

PERIODISMO INTERPRETATIVO A LA SOMBRA DE HENRY LUCE

(Desde *Time* hasta Hoy)

Prof. Abraham Santibañez

INTRODUCCION

Para el profesor John Merrill, el panorama del periodismo del futuro es negativo. De paso en Chile, primero en 1978 y luego en 1979, ha clamado - como los profetas bíblicos - contra el apocalipsis de la máquina de escribir, las linotipias (o la fotocomposición) y las ruigientes rotativas. En su análisis destaca el ejemplo de Afganistán, país perdido en la geografía y que Merrill ha estudiado personalmente. Allí, donde el analfabetismo es todavía abrumadoramente elevado, el periodismo escrito no parece tener porvenir. Se está dando, en cambio, un fabuloso salto en la historia de las comunicaciones, pasando de las formas más primitivas directamente a la televisión en colores. "Afganistán se está saltando la etapa de los medios escritos", señala Merrill.

Pero su ominosa advertencia tiene una salvedad: no todos los medios escritos caerán bajo esta guillotina que parece inventada por MacLuhan: sobrevivirán, sin duda, los medios menos masivos, especialmente las revistas, tradicionalmente reservadas a una *elite*.

Es difícil decir si esta visión es acertada o no. A primera vista parece exageradamente pesimista. Pero, como fuere, es evidente que en esta denuncia hay una gran dosis de verdad. En lo negativo, en la dificultad con que el periodismo en general y de diarios en especial se ha enfrentado al desafío de la televisión. En lo posible, es un desafío menos para el autor de este trabajo - una reafirmación de la verdadera genialidad de quienes coincidieron la "fórmula *Time*", que fue la base del moderno periodismo de revistas. Ellos no estaban pensando en su supervivencia personal, sino en prestarle un servicio que es urgente e indispensable al lector medio. Pero hicieron mucho, como se verá en las líneas que siguen.

En un mundo en que la gran preocupación ecológica, el deseo salvar la tierra del daño que le produce el ser humano, empieza a ser una obsesión, parece conveniente denunciar una forma más sutil - pero más aterradora - de "contaminación": es la contaminación noticiosa.

72

Nunca antes, sobre todo en Estados Unidos, pero no sólo allí, el público estuvo tan profusamente informado. Nunca antes hubo tanto periodistas en actividad, ya fuera para una Olimpiada, la elección de un Papa o una tragedia bélica o de la naturaleza. Nunca antes se gastaron tantos millones de toneladas de papel, kilómetros de tiras de teletipo u horas de espacio radial, televisivo o de satélite bajo consigna de informarlo todo acerca de todo.

Y - sin embargo - nunca antes el público estuvo tan mal informado.

El caso norteamericano es, quizás, el más ilustrativo. Pero no es el único. En EE.UU. cada diario tiene, habitualmente, diversas ediciones. Hay radios dedicadas exclusivamente a dar noticias. La TV tiene noticieros largos a las 6 de la tarde y las 11 de la noche. Pero, en último término, todo esto es solamente como el oleaje del mar: un ruido que nadie realmente escucha. Podría compararse, también, con una enumeración de titulares, teniendo presente que todo título periodístico es - forzosamente - una generalización.

De este modo es fácil entender por qué no sólo el ciudadano de la calle está siendo sobrepasado por la marejada periodística, sino por qué las elites periodísticas, académicas e incluso políticas de los Estados Unidos saben muy poco acerca de lo que efectivamente ocurre, no sólo en su propio país, sino en el resto del mundo.

Lo que hay que destacar es que los norteamericanos - la insistencia se debe a que estas reflexiones tomaron forma por primera vez durante una visita a Estados Unidos en 1971, pero hay que reafirmar que el caso no es único - presumen de bien informados porque disponen de una maquinaria de información superior a la de cualquier otro país. Pero esta comprobación meramente estadística es engañosa.

UNA COMPROBACION

Pese al vertiginoso desarrollo reciente de los medios, especialmente audiovisuales, esta comprobación no es nueva.

En la década de 1920, cuando recién nacía la radiotelefonía y la saturación noticiosa sólo podía originarse en los diarios, un par de graduados de la Universidad de Yale, Henry Luce y Briton Hadden, aseguraron enfáticamente que el hombre medianamente ocupado no tenía tiempo para mantenerse regularmente informado.

