



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA SECCIÓN CULTURAL DE *EL FINANCIERO* EN SU VIGÉSIMO ANIVERSARIO. PERIODISMO A CONTRACORRIENTE

TESINA EN LA MODALIDAD DE ENSAYO

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

KARLA ZANABRIA ITURBIDE

DIRECTORA DE TESIS: LUCÍA C. RIVADENEYRA

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Este trabajo está dedicado a Aurora Espinosa Trejo (1924-2005) y Aurora Iturbide Molina (1920), dos personas valientes y sensibles que nunca soñaron con estudiar una carrera profesional por el hecho de haber nacido mujeres.

Hago patente mi infinito agradecimiento:

A María Andrea Iturbide y Carlos Alfonso Zanabria, gracias por darme la vida.

A Jaime por inspirarme a hacer realidad todo lo que no creía posible.

A Daniel por acompañar mi infancia.

A Lucía Rivadeneyra, por su confianza en el oficio periodístico, su tiempo y observaciones.

A Jorge Sandoval Pardo, por compartirnos su sabiduría.

A mis colegas de *El Financiero*.

A los miembros de las familias Sanabria, Zanabria, Hurtado e Iturbide, especialmente a mis tías *Google*, Cruz y María de los Ángeles, quienes me prestaron sus libros y dictaron pacientemente cientos de conceptos y definiciones cuando la Internet no existía. Sepan todos que atesoro su cariño en lo más profundo de mi ser.

Índice

Introducción.....	1
 Capítulo 1.....	6
Génesis.....	6
Breve recuento histórico de la sección cultural de <i>El Financiero</i>	12
Los cómplices rourianos.....	16
 Capítulo 2.....	20
La ética periodística y su función en la subsistencia de la sección Cultural de <i>El Financiero</i>	20
El antiperiodismo.....	28
El periodismo cultural.....	35
 Capítulo 3.....	40
Periodismo a contracorriente.....	40
Del gremio.....	42
De los lectores.....	44
 Capítulo 4.....	49
En el nombre de la pluralidad.....	49
Sin prisa, la profundidad.....	51
Los puntos débiles.....	57
Desde fuera.....	61
Nota del editor.....	65
 Reflexiones finales.....	77
 Bibliohemerografía.....	89
Otras fuentes.....	91

Introducción

La conmemoración de las dos primeras décadas de la sección cultural de *El Financiero* fue el detonante para la realización de esta tesina. Más allá del ambiente festivo, ese momento trascendente condujo a una reflexión, en torno las condiciones en las que un grupo de periodistas encaran su situación social y laboral.

Experimentar la sensación de formar parte de ese equipo, ofrecía la posibilidad de coleccionar impresiones y datos sobre lo que es el ejercicio del periodismo especializado en cultura, desde una perspectiva distinta a la que han logrado otros pasantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Uno de los principales problemas para desarrollar la presente investigación ha sido la delimitación del tema. Hoy en día únicamente tres diarios de circulación nacional cuentan con una sección cultural: *La Jornada*, *Milenio* y *El Financiero*, el resto, si bien mantienen algunas notas dedicadas a los asuntos culturales y artísticos, han dejado de mantener un espacio exclusivo para esos temas.

Conforme la búsqueda de documentos y artículos avanzaba, la elección de la sección cultural de *El Financiero* como tema central de una investigación dejó al descubierto que se ha investigado poco acerca del periodismo cultural, desde la academia y fuera de ella.

Bajo esa premisa, el periodismo cultural y su paulatina extinción del panorama informativo contemporáneo se fue convirtiendo en el auténtico aspecto noticiable del presente ensayo, sin dejar de exponer de manera general cómo a partir del caso específico de la sección cultural de *El Financiero*, en el contexto del 2008 al 2009, el periodismo especializado en cultura parece tener cada vez menos cabida en México.

Si bien el periodismo cultural se ha mantenido a flote, navega ahora a contracorriente y todo mundo observa, en silencio, como se aleja del buen puerto en medio de una tempestad.

Las revistas y suplementos, junto con las secciones culturales de los diarios, también han ido perdiendo el brillo de antaño, a pesar de que ambas

comparten un destino común: subsisten bajo una dinámica de trabajo y condiciones muy diferentes a las que predominan en los diarios de circulación nacional, razón por la cual los suplementos culturales no serán materia de este estudio.

En cuanto a la metodología seleccionada al abordar el caso particular de la sección cultural de *El Financiero* se ha recurrido a la consulta de libros y periódicos (fuentes bibliohemerográficas recientes), pero sobre todo, a las valoraciones obtenidas a través de entrevistas, materia prima de todo periodista.

Se ha elegido el ensayo, una modalidad de titulación vigente para los egresados de Ciencias de la Comunicación que poseen experiencia laboral. En este caso particular, el tema está tratado a partir de la búsqueda de respuestas a los temas recurrentes que surgían en diversas entrevistas y conversaciones con otros reporteros. Dichas inquietudes iniciales se enriquecieron con la revisión de noticias, entrevistas y libros revisados a lo largo de un lustro.

La primera sección de este trabajo presenta los antecedentes y consecuencias de buena parte de los fenómenos abordados, no resuelve a cabalidad ni presenta conclusiones definitivas como lo exigirían los requisitos recomendados para la realización de un reportaje o de una tesis (en el sentido más ortodoxo), que son las otras modalidades vigentes para presentar la prueba escrita del examen profesional.

Aún cuando existen voces, como la de Alberto Dallal, quien ha sugerido que sólo a través del reportaje se hace el “verdadero periodismo”¹ no se puede desacreditar la dignidad ni la validez de otros géneros periodísticos considerados menores. ¿Quién se atrevería a poner en duda, por ejemplo, que Miguel Ángel Granados Chapa es un “verdadero periodista” aunque no escriba reportajes sino columnas?

Acerca del ensayo, el escritor Eusebio Ruvalcaba opina que “el primer error es pensar que el ensayo tiene que discurrir sobre asuntos literarios. Que si la forma, que si la trama, que si las influencias; en fin, aspectos relacionados con el

¹ Dallal, A. *Lenguajes periodísticos*, UNAM, México, 1989, p.38

ámbito literario en cualquiera de sus manifestaciones (...) El ensayo puede versar sobre lo que se desee”.².

En el libro *Por entregas. El ensayo periodístico y sus derivados*, Héctor Perea asegura:

“El ensayo de nuestro siglo –pensemos en Chervin-- ha estado siempre emparentado con el periodismo y su dinámica. Es por esto que hoy difícilmente podría considerarse como un género de gabinete. Escribir sobre cualquier tema, estudiar a fondo la compleja realidad que nos rodea, será un ejercicio siempre deudor de lo que el entorno mismo proyecte a través de medios impresos o audiovisuales. La ciencia, el arte, la literatura o cualquier disciplina humana serán el motivo de reflexión diaria de los especialistas pero también de todo lector, radioescucha o televidente medianamente informado. Esto permite al ensayo moderno una mayor libertad expresiva, pero también le exige un caudal informativo más amplio y una versatilidad interdisciplinaria absoluta”.³

De acuerdo con Susana González Reyna: “El ensayo es la meditación personal en torno de un idea o un hecho... El ensayista, basado en los hechos, trabaja con la ideas y refleja sus sentimientos (...) Entonces, el ensayo está integrado por ideas, juicios y sentimientos personales”⁴.

González Reyna hace notar el parentesco cercano que existe entre el ensayo y los géneros periodísticos y nos dice que al igual que el editorialista, el ensayista trabaja con juicios y sigue “métodos específicos de razonamiento adecuados a sus propósitos”. Mientras que el reportaje es un género en el que se combinan las formas narrativa y descriptiva “con el propósito de relatar aspectos desconocidos de un suceso conocido”, la naturaleza del ensayo es eminentemente argumentativa.

² Ruvalcaba, E. *Primero la A. Consideraciones en torno al ejercicio de la escritura e ideas afines*. México, Sansores y Aljure. Ed. 1997, p. 107.

³ Perea, H. *Por entregas. El ensayo periodístico y sus derivados* (UNAM, 1988, p.20)

⁴ González Reyna, S. *Géneros periodísticos/ Periodismo de opinión y discurso*. México, Trillas, 1999. p. 123 y 124.

Otras consideraciones que apuntalaron la elección del ensayo como género idóneo para presentar este trabajo fueron las expuestas por Marcelo Percia, compilador del libro *El ensayo como clínica de la subjetividad*:

“El deseo ensayístico no es una coartada para opiniones sin argumentación o ideas sin consistencia. No es liviandad que se esconde detrás de comunicaciones bonitas, ensambles de ocurrencias curiosas mezcladas de citas, desorden de lecturas”⁵.

Por el contrario, sostiene Marcelo Percia, tomar la opción de escribir un ensayo no es producto de un capricho ni un acto de rebeldía contra la autoridad de los géneros o de los métodos, sino una manera de reflexionar sobre un tema “escurridizo, indeterminado”. Según el académico argentino, la subjetividad cabe mejor en el ensayo, un género hospitalario con “todo aquello que es singular, irrepetible o momentáneo”.

De esta elasticidad también da fe Susan Sontag en el prólogo a *The Best American Essays*⁶, cuando dice que un ensayo es “un texto en prosa corto, o no tan largo, que no cuenta una historia”. Pero advierte, que no se trata de “un artículo, ni una meditación, ni una reseña bibliográfica, ni unas memorias, ni una disquisición, ni una diatriba, ni un chiste malo pero largo, ni un monólogo, ni un relato de viajes, ni una seguidilla de aforismos, ni una elegía, ni un reportaje”.

Un ensayo admite todo lo anterior, pero no es ninguno de ellos. La esencia del ensayo, destaca Sontag, está precisamente en la diversidad, en la capacidad del ensayista para exponer puntos de vista, propios y ajenos, pero también para provocar reacciones y debates.

Al respecto Evodio Escalante, en “Acerca de la hibridez del ensayo”⁷, destaca que ningún ensayo está encaminado a presentar una conclusión definitiva, en todo caso expone una aproximación a menudo incompleta:

“El ensayo parece apostar en favor de un pensamiento paradójico que no concluye nunca, pero que queda resonando en el éter de la inteligencia con el valor de una insinuación, o si se prefiere, con el aleteo de lo probable”.

⁵ El Ensayo como clínica de la subjetividad. Argentina, Lugar editorial S.A., 2001,p.7-10.

⁶ *La Jornada Semanal*, bajo el título “El Hijo Pródigo”. Número 161. 5 de abril de 1998.

⁷ *La Jornada Semanal*. 11 de febrero de 2007.

Ése es el propósito de *La sección cultural de El Financiero en su vigésimo aniversario. Periodismo a contracorriente*. La naturaleza de las reflexiones que ocuparán el presente trabajo son justamente una selección de opiniones (prestadas y propias), en un intento encaminado a retratar el momento en el que dicha sección cultural cumple veinte años. Son aproximaciones validadas por otros colegas y académicos, así como el análisis de textos periodísticos, la recopilación de datos (de campo y documentales) que permiten informar, de lo particular a lo general, la problemática que enfrenta el periodista cultural en la prensa diaria del siglo XXI.

En síntesis, se trata de dar a conocer los criterios periodísticos que rigen la línea editorial de la sección cultural de *El Financiero*; de entender cómo el periodismo independiente, y la supervivencia misma de éste, están vinculados con el respeto a los principios de la ética periodística; y exponer la problemática que hoy enfrentan quienes laboran en dicha sección, enmarcada en las circunstancias que determinan al periodismo cultural cotidiano en su conjunto.

Capítulo 1

Génesis

Todo tiene un principio. Nada surge por generación espontánea. Como todos los productos del ingenio humano, los medios de comunicación también están marcados por aspectos que van más allá de su línea editorial, diseño o estilo. Si cada publicación periódica, sea revista, diario o semanario, consigue y mantiene un perfil único que está a la vista de sus lectores éste es el resultado de miles de circunstancias que deben ser sorteadas cada día y que rara vez son conocidas por la opinión pública.

Los medios de comunicación son reflejo de sus hacedores, igual que los seres vivos, cumplen y cierran ciclos.

La sección cultural de *El Financiero* celebra su vigésimo aniversario en junio de 2008, año en que el tiraje del diario es de 72 mil ejemplares que se distribuyen en más de 40 ciudades de la República; impreso en formato tabloide, *El Financiero* cuenta con tres centros de impresión y su propia red logística para entrega de los ejemplares.

Veintisiete años atrás, el jueves 15 de octubre de 1981, día en que circuló el primer ejemplar de *El Financiero*, las cosas eran muy distintas. Al respecto de la fundación del mismo, el libro *Prensa vendida* de Rafael Rodríguez Castañeda (uno de los referentes casi obligatorios sobre lo que ha ocurrido con la prensa nacional en décadas recientes) es escueto:

“En octubre un nuevo diario capitalino vio la luz. Especializado en asuntos económicos nació *El Financiero*, con la ‘esperanza de servir al público’, en tiempos difíciles para el país y el mundo”.

Rafael Rodríguez Castañeda informa con detalle en su libro que a partir de abril de 1982 fue orquestado “un boicot publicitario” por el entonces presidente José López Portillo contra ciertos medios de comunicación, únicamente menciona al semanario *Crítica Política* y a las revistas *Proceso* e *Impacto*, pero tal boicot también incluyó a *El Financiero*.

Para dar testimonio de lo que ocurrió en el nacimiento del que fuera el primer diario especializado en finanzas y economía de México fue publicado el libro intitulado *15 de octubre*, primer tomo de la colección Cuadernos de *El Financiero*, escrito por Víctor Roura, editor de la sección cultural de ese diario.

Si en unas cuantas líneas *Prensa vendida* refiere que Rogelio Cárdenas, director y fundador de *El Financiero*, fue durante 18 años encargado de relaciones públicas de Petróleos Mexicanos, *15 de octubre* da una versión un tanto distinta al detallar, en 75 páginas, las circunstancias y los motivos personales que tuvo un empresario para fundar su diario.

Rogelio Cárdenas Sarmiento (1952-2003) fundó *El Financiero* en colaboración con su padre, Rogelio Cárdenas Pérez-Redondo (1916-1992), quien en efecto fue gerente de relaciones públicas de Petróleos Mexicanos y autor de la columna periodística “Frentes políticos” (1939-1964) en *Excélsior*.

Rogelio Cárdenas Sarmiento relató a Víctor Roura que su padre nunca había dejado de añorar sus años de periodista, oficio del cual estaba retirado desde los años sesenta.

El primer antecedente del diario fue otro proyecto en el que participaron ambos Rogelios Cárdenas, padre e hijo, quienes aceptaron una propuesta para resucitar en 1977 una agencia de noticias prácticamente inoperante, Informex. Dado que Rogelio Cárdenas Pérez-Redondo estaba laborando para Petróleos Mexicanos, su hijo economista se hizo cargo de la administración de la agencia, mientras que Alejandro Ramos Esquivel (periodista) se ocupó de hacer funcionar el aparato informativo.

Un par de años después y tras sortear una huelga, Informex “ya marchaba sola”, pero los socios de la empresa quisieron imponer a los Cárdenas reglas “de índole editorial” que a la postre motivarían su retirada. No partieron solos, se fueron con ellos “unas veinticinco personas” para fundar su segundo proyecto periodístico en 1980: SIFE Agencia de Información Financiera y Económica, que proveía a los bancos con información especializada y tuvo la particularidad de contar desde el principio con equipos de computadoras, algo muy innovador para aquel momento.

Aquel 1980, Cárdenas Pérez-Redondo fue diagnosticado con enfisema pulmonar, de modo que Rogelio Cárdenas Sarmiento se sintió motivado a “hacer un periódico para otorgarle a su padre una última alegría”, de acuerdo con el relato de Víctor Roura.

Según el libro *15 de octubre, El Financiero* fue “el segundo periódico en circular en México después de aquel parteaguas del 8 de julio de 1976”, fecha del boicot publicitario emprendido desde la presidencia al que alude *Prensa vendida*. El naciente diario tuvo un tiraje inicial de 10 mil ejemplares y no contó con los favores en la cúpula política de México.

Se cuenta que Francisco Galindo Ochoa, jefe de prensa de José López Portillo, llamó el mismo 15 de octubre de 1981 al director general de *El Financiero* para advertirle que lo que estaba publicando ponía en peligro la seguridad nacional. La preocupación no era para menos pues las notas publicadas aquel día no pronosticaban tiempos de vacas gordas.

El Financiero hizo patente su vocación de servicio desde su primer editorial, que a la letra dice:

“Estas páginas se abren hoy para el público, con la firme esperanza de servirlo. Tiempos difíciles son para el país y el mundo. Las arduas diferencias entre los que todo lo tienen y los que de todo carecen han creado realidades sociales conflictivas en las que la convivencia es precaria. Entre los individuos como entre las naciones, existe un polo opulento y otro polo miserable. Por otra parte, la diametral oposición de los temas políticos empeñados en prevalecer a base de la expansión por sojuzgamiento cuya acumulación puede desatar un holocausto capaz de aniquilar el planeta en cosa de minutos. Ante esta encrucijada, la teoría y la práctica de la economía asumen calidades prioritarias. En la entraña de todo conflicto hay un germen económico. Cada día, cambian de manos los dones de la tierra y los creados por el hombre. No es exagerado decir que la crónica de este cambio de manos es la mayor constante de la historia humana. Informar con esmero de estos temas, procurar las más variadas ópticas

de opinión y servir así a las actividades económicas de México, será nuestro modesto aporte cotidiano. De su eficacia, el testigo será, siempre, el lector”.⁸

Se dice que en aquellos días de duro inicio, Rogelio Cárdenas Sarmiento se vio obligado, ante la falta de personal, a repartir él mismo los diarios a bordo de una minúscula motocicleta. De los asuntos periodísticos estaba encargado (tal como ocurrió en Informex) Alejandro Ramos Esquivel, aún director editorial del diario).

Citado en *15 de octubre*, Alejandro Ramos considera que las crisis financieras ocurridas en México durante las décadas de 1980 y 1990 fueron determinantes en el ánimo de la gente que empezó a buscar las respuestas a las turbulencias económicas ya no en las versiones oficiales sino en un diario especializado: *El Financiero*.

No obstante haber demostrado su utilidad, ya en el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado —etapa en la que la presión sobre el periódico se hizo patente a través de requerimientos fiscales— tampoco se facilitó el crecimiento del periódico. En esa época, el personal del diario dejó las oficinas rentadas de las colonias Anzures y Polanco para mudarse a instalaciones propias (donde opera hoy en día) ubicadas en Lago Bolsena 176, colonia Anáhuac.

Los trabajadores más antiguos del diario, casi todos ya retirados, relataban que aquella mudanza ocurrió el 19 de septiembre de 1985, el día del temblor. Al año siguiente, la empresa adquirió su primera rotativa, pero el hostigamiento fiscal se recrudeció en el periodo presidencial de Carlos Salinas de Gortari, a raíz de que *El Financiero* fue el único periódico que no dio como ganador de la elección registrada en 1988 al Partido Revolucionario Institucional (PRI) y cabeceó: “Comicios: Aún nada para nadie”.

El encono del presidente Salinas de Gortari, relata Víctor Roura en *15 de octubre*, derivó en la orden de que ningún banco, ninguna instancia gubernamental se anunciara en *El Financiero*. A estos contratiempos se sumó una contienda legal por el nombre del diario que duró siete años y los embates fiscales que provocarían la cancelación de proyectos como el suplemento

⁸ Víctor Roura. *15 de octubre*. México, El Financiero/Ediciones del Ermitaño, Colección Cuadernos de El Financiero (Crónica), Tomo1, 2002. p 38.

cultural dominical *Comala*, que dirigió Humberto Musacchio, y de *Zona Abierta*, suplemento político que coordinó Raymundo Riva Palacio y que también desapareció a un año de su inicio.

Paradójicamente fue durante el salinato cuando *El Financiero* empezó a ser reconocido como un diario independiente, ajeno al poder, reputado por mantener a columnistas respetados como Raymundo Riva Palacio, Carlos Ramírez y Miguel Ángel Granados Chapa. Otra muestra del prestigio que logró en aquel momento se puso de manifiesto cuando en 1994 el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) remitió a *El Financiero* una de las pocas copias de sus comunicados.

Entre 1993 y 2001, el diario circuló los siete días de la semana, pero las recurrentes crisis y la presión fiscal obligaron a que *El Financiero* saliera únicamente cinco días, de lunes a viernes, tal como sigue ocurriendo.

Durante 22 años *El Financiero* estuvo bajo la conducción de Rogelio Cárdenas Sarmiento, quien falleció el 25 de julio de 2003, dejando al diario en manos de su viuda, María del Pilar Estandía González-Luna al frente de una planta laboral de más de mil 200 trabajadores. Aún antes de la muerte de Cárdenas Sarmiento se rumoraba que el diario sería adquirido por un grupo afín al consorcio Televisa. Lo que no ocurrió.

En 2005, Pilar Estandía nombró director general adjunto a su primogénito, Rogelio Cárdenas Estandía, y ella misma reiteró públicamente en diversos actos que *El Financiero* seguiría siendo “el único diario independiente de México”.

En 2007, la dirección enfrentó uno de los años más difíciles debido a reestructuraciones internas derivadas de las demandas laborales que la Junta Local de Conciliación y Arbitraje del Distrito Federal, mismas que se definieron en la primera mitad de 2008 a favor de unos 30 ex trabajadores quienes demandaron salarios caídos.

Según el columnista Alberto Aguilar de *El Universal*⁹, durante el mes de mayo de 2008 se llevó a cabo una subasta privada en la que Pilar Estandía pidió 40 millones de pesos por *El Financiero*, pero ningún postor estuvo dispuesto a pagarlos debido a que la empresa mantiene abultados adeudos ante la

⁹ <http://observatoriomediosuia3.wordpress.com/2008/05/12/que-el-financiero-no-se-vende>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) además de cuotas atrasadas para respaldar los derechos laborales de sus empleados.

En enero de 2009 el columnista Darío Celis, de *Excélsior*, informó en falso la venta de *El Financiero*¹⁰, cuyos ingresos anuales Celis calculó en 21 millones de dólares. Aunque no revela sus fuentes, el columnista afirma que los egresos de diario “rondan los 36 millones de dólares” y estimó la deuda contraída por la familia Cárdenas Estandía en 300 millones de pesos.

En este panorama, la tan acariciada libertad de prensa que promueve el diario, años atrás considerado como uno de los cinco mejores periódicos del mundo en materia financiera por la revista *L'Expansion* de París, es frágil. A finales del 2009, sus secciones fijas diarias subsisten a la par de inserciones y de numerosos folletines pagados por gobiernos estatales y empresarios.

El Financiero se ostenta aún como un periódico independiente, aunque algunos periodistas empiezan a catalogarlo como demasiado cercano a los intereses empresariales. Esta percepción se explica más como una consecuencia del quehacer de informar sobre negocios, que de las simpatías políticas de la dirección editorial.

Sin embargo, el director general adjunto ha hecho patente a través de las páginas informativas su cercanía con funcionarios panistas de alto nivel, como ocurrió al ser publicada la esquila del ex secretario de Gobernación Carlos Abascal Carranza. En ella Rogelio Cárdenas Estandía lamentó públicamente el fallecimiento de quien definió como su “querido amigo”.

