

EL PRESIDENTE QUE SE IBA A CAER

Diario secreto de periodistas sobre el 8.000

MAURICIO VARGAS, JORGE LESMES Y EDGAR TELLEZ

EDITORIAL PLANETA, BOGOTÁ, 1996.

En noviembre de 1996 vio la luz el libro *El Presidente que se iba a caer. Diario secreto de periodistas sobre el 8.000*, escrito por Mauricio Vargas, Jorge Lesmes y Edgar Téllez, respectivamente el director, el jefe de redacción y el jefe de investigaciones de la revista *Semana*. Es decir, que con excepción de su presidente, Felipe López, este libro es producto del equipo encargado de hacer la revista que más influencia tiene sobre la opinión pública nacional. El libro fue objeto de gran escándalo en los días siguientes a su publicación y a los pocos días fue olvidado. Gabriel García Márquez lo elogió –por lo menos eso dijo Mauricio Vargas–, mientras que casi todos los demás lectores quedamos sorprendidos de la bajeza a que pueden llegar algunos comunicadores colombianos. Este libro y el anterior que escribiera Mauricio Vargas –esta vez en solitario–, *Memorias del Revolucion*, es muestra patente de un mal que aunque alcanza en su caso un grado de exacerbación pocas veces visto, es común al conjunto del periodismo colombiano. Ese mal es la proximidad al poder, la falta de independencia de los medios de comunicación.

Los medios escritos dependen para su supervivencia de la publicidad. Los periódicos

están acostumbrados a recibir un componente de publicidad oficial mucho mayor que las revistas –el diario *La Prensa* murió precisamente porque Andrés Pastrana no consiguió llegar a la Presidencia de la República–, cuya pauta proviene casi toda de la empresa privada. Esta dependencia económica vincula de manera inextricable al poder político y a los medios de comunicación. Aunque ya están parcialmente superadas aquellas épocas en que los periódicos y noticieros televisivos colombianos eran voceros oficiosos de cualquier corriente partidista, el principal generador de noticias sigue siendo el Estado y sus diversas instituciones. Y en los años recientes han sido los grupos económicos y los grandes empresarios los que han ganado cierto espacio en los medios informativos. Como corresponde a un país que no ha superado los chismes propios de las poblaciones rurales, en Colombia las personas son las noticias. Nunca los procesos o los cambios a largo plazo.

La revista *Semana* es una fiel muestra de lo que aquí se comenta. El semanario más prestigioso del país, y que incluso algunos consideran serio y objetivo, ha basado su éxito en una combinación, casi

nunca equilibrada, entre amarillismo y análisis. Sus llamados informes especiales suelen contar con un contenido –pero no del todo disimulado– morbo que se materializa en una serie de chismes puestos en un contexto general que aparenta conferirles seriedad. Así, *Semana* ha prestado atención, en ocasiones con un sentido de la oportunidad muy superior a las demás empresas de información, a fenómenos como el narcotráfico, los paramilitares y el fortalecimiento de los grandes grupos económicos. Pero el interés de *Semana* no han sido tanto los fenómenos como sus representantes: valga decir Pablo Escobar, Fidel Castaño o Julio Mario Santodomingo. Y cuando estos personajes han aparecido en sus carátulas, las ventas se elevan significativamente.

A mediados de 1994 se inició el escándalo que posteriormente se conoció como el “proceso 8.000”, y que fue un nombre genérico que se dio al conjunto de sumarios abiertos por la Fiscalía General de la Nación sobre la financiación de campañas políticas –muy destacadamente la del hoy Presidente de la República– por parte del Cartel de Cali. En ese proceso estaban comprometidos los funcionarios más

importantes del gobierno, muchos congresistas y hombres públicos y quienes fácilmente pueden ser los hombres más ricos del país, las cabezas del principal cartel de exportadores de cocaína. En su conjunto, un manjar inimaginable en otras condiciones para los medios de comunicación. Estos, incluso muchos de ellos cercanos al actual gobierno, se lanzaron en una carrera furiosa por difundir verdades, certezas a medias, inexactitudes de todo tipo y muchas mentiras. De manera bastante hipócrita, arguyeron en su defensa el derecho del público a estar informado y su interés por contribuir al saneamiento de la clase política y a la ruptura de los lazos entre poder público y narcotráfico. La verdad es que la mayor parte estaban exclusivamente guiados por su antipatía o cercanía al Presidente, por su afán de vender y su pretensión de ser protagonistas.

Este libro, como varios otros de autoría de periodistas, es muestra patente de cómo la estrecha relación de los informadores con los protagonistas

lleva a los primeros a confundir sus roles. Mauricio Vargas y sus compadres no sólo transmiten unos hechos: ellos son actores de los fenómenos que describen. Inciden con sus opiniones sobre los políticos, manejan y manipulan las noticias según sus intereses particulares, se involucran de forma personal con sus fuentes... No puede pues sorprender a nadie que no tengan la menor consideración con las reglas éticas más elementales del periodismo, como es, por ejemplo, el respeto a la fuente. A ésta se la protege sólo mientras sea útil; de otra manera es por entero prescindible.

En fin, creo que a cualquier persona normal se le revuelve el estómago con un libro como este. Ello se debe, claro está, a los hechos mismos que se describen. Aunque la mayoría ya habían sido dados a conocer por *Semana* y otros medios, su relectura y el conocimiento de algunas novedades nos retrotrae a esos días en que cada descubrimiento y revelación sólo confirmaba que los niveles de cinismo y podredumbre de

este gobierno, y en general de nuestra clase dirigente, no tenían fondo. Sumados, claro está, a su total incompetencia. Es el caso, por ejemplo, de cuando los ministros de Gobierno y Defensa salieron a responder en público una confesión que tenía carácter reservado y que determinó la caída del segundo, o el papel del señor Cristo, el Goebbels del actual régimen, que con sus intentos de desviar a los periodistas de las pistas más gordas, lo único que hizo fue ratificar sus sospechas. Pero el malestar también es generado por el libro mismo y sus autores. De alguna forma, el éxito de mercado de tales pasquines tiene que ver con la incapacidad de los analistas sociales de presentar de manera ágil e interesante sus visiones sobre los procesos que se viven en la actual coyuntura colombiana.

ANDRES LOPEZ RESTREPO,
economista, profesor del
Instituto de Estudios Políticos
y Relaciones Internacionales

West Coast of Florida "Cape of Good Hope"

12-V-95
SERIE AFRIKA-

