

PERIODISMO COLOMBIANO: CLASE OCIOSA EN EL MERCADO DE LAS IDEAS*

Colombian journalism: A leisure social class and the 'market of ideas'

Alberto Martínez M.

Estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad del Norte, Barranquilla. Magíster en Educación, Universidad del Norte, Barranquilla. Comunicador Social y Periodista, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Profesor del Departamento de Comunicación Social de la Universidad del Norte e investigador del Grupo de investigación PBX en Comunicación y Cultura (clasificación A, Colciencias).

Correspondencia: kilómetro 5 vía a Puerto Colombia, Barranquilla, Colombia.
amartinez@uninorte.edu.co

RESUMEN

La libertad de prensa es una institución que a lo largo de más de doscientos años en Colombia, ha sido objeto de ataques que, por un lado, han minado el estatus de clase de los periodistas y, por el otro, socavado su papel en la democracia. El presente ensayo analiza esos desarrollos, a la luz de los postulados pertinentes de las corrientes institucionalistas americanas y, en particular, de las nociones sobre la clase ociosa y el mercado de las ideas, que el autor recoge en una tesis: los derechos de los periodistas se han degradado en la medida en que su estatus social ha involucionado y los medios de comunicación se han convertido en estructuras empresariales.

Palabras clave: estatus, periodista, libertad, mercado, ideas.

ABSTRACT

The freedom of the press is an institution that for more than two hundred years in Colombia has been attacked in a way that, on one hand, it has undermined the social status of journalists, and on the other, it has undermined its role in democracy. The paper analyzes these developments, from the perspective of pertinent postulates of the American institutional strands of thought, specifically from the notions of leisure social class and the 'market of ideas', based on the author's standpoint: journalist's rights have degenerated as his/her social status has regressed and the mass media has turned into corporate structures.

Key words: status, journalist, freedom, mark, ideas.

Recibido: 3 de noviembre de 2009

Aprobado: 9 de diciembre de 2009

* Este artículo presenta los resultados alcanzados en la investigación "*Periodismo cognitivo: una propuesta para repensar las noticias*", que el autor desarrolla en el marco del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad del Norte, que le financia esta institución a través de la Oficina de Desarrollo Profesorial.

INTRODUCCIÓN

La primera normatividad sobre libertad de prensa que conocieron los colombianos se remonta a 1811. Tras el incidente del florero de Llorente, que condujo al movimiento independentista del 20 de julio de 1810, se instaló en Santa Fe de Bogotá un colegio constituyente del que hacían parte, entre otros ilustres ciudadanos, Jorge Tadeo Lozano y Peralta, Luis E. Azuola, José María del Castillo y Rada y Miguel Tovar, con la misión de redactar La *Carta Política* que inauguraría la historia constitucional de los colombianos. Entre otros mandamientos, aquella Constitución dispuso la garantía, por parte del gobierno, de “*los sagrados derechos de la religión, propiedad y libertad individual y la de la imprenta, siendo los autores los únicos responsables de sus producciones y no los impresores...*”.

El ejercicio periodístico llevaba ya veinte años en este territorio, pero sin amparo legal. De hecho, los primeros doce periódicos que circularon hasta antes de la proclama, se regían por la discreción del Virrey o, en su defecto, el aval de la clandestinidad. En adelante, sin embargo, todas las constituciones colombianas, partiendo del ramillete de normas de la llamada Patria Boba (Constitución del Estado de Antioquia, 1812; Cartagena, 1812; Cundinamarca, 1812; Mariquita, 1815; Antioquia, 1815; Neiva, 1815; Pamplona, 1815) y la propia Carta política de 1991, consignarían ese derecho, que al final serviría para amparar a los 1.500 títulos de periódicos que han circulado en el país en doscientos años de historia de su prensa (Martínez y Durán, 2007, p. 18).

La libertad de prensa adquiriría, pues, el tono de “institución formal” que cien años más tarde erigiría como postulado teórico el economista, filósofo y sociólogo norteamericano Thorstein Bunde Veblen, y se entendería mejor en el marco del Neoinstitucionalismo del economista británico y profesor emérito en la Universidad de Chicago Ronald H. Coase, en tanto el primero, sin pensar propiamente en periodismo, ubicaría al hombre intelectual que lo ejerce en su afamada disyuntiva de clases, y el segundo elucubraría puntualmente sobre el mercado de las ideas de la primera enmienda de la Constitución de EE. UU. Pero, ¿es posible entender mejor la evolución -¿o involución?- de la libertad de prensa en Colombia en el marco de ese presupuesto teórico?

EL MARCO DEL DESENLACE

En principio, Veblen (1966) consideraría las instituciones como hábitos frecuentes del pensamiento con respecto a relaciones particulares y funciones particulares del individuo y la comunidad... que se van seleccionando convenientemente en la lucha del hombre por la existencia.

Hijo de inmigrantes noruegos, Veblen nació en Wisconsin en 1857 y murió en San Francisco, en 1929, después de publicar libros controversiales como La

teoría de la clase ociosa 1899 y La teoría de la empresa económica 1904, en las que critica de manera apasionada la naturaleza de la economía norteamericana de principios del siglo XX. En momentos en que el mundo hacía apuestas razonables por los postulados de Adam Smith, Veblen se apartó del capitalismo como opción legítima para explicar los eventos económicos y sostuvo que la cultura es la que moldea finalmente a la economía, aceptando, como él lo hacía, que existe una variedad de normas y comportamientos que la misma condición humana no se alcanza a explicar.

Sus primeras tesis plantearon que las sociedades se dividen en clases y que éstas tienden a la bipolaridad, si bien dentro de ellas existen subgrupos que completan la categorización. En este sentido se refirió a dos clases: ociosa y productiva-técnica, siempre en contradicción, pues en los estratos superiores se da una especie de sociedad ceremonial en la que “todas las personas de gusto refinado sienten que ciertos oficios –que convencionalmente se consideran serviles- llevan unida con separabilidad una cierta contaminación espiritual” (Cf. Korstanje, 2008). De esa manera “aquellas ocupaciones clasificadas como proezas son dignas, honorables y nobles; las que no contienen ese elemento de hazaña y especialmente aquellas que implican servidumbre o sumisión son indignas, degradantes e innobles”. (Veblen, 2000, p. 18).

El punto es que, en todas las épocas, el hombre, agente por necesidad selectiva, habría buscado en cada uno de sus actos la realización de algún fin concreto, objetivo e impersonal. Al reivindicar esa condición, tiene gusto por el trabajo eficaz y disgustos por el esfuerzo fútil. Donde quiera que las circunstancias o tradiciones de la vida lleven a una comparación habitual de una persona con otra en punto a eficacia, el instinto del trabajo eficaz (instinct of workmanship) tiende a crear una comparación valorativa o denigrante. La medida en que se produzca este resultado depende, en gran parte, del temperamento de la población (Veblen, 2000).

Así, la clase ociosa se dedica al gobierno, la guerra o la religión, por tanto, a ella pertenecen los presidentes, reyes y funcionarios públicos, y los guerreros. El ocio, desde esta perspectiva, aporta esplendor y garantiza el respeto de los demás, pues no se trabaja simplemente por una decisión propia que significa honor, riqueza y buena posición social. La propiedad acumulada, institución que surge como demostración honorífica y símbolo de estatus, va reemplazando los trofeos de caza o de guerra de la actividad bárbara (Veblen, 2000).

Las clases bajas, conformadas por operarios, artesanos, trabajadores industriales, se encargan de conseguir los medios de subsistencia. Estos ciudadanos no tienen el tiempo de la clase ociosa para educarse y adquirir hábitos de cortesía y buenos modales. Aquí el trabajo indica inferioridad, porque implica obedecer órdenes antes que impartirlas. A la luz de los otros estadios sociales, el trabajador sigue siendo un esclavo, de manera que así acumule riqueza permanecerá en condición innoble o vulgar. Al fin y al cabo, trabajar es una demostración de la pobreza (Veblen, 1966).

En medio de las dos clases, se ubica lo que Veblen (1966) llama “ocio vicario”. Se trata de oficios que realizan personas que no son económicamente libres ni dirigen el establecimiento. Aunque reservado a las esposas (que hacían parte del servicio personal del señor honorable y sólo se dedicaba a consumir lo que su amo le permitía: de ahí su papel gris en las primeras manifestaciones del hombre político y económico) y a los criados, en general todo el que actuara bajo la tutela de un señor ocioso, podría hacer parte de esta denominación.

