



Universidad Nacional Autónoma de México



Facultad de **Ciencias Políticas y Sociales**

Centro de **Estudios en Ciencias de la Comunicación**

El periodismo como vehículo de valores culturales: el periódico cultural *De Largo Aliento* en la prensa mexicana contemporánea

Ensayo que para obtener el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

PRESENTA

Emmanuel Islas Herrera

Asesor

Dr. Ricardo Magaña Figueroa

México, D.F.

Diciembre de 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

AGRADECIMIENTOS

A Jorge Alberto y Martha Laura, mis padres

A Jorge y Azul, mis hermanos

A Libertad, mi ideal

Hay que lograr que los hombres se sientan obligados con nosotros, no en nuestros términos, sino en los de ellos.

Aforismos

GEORG CHRISTOPH LICHTENBERG

ÍNDICE

Introducción • 5

Capítulo primero. Sobre el periodismo como vehículo de valores culturales • 11

1.1 ¿Qué es el periodismo cultural? • 11

1.2 “El periodismo cultural entre las patas del periodismo informativo” • 16

1.3 El periodismo como acción cultural • 22

Capítulo segundo. Sobre el periodismo cultural en México: sesenta y cuatro años de profesión y oficio (1950-2014). • 28

2.1 Breve historia de periodismo tan cultural como literario • 28

2.2 Los escritores y periodistas. Una mención mínima de las publicaciones culturales más importantes de la segunda mitad del siglo xx en México • 32

2.2.1 *México en la Cultura y La Cultura en México* de Fernando Benítez • 34

2.2.2 *Revista Mexicana de Cultura* • 35

2.2.3 *Diorama de la Cultura* de Ignacio Solares • 36

2.2.4 *La semana de Bellas Artes* por Gustavo Sainz • 37

2.2.5 *Sábado de unomásuno* por Huberto Batis • 38

2.2.6 *El Búho* de René Avilés Fabila • 39

2.2.7 *El Semanario Cultural* por José de la Colina • 40

2.2.8 *Laberinto* de José Luis Martínez S. en *Milenio* • 40

2.2.9 *La Jornada Semanal* con Hugo Gutiérrez Vega • 41

2.2.10 *Confabulario y Posdata* por Héctor de Mauleón en *El Universal* • 42

2.2.11 Sección cultural de *El Financiero* por Víctor Roura • 43

2.3 Otras publicaciones culturales • 44

2.4 El periodismo cultural de la más reciente década (2000-2010): la ausencia y el menosprecio • 46

Capítulo tercero. *De Largo Aliento*, periodismo cultural • 51

- 3.1 La euforia • 51
- 3.2 La coincidencia y los encuentros • 55
- 3.3 El comienzo • 58
- 3.4 “Las ausencias clamorosas” • 62
- 3.5 “Usted tranquilo y yo preocupado” • 69

Reflexiones finales • 80

Bibliografía • 83

Hemerografía • 84

Web • 84

El equipo *De Largo Aliento* • 86

Introducción

“Se habla tanto de cultura que nadie hace nada por ella”¹. Con estas palabras, el editorial del número uno del periódico cultural *De Largo Aliento* evidenció la situación actual del periodismo cultural en México. ¿A quién debería importarle una publicación seria de cultura cuando su tasa de ganancia —dicen— garantiza crecimiento igual a cero o, incluso peor, cifras en rojo, o todavía mucho peor, cuando las páginas culturales “nadie quiere leerlas” porque “la gente no lee”, y menos aún tratándose de cultura?

Desde que el monopolio de la información y el entretenimiento es correa de transmisión de propaganda estatal y publicidad empresarial, los pesos valen más que los caracteres y contenidos, la información es una mercancía y el derecho a la información es sólo el artículo sexto de una constitución política. La situación actual del periodismo informativo es corolario, por un lado, de cinco décadas de monopolio infatigable, y por el otro, de una dinámica de producción totalizadora.

De hecho, el problema del menosprecio al periodismo cultural tiene un trasfondo mucho más grave y es —peor aún— un problema de política. Frente a la política de las instituciones, la cultura está en números rojos. Frente a la frivolidad de los empresarios, las Bellas Artes —que no la industria cultural— no garantizan aumento en las tasas de ganancia. Vale preguntarse —con desconcierto—: ¿acaso la cultura no es también política?

Lo es porque la política no se limita a lo institucional. Dice el ensayista argentino Eduardo Grüner que

toda teoría literaria y cultural es *también*, en el sentido amplio del término, una teoría *política* (...) No se trata, por lo tanto, de *reducir* la literatura a la política, sino al contrario, de *ensanchar* las fronteras de lo

¹ Editorial del periódico cultural *De Largo Aliento*, número 1, año 1, uno de marzo de 2014.

que se suele llamar 'política', para hacer ver que ella no se detiene en las demarcaciones de lo institucional².