A favor del diario hay que reconocer que tanto el tratamiento de las notas informativas, como su formato conserva la pluralidad, por otro lado, la veracidad de sus reportes y análisis especializados siguen siendo bien apreciados por académicos y profesionales de las finanzas y la economía.

Uno de los rasgos más notorios de *El Financiero* es que se mantuvo ajeno a la tendencia en cuando a diseño editorial y comercialización que impuso con su llegada el diario *Reforma*, inercia que ha terminado por contagiar a otros diarios de circulación nacional como lo son hoy el nuevo *Excélsior* y mucho antes *El Universal*.

¹⁰ <http://exonline.com.mx/diario/columna/480456>

Breve recuento histórico de la sección cultural de *El Financiero*

El primero de agosto de 1988, apareció por vez primera en las páginas de *El Financiero* la sección cultural editada por Víctor Roura, aunque desde su nacimiento, siete años antes, habían sido publicados algunos artículos aislados con la firma de miembros del mundo literario y notas de índole cultural.

Hacía tres años que Roura había dejado *La Jornada* y por aquellos días dirigía el periódico cultural *Las Horas Extras*, en el cual habían colaborado los columnistas Carlos Ramírez, Hugo Martínez Téllez y Miguel Ángel Sánchez. Por entonces Martínez Téllez estaba en la mesa de redacción y Sánchez era encargado del análisis petrolero en *El Financiero*.

Acerca de cómo se entretejieron los hilos del destino para darle origen a la sección Cultural de *El Financiero* (en lo sucesivo denominada por las siglas SCEF) se cita lo consignado por Víctor Roura en *15 de octubre*:

“Recuerdo (...) cuando Hugo Martínez Téllez y Miguel Ángel Sánchez, entonces en la planta de *El Financiero*, fueron a mi casa a decirme que la dirección del periódico tenía planes de incluir una sección cultural”.

Refiere Víctor Roura que ambos periodistas lo llevaron a las oficinas de Lago Bolsena:

“Ahí hablé con Carlos Ramírez y con Alejandro Ramos. Les entregué, en enero de 1988, un *dummy* de cuatro hojas con las ideas centrales para arrancar, ya, las páginas de una zona periodística cultural. Seis meses después, a fines de julio de ese año, cuando ya había dado por muerto ese proyecto, recibí un llamado telefónico de la dirección del diario (...) Al otro día Rogelio Cárdenas me preguntaba qué necesitaba para ponerme a trabajar.

--¿Cuál es su equipo?—me preguntó.

Ninguno. Nada de equipo. El director me proporcionó dos reporteros: Patricia Ávila Loya y Alberto Salamanca. Me ubicaron en la zona del primer piso del edificio, junto a la computadora de Yuri Serbolov, y me subieron una vieja máquina Lettera para redactar las cabezas y

escribir mis textos (hasta entonces jamás había puesto mis manos en las teclas de una computadora). Pedí unos cuantos días para integrarme al trabajo diario y entender el movimiento interno”.¹¹

En ese mismo recuento, Víctor Roura hace referencia a un detalle de crucial importancia, casi se diría que definitivo en lo que serían los siguientes veinte años de trabajo y referente a una promesa que le hiciera Rogelio Cárdenas Sarmiento:

“Nadie nunca te va a decir cómo hacer tu sección, porque tú eres el único que sabe aquí de cultura”, le dijo el empresario.

Esta promesa generó una libertad entera en lo que serían las cuatro páginas con las que empezó la sección, las mismas que aún ocupa. Igual que el diario, la SCEF alcanzó su máximo esplendor a fines de los años ochenta y principio de los noventa del siglo XX.

Víctor Roura ha reconocido que las palabras de Cárdenas Sarmiento fueron verdaderas “a diferencia de otros diarios, donde las secciones se arman de acuerdo con las imposiciones y ordenamientos de la clase directiva de la publicación”.

El editor ha escrito en diversas ocasiones que una de las razones por las que la sección que coordina es distinta de las demás es porque “jamás nadie” le ha dicho “cómo hacer una página, ni insinuado nunca que tal tema debe tratado de una manera específica, ni obligado a publicar un texto de alguna amistad de la directiva, tal como cotidianamente, reglamentariamente, se hace en otros grandes periódicos de circulación nacional”.¹²

La SCEF salió por vez primera el viernes 4 de agosto de 1986 con apenas dos páginas. En entrevista, Víctor Roura rememora con cierta nostalgia cómo fueron aquellos primeros años de trabajo:

“En los primeros días de la sección yo tenía que ser reportero y editor, porque tenía dos reporteros que no eran tan proclives al periodismo cultural, ellos no estaban bien enterados. Con el paso del tiempo, alrededor de un año y medio después de comenzar, y viendo que la sección empezaba a dar frutos, el

¹¹ Ibid, p. 60.

¹² Ibid, p. 61.

director me apoyó y autorizó que trajera a la gente que yo quería. Poco a poco fuimos estableciendo una planta de reporteros que sabían mirar la cultura de otra manera. Para aquel momento el periódico se empezó a posicionar muy bien, la sección cultural era muy llamativa y atrajo mucha gente. Llegó a tener de ocho a seis planas. Era un trabajo arduo pero maravilloso. Venía gente de fuera de la ciudad y me traía textos, algunos muy bien escritos y yo lo podía publicar. Realmente era una tribuna libre donde la gente sabía que podía participar. Así comenzamos”.

Los mejores días de *El Financiero* no desentonaban con su sección cultural, recuerda Roura:

“En 1988 Rogelio Cárdenas quiso tener otras secciones, me contrató para la sección cultural pero también trajo a otras personas. Durante el salinato el periódico se fue para arriba. Eran los tiempos en que el subcomandante Marcos enviaba sus comunicados a cuatro medios y eso contribuyó a quitar el prejuicio de que solamente los banqueros leían *El Financiero*”.

En cuánto a lo que ha cambiado en términos de diseño editorial a lo largo de dos décadas dicha sección, el editor y autor de *La vida del espectador* comenta:

“Cuando llegué al periódico en 1986 existía ya un formato determinado para uniformar todo el diseño gráfico. Todas sus páginas tenían un diseño similar entre sí, pero nosotros lo cambiamos casi todo. Quisimos resaltarlo, embellecerlo. Tenía algunas fallas: no habían buenas cabezas, algunas no estaban centradas, detalles de ese tipo. La letra al principio era un poco más chica de lo que es ahora, una página abarcaba entre 13 y 14 mil caracteres. En cuanto al diseño, yo quería darle más estructura a la cabeza, más diseño de blancos, de concepciones áureas que era un concepto que no tenían asimilado los diseñadores. Le pusimos sumarios. Eran fines de los ochenta, estaba empezando a establecerse el uso de computadoras en los periódicos, pero yo cabecía con máquina de escribir.

“En los primeros tiempos yo inventaba un diseño nuevo cada año, es decir que la gente que leía la sección de cultura el 2 de enero –recordemos que el periódico no sale el 1 de enero-- se encontraba con un diseño totalmente

diferente al del año anterior. Eso lo hice durante varios años hasta que el periódico contrató a un diseñador de Monterrey para que modificara toda su estructura y le diera una base sólida de diseño. La verdad es que ese diseño fue bueno, mucho más *movido*. A partir de ahí mi labor fue recomponer ciertas fisuras, porque no es lo mismo un diseñador que no sabe hacer periodismo, a un periodista que entiende de diseño. Lo único que hice fue rediseñar porque estábamos desperdiciando espacios y se veía muy mal poner la cabeza completa, entonces fui cambiando algunos detalles hasta darle la forma que tiene hoy en día: una plana consta de 8 mil 500, media plana completa son 5 mil, un reportaje a doble plana son 20 mil caracteres. Las columnas siguen siendo las mismas, las cuatro o cinco habituales”.

La etapa de oro, según relata Roura, empezó a deslucirse con relativa rapidez y coincidió, más o menos, con la aparición del diario *Reforma*, un hecho que causó sensibles bajas y un descontrol generalizado:

“*Reforma* vino a expropiarse a muchos periodistas. Fue entonces cuando todos los demás periódicos dejaron de jugar a la fama. Nosotros también nos dedicamos a hacer lo que mejor sabíamos hacer. Hubieron pláticas internas y el director me preguntó que si podía hacer una sección de cuatro páginas. Yo respondí que así la haría. Desde el salinato tuvimos problemas económicos, a pesar de que sacábamos un periódico de más de cien páginas era muy complicado el asunto del dinero (el gobierno castigó mucho al periódico desde el punto de vista publicitario, además hubo líos con Hacienda, se libraba un juicio por la propiedad del nombre de este diario, todo esto vino a darle al periódico mucha modestia, mucho ahorro), desde entonces padecíamos pero fue a raíz de la muerte de Rogelio Cárdenas cuando nos quedamos con apenas tres páginas”.

Con muchas o con pocas planas, en su libro *Historia del Periodismo Cultural en México*, Humberto Musacchio afirma que por la SCEF “ha pasado todo el México culto, creadores y obras, encuentros y desencuentros cubiertos con admirable puntualidad e independencia de criterio”.

Los cómplices rourianos

Al cumplir dos décadas de existencia, la sección cultural de *El Financiero* cuenta con cinco reporteros de planta: Carmen García Bermejo, José David Cano, Juan José Flores Nava, Karla Zanabria y Silvina Espinosa de los Monteros (en estricto orden de antigüedad), más Gabriela Flores Sánchez que coordina la colección *Cuadernos de El Financiero*, dedicada a publicar libros de temas variados (reportaje, dramaturgia, ensayo, novela, caricatura, etcétera).

Asimismo son parte importante las columnas semanales de Jorge Ayala Blanco, Eusebio Ruvalcaba, José Felipe Coria, Juan Domingo Argüelles, Guillermo Samperio y Jorge Meléndez Preciado; además de las columnas que aparecen cada quince y veinte días firmadas Eduardo Monteverde, Maricarmen Fernández Chapou, Omar Raúl Martínez, Gustavo López Padilla, Juan Miguel de Mora, Marcela Rodríguez Loreto, Carlos López, Luz Sepúlveda, Rolo Díez y Vianett Medina.

Entre los colaboradores que envían notas o entrevistas con cierta regularidad también se puede mencionar a José Vicente Anaya, Oscar Enrique Ornelas (quien dejó oficialmente de trabajar como reportero en septiembre de 2007), Renato Galicia Miguel, Malú Huacuja del Toro, Alejandro Alvarado, Adriana Cortés, Tomás Hidalgo, Miguel Ángel Muñoz, Carlos Blas Galindo, Claudia Kurdtis y Sergio Raúl López, entre otros.

Enumerarlos a todos sería imposible porque en la sección cultural de *El Financiero* debutan constantemente periodistas, poetas, ilustradores y hasta fotógrafos. Basta a veces con que envíen sus propuestas y éstas tengan la calidad necesaria para ser publicadas.

Mención aparte merece un apartado llamado “Las páginas de la República” donde se dan a conocer los días viernes aquellos acontecimientos culturales que tienen lugar fuera de la ciudad de México; “La furia del pez” (a cargo de Lillian van den Broeck, Víctor Roura y Lina Zerón) donde se publican cada jueves textos de creación literaria, primordialmente poéticos; “La paciencia intemporal”,

sección científica que aparece el segundo martes de cada mes; y “Polvos y demonios” una sección dedicada a la música rock; y la que se sumó recientemente “Diales y canales”, destinada a dar a conocer los programas radiofónicos y televisivos.

Desde 2006, la sección cuenta regularmente con 4 planas en las que se publican una nota principal (8 mil 500 caracteres), dos columnas, dos notas (5 mil 500 caracteres aproximadamente) y un espacio para la información del día – del cual se hace cargo quien esto escribe desde hace 8 años --.

Si bien ya hemos mencionado el papel que juega la entrevista, es un sello distintivo de la sección la aparición semanal de un reportaje a doble plana (17 mil caracteres que equivaldrían a seis cuartillas). Esto es digno de subrayarse debido a que el reportaje es un género cada vez menos frecuente en la prensa, debido, en parte al creciente espacio que se destina a los anunciantes, y otro tanto debido al decreciente interés de parte de los reporteros por hacer periodismo de investigación. De tal suerte, el reportaje se ha convertido en un lujo reservado para quienes laboran en los semanarios.

Sería imposible dejar de mencionar en la conformación de “la personalidad” de la SCEF la columna Botica, de Jorge Meléndez Preciado, la cual dejó de publicarse por un breve lapso, de junio de 2008 a enero de 2009, debido a que el periodista decidió colaborar en *El Universal*.

También apareció por casi una década la columna de Fedro Carlos Guillén, cuya última entrega fue publicada en julio de 2008, antes de iniciar una controversia ventilada públicamente a través de la revista *Etcétera*.

Quizá uno de los elementos visuales que caracterizaron a la sección cultural fueron las caricaturas e ilustraciones. Uno de los más constantes fue el caricaturista Alarcón, autor de “La fauna”. Sus emblemáticas ilustraciones de humor, sin tintes político, ajenos a los sucesos meramente informativos, vieron su fin en agosto de 2008. Es pertinente en este punto hacer notar que también han colaborado como ilustradores con cierta regularidad Luy, Palomo y Manjarrez.

Todos han sido, de una y mil maneras, cómplices de Víctor Roura y eso significa que comparten en alguna medida su concepción del periodismo. Es

claro que ningún conservador buscaría publicar sus ideas en una revista homosexual, del mismo modo que una feminista no acudiría al semanario de la Arquidiócesis Primada de México esperando expresar su sentir.

En resumen, aquello que distingue a la sección cultural de *El Financiero* de las demás tiene una estrecha relación con la metodología con que se procesa la información, con la metodología interna y las circunstancias que han determinado su contenido.

En el resto de las secciones culturales cada reportero se hace cargo de una fuente específica. Hay una persona asignada a teatro, otra se dedica a artes plásticas y así en cada disciplina artística. En el caso de *El Financiero* ningún reportero es “dueño” de la fuente, aunque se respetan ante todo los intereses y habilidades desarrolladas por cada uno.

Por ejemplo, Carmen García Bermejo, quien recientemente ha dado a conocer su libro *25 infamias culturales (Cuadernos de El Financiero, tomo 25)*, ha desarrollado un interés particular por la política cultural de México, lo que ha derivado en la investigación periodística de temas variados como son la destrucción de murales custodiados por las Secretaría de Educación Pública, el remate de medios públicos que derivó en la disminución de canales de difusión y la persecución de las radios comunitarias o el arrendamiento de espacios de valor patrimonial e histórico para la celebración de actividades ajenas a la investigación, como ha venido ocurriendo en zonas arqueológicas y edificios con valor histórico.

En el caso de José David Cano, quien tiene particular gusto por cubrir actividades musicales y artes plásticas; Juan José Flores Nava, cuyo interés por la fotografía y los temas históricos son manifiestos. Silvina Espinosa de los Monteros se centra en literatura y artes plásticas, en tanto que Karla Zanabria se inclina a cubrir actividades dancísticas y literatura infantil.

Esta mecánica de trabajo, basada en las propuestas de cada reportero, no es la única forma de asignar órdenes de trabajo; desde luego que Víctor Roura recurre también a las órdenes verbales sobre las entrevistas que considera pertinentes y sugiere la extensión -- salvo resultados contrarios en los que el

entrevistado no haya proporcionado información suficiente o la naturaleza del acontecimiento a informar no sea de la relevancia esperada--.

Sin tener una fuente designada los reporteros están obligados a mantener los ojos y oídos abiertos a toda clase de manifestaciones artísticas, culturales y políticas, al mismo tiempo se evita privilegiar, sea por conveniencia o simpatía, ciertas fuentes o actividades.

Otra forma de “vacunar” a la sección contra los clientelismos de grupo consiste en no entrevistar a la misma persona en un lapso mínimo de 6 meses. Un vicio que ha desgastado en demasía a la sección cultural de *La Jornada*, donde hasta las actividades más insignificantes son pretexto para nombrar, fotografiar y entrevistar a Gabriel García Márquez, Elena Poniatowska, Hugo Gutiérrez Vega, Francisco Toledo o Carlos Monsiváis, por citar tan sólo a algunos de los que podrían ser calificados como los “clientes jornaleros consentidos”.

Capítulo 2

La ética periodística y su función en la subsistencia de la sección cultural de *El Financiero*

Hacia 1950 el oficio periodístico se veía muy diferente a como parecía ser a finales del siglo XX. Así lo relataba en sus charlas Ryszard Kapuscinski, quien decía que por entonces ser periodista era tener una profesión de alto respeto y dignidad, que sus colegas jugabas un papel intelectual y político, además de ser una profesión ejercida por “un grupo reducido de personas que obtenían el reconocimiento de sus sociedades. Un periodista era una persona de importancia. Admirada. Cuando andaba por la calle, todos lo saludaban”.¹³

En cinco décadas la sociedad se ha transformado y el gremio periodístico creció desmedidamente, existen cientos de miles de periodistas con y sin conocimientos calificados para ostentarse como tales.

El mismo Kapuscinski afirmaba que el periodismo escrito contemporáneo “representa apenas una reducida porción del gran mundo de los medios”. Hoy la población cree en lo que dicen “las estrellas del periodismo”, que no son más que personajes con buena presencia física que se limitan a leer las notas que otros obtuvieron, confirmaron y redactaron.

Hace poco más de una década, a los estudiantes de Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM que cursaban la materia Géneros Periodísticos, impartida por Julio del Río Reynaga, se les enseñaba que la razón de ser de periodismo era proveer a la sociedad de información de actualidad. No obstante, advertía el profesor, el periodismo tenía muchas otras finalidades como opinar, entretener, anunciar y educar.

¹³ Ryszard Kapuscinski. *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. Colección Nuevo Periodismo. Serie Libros del Taller FCE/Fundación para un nuevo periodismo iberoamericano. p 13

“El periodismo —escribió Julio del Río—tiene como pretensión fundamental dar a conocer el hecho social trascendente, que afecta a un sector o al conjunto de una sociedad”.¹⁴

Es importante tener en cuenta que la intención de un texto periodístico puede ser más de una; es decir, en un mismo documento su autor puede informar y anunciar con fines comerciales a la vez; o educar y entretener al mismo tiempo. Hay infinitas combinaciones y el objetivo de todo periodista será investigar y analizar datos, observar y escribir sobre el acontecer que le rodea con el fin de proporcionar a la gente información útil para la toma de decisiones, sobre todo en aquellas relativas a la toma de decisiones colectivas, es decir, encaminada al bienestar social.

Incluso hoy, las siguientes palabras de Julio del Río inspiran a la reflexión:

“La sociedad se vale del periodismo para exponer su ser, quehacer, sentir y su pensamiento. Por medio del periodismo los distintos sujetos sociales (instituciones, grupos de poder económico y político, individuos, etnias, etcétera) transmiten sus ideas y otras con el propósito de causar reacciones a sus semejantes, las cuales pueden ser de apoyo, de simpatía, pero también de odio y repulsión. Así el periodismo es un puente entre el emisor y el receptor, un medio que transporta la información de la fuente a la opinión pública. Este medio puede ser el periódico, la radio, la televisión y el cine. Mediante ellos el periodismo informa, comunica. Por eso el periodismo puede ser escrito, radiofónico, televisivo...Como medio el periodismo es un servicio social: una actividad que se realiza con y para la sociedad. Tiene una responsabilidad ante ésta. Por ello no se puede manejar egoístamente, no puede responder sólo a los intereses individuales de sectas o partidos”.

Los periodistas mexicanos Vicente Leñero y Carlos Marín definen su profesión como “una forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. Sin el periodismo, el hombre conocería su realidad a través de versiones orales, resúmenes e interpretaciones históricas o anecdóticos (...) El periodismo resuelve de manera periódica,

¹⁴ Julio del Río Reynaga. *Reflexiones sobre periodismo medios y enseñanza de la comunicación*. FCPyS-UNAM. México 1993. p 13.

oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber qué pasa en su ciudad, en su país, en el mundo, y que repercute en la vida personal y colectiva. El interés público --y el periodismo en consecuencia—tiene como límite la intimidad de las personas.”¹⁵

A partir de ambas definiciones es necesario hacer la distinción entre los datos puros y la información que ha sido procesada, analizada, comprobada y redactada.

Siguiendo tal razonamiento, entre estos informadores están las personas que leen las noticias en la radio y la televisión, los que diseñan campañas informativas (sean o no destinadas a vender), los mercadólogos (cuyo cometido es vender ciertos productos en los segmentos más variados) y los publi-relacionistas (dedicados a cuidar las imágenes corporativas o individuales de ciertas empresas o personajes que viven de su fama pública).

Si bien es cierto que los periodistas no tienen el cometido de vender productos ni de cuidar la imagen pública de nadie, a menos que se trate de ellos mismos o la del medio al cual representan; al dedicarse a reportar (verbo que en la jerga periodística se ha deformado a “reportear”), analizar y editar los datos recabados para que la gente entienda lo que está ocurriendo a su alrededor, están ayudando a emitir un mensaje para ser comercializado.

La información “es, quizá, el producto industrial y cultural más perecedero”, advertía Julio del Río.

Debido a esta volatilidad de la información y a su valor comercial, Javier Darío Restrepo señala con mucha razón que “el periodista, indeciso entre ser relacionista público, publicista, periodista institucional, locutor de ocasión o transcriptor de boletines, no tiene claro su papel en la sociedad y su identidad profesional es débil”.¹⁶

En su libro *El zumbido y el moscardón*, el propio Javier Darío Restrepo expone lo que es un periodista según Emilio Filippi: “Periodista es la persona que

¹⁵ Vicente Leñero y Carlos Marín. *Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo, México, 1999. p 17 y 18

¹⁶ Javier Darío Restrepo. *El zumbido y el moscardón/ Taller y consultorio de ética periodística*. FCE/Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano. México, 2004. p 30.

se preocupa: 1) por recoger las noticias, 2) por investigarlas, 3) por darles forma, y 4) por entregarlas al público.”¹⁷

En cambio, para Raymundo Riva Palacio la “única función válida en el periodismo es informar, descifrar códigos de comunicación que no son accesibles a la mayor parte de la sociedad, y darle herramientas y conocimientos para poder comprender mejor los hechos y acciones”.¹⁸

También considera que “circunscribir al periodista meramente a su función reporteril sería limitar lo que es y debe ser su responsabilidad profesional. Los periodistas deben ser personas honestas, entendiéndose por honestidad un valor integral que tiene que ver fundamentalmente con un comportamiento y una actitud frente a la vida. No sólo significa permanecer ajeno a los circuitos de la corrupción que plagan al periodismo mexicano, además implica responsabilidad para con los receptores de la información y escrupulosidad y rigor en el trabajo”.

Todas las operaciones descritas están relacionadas con lo que es apropiado que haga un periodista, quien frecuentemente, víctima de sus errores y tentaciones, termina por convertirse en presa fácil de terceros a costa de su credibilidad.

Por ello, la ética periodística se convierte en una herramienta invaluable en el proceso cotidiano de informar a la sociedad. Javier Darío Restrepo, quien viaja por todo el continente impartiendo seminarios de ética periodística, considera que atenerse a la ética es aferrarse a una utopía personal:

“Se trata de un reto que, cuando es aceptado, le da a la vida personal y profesional una orientación clara y definitiva. Si se rechaza, en cambio, el trabajo del periodista quedará a merced de una improvisación sin norte, y fatalmente condenada a la mediocridad”.