¿Razón? Ni los diarios ni las revistas de la época se habían derendido a considerar la situación del lector. Los diarios, afirmaron Luce y Hadden, "imprimen todas las noticias" y las revistas "las comentan y desarrollan adecuadamente", pero "ninguna publicación se ha adaptado al tiempo que los hombres ocupados disponen para mantenerse informados".¹

¿La respuesta? Una revista que Luce y Hadden bautizaron provisoriamente como *Facts* y que, en marzo de 1923, cuando salió finalmente a la calle, se llamaba *Time*.

En un folleto explicatorio del proyecto, los fundadores de *Time*, luego de reconocer el hecho aquí enunciado, de que el público está "pobremente informado", prometían que la nueva revista estaría interesada "no tanto en la cantidad de material que incluye entre sus tapas, sino en cuánto de ese material en sus páginas llega a la mente de sus lectores".

Es un hecho de que *Time* no escapa a muchos de los prejuicios y deformaciones informativas de otros medios. Y que no siempre se puede estar de acuerdo con sus puntos de vista. Mientras Henry Luce ejerció el mando con mano firme, muchos de sus prejuicios se traspantaron en las páginas de la revista. En materia internacional, por ejemplo, era un conservador que tenía la visión de un hijo de misionero norteamericano nacido en China, como efectivamente era su caso.

Después de la muerte de Luce, el rumbo cambió perceptiblemente. Por algunos años, los críticos años de fines de la década de 1960 y comienzos de la de 1970, *Time* tuvo una clara inclinación a la izquierda moderada, al estilo *liberal* de los Estados Unidos. En la actualidad, el rumbo no es tan claro, pero - de todos modos - es importante insistir en que estas inclinaciones nunca sacaron totalmente a la revista de su marco de definición: un servicio periodístico al hombre ocupado.

EXITO Y CRITICAS

Como la "fórmula Time" tuvo éxito, en los Estados Unidos hay actualmente otras dos publicaciones importantes en la misma línea: *Newsweek* y *US News and World Report*. Esta última, sobre todo, es más conservadora que las otras. En conjunto, su circulación sobrepasa los diez millones de ejemplares, es decir, abarcan a un cinco por ciento de la población norteamericana.

¹ Citado por Kenneth Stewart y John Tebbel en *Makers of Modern Journalism* en página 436. (Prentice, Hall, Inc. Nueva York. 1952. 514 páginas).

Es importante anotar que las revistas, aunque tengan una circulación baja en relación a otros medios, gozan, eso sí, de una mayor confianza del público. En Chile no hay encuestas que demuestren objetivamente este punto, pero una encuesta Gallup hecha a pedido de Newsweek en EE.UU. en 1970, mostró que tres de cada cuatro lectores de revistas encontraban que las revistas los mantenían "excelentemente" o "bien" informados acerca de los problemas importantes. En contraste, el promedio entre los auditores de radio es de 68 por ciento y el de los telespectadores de TV de 67 por ciento, bajando más todavía entre los lectores de diario, hasta el 62 por ciento.

Más notable aún es que, conforme a la misma encuesta, los lectores de revistas se creen "excelentemente" informados en más alta proporción que los lectores de diarios o los auditores y radio y los telespectadores: uno de cada cuatro lectores de revistas expresa con ese entusiasmo su adhesión al medio, superando largamente a los demás, que oscilan entre el 14 y el 18 por ciento.

El rápido éxito de *Time* no fue universalmente bien recibido. Muchos críticos han apuntado desdeñosamente que "*Life*, (la revista hermana de *Time*) estaba hecha para la gente que no sabía leer. Y que *Time* era para quienes no sabían pensar".

La simplificación es engañosa. Las revistas interpretativas, al entregar un producto final fácil de saborear, pueden dar la impresión de que no son muy serias. Así era, hasta cierto punto, al comienzo, cuando el propio Luce reconocía que usaba mucho las tijeras y la goma de pegar. Pero en la actualidad hacen un gran esfuerzo por ofrecer materiales propios, prácticamente sin "refritos" y con una gran acuciosidad en la investigación.

RESPONSABILIDAD

La adopción de un determinado punto de vista no es arbitraria, sino la consecuencia de una conclusión a la que se llega en forma seria y profesional.