Tanto los criados como la mujer tienen un entrenamiento especial y deben conocer cuál es su sitio, pues no son empleados productivos pero tampoco ociosos auténticos. Su trabajo es el ocio vicario y ello demanda cualidades y actitudes adecuadas, por su cercanía con el amo. La ausencia de esas virtudes demostraría que no se ha empleado suficiente tiempo y dinero en su preparación, lo cual sería contraproducente en el espíritu del señor honorable de visibilizar su estatus (Veblen, 1966).

Ahora bien: en lo posible estos criados evitan realizar trabajos productivos, porque tal esfuerzo denotaría la necesidad del amo de esa producción. Si tener criados es un indicador de riqueza, mantenerlos alejados de los oficios innobles es sinónimo de poder y mayor riqueza.

Del ocio vicario se desprende el consumo devoto, relacionado con el culto en las diferentes religiones. Aquí las comodidades o beneficios son destinados al culto mismo o a la deidad, no a quienes practican aquel. Como en el caso del consumo vicario, que pretende legitimar al caballero ocioso, los sacerdotes, por ejemplo, viven cómodamente, pero demuestran austeridad y recato y cualquier consumo ostensible se hará en términos de agrandar o alabar al dios determinado. En este sentido, las vestiduras ceremoniales, por lo general costosas y de lujo, son para el ejercicio de las funciones del sacerdote. Ahora bien: el sacerdote no debe mostrar ningún tipo de habilidad manual o productiva diferente a la necesaria para su oficio, que pueda sugerir un posible cambio de profesión, ni nada que lo asocie a la condición corriente de los oficios productivos de la plebe o la masa (Veblen, 1966).

El asunto es que la clase ociosa es la propietaria de los bienes de capital y, como tal, pone éstos en función (que no servicio) de la sociedad, justamente para multiplicar su riqueza. Tanto en su condición de tangibles como intangibles. Los primeros, según Veblen, proporcionan un valor y, de esta manera, una utilidad de carácter pecuniaria, pues la propiedad del equipo material “no sólo da derecho a la sobreutilización del equipo sino también el derecho a abusar de su posesión o inhibición”. Por su parte los intangibles “son capital del mismo modo que los tangibles, es decir, son rubros de la riqueza capitalizada”.

Tangibles son, en el caso de la prensa, la rotativa, los computadores, los software de autoedición, las cámaras fotográficas, los recursos financieros y, en general,

todo lo que constituye la organización. Pero en sí mismas, estas organizaciones son marcas que tienen ascendencia sobre lectores o televidentes, a partir de una credibilidad que al mismo tiempo garantiza lecturabilidad o audiencia. Aquí estaría el verdadero activo de una empresa periodística, pues logrará una tasa de retorno efectiva para sus grandes o pequeñas inversiones, sí y solo sí logra la penetración de la marca en los públicos y tiene ascendencia sobre su toma de decisión. Todos estos valores configuran, entonces, lo que el mismo Veblen (2001) denominó el *good will* de la empresa, que, como él mismo cita, es un intangible que también hace parte del capital del industrial.

Una primera pregunta es: ¿se aplica rigurosamente la concepción en el caso de una organización que administra un derecho de las personas (la libertad de información) y no un producto? ¿Es este un marco válido para analizar el periodismo en Colombia?

Ronald Coase, profesor de la Universidad de Chicago y premio nobel de economía en 1991 por sus precisiones sobre los costes de transacción y derechos de propiedad, reinterpretó a Veblen y, en esa lectura, se interpuso en las propuestas ortodoxas que apelaban al modelo de mercado de libre competencia como supuesto óptimo de las relaciones económicas.

En ese marco, publicó en 1959 en *The Journal of Law and Economics* los resultados de una investigación sobre la economía política de la radiodifusión, con los auspicios de la fundación Ford, y luego su libro *La empresa, el mercado y la ley*, en los que reflexiona sobre la regulación gubernamental de la radio.

Con base en esos análisis, *The American Economic Review* lo invitó en los años 70 a escribir sobre la intervención gubernamental en la economía y produjo un ensayo que tituló *El mercado de los bienes y el mercado de las ideas*. En este texto, distingue entre el mercado ordinario y las actividades cubiertas por la Primera Enmienda de la Constitución estadounidense, es decir, el ejercicio libre de la palabra hablada y escrita y de las creencias religiosas. En ese contexto, Coase (1974) cree que:

Los productores ejercen a menudo un poder monopólico y, en todo caso, sin alguna forma de intervención de gobierno, no actuarían de un modo que promoviera el interés público. En el mercado de las ideas, la posición es muy distinta. El gobierno, si intenta regular, será ineficiente y sus motivos, en general, serán incorrectos, de modo que si es exitoso en lograr lo que se proponía, los resultados serán indeseables. (p. 136).

El artículo cita al profesor Aaron Director, quien a su vez retoma un pronunciamiento del juez William O. Douglas en la Corte Suprema:

La libertad de expresión, la libertad de prensa, el libre ejercicio de la religión están por sobre y más allá del poder político; no están sujetos a regulación de la forma como lo están las industrias, los barrios pobres, los edificios de departamentos, la producción de petróleo, entre otros". Director observa que el apego a la libertad de expresión es "la única área en la cual el *laissez-faire* es aún respetable. (p. 137).

Una primera razón que arguye para explicar esa libertad consentida, es histórica: antes del intercambio voluntario de bienes y servicios en el mercado competitivo, la sociedad reconoció el valor del libre intercambio de ideas. La segunda es política: para el funcionamiento de la democracia se requiere que el mercado de las ideas esté libre de regulaciones.

En consecuencia, Coase (1974) observa que ha habido un menosprecio indebido por el mercado de bienes y busca de nuevo argumentos en el profesor de la University of Chicago Law School, para explicarlo:

En palabras de Director: “gran parte de la humanidad tendrá que destinar, en el futuro predecible, una proporción considerable de su vida activa a actividades económicas. Para estas personas, la libertad de elegir, como propietarios de los recursos, entre las disponibles y continuamente cambiantes oportunidades de empleo, inversión y consumo es tan importante como la libertad de discusión y participación en el gobierno”. No tengo duda de que esto es correcto. Para muchas personas en diferentes países (y quizás en todos) es mucho más importante la provisión de alimentos, vestuario y vivienda que la provisión de las “ideas correctas”, aunque asumamos que sabemos cuáles son éstas. (p. 138).

Director, quien influyó en el enfoque de la ley antimonopolista de los Estados Unidos con sus análisis sobre el libre mercado, es sutil al explicar la paradoja: “Los intelectuales están comprometidos en la búsqueda de la verdad, en tanto que otros sólo están preocupados de su subsistencia. Uno sigue una profesión, usualmente una culta, mientras que el otro sigue un intercambio o un negocio”. Pero Coase (1974) apela a un desparpajo que reduciría a la sencillez la explicación de los fenómenos:

El mercado de las ideas es aquel en el cual el intelectual conduce su comercio. La explicación de esta paradoja radica en el interés propio y la autoestima. Ésta última lleva al intelectual a magnificar la importancia de su propio mercado. Que otros deben ser regulados parece natural, particularmente si muchos de los intelectuales se ven a sí mismos regulando. Pero el interés propio se combina con la autoestima asegurando que, mientras otros son regulados, la regulación no les afecte a ellos. Y así es posible vivir con estas visiones contradictorias respecto del papel del gobierno en estos dos mercados. (p. 139).

Es más -vuelve a inquirir - ¿por qué la prensa norteamericana y británica se ha abstenido de abogar por el levantamiento de la regulación en la radio?

