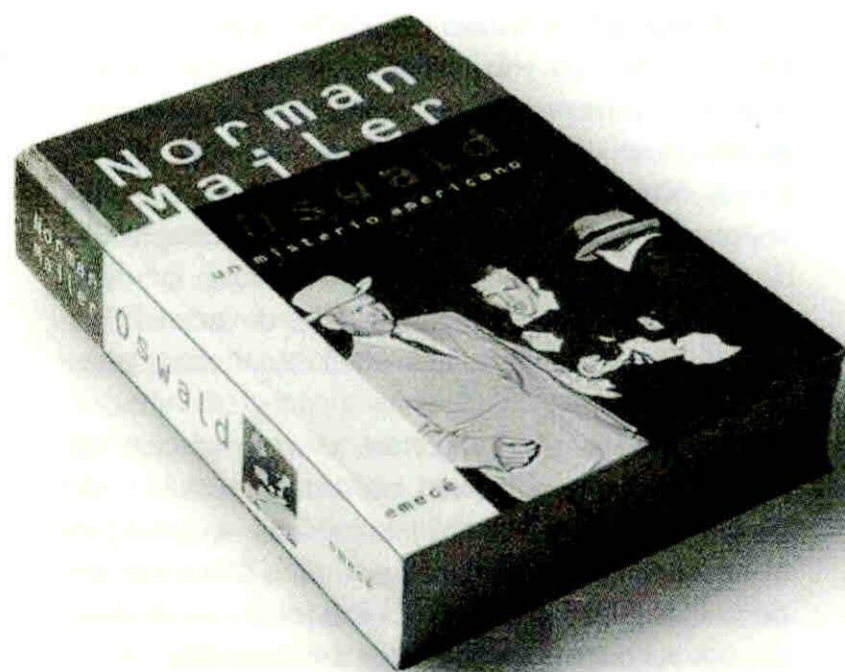
JÜRGEN JESKE y HANS D. BARBIER  
(Editores)

## So nutzt man den Wirtschaftsteil einer Tageszeitung

[Así se utiliza la sección económica de un diario]  
Frankfurt a/M, Societäts-Verlag, segunda edición,  
1995, 568 págs.

La economía nos concierne a todos. En nuestros lugares de trabajo y en el hogar, cuando ganamos dinero y cuando lo gastamos, cuando ahorramos y cuando invertimos, cuando recibimos una mesada o una pensión, cuando cumplimos el rol de empleados o de empleadores, cuando tomamos decisiones o somos afectados por las de otros, en fin, en toda nuestra vida diaria, la economía está siempre presente. «Todo es economía», fue el planteamiento que Jürgen Eick, veterano coeditor del *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, propuso en la edición original de este libro en 1971.

Profundizando en la línea de su antecesor, Jeske y Barbier justifican la edición del presente volumen a partir de la doble necesidad que tienen las personas de entender «algo» de economía, no sólo para organizar su propia vida y sus actividades, sino también para poder participar e influir como ciudadanos en una sociedad democrática. Para ello se requiere de informaciones y explicaciones lo más completas posibles sobre los hechos económicos que se producen y éstas son posibles de encontrar en las secciones económicas de los diarios. Sin embargo, a pesar de que en la mayoría de los periódicos las páginas dedicadas a economía son cada vez más comprensibles que en el pasado (lo que es aplicable a buena parte de la prensa chilena), todavía permanecen algunos temores entre muchos lectores frente a la economía, debido a que la consideran una materia muy difícil de entender (lo que también le sucede a buena parte de nuestros conciudadanos). Más allá de la ausencia de una adecuada formación básica en materias económicas que debería iniciarse ya a nivel secundario, lo concreto es que una importante cantidad de lectores tropieza con términos y tecnicismos económicos que les impiden comprender cabalmente el texto que están leyendo. A esto se debe agregar la enorme cantidad de nuevos temas que constantemente están siendo



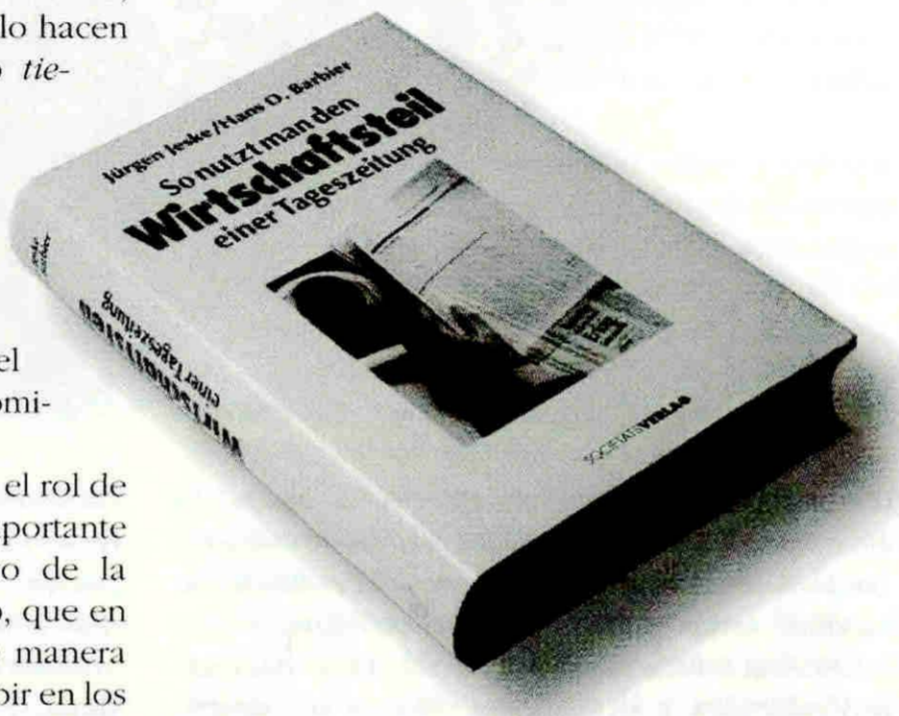


incorporados a las secciones económicas de los diarios y que sobrepasan, por su complejidad, hasta a los más experimentados lectores.

