

*El síndrome de la alcachofa o de los periodistas
sentados
El espejo como medio informativo*

DR. PEDRO SORELA CAJIAO
Profesor Titular de Periodismo
UCM

RESUMEN

A partir de la generalizada tendencia de las cadenas españolas de televisión a programas que se limitan a recoger información, o entretenimiento, de una forma pasiva, sin salir a buscarla, incidiendo en un realismo de primer nivel e incluso postergando la interpretación, el autor se pregunta por las causas de esta tendencia, y busca sus equivalencias en otros medios informativos -periódicos, radios y agencias-, en lo que llama *la cultura del espejo*. Esta tendencia no sería más que un síntoma de corrientes más profundas de ensimismamiento cultural que empobrecen el idioma, marginan la abstracción, la imaginación y la capacidad revolucionaria del lenguaje, y a la postre tienen consecuencias sobre la percepción de la propia libertad.

PALABRAS CLAVE: televisión, periódicos, información, entretenimiento, realismo, interpretación, abstracción, imaginación, libertad.

ABSTRACT

*THE ARTICHOKE SYNDROME (SEATED JOURNALISTS)
The Mirror as Information Medium*

Using as his starting point the common tendency of Spanish television channels to just package information or entertainment in a passive way, without actually looking for it -they present basic reality and even do away with interpretation- the author examines the causes of this trend and looks for similarities in other news media (newspapers, radio and news agencies), in what he calls the mirror culture. This tendency is just a symptom

of deeper currents of cultural self-absorption that impoverish language, exclude abstraction, imagination and the revolutionary capacity of language, and influence perceptions about freedom itself.

KEY WORDS: television, newspapers, information, entertainment, realism, interpretation, abstraction, imagination, freedom.

Algo debe de significar el hecho de que, en la noche estrella de la televisión, la gala de Año Nuevo, la práctica totalidad de las cadenas españolas se dedicaran, en las últimas ediciones, a *reproducir* canciones del pasado. La fórmula es conocida: ya sea presentadores del medio, ya niños en vías de prodigio, ya esa subespecie de los llamados (no sin enigma) *famosos*, se disfrazan *e imitan* a cantantes más o menos consagrados, con mejor o peor resultado. Y el del año pasado no debió de ser malo, desde el momento en que poco después, *triunfó* es poco decir, *arrasó* ese paroxismo de la repetición y la fotocopia que fue *Operación Triunfo*. No hace falta citar sus cifras de audiencia y venta de discos, baste recordar que en algún momento convocó ante el televisor a la orwelliana cifra de la mitad más o menos de la población española real (descontados niños de pecho, enfermos, policías, viajeros y bomberos de servicio), y que las ventas de los discos salvaron las estadísticas del mercado discográfico. (Estadísticas, pues si bien la serie supuso la fortuna para una de ellas, las demás siguieron hundiéndose, y con negros presagios para el lanzamiento de músicos, en el futuro, que no dispongan de un dispositivo de apoyo semejante).

Operación Triunfo llevaba (y llevará) en su seno un equívoco principal: bajo una superficial apariencia de *creatividad* y *juventud*, en realidad proponía algo tan conservador como la reproducción de canciones de éxito ya contrastado, incluso, en otros mercados e idiomas. Y en contra de lo que se pudiera pensar, ello no se paliaba al final, cuando los finalistas debían cantar canciones compuestas para ellos: Como corresponde a un festival de plástico como Eurovisión, las canciones habían sido compuestas con plantilla, con el único objeto de pegar en el mínimo común denominador de la audiencia europea, y la experiencia enseña que ese denominador común puede realmente ser muy mínimo, rozando a veces lo subdesarrollado.

¿Qué tiene que ver todo ello con la alcachofa y el periodismo? Bien, yo sostengo que el fenómeno de los programas reproductores, o la aceptación por parte de todo un país de la *copia* como propuesta artística, en lugar del tradicional riesgo de la originalidad (fueron los Románticos quienes fundaron la obligación de originalidad y riesgo en arte, apunta Borges), es un síntoma cultural de primera magnitud. Y creo que, como sería deducible, el periodismo es uno de los

termómetros en donde tal tensión se puede apreciar con mayor exactitud, al igual que sus riesgos.