El planteamiento de Coase (1974) es que debe haber una regulación pertinente para la prensa, en el entendido de que “las características de cada mercado llevan a que los mismos factores tengan diferentes ponderaciones, y, por consiguiente, los ordenamientos sociales apropiados variarán” (p. 143). En realidad no se inclina por los mismos ordenamientos legales que regulan los mercados del jabón, la vivienda, los automóviles o el petróleo, pero sí por el enfoque de política:

Los economistas usualmente solicitan una intervención gubernamental, la que puede incluir una regulación gubernamental directa cuando el mercado no funciona correctamente, esto es, cuando existe lo que comúnmente se denomina como efectos de derrame o vecinales, o para usar aquella desafortunada palabra: externalidades. Si intentamos imaginar el sistema

de derechos de propiedad que requeriríamos y las transacciones que tendrían que ser llevadas a cabo para asegurar que toda persona que difunda una idea o una propuesta de reforma reciba el valor del bien que está produciendo o pague la compensación por el daño resultante, es fácil visualizar que, en la práctica, es probable que nos enfrentemos a una gran cantidad de “fallas de mercado”. Situaciones de este tipo son las que comúnmente llevan a los economistas a solicitar una extensa intervención de gobierno. (Coase, 1974, p. 143).

Pero en ese mismo trabajo menciona también a John Milton, ensayista inglés del siglo XVII, cuyos tratados políticos fueron consultados para la redacción de la Constitución de los Estados Unidos de América. Milton esgrimió la que Coase acepta como “la más celebrada defensa de la doctrina de la libertad de prensa jamás escrita”, pero retoma su planteamiento más para sustentar su crítica que para aceptarla. En efecto Milton sintetiza su opinión en una pregunta que sirve de corolario a todo su recorrido por la argumentación: “¿quién ha visto que la verdad saque la peor parte en un encuentro libre y abierto?” Coase (1974) interpela: “El hombre común siempre elige la verdad antes que la falsedad. La descripción es un poco unilateral para ser completamente convincente. Y si lo ha sido para la comunidad intelectual (y aparentemente a menudo ha sido así), seguramente es porque las personas son fácilmente persuadidas de que lo que es bueno para ellos, es bueno para el país”. El asunto es que “en todos los mercados, los productores tienen algunas razones para ser honestos y otras para ser deshonestos; los consumidores tienen alguna información, pero no están completamente informados o, incluso, capacitados para digerir toda la información que poseen”. (pp. 142-143) En este sentido, Coase duda que la verdad sea la esencia auténtica del acto transaccional de la información y que el libre mercado sea garante de tal consecución.

Para Milton, el escritor es un hombre sabio, trabajador y confiable, que recurre a toda su razón y discernimiento para que le asistan, cuando decide escribirle al mundo. En tal propósito busca, medita, es diligente y probablemente consulta y conversa con sus amigos más juiciosos. Después de esto, se considera informado en lo que escribe, tanto como cualquiera que haya escrito antes de él. Y este -dice- es el acto más grande de consumación de su fidelidad y madurez, que se vale de su tiempo, su trabajo y las demostraciones anteriores de su habilidad para obtener confianza y evitar sospechas. En contraposición, el censor incompetente, ignorante, muchas veces más joven, menos juicioso y que quizá no conozca lo que significa escribir un libro, comete, con la firma en la contratapa, sino como un acto de deshonor y desprecio al autor, el libro, y al privilegio y dignidad del saber. Tener que solicitar autorización para imprimir material -insiste- es una ofensa al hombre docto y al saber. Porque es más probable que los censores supriman la verdad que la falsedad: “si avanzamos hacia una prohibición no hay nada más probable de ser prohibido que la misma verdad: cuya primera aparición ante nuestros ojos, empañados y oscurecidos por el prejuicio y la costumbre, es más desagradable y menos creíble que muchos errores...”. Por lo demás, la verdad y el entendimiento no son mercancías que se pueden monopolizar e intercambiar usando etiquetas, leyes y normas. “No debemos pensar en embalar todo el conocimiento del país, y marcarlo y registrarlo como nuestras telas y nuestra ropa” (Milton, 1909, pp. 25-50).

El texto de Milton fue escrito en 1644, unos 293 años antes de la publicación del mismo Coase y 167 años antes de la primera proclamación de la libertad de imprenta en Colombia, pero tiene el mérito de haber trascendido los tiempos y mantener su vigencia aún en los días presentes.

PERIODISMO OCIOSO DE LOS PRIMEROS DÍAS EN COLOMBIA

Las primeras generaciones de periodistas colombianos bien pudieron pertenecer a la “clase ociosa” de Veblen, esto es, intelectuales que, alejados del trabajo industrial o productivo, encarnaban un oficio “noble” como era el conocimiento, y cumplían una misión aún más preclara, que era justamente “cambiar la historia”.

Quienes se dedicaban al periodismo en Colombia, de hecho, eran ilustres extranjeros o caballeros de oropel que, en primer lugar, gozaban del privilegio de las letras en una naciente república, la del siglo XIX, que detentaba altas tasas de analfabetismo por las concentraciones de esclavos e indígenas en los centros urbanos y rurales y, en general, por el limitado acceso de la población a las instituciones educativas de las élites.

El primer periodista en Colombia, en efecto, fue Manuel del Socorro Rodríguez, que combinaba su vocación de bibliotecario con el marcado afán por las letras informativas, a las que prácticamente se consagró al menos entre 1791 y 1809 con sus publicaciones *Papel periódico de Santa Fe de Bogotá*, *Redactor Americano*, *El Alternativo del Redactor Americano*, *Últimas noticias* y *Los crepúsculos de España y Europa*, que “siendo cortos y comenzando a rodar sobre las mesas, obligan en cierto modo a que se lean” (Cacua, 1991, p. 16).

Sería él quien, con el *Papel periódico*, lo habría iniciado todo. Los escritos tenían un tono suave y caballeroso, pero aún así vaticinaban el decurso de los acontecimientos independentistas. Otero (1998) puntualizaría que en ese primer intento de periodismo serio se publicaban sonetos, églogas, odas, epigramas y poemas, pero la lista de los temas que abordaba tenía un contenido más amplio que el científico o el literario.

El periódico estaba respaldado por el Virrey José de Ezpeleta, lo que bien podría atribuirle una posición muy discreta con relación al régimen. Pero el virrey de peluca empolvada no era el único mecenas. Es muy probable que esa aventura periodística hubiera estado auxiliada y sostenida por los masones del Nuevo Reino, entre quienes se contaba el alcalde de Santafé, Antonio Nariño.

De hecho, el editorial, por el que se fugaban las posturas políticas, era generalmente escrito a varias manos, las de Manuel del Socorro Rodríguez, Francisco Antonio Zea y el mismo Nariño.

Entre todos delinearon lo que sería la política informativa del periódico, que lejos de la abyección sugerida hablaba de “servir al público”, de informes “que conceptuare conveniente a la inteligencia de los juiciosos”, de “crítica en términos racionales y dignos de ser leídos por sujetos sensatos”, como rezaba la primera página. Sin embargo, también es factible que algunos escritos no alcanzaran las letras de molde, teniendo en cuenta que contra la institución periodística conspiraron permanentemente instituciones poderosas que no entendían otra forma que la sumisión y la obediencia. Es más: la licencia otorgada por el Virrey le atribuía la misión de revisar previamente los textos, lo que no siempre hacía por sus ocupaciones reales.

El periódico llegó a publicar 250 ediciones durante 6 años continuos. Una proeza para una prensa fugaz y perecedera, aún en los siglos venideros. Y de acuerdo con los archivos de la Biblioteca Nacional de Colombia, alcanzó a tener más de 500 suscriptores, otra hazaña si se tiene en cuenta que en la antigua Santafé habitaban en la época unas 20.000 personas, de las cuales unas 700 sabrían leer y escribir.

Por todo ello, el papel periódico, que llegó a ser comparado como el acontecimiento más importante de nuestra vida colonial después de la Expedición Botánica, despertó la conciencia de los criollos sobre el valor de los recursos naturales de la patria.

El periódico se silenció en 1797, con la llegada del virrey Pedro Mendinueta. Rodríguez debió confinarse en su biblioteca, desde la cual, sin embargo, siguió ejerciendo un periodismo anónimo gracias a los periódicos que conseguía sigilosamente en Europa y las tertulias que a partir de estos hacía con los criollos. Lo que sucedió después está referenciado con no menos controversia por los libros de la historia. Allí se lee, por ejemplo, el epílogo triste de la vida del fundador del periodismo:

La vida de don Manuel se apagó en los propios albores de nuestra libertad, el 2 de junio de 1819, cuando lo encontraron sobre una tarima desnuda, vestido con el hábito de San Francisco, estrechando entre sus manos una pequeña cruz de caña de Castilla, descalzos los pies y puesta su cabeza sobre un trozo de piedra que le servía de almohada. A su lado, sobre el asiento, estaba doblada la escasísima ropa de uso diario. (Cacua Prada, 1991, p. 272).