Aun cuando los editores de este libro defienden la idea de que las informaciones de prensa deben ser, entre otras exigencias, redactadas de manera clara y accesible para todo público, plantean que también es imposible explicar en cada ocasión el significado de conceptos como rentabilidad, productividad o bienes transables, tal como los periodistas deportivos no lo hacen cada vez que utilizan términos como *tie-break*, *doping* o fuera de juego. Incluso, argumentan que una excesiva simplificación de las informaciones económicas puede resultar hasta peligrosa para la necesaria estabilidad de los negocios y del sistema económico en general, ya que se estaría corriendo el riesgo de incurrir en graves errores u omisiones.

Por otra parte, también afirman que el rol de la prensa económica es tanto o más importante en la era del predominio informativo de la televisión, pues las noticias de este tipo, que en este último soporte son entregadas de manera muy resumida e incompleta, deben recibir en los diarios un tratamiento que permita al lector profundizar las informaciones, conocer los intereses involucrados, los efectos que se pueden producir y las opiniones de los especialistas, entre otros aspectos.

El principal objetivo que los dos editores y los veintiséis colaboradores de este libro —todos miembros de la sección económica del *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, el diario de circulación nacional más prestigioso de Alemania— persiguen, es elevar la utilidad que los lectores pueden obtener de la lectura de la sección económica de la prensa. Para ello dividieron el volumen en cuatro partes: en la primera se analiza el rol que ha jugado la prensa en la economía desde la aparición de los primeros periódicos —que en su origen contenían sólo información económica— hasta la actualidad, para a continuación explicar, con excelentes representaciones gráficas y tomando como ejemplo el propio *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, los principios que ordenan la sección económica de un diario. Luego analizan minuciosamente cuáles son los principales indicadores de coyuntura y cómo deben ser interpretados por los lectores, y describen cómo se van construyendo las noticias y la importancia



de los distintos niveles de fuentes que existen. La segunda parte, que es la más extensa de todo el libro, trata de la política económica. Los primeros capítulos abordan aspectos de la teoría económica liberal, de los principales errores de las economías socialistas y de las bondades de la economía social de mercado y de una sociedad abierta. A continuación explican cómo Alemania llegó a ser un país industrializado y qué reformas e instituciones de la era de la posguerra fueron fundamentales para el desarrollo económico actual. Enseguida caracterizan a los principales grupos que influyen política y económicamente en Alemania, y analizan los fundamentos teóricos y legales sobre los que se articulan la libre competencia y la política fiscal, monetaria, social, de transportes, de protección del medio ambiente, de salarios, de inserción en la Unión Europea, entre otras. Esta parte finaliza con una completa descripción sobre la importancia de las reuniones del G7 y el rol que juegan los encuentros personales de las autoridades en la toma de decisiones.

La tercera parte del libro está dedicada a las empresas, a cómo éstas se constituyen en fuentes

de información, a la importancia de sus balances y a cómo deben ser interpretados. Junto con explicar cuáles son las principales compañías y cuáles son las ventajas y desventajas de la concentración de la propiedad, también analizan el rol económico y social de las medianas y pequeñas empresas, que sumadas constituyen el 99% de todas las firmas que existen en Alemania. Muy interesante resulta también el análisis que se realiza en torno a las políticas informativas que practican las empresas y en donde se enfatiza que quien no informa debidamente provoca desconfianza en la opinión pública. Tras explicar la estructura del sistema bancario y de seguros que opera en el país, se entregan herramientas para que el lector entienda cómo operan las sociedades anónimas y qué pasa cuando una empresa entra en proceso de quiebra.

En la cuarta y última parte del libro se explica, primero, la función de las bolsas, qué es lo que en ellas se transa, las distintas opciones que se manejan, cómo operan las bolsas alemanas y cuáles son las principales bolsas nacionales y del extranjero. De especial interés para los lectores resulta el capítulo dedicado a explicar cómo se debe leer la información bursátil de los periódicos y especialmente qué elementos se deben tomar en cuenta para interpretar correctamente el curso de las acciones y de los índices accionarios (la bolsa como barómetro de la economía). A continuación se detallan las complejidades del funcionamiento de los mercados del dinero, de las divisas y del oro, y se analiza el papel que representan la especulación y los especuladores en los mercados internacionales. Tras explicar en qué consisten y cuáles son las principales tendencias de los mercados inmobiliarios en Alemania, el libro finaliza con un pequeño pero muy útil diccionario de términos económicos de uso frecuente y un excelente índice temático.

No obstante que esta publicación está pensada preferentemente para los lectores de diarios del mercado alemán, la mayoría de los contenidos que se exponen tienen validez teórica y aplicada en casi todos los países del mundo. Por otra parte y no menos importante que lo anterior, la estructura y los contenidos de este volumen podrían servir de parámetro para la edición de un libro de similares características en nuestro país, que vendría a satisfacer las necesidades del creciente público lector de prensa económica en Chile.

PATRICIO BERNEDO P.