Esto quiere decir que las Bellas Artes —la literatura, la danza, la pintura, la música, la arquitectura, la escultura y el cine— son también política dentro de la vastedad polisémica del concepto. Pensemos en el teatro de Bertolt Brecht o de Erwin Piscator, en el cine de Sergei Eisenstein, en la poesía de Maiakowski, Mandelstam o Neruda.

Y bien: ¿la cultura no es política? Tan lo es que las prohibiciones de gobiernos despóticos siempre tienen como foco rojo las proyecciones de lo cultural. Es de recordar la quema de libros en el *Opernplatz* de Berlín; aquel 10 de mayo de 1933 ardieron obras de Thomas Mann, Anatole France o Heinrich Heine, entre muchos otros literatos y poetas.

Aun bajo esa lógica, es perfectamente entendible que los principales medios de información impresos del país acoten el espacio del contenido cultural, porque la información de otras fuentes (con especial énfasis en política) lleva más ceros de por medio. Tantos que uno se marea y confunde. También se entiende que las secciones o suplementos se muden a la internet, donde los costos de producción y distribución son nada en comparación con los del material tangible.

¿Qué hacer para invertir la concepción de que el periodismo cultural es menos importante que el periodismo informativo que cubre la fuente política o sucedáneas? Parafraseando al periodista Manuel Blanco, el periodismo cultural está entre las patas del periodismo informativo.

En este contexto nació *De Largo Aliento*, una publicación especializada en periodismo cultural. Funda el interés del siguiente proyecto la posibilidad de documentar el surgimiento de este medio de información impreso que, por sus

² Eduardo Grüner. *El fin de las pequeñas historias*, p. 256.

características, sugirió ser un cuestionamiento a la prensa contemporánea y a sus canales de difusión cultural. Por el simple hecho de existir fue también una afrenta a la comodidad de las empresas de información tradicionales, porque, de entrada, ofreció exclusivos contenidos culturales y, para rematar, los ofreció en cuarenta páginas a escala de grises.

Cualquier pronóstico sobre la injerencia en el ámbito periodístico de la publicación *De Largo Aliento* es arriesgado; sin embargo, trazar perspectivas, limitaciones y alcances es posible a partir de un balance histórico sobre el periodismo cultural en México, y más aún si insertamos esta publicación en su justa dimensión: en un país donde los poderes institucionalizados recortan el gasto para el ramo cultural, donde los directores de los periódicos (empresarios antes que periodistas) limitan los caracteres editoriales para el mismo ramo y, en su necesario lugar, los productores de televisión colocan productos de cuestionable valor cultural para el desarrollo intelectual.

En ese sentido, *De Largo Aliento* se circunscribió como oposición a una industria que de cultural destaca sólo lo masificable, lo rentable, lo mercantil, lo administrativo que pone ceros a las cifras y reduce caracteres a las columnas. Asimismo, su publicación respondió —en contados casos— a una pregunta que hizo el semiólogo Umberto Eco en *Apocalípticos e Ilustrados*: “¿Qué acción cultural es posible para hacer que los medios de masa puedan ser vehículo de valores culturales?”³

En contra de la lectura apocalíptica-aristocrática de la actividad periodística como parte de una peligrosa cultura de masas, es factible ubicar al periodismo cultural (basado en la ética, a manera de una práctica de la *verdad* representada, como diría Manuel Blanco) en esos otros lenguajes (como la pintura, la literatura, la poesía o el teatro) que sirven como vehículos de valores. Citamos a Manuel

³ Umberto Eco. *Apocalípticos e integrados*, p. 59.

Blanco: “El ejercicio periodístico, en un lenguaje a la vez culterano y populachero, apunta certeramente hacia una crítica social festiva e incondescendiente”⁴.

La frase “en un lenguaje a la vez culterano y populachero” tiene al periodismo basado en la ética como una *acción cultural* que puede hacer de los medios masivos un vehículo de valores culturales, incluso quizá un punto de acceso a la racionalidad política (en desenfadados términos de Carlos Monsiváis)⁵. Sus alcances no se limitan a la producción y distribución de productos culturales, sino que se apostan en esa “crítica social festiva e incondescendiente” contra la política empresarial que define, redefine y decide qué es cultura y qué no con base en una racionalidad mercantilista.

El objetivo es mostrar en qué medida el periódico cultural *De Largo Aliento* fue un cuestionamiento a los moldes rígidos de la prensa mexicana contemporánea y si tuvo la posibilidad de ofrecer un periodismo como vehículo de valores culturales. En ese tenor, una parte del presente documento aspira a ser testimonio de los vaivenes y vericuetos necesarios para la fundación de este periódico e insertar su presencia en un contexto donde “se habla tanto de cultura que nadie hace nada por ella”.