Como él forjaron la historia del periodismo nacional, los ciudadanos ilustres Jorge Tadeo Lozano y José Luis de Azuola (Correo curioso, erudito, económico y mercantil de la ciudad de Santa Fe de Bogotá, 1801), Francisco José de Caldas (Semanao del nuevo Reino de Granada, 1808), José Fernández de Madrid (El Argos Americano, 1810, 1815 y 1816) y Diego Espinoza (La Gazeta de Cartagena de Indias, 1812), entre muchos otros.

El Semanario de Caldas, por ejemplo, “congregó a su alrededor a los más selecto de la intelectualidad granadina” (Cacua, 1991, p. 204). Hijo del alférez español José de Caldas y Gamba, Francisco José fue toda la gama de la clase ociosa: científico, militar, geógrafo, botánico, astrónomo, naturalista, periodista y, ya al

final de sus días, prócer y mártir. Por supuesto asistió a los colegios reservados a los ciudadanos de su clase: Real Colegio Seminario San Francisco de Asís de Popayán, Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario y Universidad Tomista, que dieron cuenta de su sólida formación. Los registros de cartas y escritos que se conservan de él en los museos de Colombia, dan cuenta del impecable manejo del idioma, además de una formidable erudición.

El otro caso es el de Antonio de la Santísima Concepción Nariño y Álvarez del Casal, hijo de Don Vicente, oficial de la Corona, quien le dejó una enorme fortuna -la riqueza heredada es, dentro de la clase ociosa, sinónimo de nobleza porque quien la detenta no tiene que construirla con sus manos como sí lo hace la clase productiva-. Ejerció cargos de alcurnia como la Alcaldía de Bogotá y la Tesorería de los Diezmos, y se le conoció en el mundo de los negocios por sus exitosas incursiones en las exportaciones de quina. Pero tal vez su más célebre manifestación en la sociedad de la época fue la reproducción de los Derechos del Hombre en su propia imprenta, a cuyo cuidado estaban seis operarios que hacían parte de su servicio personal.

Arizmendi (1989) relata: “En la hermosa mañana del 19 de agosto de 1794 los taciturnos habitantes de aquel lejano Santafé de Bogotá, observaron en sus calles y esquinas unos volantes con un título tan solemne como subversivo: Los derechos del hombre” (p. 17). Y Cacua Prada (2005), uno de los biógrafos de Nariño más reconocidos, revela los antecedentes del accionar de la imprenta patriótica:

A finales de noviembre del año 1793 el capitán Cayetano Ramírez de Arellano, de la guardia del virrey don José de Ezpeleta, le facilitó a su amigo don Antonio Nariño Álvarez el tomo III de la *Historia de la Revolución de 1789 y el establecimiento de una Constitución en Francia*, atribuidos a Francois Marie de Kerverseau y G. Clavelin, donde nuestro Precursor encontró y tradujo, a partir de la página 39 hasta la 45, “Los 17 artículos de los Derechos del Hombre y del Ciudadano que me han causado los 16 años de prisión y de trabajos”, según lo afirmado en la segunda publicación que hizo el prócer, el 17 de abril de 1811 en Santafé de Bogotá. (p. 169)

Al cabo de la publicación, Nariño fue capturado por las autoridades españolas. “La pena de prisión comenzó en 1796 nada menos que en los calabozos de Cádiz, pero pudo fugarse al año siguiente y trasladarse a Inglaterra y Francia en busca de ayuda para una causa que ya lo había “picado” para siempre: la independencia de América. Hechos algunos contactos regresó subrepticamente y se esforzó por organizar una sublevación en diversas provincias. En 1809 fue puesto prisionero y confinado con grillos y cadenas en la famosa cárcel de la Inquisición, en Cartagena. Allí lo sorprendió el estallido del 20 de julio de 1810. Recuperó la libertad gracias a intensos papeleos que la familia debió adelantar, pues las nuevas autoridades (que creía sus viejos amigos) trataron de revivir un viejo juicio de 1794 cuando fue acusado de malversación de Diezmos” (Arizmendi, 1989, p. 18).

A su regreso a Santa Fe de Bogotá, fundó el periódico *La Bagatela*, desde el que “hace oposición al gobierno, ataca al federalismo, llama a una total independencia

respecto de la metrópoli, bajo argumentos como: “Parece que lo que hemos querido conquistar no es la libertad sino el mando; parece que hemos mudado de amos pero no de condición”. (Arizmendi, 1989, p. 18). Bajo estas presiones mediáticas, que a su vez estimulaban revueltas populares, Tadeo Lozano se vio precisado a renunciar al cargo de primer mandatario de las Provincias Unidas de la Nueva Granada, el 19 de septiembre de 1811. Por ello, a Nariño, quien sería designado en reemplazo de Tadeo Lozano, se le considera hoy el iniciador del periodismo político en Colombia.

Cacua Prada (1991) sostiene que, desde entonces, no había un solo episodio, una transformación política, el desplome de un partido y el triunfo del otro, una discusión sulfurosa sobre las guerras que sacudieron un siglo de vida independiente, en los cuales el periódico no haya estado presente. Los periodistas sólo se apartarían de las privilegiadas tribunas de opinión cuando empuñaren un fusil o un espada para las acciones libertarias de hecho: no había, entonces, mayor proeza o hazaña ociosa que la independencia.

Y así continuaría aquello, sólo que las proezas se harían, ahora, en nombre de los partidos o ideologías de Estado y los protagonistas llevarían apellidos ilustres como Olaya, López, Pumarejo, Santos, Cano, Nieto Caballero, Arciniegas, Betancur, Gómez, Pastrana, que además del poder hegemónico de la palabra contaban con la supremacía del estatus político y económico, de la mano de la propiedad no sólo de las imprentas sino de las marcas y, en algunos casos, la herencia de sus padres.

El periódico, desde entonces, fungió como el bastón que, a manera de la simbolización de Veblen, mostraba, por una parte, que su portador empleaba sus manos en algo diferente que trabajar productivamente, luego representaba ocio; por otra parte, era un arma que expresaba herencia bárbara, lo cual era agradable para cualquiera que tuviera un mínimo de sentido de ferocidad (de la clase ociosa más primitiva). (Veblen, 1966).

LA PAUSA DE LA PRENSA OCIOSA VICARIAL

Ya en los primeros asomos de la sociedad industrial, quedaban apenas algunos medios de las aventuras ideológicas o políticas que eran en sí mismos los periódicos. Martínez (1999) señala que de los 1.500 títulos que circularon entre 1799 y 1999, quedaban entonces en Colombia alrededor de 70. Pero estos se habían convertido en monumentales organizaciones empresariales, que intentaban administrar los recursos con criterios de eficiencia y economía.

Los periódicos surgían ahora para mostrar la realidad nacional. Aunque con el tono revanchista de sus antecesores, marcado probablemente por la influencia de épocas recientes, la prensa en el siglo XIX parecía tener una causa común: el desarrollo de la joven nación a través de las corrientes industriales que habían

echado raíces en regiones como Europa pero han tardado en llegar al suelo local. Los proyectos de inversión de los que hablaban las páginas de El Pensador Granadino (1833), El Día (1840), La Noche (1844), La Verdad y la Razón (1845) La República (1850) El Porvenir (1857), El Catolicismo (1869) y El Espectador (1887), entre otros, estaban acentuados, sin embargo, por la filiación de sus impulsores, propietarios o colaboradores con notable influencia en aquellas casa editoriales. La prensa gozaba, de todas maneras, de una generosa libertad que muchas veces la llevaba a incurrir en desafueros en nombre de la opinión pública.