"El periodismo", reconoce el profesor John Luter, de la cátedra de redacción de revistas de la Universidad de Columbia, "no es una ciencia exacta. Pero el periodista debe intentar averiguar la verdad de lo que está investigando. Debe ser intelectualmente honesto. Usted está tratando de decirle al lector cuál es la situación, de acuerdo como usted, el redactor o editor, ve esa situación. Por supuesto, usted tiene la ventaja, sobre el lector medio, de saber algo más que la superficie de las informaciones. Tiene conocimiento del panorama tras los bastidores y debe saber algo más también acerca de la gente que protagoniza la información". 2

Es, más o menos, lo que el entonces director de *Ercilla*, Emilio Filippi, escribió en la edición "extra" de esa revista en diciembre de 1973:

"La objetividad no es otra cosa que contar todos los hechos tales como son, o como los ven los distintos actores de los mismos. Es difícil ser objetivo, especialmente porque, por lo general, mucha gente cree que no hay otra verdad que la propia. De allí que, defendiendo la libertad de expresión, *Ercilla* haya sostenido siempre que es un derecho de sus lectores el saber todo lo que ocurre a su alrededor, les guste o no a los periodistas de la revista. Les guste o no a determinados sectores".³

Estar informado - en consecuencia - es algo distinto al simple hecho de estar diariamente sometido a la indiscriminada avalancha noticiosa. Este fue el gran descubrimiento de *Time* y, con razón, en memoria de uno de sus cofundadores, Briton Hadden, se ha colocado una placa conmemorativa que dice simplemente: "Su genio creó una nueva forma de periodismo".

Esta nueva forma de periodismo es lo que hemos llamado "la fórmula Time".

¿En qué consiste?

En una serie de innovaciones que, en su conjunto, parecen obvias, pero que hace medio siglo no lo eran tanto.

El primer elemento es la organización en secciones.

Para comprender el sentido de esta primera innovación, basta con mirar alguna de esas revistas de comienzos de siglo que nunca faltan en cualquier desván. Una revista cualquiera, fuera en Chile o en otro país, era normalmente un amontonamiento de textos en que se mezclaban el periodismo con la ficción, las caricaturas políticas y las típicas fotografías intemporales (el "mundo pintores", por ejemplo) o las ilustraciones a pluma. A veces tenían cuentos, otras poesía y cantidad de anécdotas. Sin orden alguno, pasaban de la actualidad local a la internacional sin advertencia previa.

² Entrevista personal del autor en Nueva York, octubre de 1971. La cita está tomada del libro "Periodismo Interpretativo" Ed. Andrés Bello. Santiago. 1974. 294 páginas.

³ "2.000 semanas". 1933-1973. Edición "extra" de revista *Ercilla*. Pág. 5 (Santiago. 1973. 256 páginas).

Hoy día, en cambio, si a cualquier estudiante de periodismo se le pidiera que diseñe una revista, empezará por lo primero: dividirla en secciones, es decir, colocar los epígrafes de Nacional, Internacional, Ciencia, Economía, Deportes, Religión, etc. En ello influirán, probablemente, sus gustos, intereses o el número de colaboradores con que cuente, pero siempre partirá de la misma idea básica.

76

Esto resulta tan natural, que apenas nos hemos dado cuenta de ello. Pero la necesidad de un ordenamiento es el primer aporte del equipo fundador de *Time*. Y es un orden distinto, por supuesto, del de los diarios.

Pero aquí no se agota la revolución de *Time*.

El segundo elemento es la interpretación que condiciona la redacción de manera distinta a la tradicional.

No bastaba con ordenar las secciones. En cada una de ellas, además, cada información tiene un estilo distinto, que no es el tradicional del periodismo de diarios, la llamada "pirámide invertida".

Aquí se parte de una consideración básica: al lector se le quiere facilitar la comprensión de los acontecimientos, los cuales muchas veces ya le han llegado a través de los diarios o los otros medios de comunicación. Para ello es preciso ayudarlo a situar la información en un contexto más general. Esto corresponde exactamente a la definición de "interpretar" que da el Diccionario de la Real Academia: "Explicar o declarar el sentido de una cosa, y principalmente el de textos faltos de claridad". (Otras acepciones incluyen: "traducir de una lengua a otra", "atribuir una acción a determinado fin o causa" y "comprender bien o mal el asunto o materia de que se trata").

También importa aquí recordar que "intérprete" es la "persona que se ocupa en explicar a otras, en idioma que entienden, lo dicho en lengua que les es desconocida".