Para ello, el texto se divide en tres capítulos: 1) El periodismo cultural como vehículo de valores culturales, 2) Sobre el periodismo cultural en México: sesenta y cuatro años de profesión y oficio (1950-2014), y 3) *De Largo Aliento*, periodismo cultural.

El primer capítulo, “El periodismo cultural como vehículo de valores culturales”, aproximará una definición de periodismo cultural a partir de tres autores: Manuel Blanco, Bolívar Echeverría y Umberto Eco. El objetivo particular de este ensayo es circunscribir el concepto de “acción cultural” de Umberto Eco en la prensa

⁴ Manuel Blanco. *Cultura y periodismo*, p. 48.

⁵ Carlos Monsiváis. “Elogio (innecesario) de los libros”, 6º Congreso Nacional de Lectura, México, Distrito Federal, 2006.

mexicana y, específicamente, en la producción de un periodismo cultural basado en la ética (Manuel Blanco) para repensar los alcances de un periodismo como vehículo de valores culturales.

El segundo capítulo, “Sobre el periodismo cultural en México: sesenta y cuatro años de profesión y oficio”, mostrará los antecedentes históricos (1950-2014) del periodismo cultural y literario en México a partir de las publicaciones más visibles en los medios impresos, como la *Revista Mexicana de Cultura*, fundada y dirigida por Fernando Benítez, los suplementos como *El Búho* de René Avilés Fabila, *Diorama en la Cultura* de Ignacio Solares, *Sábado* de Huberto Batis, *Confabulario* de Héctor de Mauleón, *Laberinto* de José Luis Martínez S. o la sección cultural de *El Financiero*, editada por Víctor Roura.

Además, el inicio de este segundo capítulo mostrará a grandes rasgos la relación entre periodismo y literatura desde el siglo XVIII, y nombrará a las revistas de periodismo narrativo más importantes a nivel internacional del siglo XX.

El tercer capítulo, “*De Largo Aliento*, periodismo cultural”, narrará a manera de crónica el proceso de creación del periódico *De Largo Aliento*, sus retos, sus vericuetos, sus aciertos y sus errores. Es intención del que escribe evidenciar en este apartado si la publicación logró ser un vehículo de valores culturales y en qué medida fue un cuestionamiento a los moldes rígidos de la prensa contemporánea.

El siguiente documento no pretende ser cien por ciento académico ni cien por ciento periodístico. Se sugiere leer como una mezcla de géneros (a semejanza de lo que hacía el propio Manuel Blanco). Juntos, el ensayo y la crónica ofrecen el contraste entre la propuesta y el resultado, entre la definición y el uso en la práctica. Léase también como una metanarrativa: hablar de periodismo cultural haciendo periodismo cultural.

...

El periodismo cultural en México es tan viejo como la imprenta en México. La pregunta es, entonces, ¿qué periodismo cultural impreso se hace día con día? He ahí la importancia del surgimiento de *De Largo Aliento* en enero de 2014. Y he ahí, implícita, soterrada, la importancia de documentarla.

En una década en que los medios de información se mudan a lo digital parecería imposible fundar un nuevo periódico impreso. Su reto ya no sólo es vivir en la competencia contra medios similares, sino sobrevivir frente a la oferta digital. *De Largo Aliento* surge como una publicación impresa especializada en cultura, algo que va a contracorriente.

Escribir acerca del origen del periódico *De Largo Aliento*, de su contexto, de sus propósitos, de su línea editorial, de su forma de trabajo, de su cuerpo editorial... en fin, escribir sobre este nuevo medio de información persigue dos tipos de finalidades: una, periodística; otra, académica. De ahí también la mezcla de géneros.

Que a través de estas letras queden plasmadas —a la luz de sus principales editores, de su consejo directivo, de su cuerpo editorial, de sus jefaturas de redacción e información, de sus reporteros y colaboradores— las condiciones sociales e históricas que permitieron su publicación, lo que implicó su publicación mensual en el ámbito periodístico y la posibilidad que tuvo para ser un vehículo de valores culturales.

CAPÍTULO PRIMERO

SOBRE EL PERIODISMO COMO VEHÍCULO DE VALORES CULTURALES

1.1 ¿Qué es el periodismo cultural?

A esta pregunta necia se le responde con lo mismo que Benedetto Croce escribía en *Breviario de Estética* sobre el arte: “A la pregunta ¿qué es el arte? puede responderse bromeando con una broma que no es completamente necia: que el arte es aquello que todos saben lo que es”⁶. No se hable más: el periodismo cultural es aquello que todos saben lo que es. Entonces ¿qué saben todos sobre periodismo cultural? Mejor aún, ¿qué saben sobre periodismo? ¿Qué sobre cultura? Por ahí tendríamos que comenzar.