En México se ha discutido poco sobre la utilidad de contar con un código deontológico y muy pocos medios cuentan hoy en día con un código ético. Sería muy interesante preguntar a quienes laboran en ellos si conocen tal código, porque la ética no es algo que pueda darse por decreto.

¹⁷ Ibid, p. 167

¹⁸ Raymundo Riva Palacio. *Manual para un nuevo periodismo/ Vicios y virtudes de la prensa escrita en México*. Editorial Plaza y Janés. México, 2005. p.23 y24.

Por lo que respecta a la sección cultural de *El Financiero* habría que empezar por aclarar que a pesar de no contar con un código ético por escrito (cuenta únicamente con un *Manual de Estilo* destinado a homogeneizar los criterios de redacción y ortografía más no los comportamientos del periodista) tanto los reporteros como la mayoría de los colaboradores de la sección cultural conocen ciertas normas e indicaciones dictadas por Víctor Roura a las cuales llaman cotidianamente “las políticas de la sección”.

Al seleccionar la información que aparece cada día en las páginas culturales de *El Financiero* los criterios empleados no son distintos a los que privan para el resto de la fuente por lo que se refiere a la relevancia, oportunidad y valor noticioso. Lo que hace la diferencia en la información cultural que publica ese diario obedece a la jerarquización y tratamiento de esos temas, afianzados precisamente en normas relacionadas con la ética promovida por el editor, en primera instancia y que es compartida voluntariamente por quienes ahí laboran.

Una sola actitud del periodista “exhibe su ética, aún sin proponérselo”, afirma Víctor Roura en su libro *Cultura, Ética y Periodismo*, donde ha expuesto su visión de cómo la ética y el trabajo cotidiano se complementan a la hora de hacer periodismo:

“¿Existe una sola línea de trabajo periodístico que indubitadamente deba seguirse? No lo creo. Porque el oficio, antes que nada, es una labor de estilo personal o de la imposición de un estilo personal, de visiones agudas que se van afilando con los años, de limar las éticas que asimismo se van definiendo con la formación del ser, de la cultura que uno traiga consigo, de las clases de amor a las letras que rondan por la cabeza porque un periodista es, fundamentalmente, un escritor, aunque un escritor no necesariamente sea un periodista. El periodista (...) cada día es distinto porque cada día tiene que ordenarse con nuevos cimientos literarios y gráficos.”¹⁹

Con la finalidad de contrastar las palabras de Víctor Roura con su proceder al frente de la SCEF es necesario dar a conocer un aspecto determinante de la labor informativa en todo diario: la asignación de órdenes de trabajo.

¹⁹ Víctor Roura. *Cultura, ética y prensa*. Editorial Paidós, México, 2001. p 73.

Mientras en otras secciones los reporteros llaman a su redacción o reciben vía celular o correo electrónico las citas a las que deberán acudir al día siguiente, las órdenes de trabajo en la SCEF se dan personalmente o vía telefónica, a veces con varios días de anticipación y cuando es posible con la indicación precisa de qué lugar ocupará la nota, esto significa que el reportero sabe si tendrá que redactar la nota principal, un reportaje o una nota breve.

Cada reportero de la SCEF sabe que siempre existe una alta probabilidad de que una entrevista prometedora no lo sea, en ese caso explica al editor que la nota no “da para más” y se cambia el esquema. Esto es posible porque casi siempre hay otra nota de extensión similar que algún otro reportero ha dejado en espera ya terminada. Así se puede suplir la entrevista o la nota fallida.

También puede ocurrir que un tema de tintes grises se vea iluminada por un suceso inesperado que supere en relevancia a otro, entonces el editor decide darle mayor relevancia y hace los ajustes necesarios. Esta flexibilidad que permite la confianza entre jefe y subordinado no es común aunque lo parezca.

Detrás de ella están las decisiones de dos periodistas (reportero y editor) para sopesar la calidad de su información, un dilema ético que tiene lugar diariamente. En la SCEF los reporteros defienden con frecuencia la importancia de la información que cubren y solicitan mayor espacio, tampoco es raro que Víctor Roura ceda a las peticiones siempre y cuando la información obtenida por cada uno de los reporteros o colaboradores amerite cambiar la idea inicial.

Otra premisa que priva en el equipo que conforma la plantilla cultural de *El Financiero* reza que ningún reportero estará facultado para hacer una buena entrevista si no ha tenido tiempo suficiente de prepararla, redactarla y corregirla. Cuando un reportero trabaja contra reloj la calidad de la información que entregará no será la óptima. El asunto parece meramente operativo, pero no se cumple en otras redacciones y bastará con revisar la cantidad de notas “infladas” o no justificadas que se publican en la prensa nacional.

Un ejemplo más complicado de abordar desde el punto de vista ético, es la forma en que se tratan las negativas de ciertos personajes para conversar con los reporteros de la SCEF, cosa casi inexplicable cuando han sido citados por terceras personas como responsables de acciones que denigran su calidad

moral o profesional. Abundan los casos en los que una vez publicada la información, los aludidos envían aclaraciones o llaman para reclamar la falta de sus voces cuando reiteradamente se les ha solicitado una entrevista.

Sin embargo, la SCEF publica casi todas las aclaraciones, siempre y cuando ofrezcan razones o pruebas suficientes para contravenir lo que se ha publicado.

Con frecuencia personas dedicadas a las artes y las humanidades llaman a la redacción de *El Financiero* y solicitan ser entrevistados pero no saben a ciencia cierta qué es lo que desean dar a conocer o no entienden las escalas del valor de la noticia. Todas las situaciones antes mencionadas tienen implicaciones éticas y periodísticas.

Hace unos meses llamé a la SCEF una agente de relaciones públicas para dar a conocer que la compañía telefónica a la que representaba había patrocinado y publicado un estudio científico relacionados con las nuevas tecnologías. Como es habitual se le solicitó un ejemplar del libro --con la indicación de que lo enviara en un sobre cerrado a nombre del editor de la sección, quien se encargaría de asignarlo a un reportero--, pero la agente se disculpó debido a que no podía enviarnos el libro. Los ejemplares sólo estaban a disposición de altos ejecutivos de la compañía patrocinadora.

En este punto cabe preguntarse ¿para qué servirá a la sociedad saber que existe un estudio científico que no estará disponible para ellos? Esa información, aunque interesante, carece de valor informativo para un medio de comunicación colectiva.

Existe una firma de tarjetas de crédito que año con año patrocina la restauración de inmuebles antiguos y una compañía que comercializa bolígrafos que auspicia concursos de pintura y diseño, así como conciertos. Ambas están haciéndose publicidad pero al mismo tiempo están contribuyendo con el desarrollo artístico y patrimonial, en cambio, detrás del estudio científico de la telefónica no había más que el deseo de publicitarse.

Todo esto también tiene relación estrecha con un tratamiento ético que, al final, jugará un papel tan trascendente como el dominio de las técnicas de investigación, recolección y tratamiento de la información.

Luego de revisar algunos códigos de ética es claro que un periodista no debe aceptar regalos, esto como un modo de garantizar su independencia, condición imperativa para lograr una imparcialidad en el tratamiento de la información.

Así lo establecen, por ejemplo, las “Reglas Básicas” sugeridas por Raymundo Riva Palacio:

“Ningún periodista debe aceptar, regalos, descuentos o privilegios que se le ofrezcan por trabajar en una casa editorial. Todos los obsequios deberán devolverse a quien originalmente los ofreció, o en su defecto, enviarse a una organización de beneficencia pública. Queda entendido que si un periodista no puede regresar un regalo, debe entregarlo a la administración de su medio, que procederá en cualquiera de las dos formas mencionadas. Cuando se reciban regalos que no necesariamente vayan dirigidos a un individuo (como es el caso de calendarios, libros o plumas), podrán ser conservados por la persona o entregados a la administración para que se turnen a una organización de beneficencia pública. En tal caso las donaciones irán acompañadas por una carta donde se expliquen las políticas del diario y la fuente original del regalo”.²⁰

Raymundo Riva Palacio también se refiere a las entradas a conciertos o recitales en los siguientes términos: “Ningún periodista debe aceptar boletos gratis para algún evento, salvo cuando equivalgan a acreditaciones de prensa para tener acceso a zonas restringidas. Cuando no existan acreditaciones para prensa y sea indispensable, en términos periodísticos, tener acceso a un evento, el medio deberá cubrir el importe del boleto”.

Respecto a libros y discos dice: “Ninguno de estos productos deberá ser solicitado. Cuando lleguen a una redacción deberán entregarse a los críticos literarios y musicales para que escriban un texto como compensación del regalo. El editor de cada sección es responsable de lo que ocurra después con estos objetos”, hasta aquí lo señalado por Riva Palacio.

Todo lo anterior puede ser completamente cierto, pero cuando se trata del periodista que cubre la fuente cultural habría que meditarlo con calma pues la

²⁰ Raymundo Riva Palacio. *Manual para un nuevo periodismo*. Editorial Plaza y Janés, México, 2005. p 190 y 191

labor del reportero, antes de pactar una entrevista será escuchar el nuevo disco o leer el libro recién salido de la imprenta. Redactar una nota a ciegas, sin el conocimiento de lo que presuntamente se va a reseñar, sería faltar al deber de conocer la naturaleza de aquello acerca de lo que ha de informar.

¿Cómo sería posible dar cuenta del desempeño que ha tenido una orquesta o un grupo de danza contemporánea si jamás se ha presenciado su actuación? Sin embargo, esta práctica es común en la fuente cultural precisamente porque se tiene la falsa creencia de acudir a una función de teatro o danza, solicitar un libro o un disco significa “recibir regalos” o “chayote” en lugar de verlo como lo que es, una herramienta de trabajo indispensable para el cumplimiento de la labor informativa.

El manual de Riva Palacio sugiere que el periodista deberá publicar “un texto como compensación del regalo”. Esto es una percepción que está en la mente de muchos periodistas, quienes no comprenden que el material fonográfico o bibliohemerográfico enviado a un periodista cultural casi nunca es “un regalo”, por el contrario es material de trabajo que debe ser valorado, como cualquier otro asunto noticioso, bajo un espíritu crítico, de manera imparcial y plural, lo más objetivamente posible antes de determinar si se puede o de qué manera se deberá abordar para su difusión pública.

El antiperiodismo

En ocasión del décimo aniversario de la revista *Algarabía* se le pregunta a la directora de la misma, Pilar Montes de Oca, si en su revista censuran algún tipo de artículos, en vista de la amplia gama de temas que aborda dicha publicación, a lo que ella contesta con una frase inquietante: “Bueno no publicamos nada político, ninguna postura ideológica ni religiosa y mucho menos alguna cosa de la farándula”, responde.

En tono festivo la reportera Karla Zanabria le pregunta a Pilar Montes de Oca si ella está publicando todo lo contrario de lo que podría considerarse noticia. A lo anterior Montes de Oca responde: “Es antiperiodismo. Nada de

actualidad ni de controversia. Nunca hablaríamos del aborto. Una vez quisimos exponer la biografía de Hitler, pero como en el consejo editorial hay un judío optamos por no tocar esas fibras sensibles. Lo platicamos y nuestro objetivo es que la revista tiene que gustar a todos y no ofender a nadie. Sin embargo hubo un señor que se ofendió porque hablamos de eructos y otras cochinadas, pero ese tema no era ideológico ni controversial, sino que se refería en sentido estricto al funcionamiento del cuerpo humano. Nosotros publicamos artículos de geometría hiperbólica, de frases, pero ésta es una revista para leer en todos lados, una lectura de baño, corta, sencilla, fácil de leer”.²¹

A partir de aquella conversación resultaría útil reflexionar acerca de lo que es el periodismo y de cómo se ha ido diluyendo la conciencia social del periodista en los medios de comunicación.

No es la primera vez que se nota la ligereza con que algunos de los colegas se han tomado el asunto de la ética y sus consecuencias. En cierta ocasión, durante la transmisión del programa radiofónico conducido por León Krauze, *Hoy por hoy* en W Radio (23 de enero de 2008), tuvo lugar un presunto debate entre la editora de la revista *Quién* (en la que León Krauze colabora), Diana Penagos, y la directora de la carrera de Periodismo del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITSM), Maricarmen Fernández Chapou.

El tema del debate se refiere a la prensa rosa, si ésta podía ser considerada como un género periodístico o si no lo era en absoluto. La editora alegó que ella creía firmemente estar informando a sus lectores, tal como lo hacían quienes colaboraban con ella, afirmación que secundó León Krauze al referirse a la trascendencia de un reportaje publicado por dicha revista respecto al rancho de Vicente Fox en San Francisco del Rincón, Guanajuato (*Revista Quién*, 14 de septiembre de 2007).

Segundos después León Krauze pidió a Maricarmen Fernández Chapou su opinión al respecto. La profesora respondió que el periodismo rosa ni siquiera puede ser considerado periodismo en virtud de sus objetivos y, en relación con la nota del rancho de Fox, la profesora afirmó que le resultaba cuestionable,

²¹ Entrevista a Pilar Montes de Oca. 13 de julio de 2007.

primero, el modo en que se obtuvo la información relativa al matrimonio Fox-Sahagún y, segundo, a que dicha entrevista había vulnerado la ética periodística más elemental.

La editora de *Quién* respondió: “No sé de qué está hablando la doctora Fernández” y alabó las capacidades de los reporteros que laboran bajo su cargo. En un santiamén León Krauze dio por terminado el fallido debate.

En realidad lo que ocurrió fueron dos monólogos, ni siquiera un diálogo. Krauze vuelve a exaltar el trabajo que realizan los periodistas que laboran en *Quién*. Lo que nunca supieron los radioescuchas fue si el periodismo rosa era o no válido.

Posteriormente se solicitó a Maricarmen Fernández Chapou una entrevista para conversar acerca de lo ocurrido en el programa radiofónico; parte de la conversación fue publicada en *El Financiero*. A continuación se reproducen las respuestas completas (no editadas como ocurrió en la versión que se publicó en el diario por razones de espacio) de Maricarmen Fernández:

“Tendríamos que empezar por definir lo que no es periodismo y definitivamente el periodismo no es publicidad, propaganda pagada. El periodismo no atiende intereses particulares o individuales, ni siquiera de ciertos grupos. El periodismo es una profesión pública que se debe centrar en facilitar a la población información, datos sobre aquello que le incumbe, sobre asuntos de interés público (me refiero a todo lo que tiene que ver con economía, política, condiciones laborales y necesidades básicas), pero cuando se atienden otros aspectos que son frívolos o superficiales se está perdiendo el sentido último del periodismo y se está convirtiendo en otra cosa que está más cercana a la publicidad, al rumor, al entretenimiento.

“Lo que quise decir en el programa radiofónico es que no se puede poner en el mismo plano a las revistas del corazón (o dedicadas a los espectáculos), que el periodismo social (que no de sociales) referente al asunto político, económico, de denuncia o de investigación. Si bien en la revista *Quién*, de la que hablábamos, aparece el rancho de Vicente Fox habría que tener en cuenta que este señor es un personaje público, cierto que fue hasta hace poco gobernante, pero también habría que analizar de qué artilugios se valió el periodista para entrar a la casa del ex presidente.”

Se le pregunta a Maricarmen Fernández, ex reportera de *El Financiero*, si considera que el reportero o el fotógrafo comisionados por *Quién* no expusieron su vida ni burlaron la vigilancia del Estado Mayor Presidencial, de modo que tuvieron que ser invitados a visitar el rancho de Fox. Ella hace una conjetura:

“A mi juicio esa nota parecía más una publicidad acordada de antemano que una denuncia producto de una investigación de fondo. Obviamente no está implicado el mismo nivel de investigación. Esto derivó en un tono de chisme en situaciones presuntamente relacionadas con la corrupción o vaya uno a saber. En todo caso no era el tono que este tipo de información debió tomar, porque el tratamiento frívolo de la información distrajo del tema de interés público.

“Por eso el periodismo rosa no es periodismo, porque el foco no se puso en el interés de la sociedad. Tan no lo fue que no tuvo mayores consecuencias, el periodismo debe de servir para encaminar las cosas hacia un cambio. No pasó nada y únicamente se alentó la popularidad (o impopularidad según se quiera ver) de la llamada ex pareja presidencial. Ahora cuando hay dinero de por medio, que es el caso de las revistas que compran exclusivas, tampoco se puede hablar de periodismo porque éste no debe atender a intereses particulares económicos o a las ganancias por el consumo.

“El periodismo debería de ser un servicio social. Una noticia debe serlo por lo que afecta a la sociedad y no por lo que se consume por puro morbo. Esto fue el chisme del momento, entonces yo agregaría que tampoco es noticia que el señor Fox tiene un rancho suntuoso.

“No se debe de olvidar que el periodismo es una profesión muy importante por ser pieza clave en una sociedad democrática. La existencia de un periodismo profesional, ético, comprometido con la sociedad, contribuye al desarrollo democrático y no debería de minimizarse ese valor que tiene el periodismo en una sociedad. Si eso lo entiende el periodista podrá ejercer de manera correcta su profesión. El buen ejercicio periodístico implica compromiso con las causas sociales, no solamente con los intereses comerciales, políticos o por la trivialización que de los hechos hace el propio periodista.”

Apenas transcurrieron unas semanas de aquella conversación con Maricarmen Fernández Chapou, el Premio Nacional de Periodismo 2008 fue

otorgado en la categoría “Noticia, Mención Especial” a Alberto Tavira precisamente por el reportaje “Los Fox: La vida después de Los Pinos”. Ése es el espíritu que los jueces premian como si fuera el mejor modelo a seguir.

En septiembre de 2008 la página en Internet del Grupo Editorial Expansión —misma que publicitó en su portada al economista que se ha vuelto informador Carlos Loret de Mola— anunciaba en su página web: “*Quién* celebra su séptimo aniversario como la revista más vendida de su segmento con medio millón de lectores catorcenales”.

El medio millón de mexicanos que gustan de leer la revista *Quién* se antojan pocos cuando se compara con el tiraje de la revista, *TvyNovelas*: 550 mil ejemplares semanales. Otras revistas de espectáculos con altos índices de circulación son *Oorale!* con 120 mil y *TVnotas* de 564 mil 552 ejemplares semanales, respectivamente.

Es bien sabido que cada ejemplar de una revista suele ser leído no por una, sino por varias personas en un mismo núcleo social cuyos miembros las intercambian o las revenden. De acuerdo con los estudios de mercadotecnia que da a conocer ante sus anunciantes Editorial Televisa, cada ejemplar de *TvyNovelas*, llamada “líder en farándula y entretenimiento”, tiene 9 lectores²² lo que nos da un total de 4 millones 950 mil lectores cada semana, es decir alrededor de 9 millones 900 mil lectores catorcenales, la mayor parte de ellos en el rango de 13 a 34 años de edad.

Esas cifras son muestra de cuánto gustan los rumores y escándalos generados por los miembros de la farándula y el *jetset* a los compatriotas. Pero el fenómeno dista de ser un asunto local, es innegable el regocijo de los españoles por la revista *Hola* o de los británicos por *The Sun*.

Los estadounidenses también leen ávidos tabloides de espectáculos, como lo avala una nota publicada en Agenda del Espectador de *El Financiero* al comienzo de 2008:

“En momentos en que el gasto de publicidad está a la baja, publicaciones como *Star*, *Us Weekly* o *In Touch* están en plena expansión. Las ventas de revistas crecieron hasta dos mil 390 millones de dólares en el primer semestre

²² <http://www.esmas.com/editorialtelevisa>

de 2007. 'El incremento casi en su totalidad por el crecimiento de las revistas de celebridades', indicó John Harrington, quien encabeza a la empresa consultora Harrington Associates. '*People* imprime 2.5 millones de ejemplares y vende en promedio 1.5. Si llega a tener una edición que venda dos millones de ejemplares, el resto se convertirá en ganancia' agregó.²³

La misma nota publicada en *El Financiero* precisa que aún cuando *People* domina al sector en circulación, nuevas revistas como *In Touch* y *Life & Style Weekly* también están en crecimiento y reseña lo expresado por el editor de la revista *OK! Estados Unidos*, Tom Morris, quien considera que la aparición de Britney Spears "incrementa las ventas en los puestos de periódicos y ayudó a que los ingresos por anuncios de la revista se duplicaran hasta los 51 millones de dólares en 2007".

A principios de 2009 las esperanzas de la industria editorial, cuyo éxito se basaba en la fundación de estas minas de oro disfrazadas de periodismo rosa, empezaron a cambiar. En medio de una de las peores depresiones económicas de la historia moderna se vaticinó que el 2009 sería un año "devastador para los medios de Estados Unidos", con o sin antiperiodismo.

De acuerdo con un informe dado a conocer por el Centro para la Excelencia en Periodismo, con sede en Washington --difundido por diversas agencias de noticias el lunes 16 de marzo de 2009--, los ingresos publicitarios de los periódicos en ese país cayeron un 23 por ciento en los dos últimos años, lo cual explicaría las razones por las que varios diarios se han declarado en bancarota.

El mismo estudio refiere que ha desaparecido "casi una quinta parte de los puestos de trabajo en la prensa desde 2001, una tendencia que promete acelerarse en 2009". El único sector mediático que se mantiene en expansión es la televisión por cable, proeza que los analistas atribuyeron a la cobertura de la campaña electoral que llevaría a Barack Obama hasta la Casa Blanca y alertaron sobre la creciente migración de lectores de diarios a Internet.

²³ En *El Financiero*. "Industrias Britney/ Los escándalos y la vida personal de la exprincesa del pop dejan jugosas ganancias a la prensa rosa" (AP). Sección Agenda del Espectador. Miércoles 30 de enero de 2008. p 42.

Dicen los expertos que migrar a Internet no garantizará la sobrevivencia de los diarios, porque el citado informe da a conocer que los ingresos publicitarios en la red informática se estancaron al mismo tiempo que cayeron los ingresos por concepto de publicidad y aumentaron los costos de insumos para imprimir.

En México no se han dado a conocer cifras sobre la afectación de empresas periodísticas, una de las razones es que no existen cámaras de comercio ni asociaciones que agrupen a todos los dueños de medios de comunicación, mucho menos existen datos de organizaciones sindicales. El alcance de la crisis en la industria de la información ha sido particularmente doloroso para los periodistas culturales, quienes ven caer, una a una, las zonas destinadas a dar cuenta de las artes, las humanidades y las ciencias.

Un claro ejemplo de lo anterior fue la paulatina extinción de la sección cultural de *El Universal*. A partir de mayo de 2007, una vez que María Elena Matadamas asumió el cargo de editora, las páginas culturales del autodenominado “Gran Diario de México” empezaron a mermar en unos cuantos meses hasta que, bajo el pretexto de una “reingeniería editorial innovadora donde varias secciones se mudan para dar mayor interés y lógica a la lectura” en aras de “un aprovechamiento más racional de espacio”²⁴ pasó a convertirse en apéndice de la sección de Espectáculos (2008).

Ese mismo año, apenas transcurrieron unos meses, la sección cultural quedó como parte de una miscelánea que se llamó “Sociedad/ Internet, cultura y bienestar”, para finalmente quedar reducida en mayo de 2009 a dos o tres notas diarias en un apartado denominado “Kiosko (Arte + Letras)”. *El Universal* también canceló a finales de abril del 2008 el suplemento cultural *Confabulario* dirigido por Héctor de Mauleón.