La necesidad de esta explicación es algo propio de nuestro tiempo. Se debe, como se ha dicho, al exceso de información de cada día, pero también al fenómeno de la especialización creciente, que ha hecho imposible el sueño del *uomo universale* del que se hablaba en el Renacimiento.

Todo lo anterior confluye, en este caso, en una tarea específica: el periodista debe explicar al lector, en lenguaje que éste entienda, lo más importante de los muchos acontecimientos de la actualidad.

“Las revistas”, dijo en 1970 el presidente de *Time Inc.*, “especialmente las revistas noticiosas, no tienen razón de existir a menos que agreguen nuevos elementos a las noticias conocidas o contengan nuevas noticias”.

Y la mejor manera de transmitir esta clarificación es romper el molde tradicional en que la información empezaba con los elementos más sobresalientes para ir, paulatinamente, ampliándose con más detalles hasta un final indeterminado, que se podía acortar según las necesidades de espacio. Una información de revista, dice el profesor Luter, de Columbia, debe tener cabeza, desarrollo y final. O, como afirmaba menos formalmente el profesor Mario Planet, es como un “hombrecito” que tiene cabeza, cuerpo y “patitas”. La redacción, en consecuencia, se estructura de una manera diferente de la tradicional, por una razón de fondo: hay una interpretación. Es decir, todo el texto tiende a subrayar una determinada premisa, una afirmación que hace el redactor sobre la base de su investigación.

77

Esto es muy importante. Porque no se trata de un capricho ni de torcerle deliberadamente la nariz a la verdad.

El tercer elemento es la necesidad de una selección.

Tanto por razones de espacio - caso típico de las revistas - como por el argumento de fondo de que no se quiere abrumar al lector, se impone esta selección.

En resumen, este estilo de periodismo puede caracterizarse por una presentación ordenada, en secciones; por un estilo de redacción al servicio, justamente, de la interpretación, y por una selección de las noticias.

LA SEMILLA

Como ya se dijo, en Estados Unidos hay varias revistas que navegan por las aguas de *Time*. En Francia *L'Express* adoptó en 1964 el formato y el estilo, siendo seguida más tarde por *Le Point*. En Italia hay varias similares, lo mismo que en España (*Cambio 16* es, sin duda, la más destacada), y hasta las hay en los países socialistas, como es el caso de *NIN*, de Yugoslavia.

En América Latina la revista más importante, porque fue la primera, fue la argentina *Primera Plana*, de Jacobo Timermann, más tarde fundador de *La Opinión*. En este momento, por su volumen empresarial, indudablemente la principal es *Veja*, de Sao Paulo. Pero hay otras:

Isto é, también de Sao Paulo; *Auténtico*, de Caracas, y las tres chilenas..

En Chile, en la actualidad, las revistas inspiradas en *Time* son, por orden de aparición: *Ercilla*, *Qué Pasa* y *Hoy*.

Pero antes hubo otra, también llamada *Hoy*, que fue la pionera en el género. Una afortunada circunstancia permitió que en 1976, en mi seminario de Periodismo Informativo se decidieran hacer un estudio sobre esta revista, que tuvo formato de tal entre noviembre de 1931 y octubre de 1943, protagonizando luego una menguada supervivencia en las páginas interiores de *Ercilla*, hasta la muerte de su último director, Ismael Edwards Matte.

Se trataba de analizar si la revista, que en apariencia tenía el formato *Time*, estaba de acuerdo con el modelo en su esencia misma. Se trataba de saber si, aparte del formato y la separación de secciones, en cada sección se respetaba la separación de opinión e información, o si en los asuntos controvertidos se daban los puntos de vista opuestos para que el lector sacara sus propias conclusiones.

El resultado del trabajo no fue concluyente. Las respuestas a las grandes preguntas son ambiguas. Por la personalidad de sus directores (Carlos Dávila, Anibal Jara y, por largo tiempo, Ismael Edwards) y de los diferentes redactores, y también por la convulsionada época en que vivían, *Hoy* resultaría demasiado opinante para el lector de nuestro tiempo. La revista estaba recargada, también, de crónicas provenientes del extranjero, por lo que había poca labor periodística en lo que no fuera estrictamente político o literario-cultural. Pero, al mismo tiempo, por una no disimulada admiración de *Time* y de Henry Luce, se veía que las coincidencias con el modelo no eran casuales.