ROGER WIMMER y JOSEPH DOMINICK

## La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos

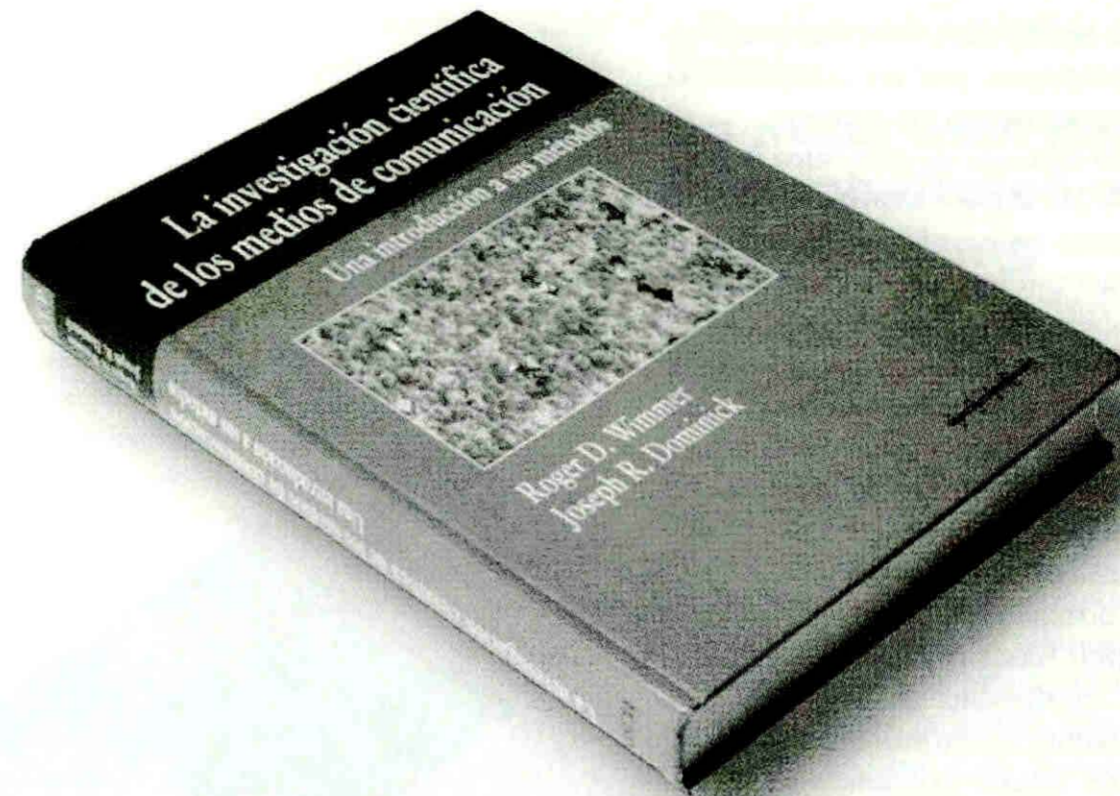
Bosch Comunicación, Barcelona, 1996, 492 págs.  
[*Mass Media Research, An Introduction*, 4<sup>th</sup> ed.,  
Wadsworth, Belmont, California, 1994. Traducción de  
José Luis Dader]

Un indispensable aporte al estudio de las comunicaciones en general y del periodismo en particular en nuestro país, y que confirma que «anécdota no es sinónimo de evidencia», error en el que suele incurrirse en este rubro. El texto suele ser referente inevitable para los pre y postgrados en comunicaciones de las mejores universidades del llamado «Primer Mundo».

Los especialistas de *marketing* ya contaban con textos equivalentes, aunque desde una perspectiva claramente comercial: por ejemplo, *Marketing Research, Text and Cases (7<sup>th</sup> edition)*, por Boyd, Westfall y Stasch (Irwin, Homewood, Illinois, 1994). De allí que, pese a que los temas de tratados no son una gran novedad en sí, es destacable que la disciplina de las comunicaciones cuente con un texto propio que dé cuenta de casi todo lo que necesita saber para estudiarse científicamente a sí misma.

Mediante un lenguaje llano y franco (recuérdese que es un texto introductorio) pero riguroso en términos académicos, los norteamericanos Roger Wimmer y Joseph Dominick dan un panorama amplio de cómo se estudia y debe estudiarse este fenómeno polimórfico, omnipresente y raras veces transparente: los medios de comunicación y sus efectos. Ambos consiguen balancear con bastante eficacia lo práctico con lo académico. En particular, Dominick, de la Universidad de Georgia, ya lo había conseguido antes en otros textos sobre *broadcasting* como, por ejemplo, *Broadcasting/Cable and beyond, an Introduction to Modern Electronic Media* (McGraw Hill, New York, 1993), junto a Gary Copeland y a otro interesante autor en el campo de la gestión del audiovisual, Barry Sherman (*Telecommunications Management. Broadcasting/Cable and New Technologies*, 2<sup>nd</sup> Ed., Mc Graw Hill, New York, 1995).

Quizás la diferencia fundamental con otros



textos previos radica en que, a la larga, *La investigación científica de los medios de comunicación* fue elaborado desde y para la industria de medios, tanto para el mundo académico que reflexiona críticamente sobre ella como para sus profesionales y operadores. No es un simple recetario de cómo manipular al público; se trata de un buen compendio de los principales avances (y sus limitaciones) en la investigación del proceso comunicativo compuesto por un emisor, un medio o canal, un mensaje y un decodificador-receptor.

A diferencia de los áridos y abstractos tratados de metodología de la investigación, estadística y de análisis de contenido tan frecuentes en el área, en todo momento Wimmer y Dominick nos recuerdan las implicancias prácticas de los modelos y métodos reseñados: desde los bajos índices de respuesta en las encuestas cara a cara hasta los problemas con las personalidades de los participantes en los *focus groups*, pasando por la necesidad de cultivar buenas relaciones personales con los contactos que el investigador va construyendo a lo largo de su carrera o la necesidad de incentivar con un pequeño regalo a los cada vez más escépticos contestadores de encuestas.