Ante la situación de evidente parálisis en que se empezó a sumir el gremio, han sido los propios periodistas quienes se han dedicado a consignar las “bajas” que la guerra de periodismo vs. antiperiodismo está dejando:

“Asombra la extinción que ha ocurrido en los últimos años en los suplementos: si a principios de este siglo se contaba con al menos siete en los

²⁴ En *El Universal*. Lunes 16 de junio de 2008. “Nueva ingeniería editorial” (portadilla informativa adjunta a la portada y la contraportada del diario).

principales diarios de la capital: “La Crónica Dominical” (*Crónica*); “El Ángel” (*Reforma*); “El Gallo Ilustrado” (*El Día*); “La Jornada Semanal” (*La Jornada*); “Sábado” (*unomásuno*); “El Semanario Cultural” (*Novedades*) y “Arena” (*Excélsior*) —a los cuales se sumaron “Laberinto”, de Milenio, en 2003; y “Confabulario” de *El Universal*, en 2004--; hoy sólo quedan tres “El Ángel”, “La Jornada Semanal” y “Laberinto”.²⁵

El periodismo cultural

En términos generales, el periodismo cultural se ocupa de reseñar lo que acontece en las bellas artes, las artes populares, la ciencia y las humanidades. Lo relativo a la cultura.

Según el periodista Humberto Musacchio: “La expresión periodismo cultural es redundante, pues todo periodismo se halla en el campo de la cultura si ésta se ha de entender como el conjunto de conocimientos, hábitos y tradiciones, expresiones creativas y recreativas, juicios y prejuicios de una colectividad. Sin embargo, la costumbre ha legitimado la expresión periodismo cultural para hacer referencia al que proporciona información, análisis, reflexión y crítica sobre las manifestaciones intelectuales y artísticas, que incluye frecuentemente muestras de creación literaria así como producciones y reproducciones de obra plástica”.²⁶

En su libro *Cultura, ética y prensa*, Víctor Roura dedica un apartado (“Cultura, ociosidad, entretenimiento y mercado de objetos”) para expresar la dificultad de dar una definición al periodismo cultural:

“Una pregunta fundamental, insoslayable, definitiva, del estudiante al periodista cultural que ya ejerce en los medios profesionales es acerca del término ‘cultura’. ¿Qué es la cultura?, preguntan, y esperan con paciencia la resolución a sus problemas académicos. La mayoría de ellos en realidad necesitan una respuesta totalizadora, no se conforman con simplezas tales como

²⁵ Rosa Elba Blengio (Reportaje). *El Financiero*. Sección Cultural. Miércoles 25 de marzo de 2009. p 38.

²⁶ Humberto Musacchio. *Historia del periodismo cultural en México*. México, Dirección General de Comunicación Social y Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2007. p 13.

‘la cultura es todo’ o ‘es el entorno cotidiano’ o ‘es el resultado de un determinado sistema político’ o ‘es el ejercicio ideológico’ o ‘es el trabajo colectivo de la sociedad civil’ o ‘es la confluencia de las raíces indigenistas con el mestizaje urbano’. No. Se desea una respuesta a *la altura*. Y cuando el periodista habla sobre la cultura como género de prensa, la cosa se vuelve más inaprehensible. Porque de inmediato el estudiante salta de su asiento para, con energía, preguntar dónde queda, pues, la cultura popular, y dónde la baja y la alta cultura”.²⁷

Víctor Roura expone que definir el término cultura ha sido una tarea más propia de los sociólogos que de periodistas, quizá porque los expertos han ido acuñando conceptos (algunos tan complejos como las industrias culturales) que los miembros de la prensa cultural en México debaten muy poco al respecto o se reúnen en contadas ocasiones para discutirlo y mucho menos se ponen de acuerdo para definir su campo de acción. De este modo, mientras en algunos países se requiere una licencia profesional para ostentarse como periodista, en México basta con tener una credencial emitida por el empleador para ser considerado como tal.

Luego de casi 9 años de trabajar con Roura, quien esto escribe asimila la noción teórica que el editor ha dado y da testimonio que para él hacer periodismo cultural significa una labor colosal, multiforme por la naturaleza del concepto “cultura”, no existe campo de la actividad social de la que un periodista cultural no pueda dar cuenta, todo dependerá del tratamiento que cada reportero logre darle al tema elegido.

Esta libre interpretación la ha confirmado el mismo Víctor Roura cuando escribe sobre los límites del periodismo cultural de una forma contundente:

“¿Hasta dónde llega (...) la frontera del periodismo cultural? Hasta donde el espacio, la iniciativa, el talento y los conocimientos lo permiten (...) Hay que tener presente que al contrario de las sujeciones que marcan las distintas secciones de un periódico, la de cultura puede cruzar sin culpabilidad los mapas de las otras áreas: entrevistar, por ejemplo, al secretario de Hacienda para saber de sus gustos fílmicos; al portero de la selección mexicana de fútbol para saber qué

²⁷ V. Roura, *Cultura, ética y prensa*. p 58

leen los deportistas durante la concentración antes de un juego mundialista; al empresario de un portal en la Internet para conocer la ingeniería tecnológica”²⁸, por ejemplo.

Víctor Roura lo ha dejado por escrito: “¿Qué es la cultura sino la propia extensión de lo humano”.²⁹

Basados en la volátil noción de lo que puede ser el periodismo cultural los colegas creen que dedicarse a él es “cualquier cosa” en el sentido despectivo de esa expresión. Posiblemente por la importancia que ha tomado el periodismo político priva la falsa sensación de que hacer periodismo cultural es, como ya se ha dicho antes, una forma de ganarse regalos, una ocupación fácil y una buena fuente “para señoritas”. Tales son los estigmas que pesan sobre el periodista cultural.

Poco tiempo dedican los colegas a imaginar cuán complicadas pueden ser las entrevistas con científicos e investigadores de renombre nacional e internacional, no se pueden imaginar el tiempo que se debe dedicar a comprender lo más cabalmente posible teorías y conceptos que el periodista tendrá que ser capaz de explicar a sus lectores.

La periodista Laura Barrera ha laborado en los dos noticiarios culturales que se han televisado en este país (*Hoy en la cultura* que transmitió Canal 11 y actualmente conduce *Noticias 22*) coincide con esta óptica y ha vivido en carne propia la poca valoración que hacen otros periodistas de su trabajo:

“Ellos tienen la sensación de que la información dura la hacen los reporteros de la fuente política. En el periodismo cultural son muchas áreas de especialización, sin embargo, creo que solamente viviendo la complejidad que tiene la fuente cultural puedes comprender lo difícil que llega a ser. Más allá de que en algunos periódicos destinan una sola página a la sección cultural, o que de plano no haya sección cultural durante los fines de semana, ni suplementos ni tampoco una sección dentro de los noticiarios televisados. Yo siempre he tenido la certidumbre de que la cultura es justamente lo que nos hace distintos, lo que nos da identidad, lo que nos puede permitir hacer frente a todas las situaciones a

²⁸ V. Roura. *Cultura, ética y prensa*. p 73 y 74

²⁹ op.cit. p 75.

las cuales nos hemos visto envueltos desde el punto de vista económico, político y social. Por eso en Canal 11, aunque estaba en un noticiario de información general, yo *metía mi cuchara* y el noticiario tenía una sección cultural bastante amplia. Siempre he tenido la convicción de que cuando tenemos la necesidad de asirnos a algo ahí está la cultura.”³⁰

Un punto de vista muy similar plantea la reportera de la SCEF, Carmen García Bermejo, cuya voz refuerza lo dicho por Laura Barrera:

“Entre las reporteras culturales de mi generación pasa algo curioso, se alejan después de cierto tiempo. Yo estudié para ser periodista y no sé hacer otra cosa. No sé por qué existe la creencia de que ejercer el periodismo es para cierta etapa en la vida de las mujeres, no así en los hombres. Todos, hombres y mujeres, vivimos bajo un estigma de que no hacemos periodismo cuando lo mismo que le preguntas al presidente se lo puedes preguntar a un funcionario cultural. Hay pues, la creencia de que el periodismo cultural es la parte bonita del periodismo, cuando uno investiga y analiza lo que pasa dentro de este ámbito suceden cosas tanto o más graves de las que da a conocer la fuente política porque la impunidad es más grave en el sector cultural, donde han robado abiertamente usando pretextos como la *Enciclopedia* o la construcción de la Megabiblioteca Vasconcelos. Ahí están todos los fracasos de los centros de las artes que funcionan porque los alumnos no tienen donde estudiar artes, pero si no fuera por ellos todos estarían abandonados”.³¹

Tanto Carmen García Bermejo como Laura Barrera parten de una realidad que por ser tan obvia se minimiza: quien no ha vivido la cobertura de la fuente cultural no se imagina la complejidad de manejar términos técnicos ante artistas consagrados o ante artesanos expertos, por ejemplo.

Humberto Musacchio ha escrito recientemente que el periodismo cultural es “hoy de gran presencia”. Si bien existen cientos de revistas literarias y científicas, valdría la pena reflexionar sobre su auténtico peso en la sociedad mexicana contemporánea. Bastará con dar un paseo por cualquier expendio de revistas o periódicos, los contenidos culturales mantienen una presencia casi nula, incluso

³⁰ Entrevista a Laura Barrera. 14 de agosto de 2007.

³¹ Entrevista a Carmen García Bermejo. 16 de mayo de 2009.

en las librerías las mercancías asociadas (separadores de libros, calendarios, agendas, tazas, camisetas, discos compactos, etcétera) a los libros van abarcando cada vez más espacio en detrimento de las publicaciones dedicadas a la propia literatura, al arte o a la cultura en general.

La permanencia del libro, como la de muchos otros productos industrializados, está tan amenazada como la prensa. Algunas voces aseguran que ambas tomarán nuevas formas en los *blogs* y otras formas de expresión generadas a partir del uso de la Internet.

Capítulo 3

Periodismo a contracorriente

En México se han hecho estudios sobre los gustos y preferencias de los lectores, pero el más reciente ha sido la Encuesta Nacional de Lectura (ENL) 2006. Tal documento confirma que las revistas más leídas en México son aquellas dedicadas a los espectáculos (39.9 por ciento) y únicamente el 16.1 de los lectores de revistas busca temas relativos a cultura, arte y literatura.

A partir de estos datos cabría reflexionar acerca de la credibilidad --otrora piedra angular de los diarios y revistas--. Hoy lo que “vende” son los rumores de la farándula y el deporte. No es casualidad que las portadas de las revistas de espectáculos sean ocupadas por futbolistas, como tampoco es de extrañarse que las protagonistas de las telenovelas sean la portada principal de los semanarios políticos por sus romances con altos funcionarios.

Esta misma percepción la tienen otros periodistas y la expresan, pero quizá la que mejor sintetiza los temas abordados a lo largo del presente ensayo sea la emitida por Paco Ignacio Taibo I (1924-2008) en ocasión de haber recibido el Premio Nacional de Periodismo 2008 por su trayectoria:

“Ser periodista no es más que convertirse en una extensión de los ojos que no están allí para ver, los oídos que no están allí para escuchar y en algunas honrosas ocasiones, en la voz de los que no pueden hablar tan alto como quisieran para ser escuchados. Un oficio gratificante, sí, y en ocasiones terrible, porque ser la voz de otros te pone en la mira de los más oscuros intereses y en blanco del poder y sus acechanzas. Un oficio que paga mal y que en ocasiones se cobra con la propia vida (...) Un oficio donde, si nos permitimos olvidar, estaremos condenados, una y otra vez a repetir el oprobio, la vergüenza y la desazón. Un oficio en el que, si nos callamos una sola vez, nos quitarán para siempre la voz y la palabra. Un oficio en el que la única credencial válida es la propia palabra.

“La moral, contra la siniestra lógica de un oscuro personaje de nuestro México, no es ese árbol que da moras. Es más bien, una almohada, no siempre mullida que nos permite dormir por las noches y dar de comer a nuestros hijos sin una pizca de remordimiento, haciendo lo que sabemos hacer. Ética significa no estar a la venta, estética es simplemente ponerse guapo a la hora de plantar la renuncia sobre la mesa.

“Muchas generaciones de periodistas estuvieron a mi lado: algunos dicen que aprendieron mucho de mí y yo digo que todos los días aprendí algo de cada uno de ellos; mis hijos en broma me llamaron en alguna época ‘El Dr. Frankenstein’ porque decían que creaba monstruos y luego no sabía que hacer con ellos. Lo que puedo decir es que aprendimos juntos y que la escuela, la verdadera escuela de periodistas es la calle y la redacción, las noches en vela buscando las palabras correctas, las largas caminatas buscando información y las cientos de negativas a las que uno se enfrenta a lo largo de la vida.

“Aprovecho hoy que tengo la voz y la palabra, y este público cautivo y generoso para exigir el regreso de las secciones culturales a nuestros periódicos, que avasallados por la televisión, la radio y el Internet, quieren parecerse a ellos sin saber que son únicos y especiales y que, si acaso, sólo deben parecerse a sí mismos. Hoy, esas secciones culturales o desaparecieron, con honrosas excepciones que marcan la tendencia, o están arrinconadas entre bodas, bautizos o espectáculos. Parece ser que la cultura no vende, o eso me dijeron. Y la cultura, lamento informarles, no está hecha para vender sino, acaso, para congraciarnos con el mundo, con la inteligencia, con lo mejor de nosotros mismos.

“Si no están allí las secciones culturales, ¿cómo sabremos quiénes son los jóvenes poetas?, ¿dónde se estrenan las obras de incipientes dramaturgos?, ¿cómo es de bello el giro que hace en el aire, esa pequeña bailarina que apenas comienza?

“Priva el escándalo, muy de boga en nuestro tiempo. Para algunos siempre es más importante el saber cuánto cuesta el festival que lo que éste significa para todos aquellos que puedan disfrutarlo. Los museos no existen a menos que un temblor los derrumbe desde sus cimientos. Los poetas no están presentes a

menos que haya que escribir sus obituarios. “Hoy, hay un nuevo género periodístico llamado transparencia, peticiones de información administrativa que ni a mí ni a los lectores nos están contando todo lo que verdaderamente queremos saber. Me parece imprescindible que el acceso a la información sea expedito e irrestricto y que las instituciones den cuenta clara y puntual de sus actos y sus pagos. Pero también me parece imprescindible que los periodistas culturales cuenten lo que queremos todos que nos cuenten, que no es más que lo que ven, lo que escuchan, lo que viven. Hay que quitarnos de encima la carga de pertenecer a esa entelequia llamada ‘opinión pública’ para empezar a preocuparnos de una vez por todas de ‘la opinión del público’, ése que está al otro lado de las páginas del diario queriendo saber todos los días más.

“¿En qué momento perdimos la brújula, el rumbo, la generosidad para ser los ojos, los oídos y a veces la voz de los más? Abramos nuestras páginas a cronistas, críticos, moneros, observadores puntuales de nuestro acontecer cultural y creadores ellos mismos. Apostemos al caballo de la inteligencia y veámoslo correr, solo hacia la meta.”³²

Del gremio

Bien hacía Paco Ignacio Taibo I al cuestionar al gremio periodístico por el destino de la prensa cultural. De poco valdría sostener lo contrario, los periodistas culturales han sido tibios en cuanto a la defensa de su posición y su labor.

En los últimos cinco años hubieron varios intentos de reunirse en un par de foros de periodismo cultural que se llevaron a cabo en el Festival Internacional Cervantino, el Centro Cultural de España y la División de Estudios Continuos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, éstos últimos organizados por Sergio Raúl López. Antes hubieron otros intentos con el propósito de construir una identidad gremial, pero la tendencia antes y hoy ha

³² Fragmento del discurso pronunciado por Benito Taibo en nombre de su padre y proporcionado por él mismo a Karla Zanabria.

sido clara: los periodistas culturales son una minoría cerrada, una especie de cofradía de gitanos leyéndose la suerte entre sí y peor aún, lanzándose maldiciones y sentencias de muerte bajo los auspicios misteriosos del azar.

Esta condición no es nueva y de ello está muy consciente el fundador de la sección cultural de *El Financiero*:

“He de reconocer que cuando joven, dos décadas atrás, pensaba que el medio cultural estaba atestado de personalidades revestidas de genialidad, caracteres irreverentes, ironías desbordadas, arrebatos dialogales, confrontaciones sinfónicas, ingeniosas críticas, torneos de esgrima verbales (...) El mundo de la cultura debía ser, sí, algo fascinante, un mundo infrecuentado por disquisiciones, ímpetus incontrolables, furias razonadas. Pero acercarse a sus fronteras, para comenzar, no es tarea sencilla: se necesita pasaporte o alguna influencia monacal.

“Después de todo, ya inmersa en ella, la cultura, lo que se entiende por ella, es un terreno tan similar a una oficina burocrática que es capaz de levantar un bostezo al más despierto de sus colaboradores. ¿Qué es la cultura sino un campo dominado por terratenientes y subordinados? La cultura es, también, un campo minado donde solamente los que han colocado secretamente los explosivos no se matan. Como en cualquier otro oficio, en el de la cultura abundan los obstáculos, los espaldarazos, las mofas, los juegos sucios, las rabietas, la envidia, la pompa, la mezquindad, la farsa”.³³

Con muchos menos detalles Humberto Musacchio confirma en la introducción de su *Historia del periodismo cultural*, una condición fraticida:

"Muchas revistas y suplementos son expresiones de grupo, señas de identidad, distintivos del gusto. En esos papeles los clanes se aglutinan y se dispersan y al paso de una publicación a otra suelen surgir bajas y ganar prosélitos".

Tal sectorización en cofradías, grupos o mafias es el mecanismo que más ha debilitado la defensa gremial del periodismo cultural y, al mismo tiempo lo ha incapacitado para cumplir con su labor y ésa no es otra que dar a conocer el acontecer en los entornos cultural, artístico, científico y social. El periodismo

³³ V. Roura. *Cultura, ética y prensa*, p. 75.

cultural está tan mermado que ni siquiera es capaz de hacer la triste crónica de lo que muchos ya vislumbran como su exterminio en los diarios mexicanos.

De los lectores

A falta de otras herramientas cuantitativas que arrojen luz sobre los hábitos de los lectores mexicanos se cita de nuevo a la Encuesta Nacional de Lectura (ENL) –aplicada a 4 mil 57 individuos, una muestra muy reducida en un país con más de 100 millones de habitantes— donde se afirma que el promedio de libros leídos es de 2.9 al año. Dicho de un modo coloquial, los mexicanos leen casi tres libros al año. La pura idea se antoja irreal pero así son las cifras oficiales.

La ENL reportó, en términos generales, que existe una relación directa entre la educación escolarizada y los hábitos de lectura. Algo que ya había demostrado la Encuesta de prácticas y consumo culturales (2004) realizada por encargo del Consejo Nacional para Cultura y las Artes (Conaculta) en la Unidad de Estudios sobre la Opinión del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, aplicada a 4 mil 50 mexicanos mayores de 15 años en el año 2003.

A pesar de sus reducidos universos, ambas encuestas tomaron en cuenta factores como el nivel de escolaridad y de ingresos, la edad y la infraestructura con que se cuentan los ciudadanos (bibliotecas, teatros, cines, librerías, acceso a computadoras y otros medios de comunicación masiva como la televisión, la radio, la industria musical, etcétera).

En cifras concretas, la ENL refiere que 42 por ciento de los encuestados lee periódicos, 56.4 libros y 39.9 revistas. Los hombres leen más periódicos que las mujeres y revela que son jóvenes de 18 a 22 años de edad quienes más lo revisan. El 15.1 por ciento de los encuestados que declararon leer periódicos se dijo interesado en los temas culturales, mientras que el 26.4 por ciento de ellos se centra en temas deportivos.

En contraste, el 30.4 de los encuestados no tuvo problema en declarar que no le gusta leer y el 12.7 reconoció que nunca ha leído un libro. Entre todas las variables que maneja la ENL hay un apartado donde se afirma que los

mexicanos encuestados, sin importar si se trata de libros, periódicos, revistas o historietas, quieren leer para informarse y la principal razón por la que dejan de hacerlo es la falta de interés.

Si la ciudadanía reconoce que hay una necesidad apremiante de informarse ¿por qué la información no llega a ellos? Esto abre dos vertientes de análisis: uno, el sistema político mexicano mantiene todo un mecanismo para evitar que cierta información sea del conocimiento público, es decir la transparencia en la información es muy deficiente; dos, los periodistas no están logrando obtener, evaluar y difundir información que la gente considere útil.

Más allá de las capacidades de los informadores hay otra condición que impide la formación de lectores en México y se encuentra en el sistema educativo mismo. El ensayista, poeta y crítico literario Juan Domingo Argüelles ha dedicado los últimos años a analizar y reflexionar sobre los hábitos de lectura, en su libro *Ustedes que leen*, sostiene:

"Para decirlo pronto, los gobiernos de todo el mundo están preocupadísimos por el tema de la lectura y los analfabetismos funcional y digital. Se exhiben indicadores; se encargan estudios e investigaciones de conducta lectora, se publican las estadísticas más escalofrantes para probar que la gente no lee y que no lee cuanto debiera leer. Pero se siguen confundiendo los conceptos de lectura. Y se llega al extremo de pensar que todo el problema radica en los índices, en los números, en la cantidad de lo leído y en el cuánto se deja de leer. Y cuando se va a lo cualitativo (al cómo y al qué), todo se reduce al esquema de las pruebas del Proyecto Internacional para la Producción de Indicadores de Rendimiento de los Alumnos (PISA) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)"³⁴

La hipótesis señalada por Juan Domingo Argüelles se refuerza cuando se cae en la cuenta de que México ocupó en 2006 el último lugar en aprovechamiento escolar después de que la OCDE evaluara los conocimientos de los estudiantes de 15 años en 30 países en materias como ciencias, lectura y matemáticas.

³⁴ Juan Domingo Argüelles. *Ustedes que leen. Controversias y mandatos, equívocos y mentiras sobre el libro y la lectura*. Editorial Océano. México, 2006. p 17 y 18.

El asunto ya era preocupante para los analistas desde 2003, cuando se dieron a conocer los resultados del primer Estudio Internacional Comparativo, elaborado por la UNESCO en América Latina. En dicho estudio comparativo se evaluó la comprensión de lectura entre niños de primaria en once naciones y, según cálculos del Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad de la Educación (LLECE) de la UNESCO, los infantes mexicanos quedaron por debajo de la media regional, en el sexto lugar.

Así quedó al descubierto una realidad escalofriante: los estudiantes mexicanos reconocen las palabras, pero no son capaces de comprender lo que se dice o para qué se dice. En suma no interpretan lo que leen y esa sería razón suficiente para explicarnos por qué hay tan pocos lectores en el país y hasta qué grado la labor informativo-explicativa de un periodista especializado podría complicarse.

Según cifras dadas a conocer por las autoridades educativas hay 5.9 millones de personas que no saben leer ni escribir³⁵, pero hablar de índices de analfabetismo es casi imposible en un país donde los niveles de marginación coexisten en ciudades que parecieran estar alfabetizadas.