TRIO CHILENO

Lo más importante de este estudio, muy primario, es la comprobación de que *Hoy* dejó en muchos chilenos un gusto que durante años se tradujo en inocultable nostalgia. Fue, sin duda, la primera gran revista de Chile.

*Después vino *Ercilla*. En realidad durante unos años ambas coexistieron y, como se ha dicho, al final, *Hoy* encontró asilo en esta revista que había nacido originalmente como un informativo literario. Sólo con la guerra civil española y como una respuesta a la inquietud generalizada de la opinión pública, *Ercilla* se hizo más periodística. Más tarde, como consecuencia del desenlace del conflicto español, llegaron algunos asilados que, junto con una pléyade

notable de exiliados peruanos, le dieron su fisonomía característica.

En los años siguientes continuó esta evolución, convirtiéndose en una publicación única en América Latina, de gran prestigio por la calidad de sus redactores, especialmente cuando la dirigió Julio Lanzarotti. Esa es la época en que escribían Lenka Franulic (que se inició en *Hoy* con el seudónimo de "Vanessa"), Luis Hernández Parker y otros periodistas que siguen en actividad.

A mediados de la década de 1960, *Ercilla* entró en crisis. Precisamente debido a que, mientras en el mundo entero se adoptaban fórmulas muy parecidas a la de *Time*, *Ercilla* mantenía su formato, más adecuado para un semanario ilustrado como *Life*, *Paris Match* o los italianos *Epoca* y *Gente*. Un elemento adicional fue, probablemente, la identificación de *Ercilla* con el gobierno de la época, que terminó por llevar a la empresa Zig Zag a la decisión de cerrarla, tras una serie de infructuosos esfuerzos por mejorar su circulación, incluyendo cambios en la dirección y cuerpo de redactores. El recurso final consistió, en abril de 1968, en convertirla en un semanario al estilo *Time*. Se hizo con la dirección de Emilio Filippi y un equipo renovado, donde había redactores de la antigua época (Hernández Parker, Enrique Cid, Hernán Millas) y otros más jóvenes, salidos principalmente de la Escuela de Periodismo de la U. de Chile.

El repunte de la revista fue asombroso. Por casi una década, desde ese año, con pequeños cambios, *Ercilla* se convirtió indudablemente en la primera revista de su tipo en Chile, pese a diversos intentos que se hicieron por crearle competencia. En 1971, por ejemplo, nacieron dos revistas con esta intención. Una, de breve vida, fue el semanario *Abora*, editado en Quimantú. La otra, de más larga existencia, fue *Qué Pasa*.

Como parte del equipo que trabajó en *Ercilla* a partir de 1968 personalmente no creo conveniente entrar en juicios sobre el significado de esta labor. Pero hay, en primer lugar, una comprobación estadística acerca de la acogida que tuvo entonces *Ercilla*, y, en segundo término, una observación importante: se trató de evitar una aplicación mecánica de la fórmula de Luce y de *Time*.

Se analizaron sus aspectos de fondo, de manera muy parecida como en este trabajo, y luego se aplicaron a la realidad chilena, dándole un sello característico. Esto, por lo demás, ha ocurrido con la mayoría de las revistas inspiradas en *Time*: *Veja* tiene páginas de humor y otras revistas tienen editorial, que no es el caso de *Time*; la mayoría coloca la firma de los autores, lo que en *Time* no se hizo durante años y que ahora se hace de manera no muy frecuente, etc. Si una conclusión se puede desprender es que siempre las "adaptaciones" que tuvieron éxito lo hicieron con esta libertad y con este

respetó por la idiosincrasia del pueblo de que se trataba.

**Qué Pasa* se diferenció de *Ercilla* desde el comienzo en que, mientras el equipo de *Ercilla* estaba encarado a un problema fundamentalmente profesional periodístico, la mira de los fundadores de *Qué Pasa* estaba calibrada políticamente. Esto lo ha dicho públicamente el director de esta revista, Jaime Martínez, y no creo que sea un secreto para nadie.

80 En síntesis, explicó Martínez, quienes editan *Qué Pasa* constituirían un grupo que pensaba que también había que combatir frontalmente el régimen de Salvador Allende mediante la prensa. Parte de ese equipo ya mantenía una revista mensual, en cierto modo el equivalente de *Mensaje*, que era la revista *Portada*. Pero, al parecer, consideraban que el ritmo semanal era más adecuado para la época que se empezó a vivir desde fines de 1970.