Siempre me ha intrigado ese paisaje tan recurrente y a la vez contemporáneo¹ de compactos y crecientes grupos de periodistas filmando, grabando y alargando micrófonos... en situaciones carentes de interés y cuya reproducción no deja por tanto de ser intrigante. Ruedas de prensa con ministros uniformados de azul marino en donde ya se sabe qué van a decir, declaraciones de entrenadores de fútbol empeñados en no decir nada, mesas redondas con bustos parlantes que repiten consignas... Algunos libros de estilo de periódicos de referencia prohíben la reproducción (fotográfica) de estas falsas noticias, pero cualquier reportero con un mínimo de experiencia sabe que acudirá más veces a reproducir algo ya conocido que a dar noticia de algo no previsto y quizá insólito. O lo que es lo mismo, que cubrirá más veces noticias de agenda o noticias de segunda clase (o falsas noticias), que verdaderas: lo nuevo y de interés general.

Es más, sabe que los periódicos se podrían hacer y con más frecuencia de lo que parece se hacen con material *de agenda* o ya previsto -de ahí que los voluminosos periódicos del domingo estén prácticamente cerrados desde el viernes-. Y que aunque un suceso no esté previsto, o sea incluso insólito, salvo excepciones la máquina niveladora mediática triturará, deglutirá y traducirá el suceso, por insólito que sea, a un lenguaje sencillo cuando no simplón en el que *parecerá que estaba previsto*².

Así sucede con los atentados, por ejemplo, con los muertos de hambre del tercer mundo, con las víctimas de la carretera y hasta con las gestas deportivas. A no ser que estén bien contadas -y esa es la excepción, tan esporádica que termina por resultar sospechosa-, la simplificación del lenguaje mediático procura la tranquilizadora impresión de que, en realidad, nada, ningún suceso inesperado puede producir verdadera inquietud, desde el momento en que es formulable en un lenguaje, no sólo comprensible, sino reconocible como el de todos los días³. Más aún, sospecho que esa traducción narcotizante es una de las misiones tácitas y no explicitadas del lenguaje periodístico. Pero ese es otro asunto, que desborda el marco de este artículo.

1 Pero no garantizado: la fecha de entrega de este artículo se cumplía mientras el dirigente israelí Ariel Sharon impedía la presencia de cualquier testigo en las ciudades palestinas reocupadas.

2 Paul Rock precisa con acierto no basta con que un hecho sea infrecuente ni de interés para que sea noticia, sino que tiene que encajar en lo que prensa y periodistas consideran tal. News as eternal recurrence, en Cohen y Young eds. The manufacture of news, 1973. London. Constable, 1974. Ps 73-80

3 ¿No es extraño que en un país con el ocio en parte monopolizado por el fútbol no existan apenas variaciones sobre él? (Arte, películas, literatura, reflexión, debates sobre su significado y simbología...)

Antes que hablar de lenguaje, es necesario hablar de actitudes, pues en ciertos casos, el segundo depende del primero. Como dice Vargas Llosa, al sentarse a escribir todo escritor debe decidir qué tipo de escritor quiere ser.

En el caso del periodismo español contemporáneo, llama la atención la generalizada actitud de pasividad del reportero que ha de desentrañar la realidad. Lo que he dado en llamar *el síndrome de la alcachofa* (la alcachofa es como en jerga profesional española se llama al micrófono de los reporteros de radio), o la generalizada tendencia a creer que la reproducción literal de la realidad - grabándola, fotografiándola, en definitiva copiándola lo más fielmente posible- es la mejor y más fidedigna forma de informar de ella. O lo que es lo mismo, la creencia de que el espejo es el más objetivo y honrado periodista⁴. Es en cualquier caso el más cómodo: si se observa se verá que es una actitud de *periodista sentado*, aquel que espera a que la realidad se manifieste para recibirla y copiarla, que casi nunca sale a buscarla, y que casi no considera lícita ni siquiera la interpretación - la histórica conquista de los reporteros hartos de *mentir* en la reproducción en apariencia literal de la realidad-, o estima que esa no es labor de reportero sino de editorialista.

La sintomatología de este fenómeno es tan prolija que cuesta elegir entre ejemplos, o establecer una jerarquía: quizá haya que comenzar por la estructura misma de las modernas redacciones, en las que por cada reportero *de calle* -que también ha de cubrir los falsos acontecimientos previstos por la agenda- hay varios reporteros *de mesa* o edición: esto es, a juzgar por los esfuerzos invertidos, el envoltorio y apariencia de la información son más importantes que la información misma. Esta proporción puede llegar a ser escandalosa en ciertos periódicos de referencia, alimentados por múltiples agencias y colaboradores externos.