Pero el 5 de agosto de 1886, bajo el mandato de Rafael Núñez, el gobierno sancionó una nueva Constitución de 201 artículos que marcaría una nueva relación entre el Estado y los medios. En su artículo 42, la Constitución, como sus antecesoras, ordenaba evidentemente la libertad de prensa (que ya no de imprenta), como el pilar democrático que el mismo Coase (1974) admitiría. Pero, por primera vez, cualificaba el derecho, esta vez para someterlo a las restricciones propias de las circunstancias políticas. “La prensa es libre en tiempos de paz”, decía, para significar que en tiempos de guerra, el Estado se reservaba el derecho a intervenir para limitar esa libertad. Pero a continuación establecía una normatividad innovadora de responsabilidad, que intentaba frenar los abusos cometidos por la prensa en nombre de su independencia, y de los que el mismo Núñez decía haber sido víctima: “...pero responsable con arreglo a las leyes, cuando atente a la honra de las personas, al orden social o a la tranquilidad pública” (art. 42). Nótese que la emancipación del periodismo tenía ahora una doble condición: por un lado el derecho y, por el otro, el deber. A eso tal vez se referiría Coase (1974) cuando, al aclarar el sentido de la intervención del Estado, sugería que esta regulación no podía ser la misma que controlara la producción de jabón o de alimentos.

Ahora bien: en ambos casos (el gobernante y el investigador) se referían a una prensa que necesitaba control, que no atropello. Pues el período autocrático de 1953 a 1957, bajo la administración del teniente coronel Gustavo Rojas Pinilla, fue también un lapso siniestro para el periodismo. Frente a la marcada oposición de los periódicos, que cada noche eran visitados por la misma pluma censora que condenó Milton en el Siglo XVII, Rojas optó por clausurar los diarios El Siglo, El Tiempo y El Espectador. El ultraje convocó la unión solidaria de propietarios, periodistas, técnicos, fuentes información y anunciantes.

Pero la Constitución de Núñez normativizaba a la prensa que se imprimía en caliente y letras de molde. Un nuevo medio de comunicación, que estaba a punto de asaltar la convención, quedaría por fuera inclusive de la propia legislación.

En el año 1927 llegó a Colombia un joven italiano, alumno y colaborador de Marconi, quien se dedicó a estimular la afición por la radio, primero en Barranquilla y luego en Bogotá. Fue de hecho en la ciudad del Caribe colombiano donde habría de formar el primer club de radioaficionados del país, entre solventes muchachos que escuchaban emisoras del extranjero en onda corta a través de radioreceptores. Entre esos jóvenes sobresalía Elias Pellet Buitrago, quien al lado de Jesús Amortegui, sería, a la postre, pionero de la radio comercial en Colombia.

Pellet, hijo de padre americano y egresado de una universidad de los Estados Unidos, importó un equipo transmisor completo e instaló la primera estación de la ciudad. Por la Voz de Barranquilla, como le llamó, desfilaron escritores, poetas y músicos, estos, de la talla de Carlos Gardel, José Mojica y Carmencita Pernet, a quien Pellet, propietario de varias empresas, hacía traer hasta la ciudad sin importar el costo económico (Pérez, 1998). La radio había llegado y, con ella, una sensación de progreso que embriagaba.

Los barcos de vapor que arribaban a los puertos de la Costa y los ferrocarriles que abrían paso por entre las montañas, indicaban la cercanía del desarrollo. Los telegramas iban contando los adelantos de las naciones industrializadas, mientras las familias iban a cine a ver las primeras películas o a teatro para apreciar los montajes de piezas clásicas que traían españoles y franceses. En los salones de baile había también una gran novedad: los fonógrafos que aglutinaban a las parejas de danzón alrededor de la victrola. Y frente a las casas de Pellet, Amortegui, Jaramillo, Barona, Fuentes y Otoya, los adinerados concesionarios de las emisoras, las ciudades se detenían para escuchar las últimas noticias o una pieza musical agradable.

Hacia 1936, en efecto, el país contaba con 27 emisoras con licencia de operación, que transmitían por 39 frecuencias en 13 ciudades. Y al finalizar la década de los cuarenta, el registro habría subido a cien. Pero la radio no era sólo un vehículo cultural:

La industria, tratando de recuperarse de los devastadores efectos de la gran depresión, necesitaba un sistema adecuado para promocionar la venta de sus productos, principalmente de consumo popular, y este no podía ser otro que la radio. Razones como estas le permitieron a Alberto Hoyos Arango, después de fundar una emisora en su ciudad natal, convencer a algunos industriales de Medellín de participar en la formación de una empresa radial. El promotor logró que se asociaran Coltabaco, Fabricato, Cervunión, Laboratorios Uribe Ángel, Compañía Nacional de Chocolates, Café La Bastilla y Carlos Escobar, para formar la Compañía Colombiana de Radiodifusión... (Pérez, 1998, p. 63).

A su turno, los políticos encontraron un sustituto ideal para sus discursos de plaza pública, en momentos en que la violencia, si bien había mermado la intensidad de las confrontaciones, seguía campeando en muchas zonas rurales de Colombia. Mientras el caudillo Jorge Elíecer Gaitán animaba a las masas en los viernes del Teatro Nacional, que se reproducían a través de la radio local, Alfonso López Pumarejo informaba, a través de las ondas hertzianas, de los alcances de su propuesta, *La revolución en marcha*, que alcanzaría el favor popular en las urnas.

En síntesis, la radio se convirtió en “un medio masivo de información y de entrenamiento, en una poderosa herramienta política, comercial y cultural, en trampolín hacia la fama de artistas, periodistas y deportistas...” (Pérez, 1998, p. 70).

Todo ese movimiento llevó al Estado a construir un sistema de intervención en la radio, en tanto, a la sombra de lo que plantea Coase, iba mermando su regulación en los medios escritos, que de por sí no tenía antecedentes tan remotos.

Aunque por intermedio de la radio el país conoció de primera mano hechos históricos como la guerra contra Perú y la trágica muerte de Gardel, y Alberto Lleras Camargo —el primer locutor del país— pudo controlar la crisis del 10 de julio de 1944 cuando un grupo de militares de menor rango secuestró al Presidente Alfonso López Pumarejo en la ciudad, uno de los más sonados casos de destemplanza radial pudo ser responsable, en buena parte, de los hechos conocidos como El Bogotazo. “Dirigentes políticos de tendencia gaitanista, secundados por agitadores enardecidos, se apoderaron de los micrófonos de varias emisoras capitalinas, entre las que se encontró la Nueva Granada...” e incitaron “al saqueo, al asesinato, al pillaje” (Pérez, 1998, p. 89).

Hasta aquí, entonces, lo que tenemos son las experimentaciones que hace la clase ociosa de la época, con el “deslumbrante invento” que en principio despertó su curiosidad y luego se convirtió en un interesante negocio para seguir usufructuando del poder político y económico, como ya lo eran, amén de los excesos, los medios escritos.

Mientras ello ocurría, una pléyade de periodistas se iba aglutinando en las salas de redacción. Aquí empiezan una distinción de clase, que va desligando al redactor de las informaciones del estatus que, con todo, detentaban los próceres y mártires que también lo fueron por la palabra que escribían. García Márquez (1996) cuenta cómo eran aquellos intelectuales en esos días:

Todo el periódico era una fábrica que formaba e informaba sin equívocos, y generaba opinión dentro de un ambiente de participación que mantenía la moral en su puesto, pues los periodistas andábamos siempre juntos, hacíamos vida común, y éramos tan fanáticos del oficio que no hablábamos de nada distinto que del oficio mismo. El trabajo llevaba consigo una amistad de grupo que inclusive dejaba poco margen para la vida privada. No existían las juntas de redacción institucionales, pero a las cinco de la tarde, sin convocatoria oficial, todo el personal de planta hacía una pausa de respiro en las tensiones del día y confluía a tomar el café en cualquier lugar de la redacción. Era una tertulia abierta donde se discutían en caliente los temas de cada sección y se le daban los toques finales a la edición de mañana. Los que no aprendían en aquellas cátedras ambuladoras y apasionadas de veinticuatro horas diarias, o los que se aburrían de tanto hablar de lo mismo, era porque querían o creían ser periodistas, pero en realidad no lo eran. (p. 1).

Se trataba de una generación de escritores que sublimaban su oficio, más por el compromiso que tenían con el derecho de los ciudadanos y con el placer de la escritura, que por un asunto de subsistencia. Fue una época difícil, pues en tanto los reporteros intentaban narrar “un país convulsionado, lleno de pobreza y de ilusiones y también lleno de alegrías” (Juan José Hoyos, 2003, p. XV) vieron cerrar e incendiar periódicos, sufrieron la censura y fueron testigos de numerosas masacres políticas. Al anteponer la pasión a la propia realidad sobreviniente, los periodistas, según el mismo Hoyos (1994) le legarían a su país una época de oro del periodismo.