La obra se divide en cinco partes, más algunos anexos. En la primera parte del libro se analiza el fundamento del proceso de investigación: los fundamentos y limitaciones del método científico y la investigación de medios; los proce-

dimientos y elementos de una investigación; y el muestreo. La segunda parte se dedica a las perspectivas de la investigación: el enfoque experimental, el *survey*, los métodos cualitativos, el análisis de contenido y la investigación longitudinal. La tercera cubre un campo árido, pero indispensable: al análisis estadístico de datos, que los autores logran presentar de manera bastante digerible. Esta sección abre con una introducción a la estadística, continúa con el *testeo* de hipótesis y cierra con una reseña general de los procedimientos estadísticos básicos (por ejemplo, correlaciones y regresión lineal y múltiple).

La cuarta parte del volumen —aplicaciones— es la que posiblemente más interés cause en los operadores y profesionales, ya que se estructura en torno a indicadores muy valorados (quizás demasiado) por los medios impresos (índices de lectura, circulación, tipografía, entre otros), los electrónicos (*ratings* e investigación cualitativa), publicidad-relaciones públicas (evaluación de campañas, investigación de medios) y efectos en la audiencia (*agenda setting*, usos y gratificaciones, etcétera). Todos estos indicadores son presentados con franqueza, desprovistos de la mitología que suele rodearlos.

La quinta parte del libro es una especie de «otras consideraciones»; es decir, temas adicionales pero no por ello menos importantes: el apoyo de la informática, las formalidades para presentar reportes científicos, los aspectos éticos y las



posibles fuentes de financiamiento de la investigación (lástima que los datos sean norteamericanos).

En los anexos destaca una concisa pero aguda guía para conducir *focus groups*. Allí se destacan las ventajas de este instrumento —sobre todo, su bajo costo—, pero sin descuidar sus riesgos: su escasa o nula representatividad y lo necesariamente vago de sus conclusiones, consideración que nunca está de más recordar. Sin embargo, en la traducción española hay dos omisiones importantes: un utilísimo glosario de términos y un espécimen de cuestionario para medir sintonía radial. Esto último es una verdadera lástima, ya que al elaborar cuestionarios (cosa que los periodistas hacen intuitivamente al reportear) la formulación de las preguntas y su secuencia determina los resultados.

Como bien ilustra un caso citado por Boyd *et al.*, hace falta que el lector pueda ver un cuestionario bien construido para que se sopesen las implicancias del arte de *preguntar bien*: en los años 80, el psicólogo de la Universidad de Stanford, Herbert Clark, mostró una foto del entonces presidente Ronald Reagan a dos grupos distintos de personas. Al primero se le preguntaba «¿usted sabe quién esta persona, no es así?» y casi todos identificaron al mandatario. En cambio, al segundo grupo se le preguntaba «¿tiene alguna idea sobre quién podría ser esta persona?» y apenas uno en quince pudo identificar al personaje.

A propósito de las diferencias entre la versión española y la original en inglés, desde el punto de vista del norteamericanizado usuario chileno llaman la atención las traducciones literales al castellano de términos técnicos que conviene tener presente para evitar confusiones: desde los bastante razonables *cuota* (por *share*), *índices de audiencia* (por *ratings*), *grupos de discusión* (por *focus groups*), *canalización temática* (por *agenda setting*), *error típico* (por *standard error*), hasta los menos evidentes o francamente más engorrosos *comportamental* (por *behavioral*) o *investigación distinta de los índices de audiencia* (por *nonratings research*).

En síntesis: la obra de Wimmer y Dominick puede ser un gran aporte a la profesionalización y desmitificación de las comunicaciones en nuestro país, al dar un panorama bastante completo de los principales avances (y sus limitaciones) en el estudio científico del fenómeno. Indispensable.

SERGIO GODOY E.

NEIL POSTMAN

## Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología

Galaxia Gutenberg, Barcelona, 1996, 277 págs.

[*Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*, Vintage, N.Y., 1993. Traducción de Vicente Campos G.]

**Tema central:** La difusión creciente de la tecnología y sus efectos en la sociedad (esencialmente la norteamericana), que involucran un cambio ideológico solapado.

**Objetivo:** Describir cuándo, cómo y por qué la tecnología se transformó en nuestro enemigo.

**Características de toda nueva tecnología:** siempre conlleva ciertos supuestos acerca del mundo (de cómo es o cómo debe ser), por lo cual está en condiciones de afectar la cosmovisión dominante; cuando surge, es muy difícil de descubrir hasta dónde se desarrollará y qué cambios introducirá en la sociedad.

**Desarrollo histórico de la tecnología:** Postman propone 3 etapas o tipos de cultura:

- Cultura de las herramientas (hasta el s. XVII en Occidente): se introducen soluciones limitadas, que no cambian la cosmovisión; la cultura sigue dominada por una teología o una metafísica, pero éstas no pueden tener los efectos a más largo plazo y la transformación en

- Cultura tecnocrática: se adopta una visión utilitarista del conocimiento; se descubre y promueve a la ciencia como medio para mejorar las condiciones de vida (Cf. influencia de F. Bacon)

- Tecnópolis: la tecnología se vuelve totalitaria. Tecnópolis redefine los conceptos de religión, arte, inteligencia, familia, política, verdad.

- Deifica la tecnología, por lo que «la cultura busca su autorización en ella, encuentra en ella su satisfacción y de ella recibe sus órdenes».

- Afecta radicalmente la moralidad, porque su principio valorativo básico es la eficiencia y su modo de estimación es la cuantificación. Lo que no puede ser medido no tiene valor.

- Destruye por lo tanto los grandes símbolos (religiosos, patrios) y los valores a ellos asociados, que han orientado a nuestros mayores.

- Transforma la información en una suma de datos y cree que en la cantidad —siempre mayor— está el progreso (aunque el resultado es un caos).

- Coloca su fuente de autoridad en la idea de objetividad estadística (de ahí la reverencia por las encuestas).