La naturaleza de las fuentes, y su poder, contribuyen al fenómeno: fuentes *seductoras* cuando no directamente *corruptoras*, las fuerzas encargadas de moldear la apariencia de la información son cada vez más poderosas: desde los gabinetes de imagen, o de ingeniería mediática, a los capítulos dedicados a promoción (disfrazada de información) de la industria cultural. Hoy, es sabido, más de la mitad del presupuesto de una película de gran presupuesto se dedica a la publicidad -y hablamos de cientos de millones de dólares-, y buena parte de ésta se viste de «dar facilidades para la información»: empresas culturales que facilitan, y con frecuencia pagan el viaje a los periodistas para que se entrevisten con actores, escritores, músicos o ganadores de premios literarios... con el valor añadido de «exclusivas» (en realidad exclusivas sólo regionales o de tipo de prensa) a cambio, naturalmente, en un trato nunca formulado pero siempre implícito de tratar esa información de una forma acrítica. El castigo del que no cumpla ese contrato

⁴ Según esa lógica, la información perfecta sería la clonación, la repetición de algo sucedido en el tiempo.

sería el futuro ostracismo, además de *no dar* algo que los demás medios y es probable que el público juzguen *imprescindible*.

Hasta ahí -y se podría seguir con otros muchos aspectos sociológico-industriales- los síntomas están más o menos previstos. Pero de algo no se habla en exceso, y es por qué la especie del periodista, no *agresivo* sino sencillamente *activo*, disminuye a ojos vista. Por qué cada vez más se dan por buenas informaciones en las que la única labor del periodista ha sido alargar el micrófono o el magnetófono, y en ocasiones permitiendo que la fuente se extravíe en un lenguaje de jerga, o defienda sus microscópicos intereses particulares, o el entrevistado sea simplemente la persona equivocada: esos deportistas o cupletistas emitiendo *Teorías* con un lenguaje primario inferior al de un alumno de secundaria.

La superstición está claramente identificada⁵: en lo que con toda claridad viene de la televisión y de la radio, de lo que se trata es de obtener un *documento real*, es decir, una grabación de voces o de imágenes reales, y en periodismo escrito, testimonios de protagonistas... Lo que en jerga se llama *la percha*, o la visión del tiempo como la ruta en la se producen *acontecimientos* y sólo acontecimientos. El periodismo sería el encargado de reseñarlos. Ocurre que lo que sucede fuera del *acontecimiento*, como es obvio, una parte gigantesca de la realidad... no existe.

Ni que decir tiene que los más *listos* del sistema comprenden el mecanismo y saben rentabilizarlo. Y no sólo los productores de la industria cultural con gigantescos presupuestos de promoción (o creación del acontecimiento). También los terroristas que ponen bombas para salir en los periódicos del domingo, un día con menos competencia de otras eventuales noticias imprevistas; o el artista plástico que realiza una Virgen María con elementos blasfemos o reproduce un campo de concentración con fichas de Lego. Todos ellos saben que la simplista lógica de los medios les permitirá existir, aunque sólo sea un cuarto de hora. La identificación de este mecanismo aberrante es ya casi un tópico. No se suele insistir, en cambio, en que para que estos terroristas y artistas existan (no estoy equiparándoles) es necesaria una complicidad de los periodistas. Y en contra de lo que se cree, ésta no suele reposar tanto en una idea determinada de la, digamos, libertad de expresión, *sino en su ausencia*. Lo que sobre todo importa es *llenar* el espacio; el vacío. Y ocupar las 64 páginas de un periódico diario no es tan fácil como parece. De ahí que no sea en exceso difícil crear la lógica del acontecimiento mediático.

⁵ Véanse Daniel Dayan y Elihu Katz la historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos. Barcelona, Gili, 1995; y Furio Colombo, Últimas noticias sobre el periodismo, Anagrama; 1997; y Televisión, la Realidad como espectáculo, 1974. Barcelona, Gustavo Gili, 1976. Para versiones de divulgación: Giovanni Sartori: *Homo videns. La sociedad teledirigida*; Taurus, 1998; y Pierre Bourdieu, *La televisión*, Anagrama, 2002.