A cada enfoque corresponde una respuesta. Los antropólogos tienen sus definiciones acerca de cultura, también los filósofos, marxistas, hermeneutas, fenomenólogos, estructuralistas, funcionalistas, sistémicos y así hasta enumerar a todos aquellos que, desde la perspectiva teórica metodológica que los acerca a su objeto de estudio, saben lo que es. Y —si se les pregunta— también tendrán una respuesta para qué es el periodismo.

Sería un elogio a la necedad por parte del que escribe responder a una pregunta inacabada en los párrafos introductorios, porque, de entrada, no está en condiciones de hacerlo, y porque el concepto de periodismo cultural es polisémico, subjetivo y depende de quien lo pronuncia. Dedicado a divulgar la producción cultural, no tiene límites ni demarcaciones sino las que a sí mismo le atribuyen los directores de suplementos, los editores de sección o los dueños del medio de información.

Y más complicado aún cuando son cerca de doscientas generaciones quienes en las páginas de las gacetas y los primeros diarios dieciochescos y, posteriormente, decimonónicos, dedicaron espacio a la difusión de la cultura. El periodista Manuel

⁶ Benedetto Croce. *Breviario de estética*, p. 57.

Blanco, en *Cultura y periodismo*, afirma que “periodismo y cultura estuvieron unidos desde los tiempos de Juan Pablos, el impresor italiano que llegó a la Nueva España apenas consumada la conquista, para instalar y poner a funcionar la primera imprenta en América”⁷.

A pesar de la necesidad, la mejor definición —también inacabada— de periodismo cultural debe ser aquella que versan los editores culturales en turno, como la definición más completa de “cultura” la ofrecen los sociólogos. Como es ilusorio hablar sobre periodismo cultural sin antes entender, o intentar entender, qué es la cultura, la presente investigación entiende la “cultura” a partir del filósofo ecuatoriano —nacionalizado mexicano— Bolívar Echeverría, que esboza principalmente en dos libros suyos: *Definición de la cultura* y *Vuelta de siglo*.

La definición que ofrece de “cultura” no se detiene en el cúmulo de significaciones producidas y compartidas por una comunidad en un momento histórico concreto, sino que confronta el enfoque estructural antropológico de una cultura como tradición, como conservación recelosa de esa tradición y los valores adyacentes. Si bien no niega el enfoque estructural, parte de que la cultura es necesariamente un momento de autocrítica durante el proceso de reproducción social “a través del cual el sujeto social se hace a sí mismo, se da a sí mismo una determinada figura, una ‘mismidad’ o identidad”⁸.

Pensar en la modernidad capitalista (no podemos dejar a un lado las condiciones históricas y sociales) conceptos tan irreductibles como “cultura”, “prácticas culturales” o “identidades” es una empresa obstaculizada por las globalizaciones del proyecto civilizatorio moderno. Los más pesimistas dirán que el capitalismo tardío encontró en las industrias culturales (y en el *amusement*) el medio para reproducir la ideología dominante, la cultura hegemónica y neutralizar la reproducción de identidades en aras de una homologación global⁹.

⁷ Manuel Blanco. *Cultura y Periodismo*, p. 10.

⁸ Bolívar Echeverría. *Definición de la cultura*, p. 64.

⁹ Theodor Adorno; Max Horkeimer. *La dialéctica del iluminismo*, págs. 165 - 212

No obstante, es innegable que al margen de la reproducción social existen particularidades identitarias en resistencia ante la unidad “universal” que esas industrias culturales insertan dentro del mundo globalizado.

Se parte aquí de una idea concreta: el ser humano, en tanto animal político, “transnaturalizado” en términos de Echeverría, está en todo momento obligado a (auto)transformarse, a realizarse, a “elegir entre distintas posibilidades la forma de ciudad concreta, de *polis*, de comunidad identificada, que van a tener las relaciones sociales que posibilitan su existencia”¹⁰, y así como elige entre distintas posibilidades, también da forma a su socialidad, a su identidad, a su politicidad.

De esta manera, la cultura, las prácticas culturales y las identidades —en cuanto producciones humanas— están en todo momento actualizándose, poniéndose en juego, sobreviviendo o muriendo en los procesos de reproducción social que el animal político, con el simple hecho de estar ahí, modifica, transforma y que “posibilitan su existencia”. Es decir, la cultura está siempre puesta en juego frente a otras culturas. No es, entonces, una definición que “embalsame” sus particularidades y las cuide con recelo, sino una que se arriesga a perderlo todo frente a culturas más concretas.