Habría que tomar en cuenta el desinterés manifiesto de la población por los temas que tradicionalmente abordaba el periodismo cultural y en este punto está una razón adicional a la limitada capacidad de leer y/o al gusto por la lectura:

Hace cinco lustros los niños de primaria sabían algún verso dedicado a las madres, las jóvenes de secundaria recitaban de memoria alguna estrofa de “Hombres necios...”. Era casi una regla que los educandos mexicanos bailaran, al menos una vez en su vida, el Jarabe Tapatío o las jaranas de Yucatán. En las mocedades de antaño también se modelaron en las aulas torpes figuras de plastilina o dioramas para aprender sobre los ecosistemas. Eso ocurría en las escuelas públicas. Incluso los cantos y la música eran constantes hasta la secundaria, nivel en el que los alumnos estaban obligados a leer un pentagrama para aprobar el año.

Todas las actividades antes citadas, lejos de ser una nimiedad eran el primer contacto de seres con capacidades expresivas ante las artes. Algo similar

³⁵ Miriam de Regil. *El Financiero*. Sección Sociedad. Martes 21 de abril de 2009, p 24.

ha ocurrido en las ciencias. A pesar de que el sistema educativo nacional contempla el estudio de las matemáticas, la física y la biología la comunidad científica atribuyen la falta de desarrollo científico y tecnológico a los deficientes planes de educación media y superior así como a las nulas partidas presupuestarias para fomentar el desarrollo de la ciencia.

Si bien los contactos con las ciencias y las artes eran mínimas en los años de formación escolarizada básica, eran suficientes para generar una que otra vocación artística, para sembraron el virus de la curiosidad por apreciar las artes. Un caso bien conocido fue el del dramaturgo Víctor Hugo Rascón Banda (1950-2008), quien reconoció en decenas de entrevistas y en uno de sus últimos libros la influencia de la educación inicial en su vocación literaria, así como en la defensa del quehacer artístico siendo presidente de la Sociedad General de Escritores de México (Sogem):

“La escuela primaria era mi paraíso. Eran los tiempos en que los programas escolares incluían como materias obligatorias, con igual valor a la aritmética, a la geografía y la historia, las actividades artísticas y cívicas. Teníamos como materias, desde el primer año de educación primaria, lectura en voz alta, lectura de comprensión, dramatización, recitación, danza, canto y asamblea escolar, donde aprendíamos lo que no saben ahora los legisladores...Así se forma un dramaturgo. Las primeras imágenes y sucesos que vive y las primeras voces que escucha, más la vida familiar escolar y social del pueblo, barrio o ciudad donde uno se desenvuelve, determinan si uno es maestro, escritor, compositor, torero, futbolista, médico, abogado, actor o diputado”.³⁶

La falta de gente interesada en los asuntos culturales también se ha visto reflejada en los frecuentes esfuerzos que realiza el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) al promover mesas redondas y seminarios encaminados a generar “nuevos públicos”, es decir, individuos interesados en visitar museos, teatros y foros dedicados a la difusión de las artes más diversas.

Este asunto de la formación de públicos es tan preocupante que ya han creado un programa académico especial para profesionalizar promotores

³⁶ Víctor Hugo Rascón Banda. *¿Por qué a mí? Diario de un condenado*. México, 2006. Editorial Grijalbo. p. 109

culturales, que no son más que personas dedicadas a invitar a sus conciudadanos para que se involucren en manifestaciones de esa índole. Esta acción es un reflejo claro de cuánto se ha ido perdiendo en la población el interés por los fenómenos artísticos y/o culturales.

A partir de las consideraciones antes expuestas resulta evidente que dedicarse al periodismo cultural a principios del siglo XXI es ir a contracorriente cuando lo que escriben los “cultos” periodistas está reservado a los ojos “expertos” de sus pares bajo la presión de una industria editorial (que no promueve la cultura porque no es redituable) y con destino a una población que no es sensible al quehacer artístico, literario ni científico.

Los aspirantes a comunicadores se entrenan afanosamente para escribir artículos informativos al estilo de la revista *Chilango*, curiosos híbridos ente guías turísticas, directorios de servicios e inserciones para dar a conocer compendios de bares, escuelas, restaurantes o galerías.

Nadie duda de que las guías de actividades culturales (*Tiempo libre*, por ejemplo) son informativas, amenas y hasta útiles para el lector, pero cada vez parecen más anuncios clasificados que servicios informativos destinados a seres que ejercen su ciudadanía en toda la extensión de la palabra.

Capítulo 4

En el nombre de la pluralidad

Igual que ocurre en una obra de teatro, lo que el público ve en escena no es todo lo que pasa a su alrededor. Tras bambalinas, en tramoya y en los camerinos tienen lugar cuantiosas situaciones que escapan a su mirada; sin embargo, un descuido en cualquiera de esos lugares influirá en el resultado final ante el espectador. Cada vez que los actores pronuncian el mismo texto lo hacen con ligeras variantes. La intensidad de la iluminación será distinta, el telón correrá con diferente cadencia. Algo similar ocurre con las publicaciones y sus lectores. Aún los errores más pequeños, cometidos en incontables ocasiones, se multiplican exponencialmente afectando lo que percibe el lector y opine.

La perspectiva de quienes mantienen sus destinos profesionales unidos a las páginas de la SCEF resulta interesante a la hora de establecer las virtudes y puntos débiles de la misma, asunto del que hablarán quienes forman parte de su “reparto fijo”: los periodistas Carmen García Bermejo, José David Cano, Juan José Flores Nava y Silvina Espinosa de los Monteros.

El rasgo distintivo de las páginas culturales de *El Financiero* “es su pluralidad, ante todo”, dice Silvina Espinosa de los Monteros. A su juicio ha sido acertado dedicar espacios al reportaje una o dos planas, a los creadores de provincia en “Páginas de la República” y al público infantil en “Para niños que leen”, así como los trabajos eminentemente literarios que se difunden en “La furia del pez”.

Otros editores, señala Espinosa de los Monteros han olvidado o enfocado de manera tangencial su compromiso con los lectores:

“Las secciones y suplementos culturales muy fácilmente tienden a convertirse en sitios de intercambio de favores o aplausos. Los suplementos, con frecuencia, giran en torno a una cofradía específica y dejan de lado las expresiones culturales que no están relacionadas de algún modo con ‘su

círculo'. Algo que distingue la SCEF del resto es que no ha perdido el respeto hacia sus lectores, de ahí que se haya ocupado de ofrecer un espacio plural, al tratar siempre de expandir su visión y convocar a la mayor cantidad de colaboradores. Más allá del fondo y la forma, está la línea editorial, otro punto fuerte de la SCEF es la rara virtud de llamar a las cosas por su nombre y denunciar los malos o inequitativos manejos de las políticas culturales ocurridos en este país”.

Con ella coincide Juan José Flores Nava para quien la pluralidad es el asunto que distingue a la SCEF del resto:

“En las páginas de la sección puedes tener a las ‘figuras’ y los ‘consagrados’ así como a quienes apenas empiezan a materializar su pensamiento en obra o en palabras, quienes han sido ignorados por no pertenecer al circuito cultural mexicano (oficial y pseudocontracultural), quienes han fallecido y han dejado un trabajo artístico o intelectual valioso y también quienes a lo largo de los años han sido constantes hacedores de obras, sin importar a qué lugar del país o del mundo pertenezcan, siempre y cuando su labor sea, se integre o se presente como parte del quehacer cultural mexicano.”

También José David Cano menciona la salvaguarda de la pluralidad como un valor fundamental y argumenta su opinión:

“Estas páginas han dado cabida a través de los años a una enorme cantidad de colaboradores; por las páginas culturales de *El Financiero* han desfilado las ideas y los trabajos de periodistas, intelectuales, académicos, literatos, fotógrafos y caricaturistas del país. ¿Quién puede arriesgarse a dar un número preciso? Estamos hablando de al menos mil cómplices que han enriquecido estas planas, lo que demuestra la variedad de opiniones y puntos de vista aquí encontrados. Hoy podemos hablar, entonces, de una sección emprendedora y de principios irrenunciables.

“Una sección que nunca ha cerrado las puertas a los hacedores de la cultura en México --de las ideologías que profesaran, las tendencias que fueran, o a los círculos a los que pertenecieran. Porque no importan en esta sección cultural los cacicazgos culturales ni los entramados que catapultan a los prestigios --por ejemplo, ninguno de los reporteros que ha escrito en estas

planas ha recibido un premio oficial (no hay de otro tipo en México) ya que a ninguno se ha inscrito.”

En este punto resulta indispensable apuntar que José David Cano se refiere a que mientras los compañeros de la fuente cultural (y del gremio artístico en general) buscan la manera de obtener las becas y los premios, ninguno de los reporteros que labora con Víctor Roura ha concursado por premios de esa índole. Esto ocurre porque entre ellos existe un consenso relativo a que un buen periodista no se hace por decreto de ningún jurado sino por la eficiencia de una labor cotidiana.

En lo que respecta a la naturaleza de los premios, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara era la única que entregaba un reconocimiento a periodistas culturales, fue hasta 2008 cuando esta especialidad ha sido reconocida en la entrega de los Premio Nacionales de Periodismo, siendo el primer galardonado Daniel Rodríguez Barrón del Canal 22.

Sin prisa, la profundidad

La reportera con menos tiempo laborando en la sección (dos años) Silvina Espinosa de los Monteros es cauta al evaluar el lado menos favorable de la SCEF:

“Me parece que es una sección cultural muy completa. Si se tratara de mejorarla, creo que debería tener mayor presencia el género de la crónica y, sobre todo, la crítica y la entrevista de teatro.”

En cambio, la reportera más veterana, Carmen García Bermejo aprecia como la mayor virtud de la SCEF el haberse convertido en una suerte de área protegida para mantener vivos los géneros periodísticos en extinción:

“Desde mi punto de vista la mayor diferencia entre *El Financiero* y otras es que en su sección cultural se publican todos los géneros periodísticos, un aspecto que se ha perdido no nada más en las secciones culturales sino dentro del periodismo en general. ¿Cuándo veremos un reportaje profundo publicado en las secciones de espectáculos? Y bien podría haberlo hecho pero los

compañeros no trabajan en eso. Si acaso el único género que escasea en la SCEF ha sido la crónica, pero la entrevista, la nota periodística, la columna, el reportaje, están presentes. Además se publican los ensayos críticos que son muy valiosos, tenemos en literatura a Juan Domingo Argüelles, la crítica de cine con Jorge Ayala Blanco o la crítica fotográfica de la que se encarga José Antonio Rodríguez. En nuestra sección la entrevista es el género básico. De por sí, la entrevista es un género periodístico muy noble porque el entrevistador puede lucir tanto como el entrevistado. Tenemos también el reportaje, que implica mucho más que la entrevista, tiene que ver con la investigación que es una parte que a mí me gusta del periodismo y además nos permite entregar al lector un producto informativo más elaborado.

“En un reportaje el periodista le puede decir al lector lo que está pasando y cuáles son las consecuencias del análisis, comunicar su propia experiencia y la de otros, los resultados de toda una investigación. Ese trabajo ya no lo publican en todos los periódicos; primero porque no le conceden a sus reporteros el tiempo para hacer una investigación, un reportaje. Tampoco conceden el espacio necesario para difundirlo. A los editores y empresarios les interesa hacer notas para beneplácito de los funcionarios y lo digo así porque ellos son los únicos que ven las notas bonitas, cuando esa labor debería recaer en las salas de prensa de cada una de esas instituciones oficiales.”

De las reflexiones mencionadas por Carmen García Bermejo cabría hacer notar las transformaciones que ha sufrido el trabajo del periodista a partir de la llegada de la televisión y de la Internet más recientemente. García Bermejo alude a que tanto las grandes cadenas de información, como los recién fundados portales en la red de los diarios de todo el mundo, ofrecen la inmediatez como su mayor atractivo ante el lector-internauta.

Como resultado de ello ha surgido el periodista multimedia, donde la labor del reportero será, a partir de una misma información, elaborar cuatro notas, una para los medios impresos, otra para la agencia, una tercera en video (o incluso para *podcast* y/o transmisiones televisivas) y la cuarta en audio (radio).

Con una trayectoria de 20 años Carmen García sabe de la importancia de enviar una nota con rapidez, pero también entiende que poner datos inconexos

ante el lector (sea cibernauta o no) tiene consecuencias tanto en el proceso de comunicación (emisor-receptor) como en la valoración de la información. Es ahí donde ella encuentra otra cualidad, que a la vez es un defecto, de la SCEF:

“El ritmo lento que llevamos en la SCEF nos permite planear mejor nuestros textos e información, eso nos va llevando a idear un proyecto como periodista. Recuerdo mucho a un maestro de la UNAM que además era reportero de *Proceso*, Óscar Hinojosa. Él decía que un reportero sin archivo no es reportero. Siendo yo muy joven no dimensionaba lo que nos decía pero le hice caso, mantuve la disciplina de guardar teléfonos, ir actualizando fichas curriculares de todos los funcionarios y recortes de qué había dicho cada uno o de denuncias presentadas durante sus gestiones. Trabajé en la revista *Milenio* al mismo tiempo que en *El Financiero*, pero allá la editora (Cecilia Jarero) no creía conveniente que hiciéramos el tipo de trabajo crítico que me gusta hacer para *El Financiero*.

“También trabajé en *Comala* con (Humberto) Musacchio. A mí en *La Jornada* nunca me aceptarían y a ellos tampoco les interesa lo que hago. He pensado en ir a trabajar a semanarios pero siempre he sido muy independiente, no me gusta hacer relaciones públicas para quedarme a trabajar en algún lugar (en México si no eres amigo de zutano o mengano no entras, y menos oportunidad tendrás si no vas a los cocteles). Regresé a *El Financiero* porque ahí está mi espacio, siento que he desarrollado una carrera y he publicado lo que quiero que la gente sepa, lo que creo, sin intención de beneficiar intereses particulares o sectoriales. Nunca aprendí a apapachar a los funcionarios ni a esperar palmaditas. Mi nota sale como tiene que salir y no es que yo sea ‘la neta’ pero considero que un periodista cultural tiene que estar empapado de la realidad nacional, más allá de lo que pasa en las artes o en las ciencias. Mi meta no ha sido estar en el *top ten* de las secciones culturales sino desarrollar mi propio proyecto profesional”, asegura García Bermejo.

En su momento, Juan José Flores Nava considera que “el ritmo de trabajo” es más una virtud que un defecto:

“Nuestra sección lleva otro paso, un ritmo diferente al resto, más pausado. Y al contrario de lo que podría pensarse esta lentitud no nos hace ir atrás del

resto, ni a rezagarnos. Porque mientras el periodismo cultural va de forma vertiginosa por la nota a un paso acelerado en el que intenta ganar la declaración del personaje 'importante', la entrevista con el 'consagrado', la información 'exclusiva', nuestra sección lleva un andar que le permite detenerse, primero, a mirar lo que sucede alrededor y, segundo, a reflexionar sobre eso que sucede, sobre eso que estamos viendo. Valorar y valorarse, criticar y criticarse, contar, narrar, indagar, exhibir."

Flores Nava destaca que esa lentitud ha convertido a la SCEF en lo que él define como un espacio atemporal de caducidad prolongada, concepto sobre el cual reflexiona:

"Es una sección en la que existe la posibilidad de que lo publicado en sus páginas cobre más interés al paso de los años. Pero lo mejor es que no se queda ahí, además da cuenta no sólo de lo que relumbra (en el sentido de atender los temas efímeros que tienen una repercusión espectacular), también de lo que permanece, de lo que se ha ido, de lo que está por venir, de lo que ha sido ignorado. Porque mientras para el resto de las secciones culturales --digo, las pocas que aún perviven hasta abril de 2009--, lo que puede importar es el suceso, el hecho, la nota, el personaje, la declaración, el funcionario, el dato, la conferencia, el boletín; para nosotros importa todo eso, desde luego, pero nos importan mucho más el contexto y la crítica.

"Ambos, contexto y crítica, sólo se pueden plantear cuando se camina lento. La velocidad, el vértigo, impiden mirar y, por lo tanto, plantear una opinión crítica de lo que sucede alrededor. No se puede hacer periodismo cultural con el cronómetro a diario empujando al vacío al reportero como tampoco debiera hacerse en espacios reducidos, avasallado el texto por la imagen colosal cuyo sentido principal es ganar la vista del espectador. Al pretender competir con los medios electrónicos, la prensa (especialmente la cultural) ha dejado de dar lo único que la puede hacer distinta frente a la televisión, la radio e Internet: textos críticos, profundos, amenos, diversos, reflexionados; que traten de comunicar más, y de informar menos. Creo que la característica que distingue, que de verdad hace única a la sección cultural de *El Financiero* frente al resto de las que aún sobreviven en los diarios llamados nacionales es la voluntad de comunicar.

“Este empeño la lleva irremediabilmente a disentir, a veces incluso con sus propios colaboradores. Pero también la lleva al análisis, a la discusión, a buscar la precisión, a cuestionar, escuchar, corregir cuando es necesario y, del mismo modo, a defender su posición, a darle el valor que merece al texto, a cuidar mejor lo que se dice y a prestar mucha atención al cómo se dice. La forma es fondo“, concluye Juan José Flores Nava.

Pocas secciones culturales, matiza José David Cano, “han revolucionado el panorama de la prensa mexicana” como la del periódico *El Financiero*:

“Fundada en 1988; en muy poco tiempo, las SCEF se convertiría en una de las grandes secciones de referencia. Y es que, hasta entonces, pocas eran las que abordaban los retos que representaba nuestra incipiente democracia -- en todos los sentidos. Así, desde el inicio, esta zona cultural estableció no solamente sus lineamientos a seguir, sino su postura ante el panorama que se construía día a día. Había dejado en claro que no comulgaría con los vicios del periodismo cultural, evidentes en ese momento tanto en diarios de la ciudad de México como del país; es decir, no sería ni oportunista (mucho menos alabatoria) con el *funcionarato* cultural en turno; no sería aficionada al partido en el poder político (sin por ello restringir las opiniones personales de sus colaboradores); evitaría ser clientelar, quedar en manos tanto de notorias personalidades como de grupúsculos intelectuales; tampoco, inclinaría sus gustos y preferencias por la influencia de compadrazgos o amistades.

“Todo ello, además, sin abandonar unos principios --intachables e inamovibles-- que se trazarían desde el inicio de la sección: ser neutral pero antisolemne; lúdica pero ética; y, sobre todo, imparcial pero crítica. Desde entonces ha acentuando las características que le han dado prestigio e identidad. Otro punto fuerte ha sido la libertad con la que se trabaja. Hablo no sólo en la parte editorial, sino también empresarial: desde sus inicios, la directiva le ha otorgado (al menos hasta donde uno alcanza a divisar) su absoluta confianza, sin tratar de influir (ni imponer) nada en la toma de decisiones de la sección como ocurre en otras áreas culturales de distintos medios en el país, incluso en detrimento de la propia casa editorial.

“En la SCEF se sabe que es necesario, a veces, una leve subversión, una constante autocrítica. Que no intervenga la dirección en decisiones editoriales nos ha permitido evitar lo que en otras secciones es claro: caprichosos cambios, volubilidades, la visibilidad de intereses y las cofradías. Y, sobre todo, nos ha evitado caer en eso que (en otros medios) se conoce como los ‘debes’, que no son otra cosa que la cobertura de insulsos (la mayor parte de las veces) actos culturales que conviene cubrir según convenga a los directores de los periódicos”.

José David Cano también concede méritos a los directivos del diario:

“A diferencia de otros medios (incluidos los que suelen autodenominarse progresistas), en *El Financiero* jamás se ha mirado a la sección cultural como un elegante relleno o una forma de aproximarse a la clase intelectual. No hablo sólo de la dirección sino también del encargado editorial. Porque se trata éste de un comportamiento generalizado, la mayoría de empresarios que están al frente de los negocios periodísticos (y a veces también los editores), siempre quieren sacarle una ventaja personal al mundillo intelectual. Y aquí no es el caso.

“Éste, sin duda, es uno de los íntimos orgullos, lo que ha permitido a la sección una movilidad envidiable. ¿Resultado? Que sea ya una marca indeleble en estas páginas la crítica --siempre constante y desde distintos ángulos-- hacia el aparato institucional de la cultura y las mafias culturales, que nos ha valido obstaculizaciones, mezquindades, insultos y exclusiones; incluso demandas, que se han ganado por tratarse de finalmente acusaciones infames.

“No es fácil llevar a cabo la denuncia cultural; uno recuerda (todavía no estaba un servidor en la sección pero era un lector de la misma) las denuncias sobre los millonarios bonos del *funcionariado* --al mediar los noventa--; o la corrupción en la cúpula institucional; o las recompensas (y las dádivas) a un determinado núcleo de autores; también, la connivencia de los intelectuales con el Estado, la destrucción descarada del patrimonio arqueológico, o esa inutilidad de las becas. Esto nos ha traído (y eso sí me ha tocado verlo ya como reportero de la SCEF) una inequitativa repartición de la información y la exclusión (muchas veces motivadas por las críticas que se han lanzado desde nuestras páginas) de

los acontecimientos del interior de la República. Consecuencias, al fin y al cabo, de seguir manteniéndose a través de los años en la independencia y la solvencia ideológica.”

Los puntos débiles

Después de conocer las opiniones de los cuatro reporteros culturales, queda de manifiesto el gran orgullo y la pasión con la que cada uno de ellos se conduce, pero al pedirles que señalen los puntos débiles de la SCEF sus rostros se tornan sombríos, aunque están capacitados para practicar la autocritica sus juicios fueron emitidos con mesura.

A decir de José David Cano la mayor debilidad de la SCEF es atribuible a “una desavenencia interna que restringía a los reporteros de cultura para cubrir teatro o danza”. Cano se refiere a un pacto que operó entre los editores de Cultura y *Agenda del Espectador* (Espectáculos) el cual tenía como finalidad evitar que las actividades de artes escénicas —teatro, ballet y ópera— fueran cubiertas por partida doble, es decir, para evitar que los lectores se encontraran con el mismo suceso reseñado dos veces, como ha sucedido en varias ocasiones. Tal medida contribuyó a la larga para reforzar la cobertura de actividades literarias en detrimento de otras actividades artísticas.

En su intervención José David Cano, con casi una década en la plantilla del diario, no vacila en marcar otros defectos a la SCEF:

“Decía yo que la sección ha evolucionado a lo largo de su historia. Su editor (y sus reporteros) la han modificado hasta lo que es ahora. Eso sí: creo que es necesario admitir que los yerros son un grave riesgo (en el oficio) a la hora de armar a diario con el lenguaje, no me refiero sólo a las entrevistas, también a los reportajes, crónicas u opiniones. ¿Cuáles son, entonces, nuestros puntos débiles? Muchos. Varios de ellos corregibles. Primero debemos reflexionar sobre la nueva exigencias a la hora de informar. Esto nos lleva desde luego a la principal limitante, el reducido número de páginas a nuestra disposición; también es necesario hablar de la moda (a la que ya

hemos entrado) de reseñar las efemérides y cumpleaños; y nos lleva, además, a pensar sobre algunas decisiones editoriales.

“Es indudable que la visión y la mano de Víctor Roura para crear una sección cultural ha sido copiada --nunca igualada--. Sin embargo, también es evidente que, en los últimos años (y por diferentes circunstancias) ha tomado decisiones que no han sido --sólo a mí parecer-- las correctas... Punto débil es no haber renovado la plantilla de colaboradores. Punto débil es recibir textos que, so pretexto de ser plurales, no sólo son malos sino ilegibles.