Lo que tampoco se suele decir es que las redacciones pretenden y buscan esos testimonios y acontecimientos... aunque a su vez estén vacíos. *Aunque no digan nada*. Y se hace de una forma más consciente de lo que parece: muchas veces el único criterio es que parezca que dicen (con cifras, estadísticas, declaraciones... pruebas empíricas que en ocasiones no dicen nada, pero lo parecen⁶). El ejemplo más visible es el de la televisión que hace alarde de que un equipo de sus reporteros ha entrado en tal zona vedada a la prensa, en tal o cual conflicto armado... y luego ese equipo no puede mostrar ninguna imagen significativa. Por supuesto no se obvia la oportunidad de mostrar el alarde y se desperdicia un tiempo que se hubiese podido emplear en informar con menos lucida pero más útil información de agencia, por ejemplo; pero no importa: lo que importa es que el equipo *entró*.

Quizá el trofeo más apreciado por los periodistas *de alcachofa* sea, claro está, la voz humana. La razón es sencilla: voz quiere decir ser humano, y quiere decir protagonista, testigo, o experto o *explicador*: por ese orden de importancia (*quién, qué y por qué*). En cualquier caso -visto que el periodismo *siempre* trata de seres humanos- la voz es garantía de humanidad: ¿y qué mayor garantía de veracidad? ¿de proximidad? ¿de identidad?... Una de las razones fundamentales por las que Picasso pudo experimentar con tanta libertad es que jamás -*jamás*- se apartó de la figura humana. La voz, la palabra textual -aunque sea una palabra inane o necia- es la mayor promesa de que, puesto que es la expresión por excelencia del ser humano, pueda interesar a los otros, atraerles a nuestra comunicación. No olvidemos que el primer desafío de todo aquel que quiera comunicarse, el periodista como el enamorado que se dirige a su amada, es atraer a quien le escuche. La voz, más aún, la cita textual, directa, indirecta o en una lengua que no entendemos, es el idioma común. Así es comprensible que, en lo que ya ha sido diagnosticado como una enfermedad española por los periodistas más lúcidos -y de ello se habla en las redacciones, aunque todavía a media voz-, lo *declarativo* inunde el periodismo español hasta la epidemia. El caso más espectacular sería el del periodismo deportivo, donde con frecuencia no se muestra el deporte en cuestión y en su lugar se hace hablar a deportistas o intermediarios (entrenadores, árbitros, presidentes de club) que apenas pueden balbucear: en el terreno por excelencia de la acción, la alusión a ésta como, literalmente, su sustituta.

⁶ En una agencia de noticias en la que trabajé recién terminada la universidad, en verano, cuando costaba cumplir con el contrato de 200 noticias al día que teníamos con los periódicos, nos dedicábamos a realizar combinaciones de estadísticas que *parecían* serias pero sólo lo parecían: por ejemplo: «El nivel del agua embalsada en los pantanos de la región castellana es en este momento un 15% superior al del año pasado pero sólo un 10% respecto al de hace dos años...» (Un ejercicio, sólo lejanamente emparentado con el *periodismo de precisión*, muy útil para aprender a desconfiar de las múltiples estadísticas con las que las corporaciones de cualquier tipo intentan impresionar a sus respectivas clientelas.)

A esta pasión por la declaración contribuye en medida que alguien deberá establecer el desarrollo tecnológico y la progresiva facilidad de uso de los nuevos artilugios tales como cámaras, grabadoras, etcétera

Periodismo declarativo o la superstición de creer que toda declaración es una noticia, con tal de que la emita *alguien*. El problema es que, en la actualidad española -pienso en los ya aludidos *famosos*- *alguien* puede perfectamente ser quien talla todavía menos que el mínimo común denominador: de hecho, como ha sugerido entre otros Jesús Ferrero en el análisis del circo mediático español, a ese alguien se le reconoce categoría de *famoso* precisamente porque, en su mediocridad anonadante, consuela de la suya al telespectador medio⁷. Una vez más, la cita, la palabra se toman como una garantía... sin reparar en que se puede tratar tan sólo de una apariencia, una cáscara, vacía como ciertos monólogos vanguardistas: hace mucho tiempo que los dadaístas, surrealistas y dramaturgos del absurdo proponen esta misma idea con diferentes variantes.

El mayor enigma que, confieso, plantea el síndrome de la alcachofa es el de encontrar sus orígenes y causas. Aparte de la ausencia de esfuerzo con que tienta a sus protagonistas -y ese facilismo parte con ventaja casi en cualquier circunstancia-¿qué ocurre con la cultura española para que, a partir de cierto momento, *se siente*? ¿Qué es lo que ocurre para que, a partir de un momento cuya fijación constituye el primer debate, sienta una predilección casi exclusiva por la escritura de espejo, o la creencia de que la reproducción de la apariencia de realidad es suficiente?