A decir de García (1997) el hacer periodístico era no sólo “el resultado de una reflexión y una deliberación previas a la resolución de informar u orientar y

explicar o dejar de explicar, sino el fruto de un compromiso, en función del deber ser axiológico, con valores sociales de la jerarquía de justicia, libertad y paz, puesto que informar y opinar en ejercicio del derecho a la información suponen un acto libre de justicia distributiva por medio del cual se contribuye al pacífico desenvolvimiento de la vida social” (p. 19).

LA NUEVA CLASE PRODUCTIVA

En el año 1991, una Asamblea Nacional Constituyente que integró a los principales partidos y sectores políticos del país, proclamó una nueva Carta Política. En su redacción, la Constitución incorporó instituciones que en temas como la economía, la ecología, la responsabilidad social, la democracia, la administración pública y los derechos civiles, preparaban al país para insertarse en un mundo más abierto.

La nación estaba acosada literalmente por un envolvente proceso de internacionalización que, de la mano de los mercados, las naciones más industrializadas y los organismos multilaterales, prácticamente nos forzaban a asumir los códigos del comercio y las políticas públicas.

Pero independientemente de las presiones, había una dinámica en el mundo que, en su inevitabilidad, hacía perentorio un abordaje enjundioso. Y a fe de varios constituyentes, la Asamblea lo hizo. La inquietud de la Asamblea era que, al llegar la globalización, las empresas colombianas terminaran siendo arrasadas por productos más competitivos. En tal dirección, incorporó el respeto por la propiedad privada y la libre empresa y reglamentó la existencia de los monopolios, todo lo cual posibilitaría, ya en un desarrollo de ley más específico, fusiones, alianzas estratégicas, inversiones extranjeras y privatización de servicios, entre otros.

En el caso de los medios, la Constituyente declaró el carácter público del espectro radioeléctrico, lo que, lejos de frenar el uso de las bandas posibilitadas por el recurso natural, terminaría ambientando la licitación de canales privados, locales, comunitarios y de carácter público en la televisión. Ella, la televisión, había llegado al país en el desespero de la administración autocrática de Rojas por difundir una obra de gobierno que no tenía cabida en los diarios censurados.

El contexto en el que se desenvolvían todos (radio, prensa y televisión) estaba marcado ya por una institución denominada empresa periodística, que modificó hasta los mismos estatus sociales de sus actores en franco respaldo a los argumentos de Veblen, según los cuales, las fuerzas que inducen un reajuste en las instituciones especialmente en el caso de una comunidad industrial moderna, son, en el último análisis, casi enteramente de una naturaleza económica (Cf. Parada, 2005). Máxime si “la actividad industrial requiere una acumulación de riqueza y, excluyendo la fuerza, el fraude y la herencia, el método de adquirir esa acumulación de riqueza es, necesariamente, alguna forma de negociación, es decir, alguna forma de empresa de negocios” (Veblen, 2000, p. 209).

En Colombia, en efecto, la Inversión extranjera identificó a los medios como potenciales negocios e ingresó por la puerta grande mediante adquisiciones estratégicas que cambiaron la arquitectura de la propiedad. Grupos como Prisa, Planeta y Televisa entraron a las estructuras de capital de los medios, que, por lo demás, ya habían sido tomadas por los conglomerados económicos locales Ardila Lule (RCN radio y Televisión), Santo Domingo (Caracol, El Espectador, Cromos), Santos (El Tiempo, City TV, Cambio), Galvis (Vanguardia Liberal, El Universal, El Liberal), entre otros.

Es de suponer que ni las nuevas ni las viejas inversiones estuvieron animadas por la decisión filantrópica de defender la información. Un bien privado, como lo era ciertamente un periódico, corresponde efectivamente a un concepto puramente pecuniario, que debe derivar una mayor riqueza a partir de un proceso cada vez más industrial y sistemático. Y el uso, tanto del bien invertido como de la utilidad, es empresarial y pertenece al propietario. Así el producto sea un intangible que se llame información.

Porque ese intangible, con el tiempo, mostraría beneficios tangibles para el propietario, a juzgar por los estudios que empezaban a hacerse sobre los medios, inspirados en el extraordinario desenvolvimiento de estos. En el año 1991, María Teresa Herrán publicó el informe “La industria de los medios masivos de comunicación”, contratado por Fescol y el CEDE de la Universidad Nacional, en el que reveló “la existencia en Colombia de una alta concentración de medios y de “telarañas” del poder mediático, político y económico” que ensalzaban su injerencia en la vida nacional: 22 de los 36 presidentes que tuvo Colombia entre 1886 y 1990 -encontró- fueron dueños, directores o articulistas asiduos de un periódico. En el año 2007 actualizó su investigación: “Hoy la situación no sólo ha mantenido intactas estas telarañas sino que las ha fortalecido en términos económicos: Caracol TV y RCN TV concentraron en sólo dos años el 63.8% de la pauta publicitaria bruta en TV”. Un año más tarde, en el que la publicidad se vio resentida por el bajo crecimiento económico, nueve medios de comunicación (RCN Televisión, Casa editorial El Tiempo, Caracol televisión, Caracol Radio, RCN Radio, El Colombiano, Publicaciones Semana, El País y Radio Televisión Interamericana) se ubicaron entre las mil empresas más grandes del país, con ventas del orden de 1,9 billones de pesos (872 millones de dólares, según la cotización promedio de ese año). (Revista Semana, 2009).

Aunque impactadas por la crisis, esas mismas organizaciones obtuvieron durante el ejercicio utilidades por \$208.371 millones, lo que significa que ganaron una unidad monetaria por cada 9,4 de unidades de ingresos (Semana, 2009). Si se hace una comparación básica de este resultado sectorial con el de las empresas más grandes de cada sector, se puede concluir que para obtener un peso de utilidad operacional en los medios hay que hacer menos esfuerzos relativos que en una cementera, un supermercado, una EPS, una textilera, una distribuidora de gasolina o una caja de compensación. De hecho, la misma relación entre unidades monetarias por ventas sobre unidades monetarias de utilidad, ponen la

inversión en medios al mismo nivel de compañías como Monómeros, la Nacional de Chocolates o Productos Familia.

Cuadro 1
Utilidades operacionales/ingresos por ventas
 100 empresas más grandes del país y 900 siguientes
 2008

Empresa	(1) Ventas Millones de pesos	(2) Utilidad operacional Millones de pesos	Relación (1)/(2)
El Cerrejón Limited	5.329.849	1.955.352	2,7
EEPPM	3.810.210	1.355.944	2,8
Ecopetrol	33.896.669	1.241.8368	2,9
Comcel	5.810.676	1.774.845	3,2
Bavaria	5.228.390	1.453.289	3,6
Casa Edit. El Tiempo	468.953	66.041	7,1
GM-Colmotores	2.890.535	342.723	8,4
Nal. De Chocolates	4.009.727	465.886	8,6
Productos Familia	1.103.314	118.333	9,3
Monómeros	1.164.586	124.414	9,3
Concreto	470.132	40.159	11,7
Cementos Argos	3.805.007	254.157	14,9
Consubsidio	1.461.602	62.730	23,9
Saludcoop EPS	2.966.884	120.141	24,7
Siemens	1.213.381	46.802	25,2
Almacenes Exito	7.124.974	265.886	26,8
Org. Terpel	6.355.623	222.195	28,6
Textiles Fabricato	579.769	2.632	220

Fuente: Revista Semana (2009) y cálculos del autor

Pero:

La prensa, como institución, no obedece propiamente a una estructura empresarial. Adopta el modelo de empresa, pues al fin y al cabo debe propiciar unos ingresos para compensar gastos e inversiones y, en tal ejercicio, actuar con la mayor racionalidad para mantener la viabilidad de la organización. La razón social, de acuerdo con Herrán (1992), no puede circunscribirse a un fin eminentemente comercial, pues a diferencia de otras empresas, no produce bienes o servicios: defiende un derecho ciudadano que, por lo demás, resulta vital para el ejercicio democrático. Pero en la sociedad capitalista moderna esto no parece realista, pues equivaldría a pedirle a los medios que operen inclusive bajo pérdidas, bajo el pretexto de defender la información. (Martínez, 1999, p. 28).