En palabras de Echeverría

la cultura como cultivo, lejos de hacer referencia a un resguardo, un cuidado o una protección, a un embalsamiento que para justificar un determinado núcleo de identidad lo absolutiza y naturaliza, apunta justamente a todo lo contrario. El cultivo de la identidad sólo es concebible como una puesta en peligro de esa identidad porque sólo en el momento en que el compromiso de existencia que hay en la identidad se pone en cuestión es posible que pueda ratificarse como tal¹¹.

¹⁰ Bolívar Echeverría. *Cultura y Barbarie*. En: Coloquio Cultura contra Barbarie, Mesa: Cultura, Identidad y Política. México, Distrito Federal, Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM.

¹¹ Bolívar Echeverría. *Vuelta de siglo*, pág. 203.

En el mismo sentido, las identidades están en un campo de batalla dentro del proceso de reproducción social, peleando para alcanzar una forma y una universalidad concreta. Ese campo de batalla en donde se encuentran las identidades estaría definido en la «dimensión cultural de la vida social» (Echeverría *dixit*), es decir, esa dimensión preconditionante donde tienen cabida los procesos de reproducción social. Esta dimensión cultural es la clave para la definición de la cultura, pues la cultura no es conservación, sino cultivo y reproducción de identidades, de “mismidades”.

En otro párrafo de *Vuelta de siglo*, continúa Echeverría su razonamiento:

Para mantenernos en la etimología del término, entendamos por *cultura* el cultivo o, de manera más estricta, la reproducción, desplegada tanto en la *práctica* cotidiana, en la vida de la civilización material, como también en el *discurso*, en la vida reflexiva, de la singularidad, de la mismidad o la identidad de una comunidad social. La cultura sería entonces lo mismo que la reproducción de una cierta singularidad, identidad, o mismidad, un proceso que se da cotidianamente lo mismo en la práctica, en la producción y consumo de las cosas, de los “bienes terrenales”, que en el discurso.¹²

A partir de su trabajo nos acercamos a una definición concreta de cultura. La abolición de los epítetos como *high*, *mid* o *mass* es el primer paso para una definición sobre la labor del periodismo cultural, pues uno y otro “nivel” de culturas, si bien conceptualmente se oponen, también se complementan.

No hay por qué distinguirlos siempre y cuando merezcan el mismo trato. El problema —y se advierte a continuación— es que por una u otra circunstancia —la mercantilización de la información, el monopolio de la información y el entretenimiento— no reciben, periódicamente, el mismo trato.

¹² *Ibidem*, págs. 199-200.

Si la cultura es la reproducción de las identidades concretas puestas en juego en la dimensión cultural de la vida social, ¿entonces qué es el periodismo cultural? ¿Cuál es su labor? El enfoque cambia y deshace todo. A la luz de la cultura como momento autocrítico de reproducción social, como cultivo de identidades, el periodismo cultural no tiene (o no ha tenido) cabida, porque una cosa es la divulgación o socialización de la información y otra el cuestionamiento.

Es de recordar que la definición de periodismo cultural que ofrecen autores como Jorge Rivera obedece a la misma lógica en la cual el periodismo debe *producir* y *divulgar* información, “bienes simbólicos”.

Se ha consagrado históricamente con el nombre de “periodismo cultural” a una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las “bellas artes”, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental.¹³

En ese tenor, el periodismo cultural debe producir y divulgar información sobre la cultura, sobre las Bellas Artes. Sin embargo, agotar la definición en un enfoque de producción/difusión de bienes culturales es agotar, asimismo, las posibilidades que tiene el periodismo cultural para no sólo producir y difundir, sino para cuestionar —palabra clave del periodismo—. Y más aún cuando en el cuestionamiento —la autocrítica— está una base de la reproducción social, de la cultura.

Entonces el problema está en la raíz del periodismo por una distinción básica: los géneros informativos divulgan o socializan la información; los opinativos e interpretativos divulgan o socializan un punto de vista. Para el periodismo cultural

¹³ Jorge Rivera. *El periodismo cultural*, p. 19.

la riqueza está en los géneros como la entrevista, el reportaje, el artículo, el ensayo o la columna. Bien trabajados, no dejan de ser informativos, opinativos o interpretativos. Si la cultura es reproducción de identidades, el periodismo cultural —entre una de sus razones de ser— debe cuestionar y divulgar esa reproducción.

Hasta este punto, la pregunta “¿Qué es el periodismo cultural?” sigue irresuelta. Es evidente cuando lo que queda más o menos claro es la definición de cultura. Habría que darle voz a un periodista, y, mejor aún, a un periodista cultural para aproximarse a ese periodismo de la cultura que pretende difundir a la par que cuestionar los procesos de reproducción de identidades, a ese periodismo cultural que hace una “crítica social festiva e incondescendiente”.