Porque, como no podía ser menos pero conviene recordar a quienes tienden a considerar el periodismo como una suerte de isla cercada por un alto muro en el océano de la cultura, es algo que afecta no sólo al periodismo sino a la cultura española toda, y en particular a la literatura que yo sí considero una suerte de prima hermana doble (y de más edad) del periodismo: la práctica totalidad de los novelistas reconocidos en España no se contentan con ser *realistas* sino que proponen escenarios y grupos humanos (o tribus) con los que los lectores *se puedan identificar*.

Algo similar ocurre con el cine: no sólo las películas sino las series de televisión más seguidas son aquellas en las que el público español *se puede reconocer*. En aplicación de la ley de Hollywood según la cual la fórmula que no falla es cuando la heroína podría ser *la chica de al lado*, los héroes de las series de televisión españolas son el policía, el médico, el maestro, el periodista que, en

⁷ Jesús Ferrero, en *La fama o lo mediocre entronizado*; en Letras Libres de abril de 2002; páginas 12-15, desarrolla un argumento ya utilizado para la democracia por Alexis de Tocqueville en *La democracia en América*.

efecto, nos encontraríamos si cruzásemos la calle hasta el café de la esquina: el apogeo llegó con los chicos de *Operación Triunfo*, seleccionados y potenciados no sólo por su parecido con *el chico (majo) de la casa de al lado*, sino también por el mecanismo de selección de los finalistas y ganadores, que al darle el poder a la descomunal audiencia de más allá de la cámara, consagraba, en efecto, el mínimo común denominador: salían expulsados, quizá los menos talentosos (no está claro), pero de seguro los más *raros*. Democracia, tal vez, o su apariencia (como si a estas alturas siguiésemos creyendo que el número tiene algo decisivo que decir en arte), pero desde luego mediocridad. Y eso sin mencionar el aberrante factor de corrección de los micropatriotismos votando a través de teléfonos subvencionados por los ayuntamientos.

Esta propuesta de *la chica de al lado*, o lo que también podríamos llamar realismo de identificación, se puede ver no sólo en el cine contemporáneo español -salvo excepciones-, sino en el teatro, volcado en el reflejo de propuestas sociológicas, y en una narrativa en apariencia *Políticamente Correcta* pero en realidad reflejo de una sociedad cada vez más víctima de su *pensamiento débil* y pendiente de capturar cuotas del mercado, la regla que hoy por hoy tiende al monopolio: los *jóvenes*, las *mujeres*, los *homosexuales*, etc...

Ni que decir que todo ello tiene consecuencias sobre el lenguaje -cada vez más de jerga y más literal-, y de ahí el increíble asombro de muchos telespectadores ante un lenguaje distinto pero rigurosamente ortodoxo, como el de la serie colombiana *Betty la fea*⁸, pero con una consecuencia mucho más grave: cualquier profesor de redacción, o editor, podrá certificar que, más allá de las tradicionales y comentadas por los políticos carencias de los alumnos en gramática, ortografía, etcétera (por cierto que muy disimulados por los nuevos programas informáticos de corrección), se está produciendo un fenómeno inquietante, que es el de la literalidad. Yo había comenzado a detectarlo cuando, por ejemplo, pedí a mis alumnos que me trajesen una noticia de una librería, y me contaron... cómo una de las empleadas se había puesto de parto, o cómo se había producido un atraco... La confirmé cuando, a cuenta de los momentos más dramáticos de la guerra de Afganistán, les pedí un texto, una elegía sobre el dolor... y me trajeron textos sobre el dolor de muelas, o la rotura de un brazo, o...

¿Hará falta explicar que, cuando más literal un lenguaje, menos imaginativo y con menor capacidad de abstracción (el terreno de las ideas)... y por supuesto menos potencialmente revolucionario? Una cultura con un lenguaje literal -el sueño de cualquier tirano- está destinada a esclavizarse a sí misma en un horizonte muy estrecho, sin necesidad de tirano. Y ello, sin entrar en el aspecto económico de la

⁸ A estas alturas el desconocimiento de España de los países que compartieron tres siglos de historia con ella sigue siendo inaudito.

cuestión, que me recuerda el advenimiento de la revolución funcionalista propuesta por la Bauhaus: En la Viena sobrecargada por el neobarroco que había derivado en rococó o *pastel vienés*, las propuestas de sobriedad del funcionalismo a cargo de Mies Van der Rohe y sus compañeros supusieron un alivio, una respiración, una vía de salida. En manos de los constructores, que la supieron aprovechar como coartada para defender sus intereses y su concepción del hombre como hormiga (la más rentable), la revolución Bauhaus o la obligatoriedad del sobrio (y económico) ángulo recto es hoy por hoy una de las dictaduras más férreas (y asumidas) a las que está sometido el ser humano⁹.