La apreciación de José David Cano es secundada por Juan José Flores Nava, quien halla la mayor debilidad en los colaboradores:

“Algunos de ellos le han perdido el respeto a la sección. La emplean, cuando quieren, para expresar impropiedades, animadversiones, insultos, adjetivos y visiones reducidas en contra de quienes no son de su agrado. Pero, eso sí, reparten lisonjas a sus fieles o amigos. El columnista llega a creer que el espacio es suyo. Por lo tanto, es muy difícil tratar este tema porque de inmediato se cree que hay censura. He leído colaboraciones externas que no se deberían aceptar. No es posible que, como ha pasado con cierta regularidad, los colaboradores externos presenten trabajos mal escritos, descuidados, superficiales, sin contextualizar y se les editen casi en su totalidad para hacerlos presentables periodísticamente. Y, peor aún, que le den más importancia al pago que a su propio trabajo.”

A los ojos de Carmen García Bermejo, el mayor problema al que se enfrenta la SCEF no depende exclusivamente de los directivos, los periodistas, o los colaboradores:

“*El Financiero* pasa por una situación muy lamentable, creo que no siempre ha sido un periódico crítico, pero ha tenido sus etapas buenas, sobre todo a principios de los años noventa. Era respetado. Yo digo que la aparición de *Reforma* fue el momento en que le dieron *al traste* con el periodismo nacional, cuando salió *Reforma* todos quisieron copiar su modelo y como *El Financiero* se mantuvo en su línea conservadora todos querían salir de nuestra redacción para ir a ganar la luna y las estrellas que les prometían en *Reforma*. La situación económica de *El Financiero* se está reflejando en todas las

secciones pero más en la cultural porque no podemos tener más de tres o cuatro páginas. Aunque tengamos un proyecto periodístico firme, una, como reportera, se siente frustrada de no haber podido publicar algo que debió salir inmediatamente por falta de páginas. En mi caso he tenido información antes de que otros la publiquen y no me hace ninguna gracia no haberla sacado antes que todos.

“Me he sentido impedida de publicar mis notas diariamente y mi consuelo ha sido pensar que puedo publicarlas mejor, con un texto bien pensado y más sondeado, porque el periodismo de hoy es publicar y mandar de inmediato. Eso me desanima. He estado a punto de tirar la toalla pero en ningún lugar me van a dejar hacer lo que en *El Financiero*. Me refiero a periodismo de verdad, investigación y denuncia para ser más claros.”

Se pregunta a Carmen García Bermejo qué podría mejorar en la SCEF, aquello que está en la competencia de los periodistas:

“Los periodistas publicamos nuestros errores –responde–. Esa es una ley. Cuando uno lee la SCEF verá que recurrimos a la forma fácil de sacar el trabajo (me refiero a la forma en que se hacen las entrevistas, básicamente se plantean al entrevistado preguntas de principiante). Estoy sorprendida de que seamos cinco reporteros y tres se dediquen a hacer entrevistas sobre literatura y que los colaboradores escriban sobre literatura, entonces considero que se está perdiendo la cobertura de otras artes, de otras fuentes”.

García Bermejo se ha remitido a lo que ya ha señalado José David Cano, y al cuestionar a Juan José Flores Nava resalta una vez más la responsabilidad de los reporteros en lo que los lectores tienen en sus manos:

“A veces los reporteros de planta nos dormimos en nuestros laureles. Por ejemplo, nos sucede que buscamos con reiteración los temas que creemos dominar. Nada malo habría en ello si cada vez que nos aproximamos a él nos hace descubrir un ángulo distinto, un filón inexplorado de ese tema en el que nos sentimos cómodos. Pero no. De repente parece un diálogo circular en el que empleamos a diversos autores, artistas, investigadores, técnicos, funcionario para dar validez a nuestros prejuicios, juicios, ideas, pensamientos, convicciones o, en el mejor de los casos, a nuestras muy personales

conclusiones. Creo que de repente nos falta exigirnos más. Arriesgarnos. Probar formas de escritura, de presentación de datos, de diálogos. De repente, insisto, nos adaptamos a un molde. Creemos en ese molde y lo defendemos. Considero que sirve tener un molde pero hay que emplearlo sólo cuando es necesario. Hay que tener presente que no hacemos gelatinas, sino periodismo.

“Reconozco también que nos hemos centrado mucho en consignar hechos literarios. Hemos hecho de lo literario, por momentos, el ‘pretexto’ ideal, casi único, para trabajar. Es nuestra mejor justificación para darle espacio a lo que sucede. Por lo que actividades como pintura, artes plásticas, danza, teatro y fotografía van quedando fuera de la información y el trabajo cotidianos, y su presencia sólo queda marcada por colaboraciones esporádicas. Hay que considerar más, como se está haciendo, darle mayor espacio a lo que sucede en el ámbito cultural de los Estados. Lo cual resulta difícil porque significa, además de buscar en un vasto territorio, ser cuidadoso, muy meticuloso sobre la “importancia” de las obras y los personajes que se pueden considerar”.

En ese mismo tenor Carmen García Bermejo expresó otro matiz respecto a la forma individual de abordar los temas por parte de sus compañeros:

“Percibo un desinterés de parte de los reporteros más jóvenes en los problemas sociales y de índole nacional, a lo mejor creen que eso no vale la pena o piensan que ahí está Carmen García Bermejo para encargarse de eso. No lo sé. En nuestra sociedad todo se ha convertido en mercancía y lo que no vende no sirve. A los dueños de los periódicos ya no les interesa que la gente vea que tiene otras opciones de vida, les interesa ganar dinero. El periodismo ha dejado de ser una herramienta de difusión y se ha convertido en un negocio y como tal funciona.

“Por eso *El Financiero* está en la raya, con poca publicidad, si a eso le sumamos el desinterés de los periodistas por cubrir los asuntos culturales... Los que ya cubren la fuente (cultural) o no sirven para hacer periodismo en otras secciones o se van con la falsa idea de que van a estar de adorno y sin trabajar. Los periodistas culturales tenemos tanta responsabilidad con nuestra situación actual que ahora que han ocurrido las fusiones con el área de espectáculos no

ha habido uno que se oponga a estos híbridos. Pareciera que los colegas se sienten aliviados porque ahora trabajarán menos.

“En resumen se ha perdido la responsabilidad social del periodismo. Eso es muy grave porque quien más venda tendrá más páginas, lo de menos será la calidad del contenido. *El Financiero* está es su peor crisis y si ha sobrevivido es porque los periodistas que laboran en él no renuncian a esa promesa de hacer periodismo independiente. El periodismo no es laborar en una oficina donde llegas a una determinada hora, te paras y te vas (que en eso se ha convertido y por eso no hay buenas plumas).

“Esa apatía ha roto con un esquema y nos ha colocado en la disyuntiva de ser un auténtico periodista o nada más trabajar en un periódico. Ser periodista significa tener conciencia de que alguien lee lo que uno escribe y no ser tan irresponsable como para decir ‘ahorita me voy a echar un maquinazo’, a la larga cuando revisen los periódicos en las hemerotecas todo mundo verá cuáles son los defectos de cada uno”.

Queda pendiente hablar del diseño y la imagen de la SCEF. Y al respecto se refiere José David Cano:

“También ha sido un punto débil aferrarse a un diseño y programación establecida, no permitiendo la elaboración de textos que debieran ser publicados urgentemente y con suficiente espacio sino más bien pensados para entrar en determinado lugar. Eso sí, aunque siempre ha dejado sitio para debatir un texto, o valorarlo en su dimensión justa, también es verdad que cuando el editor se aferra a una idea no siempre da el mejor resultado.”

Desde afuera

Los puntos de vista expresados por los reporteros son un ejercicio de autocrítica no exenta de subjetividad. En un afán por contrastar la validez de las generalidades esbozadas por ellos hacía falta conocer el punto de vista del lector, pero no del lector promedio, sino de aquel que por su formación

profesional y académica ha sido entrenado para juzgar lo que se publica cotidianamente en las páginas culturales de *El Financiero*.

El periodista Humberto Musacchio se declara lector frecuente de la SCEF. Sus inicios en el periodismo estuvieron marcados por una serie de sucesos trágicos: participante en la marcha del 2 de octubre de 1968, salvó la vida de milagro y se escondió durante un tiempo en la casa de Manuel Blanco junto con otros simpatizantes del movimiento estudiantil, cada uno de los refugiados tenía que contribuir a los gastos del hogar comunitario y él no fue la excepción. Empezó a colaborar en diversos diarios en 1969.

Fue jefe de las secciones culturales de *El Universal* y de *Unomásuno* donde también fue jefe de redacción. Ocupó la subdirección de *La Jornada* y dirigió las revistas *Kiosko* y *Mira*. Es además autor de varios libros de crónicas y del *Diccionario Enciclopédico de México*, entre otros.

Como editor del suplemento *Comala* que se editó en *El Financiero*, Musacchio ha conocido desde adentro la problemática del diario, pero al mismo tiempo lo aprecia desde una sana distancia. En su hogar-biblioteca, Humberto Musacchio habla acerca de lo que a su juicio distingue a la SCEF del resto:

“Su principal característica es su apertura. Su rechazo a toda forma de sectarismo, y como rechaza todo sectarismo, por supuesto que no lo practica. Lo que practica es una apertura muy saludable en el ámbito cultural. Esto no significa que no tenga una posición clara sobre lo que hay que decir o hacer respecto del acontecer cultural. Creo que si hay una sección cultural que sea firme en sus puntos de vista es precisamente la de *El Financiero* que además expresa con toda claridad el punto de vista editorial, sobre todo el de quien dirige la sección, que es Víctor Roura. Pero tener una posición respecto de los grupos y mafias que operan en este ámbito no significa que tenga que ser sectario, me parece que Roura ha logrado conjuntar estas dos características.”

En el punto de señalar los mayores defectos que aquejan a la SCEF, Humberto Masacchio también se pronuncia:

“La sección tienen menos planas, la nómina siempre ha sido muy reducida, creo que ese es un problema que *El Financiero* nunca ha resuelto. Al menos la dirección del diario ha respetado la sección cultural, cosa que en otros periódicos

no ha ocurrido. Las secciones culturales tienen una característica muy particular: aparecen y desaparecen cíclicamente. Empezamos a vivir un auge cultural que empezó con el nacimiento de *unomásuno*, se prolongó con *La Jornada* y todo periódico que se preciara de tener cierta calidad debía tener una sección cultural y de preferencia un buen suplemento cultural. Fue entonces cuando *El Universal* le dio toda una sección de cultura a Paco Ignacio Taibo I. Desde fines de los setenta hasta los noventa fue un excelente momento, pero ahora vivimos una nueva decadencia del periodismo cultural. En dos décadas, que es lo que tiene al frente de la SCEF Víctor Roura, ocurrieron muchas cosas en todos los periódicos, hubieron altas y bajas.”

Se pregunta a Humberto Musacchio si la SCEF es el reflejo de la personalidad de su editor:

“Tengo la impresión de que la ética y la personalidad de Víctor Roura se reflejan en la sección, él nunca ha recurrido al ninguneo pese a que tiene razones fundadas, sobradas, para practicarlo. Le concede espacio a todo mundo, ordena a sus reporteros que los busquen. Él cumple con su parte y respeta lo que dicen estos entrevistados porque podría hacer un trabajo de edición para ponerlos en ridículo, pero no lo hace. Creo que ha procedido bien, con mucha responsabilidad porque lo que en este país se impone son los vetos. Es de un sectarismo absurdo el periodismo cultural que se practica hoy en día. Estas cosas me hacen pensar que el periodismo cultural es de papillas que se cuecen en su propio jugo y no es el caso de la SCEF.”

Buscando un contrapeso, la opinión de alguien que no tuviera absolutamente ninguna relación con Víctor Roura, ni con el personal de *El Financiero*, se consultó al profesor José Luis Esquivel Hernández. Redactor y fotógrafo aficionado en su juventud, quien se ha desempeñado como docente en la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y realizó un posgrado en la Universidad Complutense de Madrid.

Autor del libro *Periodismo Cultural* (UANL, 2008) y residente en Monterrey, José Luis Esquivel asegura leer con frecuencia *El Financiero* debido a que la UANL recibe ejemplares todos los días que se reparten entre estudiantes y maestros. Esquivel Hernández se dice satisfecho con *El*

Financiero debido a que obtiene “datos significativos de cultura y de lo que ocurre en el resto del país”.

En Monterrey, matiza el colaborador de la *Revista Mexicana de Comunicación* circulan pocas secciones culturales:

“El Grupo Reforma es el dominante, por ello, la sección cultural de *El Norte* es la referencia obligada, hay otra en *El Porvenir* y en *Milenio*, pero todas están muy limitadas en cuanto a circulación. Las secciones culturales no pueden tener la audiencia que su propio medio no les da”.

José Luis Esquivel acepta enumerar las características positivas de la SCEF:

“La de *El Financiero* es a mi parecer una sección de mucha variedad, esa es la palabra que se me ocurre para definirla, de pronto aborda temas poéticos, filosóficos, otras veces vemos referencias a una figura cultural destacada (como Vasconcelos o Reyes), también hay lugar para la música o la cultura popular, entonces logran rescatar una variedad de tópicos culturales. Para mí esto es una grata sorpresa porque si mañana leo *El Financiero* lo mismo puedo encontrar reflexiones sobre temas como libertad de expresión, transparencia, de un libro que está vigente, sobre un poeta que está rescatando métricas, etcétera. La veo bien. Me gusta mucho cómo complementan su nota principal con la columna de la derecha, como una especie de síntesis relacionada con la entrevista principal. Me gustan también las columnas. En lo personal creo que al consolidarse la SCEF como una de las más visibles muestras del periodismo relevante o de relevancia en México se le debería de apoyar con dos páginas más”.

A continuación José Luis Esquivel se adentra en los aspectos menos favorables:

“Basado en las conversaciones que he tenido con otras personas de la UANL que esperan *El Financiero*, he sabido que lo buscan por dos razones, la primera tiene que ver con los tópicos económicos y financieros, desde luego, por esos detalles especializados de los que no se ocupan otros diarios; la segunda razón es por la sección cultural, que buscamos las personas que no somos ni economistas ni tenemos acciones en la bolsa. Lo malo es que se acaba

rápida. Creo que es un periódico que debería tener mucha más publicidad para que enriquezca su contenido.

“No me gusta la parquedad con que dan informaciones y noticias en los cuadros pequeños, a veces uno quiere saber un poco más pero es claro que este espacio ya está comprometido. Supongo que esto ocurre porque son tan pocas las páginas disponibles que resulta mejor sacar las noticias sintetizadas que excluirlas, pero esa es una parquedad que deja al glotón bastante incómodo. Como lector yo reclamo más espacio”.

José Luis Esquivel no pierde ocasión para externar que los diarios carecen de un carácter nacional real, esto en virtud de que la información difundida se centra exclusivamente en lo que ocurre en la capital:

“Se refieren en demasía a lo que es el centro del país aunque reconozco que la SCEF es la que más se abre a lo que ocurre fuera de la capital, pero eso se solucionaría, repito, con más páginas. Si han ganado ya un mercado de lectores, debieran de cubrir más cosas. Entiendo que al tener las empresas tan restringido el espacio para todas las secciones culturales, los editores y reporteros deben estar en una situación incómoda, con muchos acontecimientos en el tintero y con muy poco espacio para reseñarlos, pero me gustaría que una página entera fuera dedicada a los estados todos los días. Estoy seguro que en Hermosillo no nada más hay guarderías incendiadas. Entiendo también que no se puede tener una cobertura total de un país tan grande, pero me gustaría que se cubrieran actividades en las 31 entidades del país, no sólo del DF.”

Es notable la cantidad de coincidencias entre las opiniones de los que hacen la SCEF, como de los especialistas que la juzgan, pero los matices señalados por cada uno de ellos son el mejor ejemplo de la intrincada red de acciones-reacciones que para la mayoría de los lectores pasa desapercibida o peor aún, ni siquiera les importa.

Nota del editor

Al preguntar a otros periodistas de la fuente cultural qué pensaban de Víctor Roura se escuchan infinidad de relatos acerca de un hombre inteligente,

pero irreverente, capaz de embriagarse hasta la inconsciencia en su juventud, un poeta mujeriego incorregible. Si ese hombre existe (o existió) no es materia de este escrito.

Entrometerse en la vida íntima de Víctor Roura (como lo harían los periodistas dedicados a los espectáculos) es ir contra los principios que garantizan la intimidad de toda persona, de lo que se trata es de establecer su capacidad para encaminar los pasos de otros periodistas, sus decisiones al enfrentar circunstancias que han terminado por marcar el rumbo de una publicación que ha cumplido ya dos décadas.

Un testimonio interesante en torno a la personalidad de Víctor Roura fue publicado por el editor y periodista Braulio Peralta:

“Podría parecer un apestado en el periodismo cultural pero no. Hay quienes le reconocemos capacidades profesionales inigualables. (...) Fuimos amigos. Nos conocimos en el periodismo cultural, desde los años 80 del *unomásuno*. Poca gente sabe que vivió en mi departamento, casi un año, cuando él tuvo que dejar su espacio por cuestiones personales. Nos llevamos increíblemente bien. Es un hombre sin prejuicios al que nunca le importó el qué dirían al irse a vivir conmigo, porque todo mundo sabía que yo era *gay*. Aprecio mucho a heterosexuales que no piensan que uno siempre se los quiere coger. (...) Hubo afinidades. Él ama la música: le aprendí mucho. Yo amaba el teatro: él casi nunca iba al teatro. Hablábamos como lo hacen los amigos que intercambian placer mental, por encima de diferencias. (...) Siempre fuimos divergentes en las maneras de ver el periodismo. Yo era dado a buscar exclusivas que nos dieran en las páginas culturales una respuesta inmediata a lo que hacíamos. Él creía mucho en la calidad escritural y eso llevaba más tiempo. Ahora veo que si hubiéramos compaginado las dos cosas hubiéramos sido mejores los dos. Había razón en ambas partes, creo. (...) Él ni siquiera sabe que una vez lo propuse para que le dieran el (Premio) Fernando Benítez en la Feria de Guadalajara. Mi voto fue el único. (...) Víctor Roura es necesario en el periodismo mexicano adocenado. Somos iguales pero al parecer él no se quiso dar cuenta. Por eso nuestras vidas paralelas”.³⁷

³⁷ <http://impreso.milenio.com/node/8629497>

En el afán de evitar especular acerca de la trayectoria de Víctor Roura el Diccionario Enciclopédico de México refiere:

“Nació en Mérida Yucatán en 1955. Estudió comunicación gráfica en la UNAM. Desde 1972 ha escrito sobre temas musicales, principalmente rock, en las publicaciones *Dimensión*, *México Canta* (que dirigió en 1973-75), *Usted*, *El Zeppelin* (de cuyo editor fue asistente en 1976), *Sesión* (de la que fue editor en 1977) y *Melodía Diez Años Después* (que dirigió en 1978-80). En 1981 se incorporó al diario *Unomásuno*, en el que colaboraba desde su fundación, como reportero (1981-82) y jefe de información de la sección cultural (1982-84). En ese lapso colaboró en las publicaciones *La Garrapata*, *El Machete*, *Balletomanía*, *Punto* y *El Buscón*. Ha sido fundador (1984) y jefe de la sección cultural (1984-85) y colaborador del diario *La Jornada*. En 1986 fundó y dirigió por un año el periódico *Las Horas Extra*. Fue jefe de redacción de la revista *Quimera* y desde 1988 editor de la sección cultural de *El Financiero*. Ha sido coordinador de varios talleres de periodismo y guionista del programa Bellas Artes en Radio. Coautor de *Crines. Lecturas de rock* (1984). Autor de *Reflexión tardía* (1977), *Negro del corazón* (1984), *Apuntes de rock. Por las calles del mundo* (1985), la novela *Polvos de la urbe* (1987) y *Diaria Escritura* (1988).³⁸

La referida síntesis no da cuenta de que Víctor Roura también es autor de otros libros, como *Cultura, ética y periodismo* al que citamos para establecer lo que distingue las políticas informativas de la sección cultural de *El Financiero*:

“La cultura continuará en su búsqueda de un significado preciso, ya que, por ahora, su definición es ambigua por lo inabarcable de su estadio, pues si bien de ser un recipiente ordinario de las <<sobras>> de otros departamentos, la zona periodística cultural ha pasado a ser un sitio respetado dentro del cuerpo de un diario, ello no quiere decir que *todas* las secciones de cultura de los periódicos (...) coincidan en sus apreciaciones periodísticas: cada zona es mantenida por un distinto clan cultural, con diferentes intereses, con sus respectivas mitificaciones. Hay incluso manipulaciones que parten desde la misma área de redacción, manipulaciones culturales para ensalzar o vituperar a

³⁸ *Diccionario Enciclopédico de México*. México, Andrés León editor, 1989, p.1781

tal o cual grupo artístico o intelectual: la cultura apropiada, mal distribuida, mafiosa, puede representar también un peligro.

“Nadie tiene la última palabra sobre el significado íntegro de <<cultura>>. Pero el periodista cultural, el no sectorizado, el no integrado o adaptado a ciertos grupúsculos, el autónomo, por trabajar a diario el tema, lo aprehende más que otros. Sabe que un aspecto cultural puede hallarlo durante una comida de los senadores o en un reventón de Tepito. O en una sequía que pronto descubre un pueblo muerto. O en un noticiero televisivo”.³⁹

Es claro que para Víctor Roura no es válido ni digno convertir nimiedades en notas principales, y mucho menos privilegiar lo dicho o hecho por un solo grupo o individuo. La misión que ha encomendado a quienes laboran con él como diaristas es conversar con fuentes de primera mano los hechos a informar —de ahí que la entrevista sea el género periodístico que da origen a la mayor parte del contenido que presenta la sección ante el lector—sin perderse en la trascendencia social de la información. Al mismo tiempo es menester escribir la información recabada de una forma amena, lo más apropiada para cada tema, con un estilo propio.

Lo anterior queda resumido en palabras que Víctor Roura ha dejado por escrito:

“El periodismo, en efecto, es mucho más que la redacción diaria. Es la exploración de la escritura. Literatura diaria. Pero expresivamente efusiva, provechosa socialmente, pródiga en su contenido escritural, no benéfica sólo con sus periodistas protagónicos, no explosión ruidosa de las letras, no egolatría expansiva, tal como aconteció en la década de los sesenta en el siglo XX con la irrupción del *new journalism* en Estados Unidos, catapultando a unos cuantos personajes que se opusieron, con bravura, a los cánones establecidos por la prensa conservadora, que no modificó sus reglas”.⁴⁰

Víctor Roura también distingue periodistas de diaristas de un modo tajante:

³⁹ Víctor Roura. *Cultura, ética y prensa*. Croma Paidós, p 78 y 79

⁴⁰ Ibid, p. 104

“Periodistas son probablemente todos aquellos a los que se les edita ocasionalmente un texto en alguna publicación periódica, pero diaristas son aquellos que se enfrentan a diario con su prosa informadora”⁴¹

De tal suerte que si en la SCEF aparece una nota acerca de la apertura de un museo dedicado al pulque en el Estado de Hidalgo, los recientes cambios en la legislación de medios de comunicación, las voces de personalidades académicas, literarias o científicas es, en primera instancia, por decisión del editor, pero en gran medida obedece a la determinación, evaluación y juicio del reportero-diarista o del colaborador-periodista que la firma.