1.2 El periodismo cultural entre las patas del periodismo informativo

Este apartado es sustancial en el presente documento por dos cuestiones. La primera: complementar la definición inacabada del concepto que nos atañe —desde el punto de vista de un periodista cultural—; la segunda: entender por qué o de qué manera el periodismo cultural está entre las patas del periodismo informativo, ni siquiera ya entre las patas de la literatura. Esta última y marcada distinción es necesaria para los fines concretos del capítulo segundo, donde se ofrece un breviarío histórico sobre seis décadas de periodismo cultural en México y su estado actual.

En *Cultura y periodismo* (y específicamente en el capítulo “El periodismo cultural entre las patas de la literatura”) el escritor y periodista Manuel Blanco Méndez (1943-1998), quien trabajó durante una veintena de años para *El Nacional*, defendió al periodismo frente a los ataques de aquellos quienes lo veían como una amenaza frente a las letras cultas. Esta confrontación entre la distinguida literatura y la “literatura bajo presión” (como decía Fernando Benítez a propósito del periodismo) era, acaso, un falso pudor herido.

Existe un vínculo entre una y otra, y es esa relación estilística la que aproxima al lector al periodismo cultural, es decir, a un periodismo de cuño narrativo, literario, donde los lindes se desdibujan y la riqueza de los géneros, en especial del periodismo, adquiere su verdadera dimensión. El paralelismo (acaso cruzamiento) entre ambos tuvo adherentes y, por supuesto, críticos, porque denunciaron en las primeras décadas del siglo xx que el periodismo imitaba a la literatura, usurpaba sus títulos de abolengo.

El periodismo no es literatura, dice Manuel Blanco. Y tampoco es que pretenda serlo; sólo es un género literario más, y como tal no está exento de aprovechar la riqueza de otros géneros literarios o de aplicar sus técnicas narrativas, siempre y cuando no falte a la verdad y lleve como consignas la claridad, la precisión y la belleza formal. Ello no implica una usurpación ni mucho menos una imitación; por tanto, toda afanosa comparación entre periodismo y literatura no fue sino la representación del falso pudor herido.

Pero ¿cómo o por qué se presentó este clasismo en las letras, en los géneros? Y más aún, ¿cuáles fueron sus consecuencias? Se dirá, apelando a la escuela de Frankfurt, que su presencia fue un síntoma de la modernidad europea frente a la masificación del arte, frente al desarrollo técnico en la reproductibilidad mecánica.

Desde el siglo xvii y con mayor evidencia en el xviii una mayoría demandaba cultura no como lujo, sino como necesidad social. No se trataba de un grupo intelectual y cultivado, sino de sectores cada vez más grandes. En respuesta a esta demanda, la producción cultural se masificó en detrimento de la calidad de los productos culturales. La temprana industrialización de la cultura evidenciaba una transición: de la cultura como un bien a la cultura como una mercancía.

Cuando Marcel Proust iba al *théâtre* a ver la actuación de la actriz parisina Henriette Rosine Bernard, “La Berma”, en *Phédre*, había de fondo un orden establecido que si bien era subrepticio, hoy no pasa desapercibido; basta con

verlo de reajo para saber que aquella configuración de lo social (la burguesía en las salas de ópera) era la síntesis temprana de un síntoma de la modernidad europea. Consecuentemente, el clasismo en los géneros del arte y de la cultura tuvo eco en el momento en que la experiencia estética pasó a ser mercancía y forma de configuración de la sociedad.

El cómo la experiencia estética se convirtió en mercancía lo explican Adorno y Horkheimer en el apartado “La industria cultural” de *Dialéctica del Iluminismo*, y, poco antes, Walter Benjamin en *La obra de arte en la era de la reproductividad técnica*. La oposición entre trabajo y *amusement* (diversión, tiempo libre) fue el punto de partida para una industria cultural del entretenimiento, donde los trabajadores se abstraen al proceso del trabajo bajo el capitalismo tardío tras consumir “arte ligero”, es decir, productos de dudosa valía cultural.

El “arte ligero” reproducido mecánicamente, como oposición al “arte serio”, significó una afrenta a la alta cultura de los sectores ilustrados. Y más cuando uno menoscababa al otro ante un ascenso democrático de los sectores populares. De esa manera, la fusión de “distracción” y “arte” (en su acepción como hecho aristocrático) en las industrias culturales fue motivo para que los sectores antagónicos a lo popular sintieran escozor y el pudor herido.

Dicen Adorno y Horkheimer que “la actual fusión de cultura y entretenimiento no se realiza sólo como depravación de la cultura, sino también como espiritualización forzada de la diversión”¹⁴. Para ellos (como para Benjamin), la reproductividad mecánica del siglo XIX, pongamos como ejemplo la Francia de Baudelaire (a quien tanto idolatraba Proust), depravó la cultura (tan sólo basta recordar las críticas de los naturalistas y de los realistas al invento de la cámara fotográfica y el peligro que implicaba para la pureza del arte burgués). El clasismo era inminente.