El resultado, después de ocho años, está a la vista. *Qué Pasa* es la revista que tiene menor circulación de las tres, pero es, al mismo tiempo, una de las más sólidas en cuanto a su público. Hay, sin duda, un grupo humano importante, que se siente fuertemente identificado con ella.

*Finalmente, desde junio del año pasado existe una tercera revista noticiosa semanal. Se trata de *Hoy*, de la cual soy el subdirector, lo que obviamente también limita los juicios que yo pueda formular.

Hoy nació después de un cambio de propietarios de *Ercilla* y del deseo del grupo mayoritario de sus periodistas de mantener la autonomía e independencia de que habían gozado con los anteriores propietarios. Es conveniente insistir en que lo fundamental fue una diferencia de opiniones sobre la conducción del semanario que se trató de superar mediante conversaciones y que, al no ser ello posible, provocó la renuncia del equipo periodístico y de parte del personal administrativo.

La importancia actual de *Hoy*, pese a su juventud, se mide en que es la de mayor circulación de las tres revistas. Esta no es una afirmación aventurada: es el reflejo de diversas encuestas y, desde 1978 de la creación del Instituto Verificador de Circulación. Como las otras dos revistas no están adheridas al IVC, es necesario también tomar en cuenta una encuesta de Gallup, que las sitúa en el orden siguiente, en Santiago: primero *Hoy*, después *Ercilla* y luego *Qué Pasa*.

Lo más interesante de la experiencia de *Hoy* es que, por las circunstancias en que nació, sus periodistas somos también sus propietarios. Financiada con créditos externos, no depende, por cierto, de

ningún grupo ideológico, político o religioso.

FORMADORES DE OPINION

Estas tres revistas, con sus características propias, representan lo que Jaime Martínez ha llamado el periodismo de opinión en Chile, que se completa con los diarios, especialmente *El Mercurio* de Santiago. En conjunto, su circulación no es notablemente alta, ya que hay publicaciones -femeninas, como *Vanidades*- que las superan. Pero es evidente que su impacto va mucho más allá de la cifra de sus lectores.

81

En Chile, como en todo el mundo, hay un sector dirigente - que se orienta en estas revistas y en los comentarios editoriales de *El Mercurio* y, hasta cierto punto, de *La Tercera*.

Este conjunto -mejor dicho, sus expresiones- constituye lo que diversos estudiosos han definido como opinión pública. Dice Hans Speir, "entendemos por opinión pública las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresadas libre y públicamente por gente ajena al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno".⁴

El concepto que Speir tiene sobre la opinión pública es que se trata de un fenómeno político, una consecuencia de hábitos en las diferentes capas sociales y económicas, que culmina en el surgimiento del "hombre común" o ciudadano de la clase media que hizo comprender al gobierno con claridad sus exigencias y opiniones. El factor que distingue esta exposición pública, de la opinión puramente privada, es la comunicación.

La opinión pública, en este sentido, significa la comunicación entre los grupos de ciudadanos y quienes han sido seleccionados para representar a esos grupos como, por ejemplo, el gobierno. No es la opinión que circula privadamente entre ciudadanos particulares. No es la diplomacia, o sea la comunicación entre los gobiernos.

Así aclarado el concepto básico, se podría agregar que, por lo menos en Chile, como lo evidencian numerosos indicadores -las coincidencias en los temas de portada, por ejemplo-, las revistas son parte importante en la tarea de orientar a la opinión pública. Cumplen, como pide el profesor español Bartolomé Mostaza, con el requisito de hacerse eco "de una opinión existente", en cuyo caso la amplifican, como hace un altavoz, o de crear una opinión "de la nada. Como por ensalmo".

⁴ Del capítulo "La opinión Pública" del libro *Los medios de comunicación social recopilado por Charles S. Steinberg y A. William Blum* Pág. 103. (Editorial Roble S.A. México. Segunda edición. 1972. 584 páginas).

En Chile, en la actualidad, es indudable que parte destacada del debate político nacional se ha realizado en las páginas de las revistas.