Ésta es una diferencia operativa crucial en relación con otras secciones culturales donde la extensión y contenido central de la información ya ha sido determinada por el editor, que es generalmente quien dicta las órdenes de trabajo y casi nunca acepta modificación alguna a su plan.

Víctor Roura se hizo conocido entre los lectores y reconocido en el gremio periodístico, sobre todo al principio de su carrera, por dedicarse a informar sobre rock, una manifestación que por entonces era considerada contracultural, no alineada, *underground*. Para Roura el sentido y propuesta del rock han dejado de ser atractivos y se ha enfocado en otros asuntos, quizá un tanto llevado por la vorágine informativa que todo editor enfrenta. A veinte años de haber tomado las riendas de la sección cultural, él mantenía claro su interés por la música, la poesía y la narrativa, temáticas constantes e infaltables en la sección.

Las preocupaciones de Víctor Roura se han dirigido a la disfuncional ética periodística, asunto que eligió como tema central en el 20 aniversario de la Sección Cultural (edición especial publicada del 28 de julio al 2 de agosto de 2008) y del que constantemente da cuenta en las páginas de *El Financiero*.

Víctor Roura no concede entrevistas para televisión, pero es sintomático que jamás lo busquen sus colegas de otros diarios (en 2007 publicó cuatro libros y ninguno fue comentado por el gremio), aunque siempre otorga unos minutos a los pasantes que lo consultan para elaborar sus tesis. Tal vez lo hace porque sus esperanzas están puestas en un futuro incierto representado por los aprendices de periodistas.

⁴¹ Ibidem

La reportera Carmen García Bermejo ha trabajado con él desde 1991, es la decana de la sección Cultural. Según su testimonio, Roura dista de ser el editor perfecto pero reconoce en su labor características sobresalientes:

“El editor —afirma García Bermejo—es determinante del destino de cada espacio periodístico. Uno lo puede ver en *El Universal*, *Milenio*, *Proceso*... Hay que distinguir: una cosa es el estilo y otra son los intereses. En el caso de *El Financiero*, Víctor Roura ha definido qué es lo que quiere hacer con el periodismo cultural, cosa que se ve en editores como Ariel González de *Milenio*, ese hombre no discrimina, él sabe de intereses nada más. El periodista se refleja en el tipo de periodismo que hace. Es lo que escribe y no puede fingir. No digo que Víctor es el editor ideal pero es alguien que permite a sus reporteros desarrollar sus aptitudes individuales como periodista y eso es muy difícil de encontrar.

“Otros editores aunque aprecien ciertas habilidades individuales en sus reporteros, cortan sus posibilidades. Cuando dejé de ser colaboradora externa de *El Financiero* y pude ingresar a la planta laboral, Víctor me dijo que me fijara muy bien, porque con él no hay órdenes de trabajo como en todas las demás secciones. Yo había trabajado en *Notimex* donde tenía de tres a cuatro órdenes diarias: antes de cubrir la conferencia de prensa de las 11 de la mañana tenía que haber enviado ya la nota de la noche anterior. En la agencia desarrollé la disciplina de escribir mañana, tarde y noche, pero donde aprendí a escribir fue con Roura. Esto lo atribuyo a que la dinámica de agencia informativa lleva al reportero a no saber ni qué está escribiendo o simplemente a transcribir boletines. Otra forma a la que recurren los periodistas de agencia es a redactar notas bajo el socorrido esquema de ‘dijo’, ‘precisó’, ‘añadió’ y ‘concluyó’. Con Víctor Roura no se puede hacer eso, el ritmo que lleva la sección permite a cada reportero planear sus textos y su información, esa circunstancia deriva necesariamente en el desarrollo de un proyecto individual como periodista.

--Esta sería, en tu opinión, la mayor ventaja de trabajar con Roura?, se le pregunta a Carmen García Bermejo.

--Nadie puede negar que Víctor respeta hasta donde más puede el estilo individual y el proyecto de cada uno de nosotros, cuando no está de acuerdo nos

confronta: eso es lo que debería hacer un editor. Ser editor es muy distinto a ser domador.”

--A Víctor Roura también se le ha atribuido ser el descubridor y maestro de un par de generaciones de periodistas hoy prestigiados.

--Eso es un mito. Todos los que han pasado por la sección cultural de *El Financiero* (me acuerdo en este momento de gente como Marco Lara Klahr, César Güemes y Óscar Enrique Ornelas) ya traían la vena periodística clara. Lo que es muy cierto es que Víctor Roura tiene la habilidad de detectar qué veta trae cada quien y la sabe explotar. Como jefe, Roura sabe respetar los intereses de cada reportero y sabe quién le ayuda a abordar mejor determinado tema. Esa cualidad no la tienen todos los editores. Una vez que el reportero alcanza cierto nivel de calidad, Víctor no permite que decrezca. Siempre exige más”.

En cuanto al cómo trata Víctor Roura a sus colaboradores externos, no son pocos los que se acercan a él para proponerle reseñas literarias. Las reseñas son los únicos materiales que rechaza prácticamente sin leerlos aunque siempre deja claras sus razones, un asunto del que dejó constancia en su columna semanal:

“Las secciones de reseñas bibliográficas en las revistas y suplementos culturales del país son completamente inútiles --escribió Roura--, ya que centran sus críticas (es un decir) sólo en la gente que los rodea, de modo que su circuito acaba circunscribiéndose en un ámbito meramente sectario. Esto, por supuesto, no es nada nuevo, pues la fabulosa idea (la de exaltarse a sí mismo, la de no mirar más allá de sus fronteras amigables, la de ignorar a todo aquel que no pertenezca al club) pervive desde el nacimiento de la moderna prensa cultural, fundada por Fernando Benítez a mediados del siglo XX, quien no dejó nunca de halagar a su racimo de amistades aunque allí navegaran algunas mediocridades que el tiempo, a fuerza de mencionarlas hasta convertir sus nombres en necesarias referencias literarias locales, ha hecho míticas. Quién sabe que por qué, pero el medio periodístico cultural ha nacido mezquino, y así se ha desarrollado, en ese entristecido modelo, a lo largo de las décadas. Por ejemplo, en *Letras Libres* la publicación que dirige Enrique Krauze, no hay espacio para los que no simpatizan con ese proyecto (...) Y, por el estilo, habría que ver los

suplementos de *La Jornada* o de *Reforma* o de *El Universal* donde sus respectivos colaboradores son lo más grande, literariamente hablando, que Dios ha podido otorgar a este mundo”.⁴²

Ejercer el cargo de editor no ha sido sencillo para Víctor Roura, quien ha compartido con sus lectores algunos de los sinsabores de su oficio:

“Si un editor no acepta sino unas cuantas colaboraciones en su sección, particularmente de sus amistades y de las imposiciones de la dirección, malo; pero si jamás cierra las puertas editoriales de sus páginas y recibe a numerosos colaboradores, también malo. En el primer caso, por enfado de quienes no pueden acceder a esa tribuna, a la que consideran exquisitamente inaccesible, elitista, sectaria; en el segundo, por el paradójico enfado de los propios colaboradores, que no quisieran que entraran más voces para perpetuarse ellos en el espacio que ya consideran suyo, incluso por el encima del verdadero propietario: el editor”.⁴³

Lo más aterrador que pueda sucederle a un reportero que está en la redacción donde labora es que su editor lo mande llamar. Semejante ocasión suele ser el prelude de tres escenarios: uno, el reportero cometió un error; dos, el reportero recibirá una misión muy especial, o tres, deberá firmar su renuncia muy pronto.

Sentarse frente a un editor para cuestionarlo es un sueño acariciado por todo reportero, en la SCEF los reporteros no experimentan terror ante su editor. Acaso han escuchado a Víctor Roura alzar la voz en una o dos ocasiones.

Encorvado, en un extremo del pequeño cubículo donde se halla su escritorio, con su característica cabellera ensortijada, Víctor Roura sonríe con serenidad. Se adivina en sus ojos razgados la preocupación de ser interrogado por alguien que no había nacido cuando él ya era periodista.

A sus 54 años, deja escapar un suspiro profundo y se dispone a expresar su opinión sobre los rasgos que hacen a la SCEF distinta de otras. Casi susurrando afirma que las secciones de cultura establecidas en los diarios, “no

⁴² Víctor Roura. *El Financiero*. Hormigueando (columna). Sección Cultural. Martes 13 de febrero de 2007, p. 34

⁴³ V. Roura. *El Financiero*. Hormigueando (columna). Sección Cultural. Miércoles 13 de junio de 2007, p 53

en los suplementos” carecen de “una metodología” para seleccionar las notas relevantes de cada día.

El periodista hace una pausa y entrecruza las manos sobre su regazo, se acomoda en la silla medio desvencijada antes de continuar su discurso:

--En la fuente política hay cosas que necesariamente hay que cubrir. En la fuente cultural no existe esto. Cada sección de cultura ha establecido su riguroso orden digamos de ‘información’. Esto ha creado muchos problemas porque para una sección en el día lo importante es la presentación de un libro de ensayos, para otra sección es un convocatoria de danza. Esto sucede porque en la cultura no hay órdenes establecidos. Yo creo que una de nuestras fortunas es tratar de ser lo más plurales que se pueda, sin importarnos tanto los nombres.

“En *La Jornada* y en *unomásuno*, donde yo trabajé, algunos compañeros periodistas decían que había que competir arduamente con *Excélsior* o con otros periódicos. Yo nunca entendía qué era competir en cultura porque no teníamos que competir. Competir significaba para ellos saber quién sería el próximo Premio Nobel antes que los otros, lo cual me parece absurdo porque tal premio se da a conocer un día al año y todo mundo se entera. Competencia para mí es asunto de competir con uno mismo. Es ser competente en lo que uno hace, porque finalmente todo la información que llega (a la redacción) uno la distribuye en las páginas; es decir, lo importante es que el lector se entere de lo que hay, no ocultarle nada a pesar de que mucha información que pasa en el ámbito cultural puede despreciarnos a nosotros mismos (los periodistas). Eso no debe de importarnos, lo que debe importarnos es la información misma. Creo que ésta es nuestra ventaja y la forma escritural. Aquí cuidamos la forma, cómo decir las cosas”.

El editor trata de ejemplificar su teoría de la competencia con un ejemplo más concreto:

“La ‘competencia’ en los otros periódicos que todavía tienen secciones de cultura consiste en hacer una entrevista a Óscar Chávez en marzo, aunque él se presente en agosto, porque eso quiere decir que ya le ganaron a todos. Eso para mí no es periodismo. En agosto, cuando llega el concierto de Óscar Chávez,

nadie lo menciona porque ya lo dieron a conocer desde marzo y porque ya están tratando de ganar otra información que se va a efectuar en diciembre”, destaca.

Prácticas de este tipo, sostiene Víctor Roura, no benefician ni al lector, ni al periódico, pero están muy arraigadas en la prensa mexicana, lamenta:

--Ahora los periodistas están preocupadísimos porque a mediados de octubre Bob Dylan sacará un disco de canciones navideñas y seguramente van a hacer biografías y a ponerlo en sus portadas, lo cual me parece absurdo. Cuando salga el disco comentaremos el disco; finalmente todo mundo ya lo va a saber porque la televisión mete esas notitas, porque la prensa no debe competir nunca con la información mediática. Jamás. Es otro su papel, es más reflexivo, se dicen otras cosas, se escribe mejor. Yo no creo en la competencia, creo en la información veraz para un lector. Siempre lo he creído así”, reafirma.

La interlocutora de Víctor Roura le pregunta sobre los puntos débiles de la sección que ha coordinado poco más de dos décadas. El también poeta entrecierra los ojos, desplaza su torso el frente y fija la mirada en un punto perdido. Reflexiona dos o tres segundos antes de pronunciarse:

“Nuestros puntos débiles están centrados en nuestras pocas páginas, en que quisiéramos publicar más cosas y luego nos damos cuenta que es necesario decidir qué sacar. Y también es un punto débil que dentro del propio periódico la información de agencias nos llega dos días después, cuando los demás periódicos las reciben a tiempo, pero un periodista de cultura no puede estar revisando las agencias sino que debe estar trabajando aquello que pasa en el día. Tampoco tenemos corresponsales. Cuando vino el pintor Fernando Botero a Monterrey me fié de un corresponsal que me envió una nota totalmente falsa, acartonada. Uno cree en un corresponsal porque está puesto por el periódico. Eso también es un defecto. Uno no tiene la información precisa de lo que sucede en los estados, que es un aspecto muy importante.

“Otra circunstancia es que los sueldos no son equiparables a los de los reporteros de las secciones Política y Sociedad del propio periódico y esto de alguna manera desanima a los creadores de la prensa cultural; no es culpa nuestra pero hay que remarcarlo porque es un defecto, uno finalmente tiene que alimentar y estimular a su gente. A veces esto no es posible.

“En el caso de los colaboradores, muchos de ellos tienen otros trabajos, a veces viven mejor que un periodista, pero hay que satisfacerlos pecuniariamente y eso no es posible porque el problema está en que las secciones culturales no están alimentadas económicamente. Con cinco colaboradores fijos, podemos abarcar menos de lo que abarcan otros periódicos. Eso es un problema gravísimo, en nuestro caso ha sido el ánimo de los colaboradores lo que nos alimenta y no al revés. En *Reforma* creo que hay 6 colaboradores y 8 fijos, en *La Jornada* hay 5; en *Milenio* hay más, pero aquí la nómina se ha alzado hasta 70 colaboradores lo cual se nos complica mucho porque todos quieren colaborar y se satura la sección”.

El editor calla de nuevo. Escucha una nueva pregunta. Esta vez su interlocutora quiere saber si la crisis en el periodismo cultural es producto de circunstancias sociopolíticas o un asunto causado por los propios periodistas.

“No creo que sea una cuestión derivada de los sistemas políticos – responde--, creo que son circunstancias internas de los propios periódicos, es decir la ignorancia de los directivos que van cerrando los canales. Por qué lo digo, porque finalmente hoy en día la industria mediática ha impuesto órdenes establecidas de cultura y espectáculos, ha impuesto también estas ideas a las directivas de los diarios que han creído en que aquello que vende son las *vedettes*, los malos cantantes y actores que pese a todo tienen mucho éxito mediático y los ponen en las portadas cotidianamente. Esto no significa un ciclo establecido por una política gubernamental, significa que la ignorancia de los que rigen los medios de comunicación están siendo más regidas por las industrias mediáticas y que no entienden lo que significa el aspecto cultural.

“No creo, por ejemplo, que periódicos como *Excélsior* o *El Universal* restablezcan las secciones de cultura. Si creyéramos que esto es una cuestión cíclica podría esperar un futuro auge de las secciones culturales, pero no será así. Creo que la ignorancia y la desilustración van ganando cada vez más a la industria de papel, esto ha sido cosa de muchos años donde poco a poco se ha hecho a un lado lo cultural pero, sobre todo, porque los directivos entienden que no reciben dinero de cultura, y como su propia ignorancia no les da para pensar que la cultura puede enriquecer al ser humano en sus vivencias personales, no

les importa un ápice. Ellos en verdad creen que eso le gusta a los seres humanos sin pensar en los enriquecimientos culturales. Creo que ahora sí la desaparición de las secciones culturales está siendo, aunque muy lenta, definitiva”.

El editor fija la vista en sus manos, echa otra vez la espalda hacia atrás, se recarga. Escucha de nuevo. Ahora se le pregunta qué papel han jugado los periodistas culturales en ese panorama tan adverso. Su respuesta es en realidad una sentencia:

“Los periodistas (de cultura) son desinteresados en la propia cultura. En el trabajo cultural tiene que participar la juventud pero las nuevas generaciones son mediáticas, les interesan más otros canales que la cultura como uno la concibe -- las letras, el enriquecimiento interior, las grandes obras artísticas--. A los nuevos periodistas lo que les interesa es la fama, la masividad. Aparte de la mezquindad de los periodistas culturales está la grave desilustración mexicana que eso es lo que va a acabar con todo. La visión humanista quedó relegada para darle paso a la visión mediática. La visión humanista era lo que pervivía en las secciones de cultura, donde uno hallaba al ser humano en toda su extensión, no como se ve ahora a los artistas, como esos seres industriales que pueden producir dinero de la noche a la mañana. Esas cosas no suceden en el arte de la cultura periodística”.

Se cumplen las cortesías. La reportera agradece al editor su gentileza. Roura arrastra su silla frente a una computadora que también ha funcionado por casi dos décadas, se apresura a seguir escribiendo sus columnas, revisando textos, respondiendo llamadas, distribuyendo órdenes hasta que algo, alguien, se lo impida.

Reflexiones finales

La sección cultural de *El Financiero* llegó en 2008 a su vigésimo aniversario sin fanfarrias pero activa. En el lapso de la investigación que abarcó hasta el aniversario 21 de la misma, cumplidos en los primeros días de agosto de 2009, la de por sí siempre frágil situación económica del diario se ha agravado tanto como la del resto de empresas que sortean la crisis más grave de los últimos 30 años, como lo han reconocido las autoridades de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

A pesar de los vaivenes monetarios, la sección cultural de *El Financiero* (SCEF) mantiene un espíritu de continuar a contracorriente. Por un lado lucha por mantenerse ajena a las prácticas que han convertido al periodismo en un escaparate de intereses públicos, privados y estatales, tendencias no siempre útiles para el ciudadano común que necesita información detallada, específica, más que un bombardeo de datos sin contexto, información que le resulte trascendente para tomar decisiones importantes, tanto en su vida individual como en su carácter de ciudadano.

Por otro, hace un esfuerzo constante para no ceder terreno y mostrar que aún en un diario donde la situación no es boyante, se puede seguir haciendo periodismo cultural con pocos recursos, pero firmemente cimentado en la tradición de la información veraz, imparcial y oportuna, bajo los preceptos marcados por una ética periodística encaminada a promover la responsabilidad social de los medios de comunicación y de sus representantes.

En un balance general las características más apreciadas por periodistas y lectores de la SCEF son:

a) Es la única donde se publican todos los géneros periodísticos y eso es algo muy apreciado por los periodistas que laboran en ella.

b) Mantiene la pluralidad, evitando ceñirse a un grupo cerrado de artistas, escritores y académicos, aunque es inevitable que quienes permanecen cercanos al editor, los reporteros y colaboradores de la sección cultural hayan tenido más oportunidades para publicar sus textos o difundir en las planas de *El Financiero* sus propuestas artísticas, académicas, críticas, etcétera.

c) No promueve los vetos hacia ningún personaje, grupo o tendencia.

d) Mantiene una vocación para denunciar e informar con estricto apego a la ética periodística, prueba de ello son las constantes notas que señalan las erratas una y otra vez, otra práctica en desuso en otros diarios.

e) Permite a sus colaboradores y reporteros las condiciones temporales e ideológicas para desarrollar trabajos de investigación profunda, análisis, ensayos y reportajes.

d) A pesar de que sacrifica la inmediatez de buena parte de la información que publica, consigue veracidad y profundidad en los datos que ha publicado.

f) Conserva un estilo distintivo.

No obstante, y como también se ha expuesto, la SCEF dista de ser la ideal y entre sus puntos más débiles han sido enumeradas:

a) Deficiente cobertura de artes escénicas y plásticas.

b) Sus colaboradores y reporteros no se sienten suficientemente remunerados en sus salarios. Un dato sintomático es que, en promedio, cada uno de los colaboradores externos de la SCEF reciben en pago 400 pesos por trabajo publicado (dependerá de la extensión y el género) y otros han aceptado voluntariamente no recibir remuneración económica. En cambio, el salario de los reporteros oscila entre 6 mil y 10 mil pesos.

c) Está confinada a un máximo de cuatro páginas que resultan insuficientes para reseñar a cabalidad el acontecer cultural. Además, por tratarse de un diario que no aparece los fines de semana, las notas publicadas suelen salir con retrasos, un riesgo considerable en un mercado mediático que exige inmediatez.

d) Sus reporteros y colaboradores se centran en temas literarios.

e) Como el resto de las secciones y suplementos culturales nacionales, concede poca atención a los acontecimientos ocurridos fuera de la capital.

Muchas de las particularidades documentadas en la SCEF no son *sui generis*. Si bien se ha dado cuenta de las distintas situaciones que afectan una sección cultural en particular, al menos a tres tópicos: las consecuencias de la crisis económica han sido devastadoras para las secciones culturales; dos, los niveles socioculturales en México, factor que dificulta el florecimiento intelectual de lectores que demandan información especializada en artes, humanidades y

ciencias; y, tercero, las malas prácticas de los periodistas que no manejan principios éticos elementales, son condiciones en las que subsisten la mayoría de las secciones culturales en los diarios mexicanos.

Si bien las presiones económicas en torno a la empresa periodística analizada (altos costos del papel, menores ingresos por concepto de publicidad, deudas con el fisco) han obligado en los últimos dos años a ir reduciendo las páginas culturales de *El Financiero* ni siquiera se adivinan planes inmediatos de cerrarla.

En la primera mitad del 2009 la posibilidad de fusionar cultura con espectáculos fue un proyecto plausible para la dirección de *El Financiero*, pero el hecho no pasó de ser un rumor más.

Cabe hacer notar que la sección de espectáculos (Agenda del espectador) fue creada en 1995, siete años después que la sección cultural, y apenas en 2007 nació la sección Turismo –sección que aparece quincenalmente— así como *El Financiero en línea* --versión digital del diario que reporta noticias culturales sin tener nada que ver con la sección cultural que encabeza Víctor Roura--.

Ambos hechos serían indicadores de que a pesar de mantener una línea conservadora, *El Financiero* no es inmune a las tendencias más novedosas del mercado informativo, de modo que si las presiones persistieran la fusión de la sección cultural con Agenda del Espectador podría ser factible.

Cuando un reportero ha ejercido su oficio durante una década, la prisa cotidiana dificulta encontrar las condiciones propicias para reflexionar acerca del propio quehacer; aún más difícil le resulta hallar un espacio para discutir el desempeño colectivo. El presente ensayo buscó romper con esa inercia y volvió los ojos a temas que ayudan a entender el propio desempeño profesional. Por ejemplo, el tema relacionado con la cobertura predominante de actividades literarias fue discutido en una junta de trabajo por el editor y los reporteros de la SCEF a fines de 2009 y derivó en un incremento en la cobertura de actividades teatrales, arquitectónicas y relativas a las artes visuales.

Afirmar que las SCEF se mantendrá diez años más sería improbable, pero

no imposible. La vocación de informar y la necesidad de expresión, características inherentes a todo periodista encontrarán un cauce de modo que lo que conocemos como secciones culturales podrá intercalarse con la información política, social o de espectáculos, no obstante seguirá siendo periodismo cultural.

Más allá de la situación que guarda la SCEF, los escenarios posibles para el desarrollo del periodismo cultural dependerán de dos tipos de factores: los que están en manos de los periodistas y los que están en manos de los dueños de los medios de comunicación.