- Desarrolla el 'cientifismo', que consiste en reemplazar toda creencia por la fe en la ciencia, para lo cual pretende también proyectar los métodos de las ciencias naturales en el estudio del comportamiento humano (desarrollando las «ciencias sociales», donde el principio popperiano de falseabilidad no tiene aplicación).

- La información (datos) pasa a ser el medio y el fin de la creatividad.

- Los intentos de control de la tecnología producen más tecnología y más información.

¿Cómo se producen estos intentos de control?

- Con burocracia (multiplicación de los formularios y de los funcionarios para procesar los formularios);

- con los expertos, cuya función es examinar toda la información disponible, eliminar la irrelevante y usar el resto para resolver los problemas, lo cual puede resultar desastroso, especialmente cuando el «objeto» es humano (medicina) y la eficiencia no es un criterio pertinente (educación);

- con «maquinaria blanda» (tests, encuestas, taxonomías...) y más tecnología: los expertos son los «sacerdotes» de la maquinaria... ¡A pesar de lo cual el control no funciona!

El paradigma, la quintaesencia de Tecnópolis es el computador, que ha llegado al punto que se redefine al hombre como una «máquina pensante» y a la naturaleza como «información que ha de ser procesada». Se facilita con él la matematización del mundo, objetivo esencial de Tecnópolis.

Se olvida que el computador es una herramienta y se lo transforma en actor (se le echa la culpa de los errores del operador). No se toma conciencia de que los computadores «no realizan ningún trabajo» sino que lo dirigen (las aplicaciones determinan lo que el usuario puede hacer).

¿Qué podemos hacer? A nivel individual, no aceptar sus criterios valorativos; no confundir información con comprensión; no creer que la ciencia sea la única fuente de verdad. A nivel social, bregar por una educación que entregue un sentido de coherencia y finalidad superior, como «lograr una comprensión unificada de la naturaleza y de nuestro lugar en ella, teniendo a la vista todo el panorama histórico del avance de la humanidad». Esto implica dar importancia a la filosofía de la ciencia, a la semántica y a las religiones.

**Conclusiones.** El precio que cobra la tecnología por «hacer la vida más fácil» consiste en que: destruye fuentes esenciales de nuestra humanidad (religión/sistema simbólico que sustenta los valores fundamentales); crea una cultura sin



## UN CLÁSICO

fundamentación moral; socava procesos mentales y relaciones sociales que dan valor a la vida.

Lo grave es que no lo hace «de cara al público» sino en forma solapada y mediante un lenguaje muy atractivo centrado en la idea de «progreso».

*Comentarios.* Se puede deducir que hay una fuerte relación entre Tecnópolis y la «economización» de la vida. La economía descansa en una valoración cuantitativa, que es característica de Tecnópolis. De hecho, otros autores han planteado que los valores económicos tienden a reemplazar a los valores científicos y éstos a los valores religiosos y metafísicos (Teoría de evolución de las culturas de Sorokin) y que ésta es la indicación de que una cultura entra en una fase de decadencia. La importancia creciente que la economía da a la información como mercancía va en la misma dirección que la deificación de la tecnología. Lo que no tiene valor económico es despreciado. Es lógico que las nuevas tecnologías sean un recurso privilegiado para registrar y procesar los valores económicos: computadores para la contabilidad y telemática para las «transferencias electrónicas de fondos»: todo se reduce a procesar datos.

El acceso a las nuevas tecnologías no es igualitario y, por lo tanto, tampoco podrá serlo la distribución de la riqueza, relacionada con el acceso a la información y su dominio.

Se cree que se podría estar gestando un «cuarto mundo», el de quienes no poseen acceso a las redes y quedarán marginados. Sin conocimientos y sin «poder de compra», ¿quién se preocupará de ellos? Éste es un aspecto no tratado por Postman. Quizás en ellos pueda residir un factor de conciencia crítica que frene la megalomanía de las cantidades propia de Tecnópolis. Pueden ser una reserva de «poder moral» que ni la tecnología ni la economía pueden controlar.

Pero el avance de la tecnología telemática ha sido extremadamente rápido y, si aún está en su «infancia», es también posible que nadie escape a su presencia, como casi nadie ha escapado de la televisión (a pesar de que hay mucho menos líneas telefónicas que televisores). Y, por lo tanto, también se puede dudar de que llegue a formarse este «cuarto mundo». Al menos muchos gobiernos, para reverenciar a Tecnópolis, hacen todo lo posible para que todas las escuelas estén unidas a Internet y, así, los niños aprendan a reverenciar a Mercurio, el prototipo del informador, el mensajero de los dioses (¡pero se ha de recordar que también era un ladrón!).

RAYMOND COLLE

JOHN HERSEY

## Hiroshima

Vintage, New York, 1989, 152 págs.

Exactamente un año después de que Estados Unidos demostrara de la manera más trágica cuán devastadora podía ser una explosión nuclear, el periodista norteamericano John Hersey (1914-1993) publicó, en un solo número de *The New Yorker*, este extenso reportaje sobre seis sobrevivientes de la deflagración.

Consciente de que todas las generalidades –y también la mayor parte de los datos más obvios, más *noticiosos*– eran conocidos por sus lectores, Hersey no tocó el contexto político o los aspectos técnicos de la bomba. En cambio, decidió centrarse en seis casos particulares, que dan buena cuenta del enorme drama humano que provocó la decisión de Harry Truman. Hersey viajó a Japón y eligió cuidadosamente a sus protagonistas: un ministro metodista, un sacerdote jesuita alemán, dos médicos, una joven secretaria y una viuda con tres pequeños niños.

La vocación por el recuento detallado está presente desde la primera frase, citada y reseñada en al menos media docena de antologías de los mejores reportajes periodísticos: «Exactamente a las ocho y cuarto de la mañana del 6 de agosto de 1945, hora japonesa, en el momento en que la bomba atómica relampagueó sobre Hiroshima, Toshiko Sasaki, secretaria del departamento de personal de East Asia Tin Works, recién se había sentado en su escritorio y estaba girando la cabeza para hablar con la chica del lado».

