

□ *Jueves no es un buen día para lanzar señales de humo*

## ¿Hacia dónde va la prensa cultural?

Víctor Roura / I

No es sencillo hablar de periodismo cultural sobre todo para quienes laboran en el periodismo cultural. Porque, como comúnmente sucede en los oficios, resulta que hasta el aprendiz sabe más que el maestro, y ocurre, entonces, que el reportero, a espaldas de su editor, no se refiere a éste, las más de las veces, con palabras corteses. Una vez, un amigo periodista me llamó por teléfono para preguntarme cómo me llevaba con mi reportero equis porque, la noche anterior, se lo había encontrado en un bar y luego de varias bebidas ingeridas empezó a despotricar contra mí de manera soez, al grado que tuvieron que silenciarlo. El reportero equis aducía que él sabía lo que yo siempre ignoraba, y cuando uno de los presentes lo refutó diciéndole que cómo se atrevía a decir tales ofensas si yo le había dado su lugar y una quincena respetable, el reportero equis, en pleno vuelo de su soberbia, argumentó que precisamente debido a que estaba a mi lado es que se había percatado de su superioridad. Enterado unos días después de sus habladurías nocturnas, le pedí que me dijera en la cara cada una de las necedades que había declarado en público. "No recuerdo haberlo dicho", señaló, turbado, y el asunto pasó prontamente al olvido.

Dicen que no hay mejor editor que el que un día va a serlo, con lo cual se está destacando, de muchos modos, la ambición siempre detectada de los reporteros. Pero en sí esta apetencia no es insana, lo grave es cuando se usan descaradamente los métodos para lograrlo. Que un reportero ambicione un día ocupar un puesto digamos de "altura" (jefe de información o de redacción, editor o asesor de la dirección) en la planta de un periódico es, incluso, visualizado como una meta, soberanamente normal, del oficiante. Tal vez el colmo, para algunos sedientos de la codicia, sea lo contrario: querer perdurar toda la vida en el sitio de un reportero, aunque, habría que aclararles a estos incomodados aspirantes al poder, el oficio de reportero es digno y respetable: "Nuestra profesión —decía Ryszard Kapuscinski— no puede ser ejercida correctamente por nadie que sea un cínico. Es necesario diferenciar: una cosa es ser escépticos, realistas, prudentes. Esto es absolutamente necesario, de otro modo no se podría hacer periodismo. Algo muy distinto es ser cínicos, una actitud incompatible con la profesión de periodista. El cinismo es una actitud inhumana, que nos aleja automáticamente de nuestro oficio, al menos si uno lo concibe de una forma seria."

Sin embargo, cuando a México venía Ryszard Kapuscinski, pese a su anterior dictado magisterial perpetuado en la irrefutable frase que sentencia que en el oficio periodístico no caben los cínicos, era recibido justamente por numerosos cínicos que fingían, y continuaban fingiendo, ser periodistas. ¿O será mejor decir periodistas que fingen no ser cínicos? Vamos, el italiano Giovanni

Sartori es una de esas ya míticas deidades teóricas sobre las cuestiones televisivas en el mundo —y de cómo éstas se han vuelto una influencia perturbadora en la contemporaneidad—, mas cuando una vez vino a México contratado por **TV Azteca** no podía dar entrevistas a ningún otro medio porque, aducía, categórico (como si no entenderíamos los acuerdos racionales de un negocio programado), estar imposibilitado de hacer declaraciones porque en su contrato se le pedía exclusividad en sus palabras. La afamada periodista de la **televisión** Adela Micha (afamada, sí, no famosa) aparece, suntuosa, en comerciales farmacéuticos para recomendar a las desprevenidas señoras a usar ciertas cremas para que no se les arrugue el rostro con el paso inexorable de los años, como el de ella, que se aprecia intocado. También miramos, yo ya no sé

si con perplejidad, a todos esos periodistas deportivos, o por lo menos así son considerados en el medio electrónico, intercalar —entre sus sesudos análisis si era penalti o no— distintos anuncios como si fueran parte de sus locuciones acostumbradas. De pronto los vemos (mientras en el área chica se disputa un balón), en tomas cercanas, bebiendo con gozo un refresco de determinada marca, lo que nos indica, cínicamente, que su oficio lo están mezclando, sin resquemor alguno, con la mercadotecnia, situación que hace —como si fuera parte natural, o inherente, de su oficio— ya la mayoría de estos personajes que laboran en la radio y en la **televisión**, pero también ha afectado a la prensa escrita: quien no venda su espacio, no publica.