Algo parecido sucede con las normas de *retrato realista* con las que el periodismo se dotó en su día para neutralizar las pulsiones de la arbitrariedad. Reconvertidas en *síndrome de alcachofa*, constituyen hoy una cómoda excusa de las redacciones infradotadas -en material técnico pero también recursos humanos- para garantizar la repetición indefinida de sencillas (y económicas) formulitas con las que se pretende encerrar la realidad e informar de ella cómodamente.

Picasso (una vez más) pensaba que una entrevista no reproduce la realidad de una conversación, ni siquiera una entrevista por televisión: una conversación es algo más que esa ficción de teatro, por lo general mal representado.

Nuestro tiempo tiene una concepción del realismo y de la fidelidad de la crónica (el relato) que sigue fiando al espejo la mayor garantía de realismo, y que sin duda es heredera de la idea de Stendhal según la cual «la novela es un espejo al borde del camino». Pero en la evolución hacia el cliché y las recetas de aplicación, en libros de estilo que parecen de autoayuda, esa fórmula va prescindiendo del conocimiento de la literatura misma de Stendhal, que en su estilo aplicaba en efecto la propia recomendación del escritor de redactar como si fuese el Código Civil, pero lo hacía *con una mirada propia* que le hacía rebosar a él hasta por los signos de puntuación: puede que Stendhal escriba con gran sobriedad clásica; pero en ningún momento dudamos que es él, y no otro, quien está contando.

Lo que también se olvida es el pasaje que habla «del camino». La novela es «un espejo al borde del camino». Y a mi modo de ver, en la propuesta de Stendhal no es el camino el que se mueve y lleva la narración. Es el espejo. (Pues la escritura o es movimiento o no es, pero ese asunto también desborda este marco).

El extraño malentendido de que el espejo es la mejor forma de informar de la realidad nos ha conducido a la actual inmovilidad. Pues el camino se nos ha

⁹ Tom Wolfe lo ha expuesto con claridad en su por otra parte panfletario *Quién le teme al Bauhaus feroz* (*From Bauhaus to our House*), Barcelona, Anagrama, 1997.

quedado corto y estrecho, difícilmente transitable. Ahora parece que sólo tenemos espejo, y no basta: está claro que el espejo ya no nos dice todo lo que somos, y es probable que ni siquiera lo principal. No es que la bruja encuentre siempre a alguien más bello en el espejo. Es que ya no puede fiarse de él. Es algo muy limitado, que nos muestra una realidad, pero una realidad simple en exceso. Refleja la nariz del ser humano pero no sus ideas, deseos y ambiciones. No refleja su imaginación. No es casual que hoy sean más bien infrecuentes las películas o textos de imaginación, viajes o aventuras por tierras lejanas. No existe espejo para la imaginación. El único espejo posible de la imaginación es la escritura, a condición de que vaya sin equipaje y sin uniforme.

BIBLIOGRAFÍA

- BORGES, Jorge Luis (2000): *Prólogo con un prólogo de prólogos*. Madrid, Alianza Editorial
- BOURDIEU, Pierre (2002): *La televisión*. Barcelona, Anagrama
- COLOMBO, Furio (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona, Anagrama; 1997
- COLOMBO, Furio (1976) *Televisión, la Realidad como espectáculo*. Barcelona, Gustavo Gili.
- DAYAN, Daniel y Katz, Eliu (1995): *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona, Gustavo Gili.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.
- FERRERO, Jesús (2002): “La fama o lo mediocre entronizado”, en Revista *Letras Libres*, abril.
- TOCQUEVILLE, Alexis: *La democracia en América*
- WOLFE, Tom (1997): *Quién le teme al Bauhaus feroz (From Bauhaus to our House)* Barcelona, Anagrama.

(Artículo recibido el 10 de abril de 2002. Aceptado el 10 de mayo de 2002)