El mismo tratamiento acucioso reciben los otros personajes, en relatos alternados. Con esta técnica de narración simultánea, Hersey consigue al menos tres *efectos* fundamentales: una ubicuidad del narrador rara vez bien lograda en periodismo; la recreación del desastre en la mente de sus lectores una y otra vez; y un interés constante, gracias a la interrupción de los

relatos en sus momentos más álgidos.

Aunque muchos de los pasajes están contruidos como escenas, no abundan las citas en estilo directo. Hersey realizó las entrevistas tiempo después de ocurrida la explosión y le pareció que no era prudente citar diálogos sólo sobre la base de la memoria de sus fuentes. La fidelidad está conseguida, en cambio, con la abundancia de detalles significativos, evocadores, poderosos en la producción de imágenes.

La publicación de *Hiroshima* en 1946 causó un considerable revuelo. La edición de *The New Yorker* –por primera vez enteramente dedicada a un solo reportaje– se agotó en pocas horas (Albert Einstein compró mil ejemplares, según Barbara Lounsbury y Gay Talese, en *The Literature of Reality*, 1996). La cadena de radio ABC suspendió sus programas habituales para, en tardes sucesivas, leer a sus auditores las páginas escritas por Hersey; lo mismo hizo la BBC y otras radios de Canadá y Australia. Y el *Book-of-the-Month Club* distribuyó cientos de miles de copias gratis entre sus suscriptores, puesto que, según sus responsables, «nos parecía difícil concebir ningún escrito que pudiera ser más importante en ese momento para la humanidad».

No hay que estar involucrado en los hechos para sentir profunda e intensamente el relato de Hersey, que sigue siendo leído con asiduidad hasta el día de hoy. Tanto, que el mismo periodista añadió, en 1985 y luego de múltiples peticiones, un quinto y extenso capítulo a su obra –*The Aftermath*– con el recuento actualizado de los destinos de sus seis protagonistas, y que se encuentra en la edición comentada.

En un ámbito como el periodístico, en el que cualquiera que escribe un manualillo sobre *how to be a journalist* es prontamente traducido, resulta lamentable que *Hiroshima* –una verdadera clase de reporteo riguroso y extraordinaria calidad literaria– no conozca aún, ja 50 años de su publicación!, una edición castellana.

GONZALO SAAVEDRA V.





ROGER BLACK y SEAN ELDER

**Web Sites that Work**

Adobe Press, Indiana, 1997, 340 págs.

Internet, el ciberespacio, la autopista de la información, hay tantos libros hoy en día sobre el tema, que cuesta no perder el tiempo. Roger Black nos entrega una excepción que vale la pena para los interesados en Internet, pero que es imprescindible para los profesionales del periodismo y del diseño editorial. Se trata de otro aporte de Adobe Press, la editorial de la empresa del *software* de diseño de publicaciones *PageMaker* que hace unos años nos entregó también el ya traducido al castellano *El diseño de la noticia*, de Robert Lockwood.

El libro no pretende estar escrito por Black: la redacción es de Sean Elder, quien se refiere al diseñador en tercera persona, cita sus palabras y las de sus socios en proyectos editoriales. Aunque la obra cuenta con una excelente presentación que se deja tanto ver como leer, el aporte fundamental son las ideas fruto de la larga carrera del diseñador norteamericano. En el trabajo, Black vuelca no sólo sus conocimientos recientes de Internet, sino su ya larga experiencia en la creación y relanzamiento de revistas y diarios.

Hay que tener presente que Roger Black es uno de los diseñadores más influyentes del mundo editorial. El libro termina con un resumen de su carrera, desde sus rebeldes experiencias en 1970 hasta sus trabajos en el Web durante 1997, años en los que ha pasado por aquellos medios que definen su estilo y que lo han convertido en uno de los gurús del mercado: *Rolling Stone*, *The New York Times Magazine*, *Newsweek*, *The San Francisco Examiner*, la revista *Smart*, el ya desaparecido *El Sol* de Madrid, *Esquire*, *Time*, *La Reforma* de México, la revista de cine *Premiere*, *Placar* de Brasil, *Discovery Channel On Line*, *USA Today On Line* y el *MSNBC*, el web del canal de cable que lanzó *Microsoft* con la cadena de televisión *NBC*.

El título del libro deja claro que se trata de una obra práctica: lo que se valora es la eficacia. En la primera parte, ésta se alcanza gracias al diseño en general. Black tiene claro que Internet como medio de comunicación requiere aún más del buen diseño que la prensa gráfica tradicional. Incluso problemas como la lentitud en la entrega de información en la red tienen soluciones de diseño. En Internet el buen diseño también es el que permite una buena navegación, una rápida

exploración, una búsqueda fácil.

Black es un defensor de que el buen diseño es contenido, «es información pertinente»; luego de aclarar su opción por el diseño que comunica, entrega auténticos decálogos con lo que se debe hacer en el diseño y lo que no se debe hacer en la red. Sus máximas son contundentes: «el primer color es el blanco, el segundo es el negro y el tercero es el rojo y punto»; «muchos colores amenazan la legibilidad de los textos»; «las minúsculas no deben espaciarse», etc.