¹⁴ Theodor Adorno; Max Horkheimer. *Op. cit.*, p. 188.

Charles Baudelaire, poeta, dandy y aristócrata, agoró los resultados —para él innobles— de una reproducción en serie del arte:

Si se permite que la fotografía supla al arte en algunas de sus funciones pronto, gracias a la alianza natural que encontrará en la necesidad de la multitud, lo habrá suplantado o totalmente corrompido. Es necesario, por tanto, que cumpla con su verdadero deber, que es el de ser la sirvienta de las ciencias y de las artes, pero la muy humilde sirvienta.¹⁵

Así, el odio por la banalidad, la vulgarización y consecuente decadencia del arte reproducido mecánicamente permeó, hacia principios del siglo XX, en la crítica a la “literatura bajo presión”. La crítica se centró en su alcance y reproducción, en su vulgarización y popularidad, en su inmediatez contraria a la dedicación.

Escribió Jorge Rivera que

las reticencias o los ataques al espíritu vulgarizador de la prensa son obviamente de antigua data, y podría decirse que desde su origen tipifican un *corpus* argumental que no se transformó significativamente. El Renacimiento y la Ilustración no hicieron más que reforzar las ideas de lo intelectual, lo ético, como ejes de la actividad cultural, y en cierta forma como garantías del exclusivísimo papel asignado al humanista y al poeta en relación con la sociedad¹⁶.

La literatura, dicen los apocalípticos, es de pocos, de iniciados, sólo para los seguidores de Heráclito: “Yo no he escrito para vosotros, sino para quien pueda comprenderme. Para mí, uno vale por cien mil, y nada la multitud”.¹⁷ El periodismo, al ser inteligible para la multitud, contamina a la literatura.

¹⁵ Charles Baudelaire. *Salones y otros escritos sobre arte*. p. 233.

¹⁶ Jorge Rivera. *Op. cit.*, p. 23.

¹⁷ Umberto Eco. *Apocalípticos e integrados*, p. 12.

En estricto sentido, el periodismo que “imita” a la literatura no puede considerarse como arte, como parte de la cultura, sino como su realización “depravada”. El falso pudor herido de los autonombados sectores cultos fue el aliciente para ver en la prensa escrita una afrenta al habla culta del poeta y del escritor iluministas. Quizá de ese falso pudor herido se desprendió la idea apocalíptica de que el periodismo narrativo era un hijo menor de la literatura, mamaba de sus tetas y vivía entre sus patas.

Hasta este punto, no sorprende que la concepción “embalsamadora” de la cultura haya sido compartida hasta el despunte de las industrias culturales. Después, las barreras entre la “alta” y la “de masas” se desdibujaron, por lo menos en la realidad de la vida social. En la teoría se acentuaron. Como lo escribieron Adorno y Horkheimer,

hablar de cultura ha sido siempre algo contra la cultura. El denominador común “cultura” contiene ya virtualmente la toma de posesión, el encasillamiento, la clasificación, que entrega la cultura al reino de la administración. Sólo la subsunción industrializada, radical y consecuente está en pleno acuerdo con este concepto de cultura¹⁸.

Pero ¿cuál es la consecuencia de este clasismo entre géneros? El menoscabo, esa es la palabra que podría responder a rajatabla. La primacía de un periodismo informativo sobre uno narrativo y cultural obedece a una lógica que tiene una mitad instrumental y otra mercantilista. Si la cultura no tiene cabida en los medios impresos se debe, también, a que, a juicio de los editores responsables y/o de los dueños de la publicación, la producción de arte, es decir la creación, no es noticia o, peor aún, no es rentable.

Sin embargo, lo que nos atañe ahora, antes que el severo problema del periodismo cultural que hallamos no en su indefinición, sino en su comercialización, es la definición de periodismo cultural que esboza Manuel

¹⁸ Theodor Adorno; Max Horkheimer. *Op. cit.*, p. 175.

Blanco a partir de su confrontación con la literatura, de su inserción en la cultura alta y en la de masas. En ese tenor, el periodismo cultural queda —por decirlo de alguna manera— inconcluso frente a una y otra postura en un limbo de inconcreción. No obstante, hay conciliación entre el “arte” y la “diversión”, una conciliación que sugiere la industria cultural a través del periodismo.

Escribe Manuel Blanco:

Para decirlo en tono provocativo, de *El hijo del Ahuizote* a los encabezados de *Alarma* y a los monos y textos de Gabriel Vargas en *La familia Burrón*, hay una misma línea a la vez riesgosa y comprometida, vulnerable y llena de tentaciones, que sigue ofreciendo posibilidades expresivas a un periodismo menos timorato, más creativo y sobre todo más independiente¹⁹.