IMITACIONES E IMITACIONES

En este trabajo hemos hecho referencia a lo que actualmente son las revistas noticiosas, especialmente a partir de la revolución que significó la creación de *Time* en 1923; lo que son las revistas inspiradas en este modelo en el mundo de hoy y, sobre todo, el caso de las tres revistas chilenas de este tipo, sin olvidar el precedente señero de la antigua revista *Hoy*.

Una evaluación de su significado debe considerar, en primer lugar, la existencia de un modelo y su aplicación práctica y, en segundo lugar, los resultados concretos de esta experiencia.

Respecto al primer punto hay algo que aclarar: este análisis cuya base está en mi libro "*Periodismo Interpretativo, la fórmula Time*", puede tener defectos y estar sujeto a muchos cuestionamientos. Lo que sí puedo decir con certeza es que es un análisis original. Esta sistematización no existe como tal en otros estudios. La mayoría de los textos abordan separadamente los distintos aspectos de la confección de revistas, generalmente sin establecer relaciones que abarquen la totalidad del problema.

Esto es comprensible ya que los propios creadores de *Time* no plantearon la suya como una fórmula teórica, sino como una solución práctica que, se supone, es el mismo caso de los creadores de diarios o de los primeros informativos de radio o TV.

En el caso de *Time*, se quería, simplemente, dar un servicio para que el hombre común y corriente pudiera estar bien informado. Nada más.

Esto explica que muchas de las revistas que siguen el modelo de *Time* lo hacen sin quererlo o sin darse cuenta. Por lo menos en lo que respecta a la forma pormenorizada que se ha planteado aquí.

Esto tiene una grande y clara ventaja: nadie aplica el modelo en forma mecánica, sino que lo empieza a desarrollar sobre sus propias ideas acerca del periodismo. En cierto modo, podría hablarse de un "redescubrimiento" de la fórmula, si no fuera porque es evidente que ella nos ha empapado más de lo que creemos.

En América Latina este proceso ha quedado a menudo a medio camino. En México existe *Tiempo*, por ejemplo, que está dividido en secciones, pero donde las crónicas siguen el esquema del periodismo informativo, sin que resulten atractivas y pecan, además, de excesivamente largas. Otras revistas de otros países son excesivamente

editorializantes o se centran en periodistas estrellas que escriben en primera persona.

En Chile, desde el primer *Hoy* que aplicó con dignidad y elegancia el modelo, hasta el *Hoy* actual, el balance es positivo. Las tres revistas que existen en el presente han hecho una aplicación exitosa del modelo. Y, lo que es más importante, es claro que han dado amplia consideración a los elementos locales, propios. Es, sin duda, lo que explica su permanencia y la acogida de que gozan.

83

Pero aquí, de algún modo, ya estamos entrando al segundo punto que es justamente el que se refiere a los resultados de esta aplicación del modelo.

En términos generales, se puede afirmar enfáticamente que las revistas noticiosas chilenas cumplen con lo que pretendía Henry Luce, ya que se han constituido en un servicio al lector ocupado. Y también contribuyen decisivamente a la formación de la opinión pública. Esto, que no lo decía Luce, está implícito en su pensamiento y en la evolución de *Time*.

Esta evolución implica, también, otra comprobación: que ni el modelo ni las revistas que lo siguen son estáticas. *Time* ha evolucionado con el tiempo y las publicaciones chilenas, como las de todo el mundo, también han evolucionado.

Es indiscutible, por ejemplo, que el periodista actual, sobre todo en las revistas no quiere ser un eunuco intelectual, un mero repetidor de las imágenes que ofrece la realidad. Sobre esa base, sin abjurar del respeto que se le debe al público, quiere decirle que muchas veces esas imágenes son engañosas, que las apariencias esconden la esencia real de las cosas. Como decía Saint Exupery por boca del principito, "que lo esencial es invisible a los ojos".

Es el periodismo que, sin abandonar la objetividad, reconoce la importancia del criterio selectivo, subjetivo. Es lo que en Estados Unidos empieza a surgir como el "nuevo periodismo" y que es objeto de análisis cada vez más profundos. Es, también, la nueva versión del "periodismo de opinión", que durante años pareció confinado a las páginas editoriales. Hoy día, sobre todo en Chile, pero también en el mundo entero, hay ansias de criterios rectores, de orientación. Y en ese campo reside el mayor desafío que enfrentan ahora las revistas: ser capaces de dar las respuestas que el público quiere.