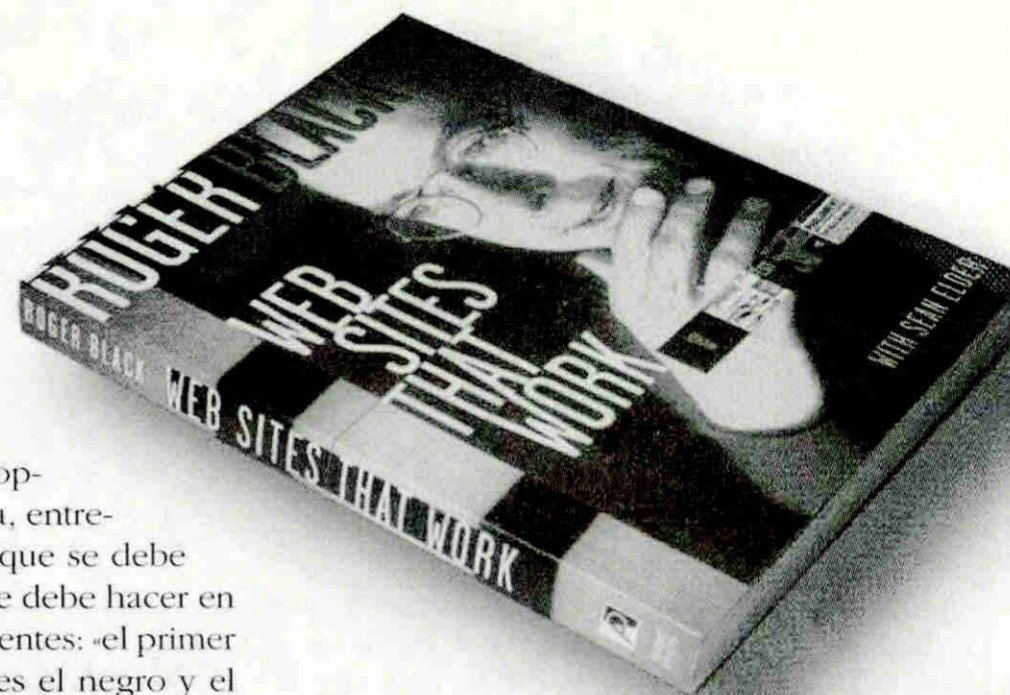
Black muestra que sus comentarios tienen como antecedente la experiencia del mundo del diseño; habla de verdaderas leyes de la comunicación que se han formado luego de más de 500 años de historia. Por lo mismo, se resiste a valorar las experiencias de diseño revolucionarias tanto impresas (*The Face*) como electrónicas (*Hot Bot*). Para él, éstas son más proyectos de arte que trabajos editoriales: «Lo fundamental del diseño es la capacidad de sugerir»; «se trata de evocar ciertas asociaciones que son familiares para la audiencia, ahí radica la eficacia del diseño».

Tiene claro que para lograr la lectura de un artículo un buen *lead* no basta: «Hay que usar fotos, entradas de lectura y capitulares para atrapar al lector».

Esta posición tradicionalista tiene más sólida expresión en el capítulo referente a los tipos de letra, una de las especialidades del autor. Al leerlo hay que tener presente que la capacidad de Black en el tema le ha permitido desarrollar tipografías especiales para publicaciones tan importantes y competitivas como *Newsweek* y *Time*.

Pero el texto va más allá del diseño: entra en características de Internet como la personalización llevada al extremo, aprovechando la idea de que si «a una persona le gusta algo, va a querer más de aquello». Black muestra cómo la comunicación de dos vías de Internet tiene que ver más con el teléfono que con la televisión; el desafío es hacer webs a la medida del usuario.

El libro destaca a *Firefly*, una aplicación que construye perfiles de usuarios a partir de sus preferencias en asuntos concretos. Por ejemplo, solicita al usuario que realice un ranking de sus



discos favoritos para que luego el sistema le recomiende otros que quizás el usuario ni siquiera conoce. De todas maneras, el libro advierte que es escéptico respecto de los sistemas totalmente automatizados: para la personalización verdaderamente valiosa se requiere de un buen editor. «Los servicios en línea necesitan editores, personas haciendo juicios críticos desde el principio, haciendo selecciones que den un tono, un punto de vista, un carácter».

El libro está repleto de recomendaciones, a veces recetas completas, datos, pero hay que leerlo consciente de que, ante todo, Roger Black realiza un folleto de promoción de su trabajo como diseñador. El libro deja ver desde la primera página que es parte de una campaña publicitaria. Hay capítulos enteros dedicados a mostrar la forma de trabajo de Black y de sus socios. Se trata de una constante alabanza a su capacidad de trabajar en grupos pequeños, de su talento para la analogía, de sus aptitudes como consultor: no ser el «soñador de un proyecto» sino aquel que «ayudará a soñar» a su futuro empleador. Incluso existe un capítulo dedicado a defender a Black de sus críticos en el mundo del diseño.

La verdad es que la obra tiene la calidad suficiente como para que el tono panfletario no llague a ser desagradable, pero parece que el carácter comercial de Internet ilumina también al mismo Black: se trata de un medio, dice, que es aún más eficiente para la transacción que para la información. Tal vez por ello, no ha tenido empacho en hacer a través de *Web Sites that Work* una venta explícita de sus capacidades.

EDUARDO ARRIAGADA C.



JOSÉ MARÍA NAVASAL

## Testimonios

EDB, Santiago de Chile, 1995, 184 págs.

El nombre que la editorial EDB da a su colección es decidor. El gran valor del volumen escrito por José María Navasal es ser testimonio de una pasión llamada periodismo, de una época y de su gran amor por su mujer, Marina. El relato, que por momentos se desarrolla de manera desordenada, se inicia cuando un joven vecindado en Chile trabaja en la agencia *Reuter*. En ese lugar le toca ser el primero en dar a conocer en nuestro país la noticia de la invasión aliada a Francia que luego el mundo conocería como Día D. Su joven esposa lo ayuda a llevar los numerosos cables al diario *El Mercurio* y, según José María, ahí ella se infecta «con el virus del periodismo que después no la ha dejado nunca».

