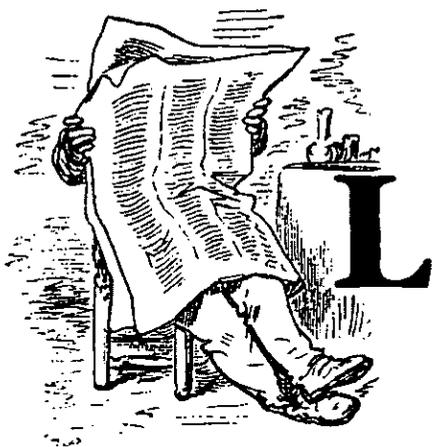

A nuestros lectores...



Sala de Redacción

La reconfiguración del campo periodístico subraya hoy un debate impostergable. Las fronteras que durante años cobijaron al «oficio más bello del mundo» como un hijo de las tradiciones más nobles del espíritu, y, por tanto, como una esfera distanciada —y preservada— de la modernización técnica, ya no ofrecen las mismas seguridades de antes. Del mismo modo, el ideario político e intelectual que por mucho tiempo orientó al periodismo a ser, antes que nada, un «socio natural» contra las arbitrariedades de los poderosos, cada vez es más sumiso a las exigencias del mercado de bienes materiales y simbólicos que obliga a la información a coexistir bajo el mismo techo con los imperativos de la sintonía y el negocio, muy a pesar, incluso, de que no lejos de allí los excesos del poder, la corrupción política y las desigualdades sociales todavía se muestren rozagantes.

Asistimos a una transformación en las dinámicas de producción informativa que, por cierto, está asociada a un profundo proceso de remodelación de la existencia, individual y colectiva. Es precisamente en esta relación donde el campo periodístico ocupa hoy un lugar estratégico, tanto para la legitimación de los hechos sociales que merecen la atención pública, como para la inversión de capitales y la reconversión cultural en los mundos de vida exigidos por la modernización. Procesos a los que ni siquiera escapan sociedades que, como las nuestras, viven a medio camino entre la fascinación que genera la *apertura al mundo* del «nuevo» mercado de mensajes y la contradicción que produce la desigualdad estructural de oportunidades en la experiencia material de las mayorías ciudadanas.

Por supuesto que la perplejidad es evidente y el desconcierto no es menor. Ante esto, las reacciones más frecuentes suelen recorrer un doble itinerario. De un lado, están aquellos que se aferran a una concepción nostálgica del campo periodístico, en cuyo vértice emerge la figura del periodista como un sujeto que todo se lo debe a un talento innato del espíritu, que apenas si resulta tocado por algunos *saberes y destrezas*. Lo suyo es el aura luminosa de la bohemia, las letras, la intuición y la gramática del buen decir que, como en el caso de

Colombia, siguen añorando el tiempo de los sectarismos políticos, las estrecheces culturales y, sobre todo, el retorno del «verdadero periodismo» que se hacía a principios y mitades del siglo.

De otro lado, están aquellos perifoneadores —*arribistas*— del «éxito», para quienes el campo periodístico sólo cuenta como extensión de la modernización del mercado informativo que, según ellos, llegó para quedarse y, por tanto, para abrirnos la mirada y salvarnos del atraso. Lo suyo es el brillo deslumbrante de la racionalidad técnica que, como un Rey Midas, debe convertir en *marketing* todo lo que toca. Concepción que, sin embargo, olvida que la complejidad de la esfera periodística no sólo responde a la ampliación de las clientelas del consumo, o al mito modernizador, sino al modo en que, siguiendo a Graham Murdock, «los nuevos medios ayudan a reconfigurar unos sistemas de poder y unas redes de relaciones sociales», en torno a las cuales se desarrollan las luchas económicas, políticas y culturales por definir lo que en una sociedad se legitima como significativo o no, lo que debe ser objeto de políticas públicas o de expresiones más íntimas de los individuos.

Por eso la decisión de publicar en este número de **Signo y Pensamiento** un bloque central de trabajos que entren a terciar en dicha discusión, pues ni las nostalgias de lo que se perdió ni los cantos de sirena de lo que vendrá han agotado un debate que sabemos es indispensable. ¿Por qué no reconocer entonces que eso que hoy llamamos reconfiguración del campo periodístico pasa tanto por la emergencia de nuevos conflictos culturales/subjetivos y por las modificaciones en las formas de representación política que han entrado en crisis, como por los cambios generados por las innovaciones tecnológicas y las nuevas mediaciones de un mercado que busca producir efectos no sólo en el circuito de lo económico sino en los mismos patrones culturales de la existencia?

La primera parte, que hemos llamado «*Al cierre*», por un juego de palabras común en los medios periodísticos, cobija artículos que se sitúan de frente a esta discusión que hemos planteado. Jesús Martín Barbero y Germán Rey hacen un profundo y serio diagnóstico de las transformaciones sufridas por el periodismo colombiano en los últimos años y de las variables que intervienen hoy en la práctica del periodismo. Desde una perspectiva más general, Carlos Eduardo Cortés analiza los cambios de la práctica periodística y de la lógica que la sustenta desde la mirada de las transformaciones tecnológicas. Por su parte, la española María

Pilar Diezhandino, examina de manera incisiva las razones por las cuales el periodismo moderno no cumple con sus deberes de clarificación, orientación, utilidad y servicio. Finaliza la sección Jaime Andrés Peralta cuyo artículo reconoce el papel fundamental que cumplen los medios de comunicación en la función de «escribir la historia», y propone pistas para que esta actividad recupere su utilidad para la historia y las ciencias sociales en general.

Dos artículos integran la sección de «*Investigación*» de nuestro número: Jorge Iván Bonilla y Eugenia García presentan los resultados de un trabajo de análisis de las editoriales del diario *El Tiempo* de Colombia, en los que se pone de presente la política editorial del periódico frente a los paros cívicos ocurridos en Colombia durante el período 1987-1995. Catalina González presenta, por su parte, un avance de su trabajo de investigación en el que plantea la definición y relación de los conceptos de identidad, alteridad, globalidad, pluralidad y representación como base de un análisis de los medios de comunicación.

Dos miradas diversas sobre la *forma* del periodismo se agrupan bajo el título de «*Artes Finales*»: Gabriel Alba, desde una perspectiva epistemológica analiza a partir de tres casos, el método de la abducción como forma de conocimiento en el periodismo. Y José Manuel de Pablos, español, propone pautas de reflexión y análisis sobre los cambios que deben producirse en el diseño y rediseño de un periódico como soporte básico del contenido informativo.

Ya por fuera del eje temático del presente número, bajo el título de «*Linderos*», incluimos dos textos de singular importancia y actualidad: Marcial Murciano nos presenta una juiciosa descripción del panorama que presenta el sistema de comunicación europeo en épocas de la globalización y Jean-Pierre Meunier plantea un interesante ensayo sobre las metáforas en la teoría de la comunicación en tanto que éstas se presentan como un concepto capaz de esclarecer toda clase de relaciones concretas de comunicación.

El final de la revista incluye las tradicionales reseñas de textos: hemos elegido dos: el primero en el que, precisamente, se analiza el comportamiento de los medios y el periodismo frente a las crisis políticas y el segundo, sobre la temática urbana.

JORGE IVÁN BONILLA
ANA MARÍA LALINDE
JUNIO DE 1997