El asunto es que una encuesta de la firma Yankelovich Acevedo y Asociados, para el Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana, encontró que el 70,9% de los ciudadanos cree apenas “algunas cosas” que dicen los medios y el 77% supuso que las noticias de prensa, radio y televisión, son manipuladas. Nótese, entonces, que la percepción del ciudadano va entretejiendo relaciones entre la calidad de la información que recibe y las relaciones de empresa de los medios que le informan.

La otra inquietud es: ¿cuál es la postura de los periodistas sobre el tema? En primer lugar hay que decir que el periodismo de los cafés y las salas de redacción, tiene ahora el carácter de profesión, gracias a la intervención de las cerca de 70 facultades de comunicación que operan en el país, lo que enaltece el carácter intelectual del ejercicio de informar pero ante los códigos del capitalismo económico, saturan rápidamente el mercado y debilitan los salarios. Cálculos del autor indican que anualmente egresan alrededor de 4.500 nuevos comunicadores, y aunque no todos se dedican al periodismo, en buena parte desmotivados por las exiguas posibilidades del mercado laboral, sí es un volumen que altera la dialéctica de la oferta y la demanda. Si sólo como ejercicio intentáramos colocar en las empresas informativas de Colombia la totalidad de los egresados de las Facultades, en dos años tendríamos completamente copado el mercado laboral, a juzgar por el número de plazas que tienen los medios de comunicación que administran información.

Pues, los periodistas de clase ociosa del siglo XIX o de clase ociosa vicarial del siglo XX, son hoy puramente asalariados. Muchos, inclusive, son pautados, esto es, periodistas que buscan información y al mismo tiempo publicidad, lo que le tiende un manto de dudas a la verdad que comunican, pues ¿quién garantiza transparencia en la información que le llega a los ciudadanos si la fuente es la misma de la manutención?

Uno de los aspectos más preocupantes del ejercicio periodístico en el Caribe colombiano corresponde a las faltas de garantías laborales para el periodista, justificadas en los cambios estructurales del escenario mediático del país. En este sentido hay formas *sui generis* de vinculación laboral a los medios de comunicación, caracterizadas por la falta de compromiso de las empresas con el trabajador. En los casos más privilegiados las contrataciones son por prestación de servicios, sin embargo el trabajador carece de las prestaciones sociales propias de los empleados de nómina. Las compañías consideradas como estables son la prensa, y la televisión, no obstante vinculan reporteros a través de bolsas de empleo, cooperativas o empresas asociativas de trabajo. A diferencia de la radio donde predomina el pago a través de cupos, publicitarios, trasladando a los periodistas la responsabilidad de generar sus ingresos. (Barrios, 2007, p. 17).

Tal condición, de deshonor a la luz de la clasificación de Veblen (1966), ha vuelto al periodista un sujeto vulnerable a la manipulación, según la investigación que el Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana realizó en el año 2003 entre 200 periodistas que, entonces, cubrían el conflicto armado. La investigación hizo una pregunta: ¿cree usted que los intereses económicos de los dueños de los medios están por encima de la libertad de prensa consagrada en la Constitución

Colombiana? La respuesta fue contundente: sí, el 84 por ciento. Entre el 40 y el 60 por ciento de los periodistas, estuvo de acuerdo en que las fuentes legales (Fuerzas Armadas y Gobierno) estaban al mismo nivel de las ilegales (guerrilla y paramilitares), mientras que los anunciantes, con vínculos cada vez más fuertes en las estructuras mediáticas, superan, inclusive, el mismo nivel de las mismas fuerzas irregulares. Por supuesto se resalta el rol de los dueños de los medios, que en esta muestra se presentan como los mayores censores.

El tema, sin embargo, no se queda en el estatus del periodista que, como clase ociosa vicarial por excelencia, trasciende sus propios intereses para defender valores mucho más altruistas. A manera de caso ilustrativo, el día 24 de mayo de 2009, apareció en la sección de confidentiales del periódico *El Herald*, la siguiente nota que no se antoja marginal en el contexto del debate:

No es que Agatha tenga en el “ojo del huracán” a los periodistas pero la verdad es que en el gremio pasan muchas cosas. Por ejemplo, los que a diario van a cubrir las noticias de la Gobernación del Atlántico hoy son contados. Sobre todo cuando se trata de convocatorias a ruedas de prensa. ¿La razón? La bendita pauta publicitaria. Eso ocurre entre los radioperiodistas que tienen concesionados espacios en las emisoras locales, en las que los ingresos dependen de las cuñas vendidas. En la administración de Verano ya llevan cinco meses en los cuales se han cansado de meter propuestas y nada que las aprueban. El paro, o “pico y placa”, como le llaman, va para largo. Los comunicadores dicen que como están las cosas lo mejor es que las noticias departamentales las cubra sólo el pequeño grupo al que se le ha asignado la pauta, pero que ni por casualidades es visto en la Gobernación. Una muestra del paro fue la no asistencia el sábado anterior a Piojó, donde el gobernador dio al servicio el acueducto.

Si ese es un criterio del ejercicio, obviamente en un contexto que tiene más elementos de análisis, tienen razón los investigadores cuando afirman que:

Vivimos hoy desconcertantes paradojas: por un lado somos testigos de la abundancia comunicativa, la amplia disponibilidad de información y la explosión de imágenes, y, por el otro, de un deterioro de la educación formal, un empobrecimiento de la experiencia y un debilitamiento de lo público, entendido como espacio de participación activa de la ciudadanía. (Barbero y Rey, 1999, pp. 155-156).

Según la calidad de la información que ofrezcan, los medios mejoran o adulteran los memes en los que confiamos a diario y que transmitimos a generaciones futuras. ¿Qué le ocurrirá a nuestras mentes y nuestra cultura si nuestros memes más esenciales se contaminan con diversos virus de falsas informaciones? (Gardner, 2005, p. 151).

CONCLUSIONES

En los primeros días (siglo XIX), la prensa colombiana tenía fines políticos y de Estado. La manera de acceder a la Presidencia de la República era, antes que armar un movimiento caudillista, montar un periódico. Por ello las autoridades tenían su propia rotativa que le hiciera contrapeso a las publicaciones de otras

clases ociosas, como la suya, o ejercían un estricto control sobre las particulares, o bien por medio de acciones de hecho o mediante la fijación de significativos tributos (Nariño, por ejemplo, se quejó insistentemente por los impuestos que le obligaban a pagar). Era el representante del Rey en las Indias o, depuesta la soberanía española, quien ejerciera el cargo de gobernante, el que establecía la censura o limitaba la institución de la libertad de prensa, pues, a la sazón del postulado de Coase (1974), había una intervención sistemática sobre la prensa que determinaba casi siempre el sentido y tono de los contenidos. Aquí no se medían relaciones económicas sino políticas y éstas estaban gobernadas por la conveniencia de una Corona amenazada por las aventuras libertarias.

El autor de la restricción, conminación o prohibición, tampoco respondía a criterios de eficiencia pública, que estaba lejos de su agenda e, inclusive, de sus saberes. Los periodistas, adinerados por tradición o herencia, hacían parte de la élite: manejaban la economía y detentaban un estatus social excluyente no sólo en términos reales (riqueza) sino simbólicos (esclavos, operarios, mujeres) y, como los de su estirpe, tenían acceso privilegiado a la educación y al poder.

Cuando se apartaban de la rutina social, entonces ensayaban hazañas o proezas como las gestas libertarias, que animaban desde las páginas de los periódicos que se imprimían en sus propias imprentas, en la época artefacto de lujo. Para efectos de la censura, eran el primer eslabón de la cadena. Pues, si se quiere, era una clase ociosa vulnerando a otra. No obstante la libertad de expresión, o de imprenta, era una herencia que les habían legados otras sociedades adultas y sería defendida, entonces, hasta con la vida.

En una segunda fase (principios y mediados del siglo XX), los periodistas se proclamaban defensores de la verdad, y los propietarios de las rotativas, empresarios de la información. En algunos pasajes de la historia, los dos intereses coinciden (la censura en el gobierno de Rojas Pinilla, por ejemplo), pero las relaciones entre unos y otros iban ampliando la brecha, en tanto los reporteros asumían el suyo como un servicio social y los dueños de periódicos y emisoras como un servicio personal.