El autor tampoco fue inmune y en este volumen de casi 200 páginas es posible conocer su dilatada trayectoria que incluyó numerosos medios como el diario *El Mercurio* y la Corporación de Televisión de la Universidad Católica. La narración, que va intercalando algunas de sus crónicas más queridas, nos muestra la vida de un testigo privilegiado que pudo asistir de cerca a importantes acontecimientos como la llegada del hombre a la luna, citas cumbres de presidentes europeos y latinoamericanos, el terremoto de Valdivia, la revolución cubana y los viajes al exterior de los presidentes Frei y Allende.

Con el humor que siempre lo ha caracterizado, José María Navasal se refiere a su llegada al canal de televisión de la U.C. y en especial a los programas *A esta hora se improvisa*, del cual fue integrante, y *Almorzando en el Trece*, que creó junto a Marina. «La televisión es un nivel muy alto del periodismo en el que resulta fácil conquistar adhesiones exageradas, como la de un taxista que un día me dijo que le gustaría poder votar para presidente por Julio Martínez o por mí. Pero también es fácil provocar rencores violentos y a veces injustificados como me ocurrió durante un programa de *Almorzando en el Trece*, en que dije que me gustaba más la melodía del tango que la de la cueca. Creo que ha sido el momento en que he provocado una reacción más fuerte e inmediata contra mi persona».

El relato está también lleno de referencias a los múltiples viajes que han realizado los Navasal y una declaración de «principios» que podrán entender todos los que comparten esta pasión:

«Viajar es uno de los mayores placeres que puede experimentar el hombre culto». Y para darse otro gusto, José María termina este volumen escribiendo varias páginas destinadas a esbozar lo que, en su opinión, son los hitos más importantes de la política internacional de este momento. Una evaluación que tiene el mérito de estar iluminada por 55 años de periodismo.

LUZ MÁRQUEZ DE LA PLATA

VALERIO FUENZALIDA

## Televisión y cultura cotidiana

CPU, Santiago, 1997, 302 págs.

Desde hace algún tiempo, ciertos personajes vinculados a los medios de comunicación —operadores, avisadores, académicos, reguladores— estaban dándose cuenta de que faltaba involucrar más y entender mejor al protagonista principal de su objeto de estudio y fuente de subsistencia: el público. Por ejemplo, el Consejo Nacional de Televisión ha publicado sus *Estudios Cualitativos de Audiencia* (1994), *Consumo Televisivo Infantil: Un Estudio Cualitativo de Observación Participante* (1995), *Consumo de Televisión por Cable. Un Estudio Cualitativo* (1996) y *Principales Resultados Encuesta Nacional de Televisión 1996*.

El gran aporte de este reciente libro de Valerio Fuenzalida consiste en reinterpretar a la televisión chilena desde el punto de vista del destinatario, con evidencia y ejemplos actualizados. Tras una larga trayectoria académica vinculada a la recepción activa del mensaje televisivo, los siete años que Fuenzalida lleva en el Departamento de Estudios Cualitativos de Televisión Nacional le han permitido constatar la necesidad de los medios de entender a su usualmente silencioso y masivo interlocutor. Es otro universo: lo que el emisor y los sesudos analistas consideran «educativo», conveniente o importante, suele no coincidir con lo que las personas al otro lado de la pantalla creen y sienten, algo que los indicadores cuantitativos —*ratings* y *shares*— son incapaces de revelar en toda su magnitud.

En síntesis, la obra gira en torno al concepto de *resignificación educativa* de la audiencia, también llamada *adopción* o *apropiación educativa* en otras partes del texto: aquel «proceso activo de la audiencia que otorga espontáneamente signifi-

caciones propias a un programa televisivo» (p. 271). Es decir, los propios telespectadores tipifican como «educativos» a una gama mucho más vasta de programas que la definida *a priori* como tal por el emisor. El carácter educativo es atribuido por el público a aquellos programas que (a) le entregan información que considera útil para mejorar la calidad de su vida cotidiana, y (b) le permiten identificarse emocionalmente con los personajes y situaciones retratadas.

Como la calidad de vida y las fuentes de identificación emocional varían considerablemente en la población, no es raro entonces que, por ejemplo, sectores de bajos ingresos califiquen como «educativos» a programas como *Informe Especial* y *Mea Culpa*, mientras que otros de distinta religión o mayor nivel de ingreso y educación los clasifique como «sensacionalistas» y prefieran un discurso más académico e impersonal.

La identificación emocional se logra a partir de las características propias del lenguaje televisivo, el cual es *lúdico-afectivo* por naturaleza y no analítico-lógico como el de la «alta cultura». El autor, por lo tanto, reivindica la fiesta, el esparcimiento, la entretención, el juego y se aboca a analizar desde esta perspectiva las posibilidades educativas «desde-el-receptor» de la telenovela (producto típicamente latinoamericano) y de la TV pública (en especial TVN).

Es notable la «conversión» de Valerio Fuenzalida plasmada en este libro, representativa del cambio de mentalidad que la propia TV y la academia han sufrido al respecto. A inicios de la década pasada, en *Estudios Sobre la Televisión Chilena* (2ª edición, CPU, 1984), el autor deploraba la pérdida de «espesor cultural» del sistema televisivo chileno tras la drástica liberalización y recorte de fondos públicos impuesta por el régimen militar. En *La Televisión en los '90* (CPU, 1990), ya destacaba la eficiencia operativa lograda por los canales chilenos vía competencia, y comenzaba a cuestionar el concepto elitista de cultura y educación. En la obra aquí reseñada se profundiza ese camino y se desarrolla un marco coherente que interpreta estos fenómenos desde la óptica del destinatario, opuesta en 180 grados a la del académico de fines de los '70. Es fácil contagiarse con el vigoroso optimismo del texto por las posibilidades actuales de la TV en el contexto multimedial; es de esperar que los reguladores y la propia industria también se contagien.

SERGIO GODOY E.