La conversión del periodismo en negocio, pues. "No digo que no deba serlo —aclara el respetado columnista Miguel Ángel Granados Chapa—: es lícito hacer negocio con el periodismo, pero no es lícito convertir al periodismo en negocio, simular que se hace periodismo para hacer negocio", que es la línea medular de los emporios mediáticos, que atraen, y atrapan, con este fastuoso método a los que se nombran periodistas. Por supuesto, aquí entra toda esa maquinaria empresarial que impone sus inclinaciones conservadoras con las aprobaciones de sus patrocinios: ¿cómo una industria láctea retira su publicidad, digamos, de **Canal 11** porque esta **televisora** se ha atrevido a programar una serie aguda sobre el comportamiento **social** de las lesbianas y ofrece millonadas a **Televisa** para que en programas vulgares y obscenos exhiba —ante las lujuriosas miradas masculinas— los contoneos de portentosas nalgas de actrices sin seso, que a la postre, según los reportes urgentes de los niveles de audiencia, alcanzarán un



Continúa en siguiente hoja

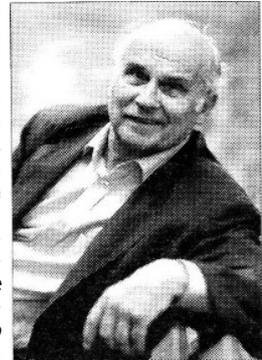
|                            |                            |                     |
|----------------------------|----------------------------|---------------------|
| Fecha<br><b>20.11.2008</b> | Sección<br><b>Cultural</b> | Página<br><b>40</b> |
|----------------------------|----------------------------|---------------------|

desmesurado *rating*? El periodismo en los noticieros nocturnos puede ser lo que ustedes quieran, menos periodismo acucioso y pluralizado. Ya no digamos periodismo cultural, que no existe en las pantallas televisivas privadas que se pretenden públicas, mientras las públicas desearían tener la suerte financiera de las privadas, de ahí su ansia por intervenir en asuntos banales como las entregas de las Lunas en el Auditorio Nacional para premiar a gente como Mijares, Lucero, Juan Gabriel, RBD y Vicente Fernández, que han convertido sus oficios en mercaderías cimbrantes y ambulantes.

Alguna vez, caminando por las calles del centro de la ciudad de México, me topé con un viejo camarada del oficio. Hacía calor, pero, pese a ello, llevaba, él, un ajustado traje azul oscuro, la corbata correctamente anudada al cuello, un chaleco negro que se entreveía delante de la brillante camisa blanca. Se detuvo al verme. Después de darme un fuerte abrazo, añadió: "Pero, ¡caramba!,

¿continúas en el periodismo? ¿No crees que tú, con tus cultos conocimientos, ya podrías haber llegado a otras alturas?" Era, él, asesor de quién sabe qué político en visperas del encumbramiento. "Es que soy periodista —respondí—. Yo creía que tú también lo eras." Y así he visto, a lo largo de mis 36 años de vida periodística, cómo los que parecían serlo se han ido desviando del camino para

convertirse en otras cosas: asesores de políticos venales, editores sin ser lectores empedernidos (hace poco me enteré que uno de estos editores, antiguamente reportero cultural, exigió a un buen autor que eliminara 200 páginas de su nuevo libro para acortar el presupuesto de la de por sí millonaria empresa española, ¡sin siquiera haberlo leído previamente!), tiangueros ampulosos, ¡incluso he visto cómo bellas reporteras han buscado, consiguiéndolos, maridos acaudalados que las han sacado de sus apuros económicos! ☒



**Ryszard Kapuscinski.**