El periodista constituía una pequeña élite dentro de los estadios de poder económico y político de la nación. Aunque no era dueño de los medios de producción, estaba muy cercano a éste, con oficios que llegaban, en el mejor de los casos, al nivel de las jefaturas de redacción, la edición o las coordinaciones de áreas de los periódicos. En ese trance devengaba un sueldo que ofrecía graciosamente el propietario de la rotativa y de la marca, que generalmente hacía las veces de presidente de la casa editorial o de director.

En su condición de clase ociosa vicarial (Veblen, 1966), el periodista tenía confusión sobre la deidad a la que servía: no era muy claro si al dueño del periódico o la verdad como esencia de su oficio. Restrepo sostendría en el 2008 que la primera lealtad de un periodista es con su público. De ahí la pasión que se derivaría de su trabajo y la percepción de que sus informaciones estaban

mejorando al mundo. En esa dirección, evitaría contaminar sus narrativas con la influencia de externalidades como la publicidad, para lo cual firmaría, sin firmar, un pacto con el amo: usted encárguese de la financiación del periódico que nosotros respondemos por los contenidos.

En todo caso, seguía siendo un intelectual. Era solidario con los de su clase y formaba subgrupos que trascendían el oficio y exploraban lo personal. Ya no era, para efectos de la censura, el primer eslabón en la cadena, sin embargo, su relación directa con los hechos y los personajes, lo volvían blanco de amenazas y hostigamientos. El asesinato que silenciaba y aleccionaba, no estaba reservado para él sino para la clase ociosa. Y los decretos de los gobiernos se ensañarían con los empresarios.

En una última fase del análisis (mediados del siglo XX y principios del siglo XXI), el periodista es un trabajador raso. Las escuelas de formación se han dedicado a producirlos en serie, y el desbalance entre la oferta y la demanda (las crisis económicas sucesivas han llevado al cierre de varios periódicos, y la apertura económica, a realizar alianzas estratégicas y fusiones que han racionalizado las plantas de personal) han provocado un desempleo de altísimos niveles y deteriorado la calidad de los salarios.

En algunos medios (la radio, por ejemplo), el periodista se ve precisado a conseguir publicidad al mismo tiempo que busca las informaciones. Las organizaciones de prensa se quejan de la contaminación del oficio. Las universidades han logrado atenuar un poco el proceso de deterioro intelectual en el gremio, pero no lo suficiente. Se trabaja para satisfacer necesidades básicas o para combatir la pobreza.

La censura es ejercida por las fuerzas violentas pero, por sobre todo, los dueños de los medios de comunicación y las organizaciones anunciantes. Hay chantaje de lado y lado: del periodista sobre la fuente para que le garantice ingresos y de la fuente hacia el periodista.

El periodista, que ya no es ni el primero ni el segundo eslabón en la cadena, pone en evidencia la peor de todas las formas de violación a su libertad: la autocensura, que se desprende del miedo a morir, a perder un ingreso o a quedar sin empleo.

En esencia el problema trasciende la órbita del periodista, de los propietarios de los medios y de la propia organización periodística y alcanza una trascendental dimensión social. Cuando se distorsiona la verdad, en función de los intereses de la pauta o de la fuente o del propietario del medio, el ciudadano yerra en sus decisiones, lo que conduce a tender dudas sobre la democracia que se construye. Las fuerzas del mercado han sido incapaces de regular las relaciones entre las instituciones libertad de empresa y libertad de información, pues queda claro, como lo sentenció Marx y lo reprodujo Veblen, que la acumulación remunerativa ha sido, en este caso, un “hecho de fuerza y de fraude”. Fuerza en tanto la posesión del equipo material requerido, como dice Veblen, se vuelve un asunto

de gran importancia que pone en desventaja a los individuos que carecen de estos bienes materiales y pone a sus poseedores en una posición de ventaja notoria”; y fraude, como quiera que se exponen a la opinión como defensores de un derecho ciudadano pero en esencia están inspirados en intereses comerciales.

En tales condiciones, parece prudente ir pensando en una intervención del Estado que armonice los vínculos de estos actores, en procura, por un lado, de la salvaguarda del derecho y, por el otro, de la dignificación de su guardián natural que es el periodista. Ello requiere de decisión política moderada y de tolerancia: lo uno, del gobierno y el Congreso y, lo otro, de los mismos empresarios de la información.

REFERENCIAS

- Arizmendi, P. I. (1989). *Presidentes en la historia de Colombia*. Bogotá: Editorial Planeta.
- Barbero, J. & Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Bogotá: Gedisa.
- Cacua, P.A. (2005). La ley del periodista con garrafal error histórico. *Boletín de historia y antigüedades*. Bogotá. Vol. 92, N° 828, 2005, pp. 169-174
- Cacua, P.A. (1991). *Orígenes del periodismo colombiano*. Bogotá: Editorial Kelly.
- Coase, R.H. (1988). *La empresa, el mercado y la ley*. Madrid: Alianza Editorial.
- Coase, R.H. (1974). El mercado de los bienes y el mercado de las ideas. *The American Economic Review*, Vol. 64 N° 2. Páginas 135-145.
- García Márquez, G. (1996). *El mejor oficio del Mundo* [en línea]. Disponible en: www.saladeprensa.org. [Consultado el 17 de junio de 2009].
- García, J.J. (1997) *La dimensión hermenéutica del periodismo*. Medellín. Universidad Pontificia Bolivariana. Colección Mensajes.
- Gardner, Howard. (2005). *El buen trabajo*. Barcelona: Paidós.
- Herrán, M.T. (1991). *La Industria de los medios masivos de información*. Bogotá: CEDE-Fescol.
- Hoyos, J.J. (1994). *Reportero hasta morir: elementos para un periodismo de creación*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Hoyos, J.J. (2003) en el prólogo a *Crónica del día Juan Gossaín*. Medellín. Editorial Universidad de Antioquia.

- Korstanje, M. (2008). La clase ociosa en Thorstein Veblen [en línea]. *Contribuciones a la Economía*. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2008b/>. [Consultado el 9 de julio de 2009].
- Martínez, A. (1999). *Manual para la investigación periodística en Colombia*. Monografía de pregrado. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Martínez, A. & Durán, O. (2007). *Juan el hijo de Juan: una travesía por las competencias extraordinarias del escritor Juan Gossain Abdallah desde la perspectiva cognitiva de Howard Gardner*. Monografía de maestría, Universidad del Norte.
- Mena, L.A. & Téllez, B.R. (1999). *Primer manual de derecho para periodistas*. Cali: Concejo Municipal de Santiago de Cali.
- Milton, John. (1909). *Aeropagítica: A speech for the Liberty of Unlicensed Printing*. The Harvard Classics. [en línea]. Disponible en: <http://www.bartleby.com/3/3/2.html>. [Consultado el 7 de julio de 2009].
- Parada, J. (2005). *Economía institucional Original: una introducción necesaria. Ensayos de economía*. Universidad del Atlántico. Versión modificada de “Original Institutional Economics: A theory for the XXI century?” *Oekonomikus*. Fall 2001. Department of Economics. University of Missouri. Kansas City.
- Parada, J. (2009). *Anotaciones de clase: Doctorado en Ciencias Sociales*. Manuscrito por publicar. Universidad del Norte.
- Pérez, A.G. (1998). *La radio del tercer milenio*. Bogotá: Caracol radio.
- Otero, M. G. (1936). *Historia del periodismo en Colombia*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Semana, revista (2009). Las 100 empresas más grandes de Colombia y las 900 siguientes. No. 1409. 14 de abril. pp. 57-65
- Veblen, T. (1974). *La clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Veblen, T. (1966). *Teoría de clase ociosa*. Ediciones Elaleph [en línea]. Disponible en: <http://www.esnips.com/doc/3c724bb1-d054-4288-b305-34be95481281/Thorstein%20Veblen%20-%20Teor%EDa%20de%20la%20clase%20ociosa>. [Consultado el 9 de marzo de 2009].
- Veblen, T. (2000). La naturaleza del capital (1). *Revista de economía institucional*, No. 3. Universidad Externado de Colombia [en línea]. Disponible en: <http://www.economiainstitutional.com/pdf/No3/tveblen3.pdf>. [Consultado el 9 de julio de 2009].
- Veblen, T. (2001). La naturaleza del capital (2) [en línea]. *Revista de economía institucional* No. 4. Universidad Externado de Colombia. Disponible en: <http://www.economiainstitutional.com/pdf/No4/tveblen4.pdf>. [Consultado el 9 de julio de 2009].