A los primeros les corresponderá cuidar la calidad informativa, íntimamente relacionada con el cumplimiento de normas y valores éticos y deontológicos; la capacidad de replantear y restaurar una comunicación eficiente con un público cada vez menos deseoso de leer.

En este sentido no se trata de resignarse y proveer al lector de contenidos *light*, tampoco de conformarse con textos eruditos para una élite, sino de hallar un equilibrio en el afán de atender tanto al público no especializado a través de material periodístico de divulgación, como alternando material que no decepcione al público lector más capacitado y conocedor.

Esto es un acierto en el caso de la SCEF, pues se ha conformado una plantilla de colaboradores amplia, diversa, perteneciente a distintas generaciones para abordar temas especializados, mientras que los reporteros de planta se dedican a responder qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué del acontecer cultural.

Lo que está faltando, en todo caso, es encontrar la manera de aprovechar mejor la Internet, herramienta que llegó para quedarse. Al respecto, Víctor Roura no es un periodista al que le interese tener presencia en la web, está convencido de seguir haciendo lo que sabe hacer: una sección cultural impresa que a simple vista mantiene mucho de suplemento cultural.

Si bien los periodistas pueden dar a conocer sus artículos, entrevistas, crónicas y reportajes en una página web, blog o twitter, la influencia que podrían alcanzar se diluiría tanto que no habría gran diferencia entre ellos y cualquier otro cibernauta bien informado. Indiscutiblemente, la misión del periodista reviste su auténtica función como parte de un colectivo.

En cuanto al destino de las secciones culturales, será crucial empezar a construir puentes entre los distintos grupos de periodistas especializados, plantearse una conciencia gremial como una forma de defender la importancia de la fuente cultural misma, no desde la perspectiva de la cercanía amistosa o de la complacencia, sino en pro de adecuar los espacios informativos dedicados a la creación artística con las necesidades de una sociedad contemporánea.

El factor determinante para la subsistencia de las secciones culturales y para el periodismo cultural en sí mismo, será la capacidad autogestiva y la solidaridad que logren desarrollar entre sí los periodistas que se dedican (o que se quieran dedicar) a esta especialidad.

En medio de la lógica empresarial que dicta la desaparición de todo aquello que no resulte autosustentable, habría que empezar en la práctica por demostrar que las publicaciones culturales tienen lectores, son rentables y hay quienes pueden proveer esa información con solvencia, sólo en esa medida podrán recuperarse los espacios que se han perdido, lo cual podría suceder una vez que la crisis económica --principal pretexto para los recortes de los espacios informativos culturales-- dé un respiro tanto a empresarios como a periodistas.

Para contextualizar un poco acerca del pasado y el presente de la SCEF, hace diez años Olivia Flores Arvizu, autora de la tesis *La sección cultural de El Financiero, historia de una propuesta crítica y contestataria en la prensa cultural contemporánea (1988-1998)* señalaba que quienes laboraron en dicha sección buscaban generar noticias más allá de las declaraciones incendiarias o de los boletines oficiales, como ocurre hoy. Ellos, como los actuales reporteros buscaban la forma de presentar a su lector una prosa distintiva.

Olivia Flores Arvizu afirmó en sus conclusiones que el periodismo cultural del siglo XX no había alcanzado el nivel “trascendental” que poseen otras fuentes, como deportes o política “sencillamente porque no puede financiarse a sí mismo”. Por el contrario, la prensa cultural alcanzó un nivel trascendental en el siglo pasado y de ello da testimonio Sonia Morales Barrera en su tesis *De los suplementos a la información cultural: el periodismo cultural no es difusión cultural*, al sostener que tanto las secciones culturales como los suplementos culturales lograron conquistar “un espacio fijo para las noticias de actividades

culturales” mediante un proceso que inició a finales de la década de los sesenta, a la par de la ampliación de la cobertura informativa generada por los Juegos Olímpicos. Tal proceso dio pie a que en la década de 1980 las secciones y suplementos culturales se volvieran una pieza infaltable en los diarios nacionales e incluso consiguieran llenar las primeras planas de los diarios más influyentes.

Lo que posiblemente ocurrió a Olivia Flores Arvizu fue que confundió los factores puramente periodísticos con las condiciones económicas: es incuestionable que las secciones culturales lograron trascendencia (y brillo) gracias a los méritos de periodistas, quienes a final de cuentas lograron convencer a los dueños de los medios de comunicación del valor de sus proyectos; sin embargo, de forma simultánea a este proceso, las condiciones del mercado informativo fueron cambiando, como lo hicieron también las necesidades informativas de los mexicanos (alfabetizados pero poco sensibles a los temas literarios, humanísticos, científicos y artísticos), de modo que al final del siglo XX y principios del siglo XXI se dieron todas las condiciones necesarias para que los dueños de los medios de comunicación, desesperados por gastar menos y generar ganancias rápidamente, optaran por sacrificar las secciones y suplementos culturales.

Quizá la peor de las consecuencias al aceptar el decremento de las actividades relacionadas con el desarrollo cultural se dejan sentir fuera de las redacciones y toman una forma concreta en las calles. En los párrafos finales del reportaje *El Sha o la desmesura del poder*, de Ryszard Kapuscinsky, se ilustran muy bien las consecuencias que puede traer la descomposición cultural de una nación entera, esto en voz de un vendedor de alfombras, identificado en el relato como Ferdusi, quien reflexiona a propósito de la guerra civil ocurrida en Irán:

“Recuerde usted que lo que permitió a los persas seguir siendo persas durante 2 mil 500 años, lo que ha permitido que sigamos siendo nosotros mismos, a pesar de tantas guerras, invasiones y ocupaciones, no ha sido nuestra fuerza material sino espiritual, nuestra poesía y no la técnica, nuestra religión y no las fábricas. ¿Qué le hemos dado al mundo nosotros? Le hemos dado la poesía, la miniatura y la alfombra. Ya ve usted, desde un punto de vista productivo, todas ellas son cosas inútiles. Pero justamente por medio de ellas

nos expresamos nosotros mismos. Nosotros hemos dado al mundo esa inutilidad tan maravillosa y tan irrepetible. Lo que hemos dado no sirve para facilitarle la vida a nadie sino para adornársela, si es que, claro está, tiene sentido tal distinguo (....) Desenrolla usted una alfombra en un desierto quemado, espantoso, se echa sobre ella y le parece estar tumbado en el más verde de los prados. Sí, nuestras alfombras recuerdan prados floridos (...) De modo que, viviendo en un desierto desnudo y monótono, vive usted en un jardín que es eterno, que no pierde ni el color ni la frescura (...) y entonces usted se siente bien, se siente elegido, usted se encuentra cerca del cielo, es usted un poeta”.

Cabría ahora preguntarnos: ¿Qué hace a los mexicanos, después de casi doscientos años constituidos como nación, sentirnos orgullosos? Las respuestas podrán ser variadas, pero todas estarán ligadas con aspectos culturales. Por desgracia, en México cuando el presupuesto falta las primeras dependencias e instituciones que sufren recortes son las educativas y culturales. Tal práctica es considerada por muchos “lo que ocurre siempre”, como si el hecho fuera justificado.

El momento que nos está tocando vivir en 2009 (la recomposición mediática, económica e ideológica) nos coloca en una encrucijada mucho más compleja a la que prevalecía en 1999, 1989 o 1969. Las crisis sucesivas experimentadas por los mexicanos en los últimos 40 años suponen un desgaste material y espiritual de proporciones incuantificables, de modo que conformarse con “lo de siempre” no detiene el proceso de descomposición sociocultural que ha encontrado su mayor expresión en las crecientes violaciones de los derechos humanos fundamentales a lo largo y ancho del país.

Entre los periodistas y comunicólogos que han abordado el desarrollo de las secciones culturales en el periodismo nacional hemos recurrido a Humberto Musacchio, quien opina que la desaparición del periodismo cultural no es factible:

“Siempre que hay una crisis económica lo primero que se les ocurre a los administradores de los periódicos es suprimir la sección o el suplemento cultural, o en el mejor de los casos quitarles recursos y páginas. Esto pasa porque los dueños de los periódicos y los administradores parten de un supuesto: la sección

cultural no es negocio. Si nos fijamos mejor veremos que la sección internacional es peor negocio que la cultural porque no tiene anunciantes, y sin embargo no deja de aparecer; en cambio el periodismo cultural se ha hecho en los últimos treinta años de anunciantes importantes (de plana completa, de media plana). Hoy existen instituciones que se anuncian diariamente en las secciones culturales como son el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), los institutos nacionales de Antropología e Historia (INAH) y Bellas Artes (INBA), editoriales como el Fondo de Cultura Económica (FCE) y tantas otras, además están las instituciones académicas como la UNAM, UAM, UACM e institutos de educación superior particulares.

“Ese argumento –continúa Musacchio-- de que el periodismo cultural no es negocio es absolutamente falso y sin embargo sigue vigente. Si uno le pregunta a los administradores por qué siempre suprimen primero las secciones culturales, ellos responderán que tienen que recortar gastos pero los gastos que ocasionan las secciones culturales son ínfimos, muy pequeños en relación con lo que le dejan a los diarios. El resultado es que si no hay espacio para las secciones culturales no habrá anunciantes propios de ese sector y esa pérdida no la ven los dueños ni los administradores de los periódicos. Esto que está pasando yo le he visto unas dos o tres veces en los cuarenta años que llevo en el periodismo, cíclicamente se dan cuenta de eso y vuelve a producirse cierto auge del periodismo cultural”.

Hasta ahí la voz de Humberto Musacchio. De una revisión de la historia del periodismo cultural se desprenderá que efectivamente, la existencia del periodismo especializado es una necesidad en las sociedades de todos los tiempos y de la plática sostenida con ambos se rescatan sus opiniones en torno a uno de los debates más trascendentes entre los comunicólogos hoy en día: ¿el periodismo virtual desplazará a la prensa escrita?, se le pregunta de nuevo a Humberto Musacchio.

Estudioso de lo que ocurre alrededor de las cuestiones mediáticas, el autor de la columna *La República de las Letras* tampoco cree en la extinción del periodismo escrito:

“Hay quienes creen que las ediciones electrónicas acabarán por sustituir las ediciones impresas, creo que en México estamos muy lejos de eso. El periodismo impreso es el que marca la pauta y el que define rumbos y lo seguirá haciendo durante un buen rato. Éste es un país de pobres pero también habría que considerar que los periódicos impresos también son para una minoría que llega al 2.5 por ciento de la población, según entiendo. En Estados Unidos algo así como 3 de cada 4 personas tienen una computadora, en México ese porcentaje es infinitamente más bajo, hablamos de un 20 a 25 por ciento de la población que tiene acceso a una computadora (esto no quiere decir que posea una computadora) entonces la distancia para que lleguemos a ese punto y para que los *blogs* puedan ser tan importantes como para sustituir al periodismo escrito aunque a la larga no le resto importancia a este periodismo electrónico.

A pregunta expresa sobre la decreciente presencia del periodismo cultural, el académico José Luis Esquivel hace notar que esta crisis económica ocurre en otros países, incluso en Estados Unidos donde los directivos del *Boston Globe* estuvieron negociando con sus trabajadores si aceptarían que se les rebajara el 35 por ciento de sus sueldos o preferían el cierre del periódico.

“Si lo aceptan será porque el cabezal vale mucho y se va a *elitizar*. No podemos olvidar que también cuenta la necesidad de expresión. Yo les digo a mis alumnos que cierren los ojos y se remonten a México en 1921, cuando nacieron las revistas *Time* y *Life*, cuando decían que se iba a acabar el diarismo, cosa que no ocurrió. Este argumento renació cuando apareció la televisión pero los diarios continuaron saliendo. No vislumbro que pueda desaparecer el *Reforma* con los 200 mil pesos que cobra por plana de publicidad. Se va a ir la prensa dirigida a las masas, aquellos que en la competencia no encuentren medidas creativas de responder a los nuevos tiempos. Cómo se explica usted que estén apareciendo infinidad de periódicos gratuitos en los barrios y colonias de Monterrey, del D.F. y de muchas otras ciudades. Acabo de conversar con el dueño de uno de esos periódicos gratuitos y me dice que su empresa logró editar su número 4 y que precisamente porque los tontos están pensando que desaparecen los impresos van a dejar un vacío, él argumenta que por eso mismo este es el momento de posicionarse en un mercado del que muchos van

a salir corriendo”.

La teoría de José Luis Esquivel con respecto a la supervivencia de la prensa está vinculada con el periodismo cultural:

“No lo digo por ser optimista. He ido recientemente a París a un congreso y estoy convencido que no es la muerte de los diarios impresos, lo que ocurre es la transformación lo que estamos presenciando. Quiero decirle que las crisis en todas las instituciones son positivas, son una sacudida a la inercia y algo van a dejar, según el punto de vista de quienes están enterados, serán precisamente las secciones culturales y los reportajes de fondo esa balsa en la que sobrevivirá la prensa. El periodismo escrito sin duda tendrá que ir al diario personalizado de noticias que circulan por Internet, aquello que va a circular en cantidades industriales a través de los medios digitales.

“Pero –advierte el académico regiomontano-- quien no desee volverse loco en ese mar de información buscará los análisis. Un ejemplo, aquí en Monterrey *El Norte* lo hace con *The New York Times* los sábados al presentar secuelas de noticias interesantísimas –no las noticias como tales--, sino reportajes que no va a usted a encontrar como las notas del día (reportajes de fondo o noticias colaterales). El bombazo en el hotel de Pakistán es una noticia para sacarla inmediatamente, en Internet, en el impreso, en la radio, pero a la semana de eso ya no se habla a menos que hagan un reportaje de fondo enfatizando aspectos como quiénes construyeron el hotel bombardeado, cuántas personas trabajaban ahí, qué consecuencias ha tenido para la posteridad, todo el *background*. Hay cantidad de temas que pueden hacer sobrevivir a la prensa, serán los reportajes de fondo y los temas culturales. Estos medios voraces que manejan tanto dinero lo que van a buscar es tener ojos y oídos que hablen de ellos o consuman lo que la publicidad les da, pero eso no es lo único que la sociedad necesita y demanda.

José Luis Esquivel coincide con Humberto Musacchio en que el periodismo cultural sobrevivirá, a pesar de todo:

“La prensa (impresos) se va a convertir en un medio elitista por excelencia. Es decir, quienes van a leer serán, primero, los que saben leer (una cosa es descifrar letras y otra es saber leer). Dos, aquellos a quienes les gusta leer pero

estamos hablando de élites, de aquellos guías de la sociedad, aquellos que aprendieron a razonar por el pensamiento crítico, de quienes consumen un libro con la conciencia de hacer algo bueno. Tercero, será elitista porque será únicamente para aquellos que quieran pagar por él. Es como lo que pasa con los libros hoy en día: quienes los compran son aquellos que quieren leer. Van a morir los medios masivos que se reproducen como hongos para ganar dinero explotando lo político y lo sensacionalista. La crisis de la prensa masiva, que es la que se está cayendo, va a revertirse en un beneficio hacia la élite intelectual que requerirá medios para su consumo y ahí está de nuevo el ciclo del mercado. Desaparecerán muchos medios impresos de comunicación pero no la prensa misma.”

Por su parte, Víctor Roura espera que el periodismo cultural permanezca en tanto exista la prensa como la conocemos:

“La prensa cultural, ahora tan denostada y rezagada, tan vilipendiada y negada, tan pospuesta y rebajada a infoentretenimiento (¡el apoderado del diario *Reforma* dice que su publicación compite no con los otros rotativos, sino con la mismísima televisión, de ahí su propia y explicativa transparencia de adocenamiento del espectáculo informativo!), tiene una célebre antigüedad, por más que lo ignoren los directivos de las empresas periodísticas actuales, que debiera infundirles respeto en lugar de indiferencia. (...) La prensa cultural surgió con el nacimiento del periodismo mexicano (...) Lo que acontece tal vez es que ahora, los periodistas que están al frente de los diarios son más empresarios que periodistas a pesar de que se empeñen —para simular un humanitarismo para ellos desconocido—en decir lo contrario”.

En un artículo reciente, Víctor Roura expuso su sentir acerca de la posible migración de la prensa cultural a la Internet:

“Ahora, que se habla mucho de la desaparición física de la prensa de papel, el futuro de la información puede estar en las manos, dicen, no de periodistas sino de oportunistas. Y si bien no todo el periodismo ni todos los periodistas han significado siempre la prensa, por lo menos ha sido regida, hasta este momento, por periodistas orgullosos de su periodismo (...) Lo que está sucediendo en la red informativa electrónica, por el contrario, es la

independencia de los *blogs*, que es decir la andadura sin comparsa en la carretera de las letras, por lo que encontramos una inundación de querellas, estropicios, gritos reprimidos, inmundicias, rencores, ingenuas observaciones. Pues si es cierto que la red hace practicar en la contienda escritural una norma aparentemente democrática, no hay que olvidar que tener una opinión no significa necesariamente saber escribirla”.

En cuanto a lo que ocurrirá en el futuro con los medios impresos, con las secciones culturales, Víctor Roura duda al dar un veredicto definitivo:

“La solución a este ingente problema, sin embargo, no está en las manos ni en la cabeza de los periodistas, que son los que pueden hacer la prensa, sino en los empresarios que se dicen periodistas, cuyo último interés curiosamente es la prensa a la que dicen representar ¿Somos los náufragos sobrevivientes de esta fiera tormenta que se ha vuelto pesadillesca después de la reciente crisis económica mundial? ¿Por qué esta vez sí ha afectado gravemente, como nunca antes, al sistema informativo global? Tal vez porque la costumbre de la lectura está siendo sustituida por la manía de la visualidad. Tal vez porque el ánimo intelectual ha sido, o está siendo, suplido por el aliento irrelevante de la osadía circunstancial. Tal vez porque, en efecto, somos menos cultivados. Tal vez porque, en efecto, nos gusta más mirar la televisión, aunque no nos enriquezca un gramo cerebral. La vida es tan ardua, se dice, que ahora cansa hasta pensar.”

Todas estas reflexiones fueron compartidas por estudiosos y periodistas son plausibles, pero en tanto la realidad no marque el rumbo definitivo, la subsistencia de los medios impresos de comunicación seguirá siendo una incógnita, una noticia de primera plana como lo serán las futuras formas de periodismo cultural y la sociedad que las producirá.

Empeñarse en ejercer el periodismo analítico, crítico, ése que denuncia, independiente, objetivo y responsable es ir a contracorriente. Hacer periodismo cultural equivale a participar en uno de los mayores actos de rebeldía contra las normas del mercado editorial.

Bibliohemerografía

Blengio, Rosa Elba. *El Financiero*. Sección Cultural. Miércoles 25 de marzo de 2009. p 38.

Dallal, Alberto. *Lenguajes periodísticos*. UNAM, 1989, p 38.

De Regil, Miriam. *El Financiero*. Sección Sociedad. Martes 21 de abril de 2009. p 24.

Del Río Reynaga, Julio. *Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanza de la comunicación*. México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, 1993.

Diccionario Enciclopédico de México. México, Andrés León editor, 1989. p 1781.

Domingo Argüelles, Juan. *Ustedes que leen. Controversias y mandatos, equívocos y mentiras sobre el libro y la lectura*. Editorial Océano. México, 2006. p 17 y 18.

El Financiero. "Industrias Britney. Los escándalos y la vida personal de la princesa del pop dejan jugosas ganancias a la prensa rosa". (AP) Sección Agenda del Espectador. Miércoles 30 de enero de 2008. p 42.

Escalante, Evodio. "Acerca de la supuesta hibridez del ensayo" en *La Jornada Semanal*, suplemento del periódico *La Jornada*. 11 de febrero de 2007. p 8.

Flores Arvizu, Olivia. *La sección cultural de El Financiero: historia de una propuesta crítica y contestataria en la prensa cultural (1988-1998)*. Tesis de licenciatura. 2001. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México. pp129.

González Reyna, Susana. *Géneros periodísticos 1. Periodismo de opinión y discurso*. México, Trillas, 1999. p. 123 y 124.

Kapuscinsky, Ryszard. *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. México. Colección Nuevo Periodismo. Serie Libros del Taller. Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano/ Fondo de Cultura Económica, 2003. -----*El Sha o la desmesura del poder*. Colección Crónicas. Editorial Anagrama, Barcelona, 2007, p. 176 y 177.

Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de periodismo*. México, Grijalbo, 1986. p 17 y 18.

Morales Barrera, Sonia Elizabet. *De los suplementos culturales a la información cultural: el periodismo cultural no es difusión cultural*. Tesis de licenciatura. 2000. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México. pp 235.

Musacchio, Humberto. *Historia del periodismo cultural en México*. México, Dirección General de Comunicación Social/ Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2007. p 13.

Percia, Marcelo (comp.) *El ensayo como clínica de la subjetividad*. Argentina, Lugar editorial S.A., 2001. p 7 y 10.

Rascón Banda, Víctor Hugo. *¿Por qué a mí? Diario de un condenado*. México, 2006. Editorial Grijalbo. p 109.

Restrepo, Javier Darío. *El zumbido y el moscardón/ Taller y consultorio de ética periodística*. FCE/Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano. México, 2004. p 30.

Riva Palacio, Raymundo. *Manual para un nuevo periodismo*. Vicios y virtudes de la prensa escrita en México. Plaza y Janés. México, 2005. p 23 y 24, 190 y 191.

Rodríguez Castañeda, Rafael. *Prensa vendida*. México, Grijalbo. 1993. p 216.

Roura, Víctor. *Cultura, ética y prensa*. Colección Croma-Paidós, Tomo 2, Editorial Paidós, 2001. p 58, 73, 74 y 75.

-----15 de octubre. Colección Cuadernos de *El Financiero* (Crónica), Tomo1, Ediciones del Ermitaño/ *El Financiero*, 2002.

-----*El Financiero*. Sección Cultural. Columna "Hormigueando". Martes 13 de febrero de 2007. p. 34.

-----*El Financiero*. Sección Cultural. Columna "Hormigueando". Miércoles 13 de junio de 2007. p. 53.

-----*El Financiero*. Sección Cultural. "El necesario periodismo cultural". Jueves 5 de junio de 2008. p 35.

Sontag, Susan. "El hijo pródigo". *La Jornada Semanal*, suplemento del periódico *La Jornada* número 161. 5 de abril de 1998.

Otras fuentes

<http://observatoriomediosuia3.wordpress.com/2008/05/12/que-el-financiero-no-se-vende>

<http://exonline.com.mx/diario/columna/480456>

<http://impreso.milenio.com/node/8629497>

<http://www.esmas.com/editorialtelevisa>

Taibo I, Paco Ignacio. Discurso de aceptación del Premio Nacional de Periodismo pronunciado por Benito Taibo el 15 de mayo de 2008 en el Palacio de Bellas Artes.

Entrevistas:

- Pilar Montes de Oca. 13 de julio 2007.
- Laura Barrera. 14 de agosto de 2007.
- Maricarmen Fernández Chapou. 15 de febrero de 2008.
- Carmen García Bermejo. 6 de marzo de 2009.
- Silvina Espinosa de los Monteros. 7 de abril de 2009.
- Humberto Musacchio. 15 de junio de 2009.
- Juan José Flores Nava. 17 de junio de 2009.
- José Luis Esquivel. 10 de junio de 2009.
- José David Cano. 26 de junio de 2009.
- Víctor Roura. 30 de agosto de 2009.