En contra de la lectura apocalíptica-aristocrática de la actividad periodística como parte de una “peligrosa” cultura de masas, dice Manuel Blanco que es factible ubicar al periodismo (basado en la ética, a manera de una práctica de la *verdad* representada) en esos otros lenguajes (como la pintura, la literatura, la poesía o el teatro) que sirven de contrapeso al *amusement* del capitalismo tardío, a los contenidos vacuos de cuestionable valor estético y cultural. Lo citamos: “El ejercicio periodístico, en un lenguaje a la vez culterano y populachero, apunta certeramente hacia una crítica social festiva e incondescendiente”²⁰.

Hay al final del túnel una luz. Y en ella están las Bellas Artes, la cultura de masas, la industria cultural (que para sus fines mercantiles dejó de distinguir entre ambas) y, por supuesto, el periodismo cultural, el de la inconcreción. “¿Es pedir demasiado que se comprenda al periodismo, tan sólo, como un género literario más?”, es válido preguntarse junto con Manuel Blanco.

¹⁹ Manuel Blanco. *Op. cit.*, p. 48.

²⁰ *Idem.*

1.3 El periodismo como acción cultural

Con esta pregunta, planteada por Umberto Eco hacia el lejano 1965 en *Apocalípticos e Integrados*, aparece una posible conciliación de los opuestos:

Desde el momento en que la presente situación de una sociedad industrial convierte en ineliminable aquel tipo de relación comunicativa conocida como conjunto de los medios de masa, ¿qué acción cultural es posible para hacer que estos medios de masa puedan ser vehículo de valores culturales?²¹

En el año 1025 se celebró el Sínodo de Arras y se consensuó el uso de la imagen religiosa para el catequismo de los fieles que no sabían leer ni escribir. El arte medieval, desde el relieve en los capiteles hasta la pintura mural en las bóvedas, comunicaría a los feligreses, a través de la riqueza del oro y de las gemas, de los peristilos y cascadas de luz, los misterios del dogma, la historicidad de los pueblos. Las basílicas eran inmensos libros narrados con esculturas, vitrales, pinturas, grabados, altorrelieves, bajorrelieves y otras técnicas del oficio de las artes.

Merece destacar que la sociedad medieval, en el temprano siglo XII, estaba organizada de tal manera que la clase dominante producía la cultura a su imagen y semejanza, que después transmitía a la clase subalterna, ajena a la producción cultural. Así, el abad Suger, eclesiástico francés, impulsó la ornamentación romántica-gótica de la basílica de Saint Denis con el ánimo de inocular la cultura dominante a las “clases subalternas”, pues la única forma de instruir a la vulgata era a través de una traducción en imágenes del contenido de aquella cultura, de aquellos pasajes bíblicos.

Lo que el abad Suger hacía de buena fe era unificar en un solo modelo a dos clases antagónicas y conciliarlas, cuando menos, a partir de las imágenes

²¹ Umberto Eco. *Op. cit.*, págs. 58 - 59.

religiosas, de los maitines y ordinarios. Encontró, por decirlo así, una acción cultural que era vehículo de valores culturales.

“Si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones son aquellas aportadas por la existencia de los periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible, de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva”²², escribe el autor de *En nombre de la rosa*. Es decir, en el ámbito de la moderna cultura de masas los medios de información, tanto tradicionales como digitales, son —también por decirlo de alguna manera— las nuevas basílicas de Saint Denis.

Que la metáfora no se malinterprete. Se dirá de entrada en esta reflexión, y en el mismo intento de repensar y redefinir el concepto en cuestión, que el periodismo cultural se asume como una negación al mal entendido concepto de “cultura” — aristocrática, elevada, propia del Espíritu—, y dadas sus características puede insertarse en la industria cultural con miras en la “cultura de masas” para hacer esa “crítica social festiva en incondescendiente”. En sus páginas impresas o digitales no sólo caben caracteres, sino posibilidades de hacer de un periodismo “culterano y populachero” un vehículo de valores culturales.

Los problemas comienzan cuando los críticos de la cultura de masas ven en este vehículo una ofensa a la cultura que ellos defienden. El escritor italiano Umberto Eco escribió que esta crítica, a la luz de los apocalípticos, es perfectamente traslapada a un escozor ante el ascenso democrático de las multitudes, pues la significación común del mundo obedecería al razonamiento de los «hombres comunes», vulgares, y no del «superhombre» nietzscheano. (El filósofo alemán Friedrich Nietzsche ya advertía que cualquier forma de «enfermedad histórica», entre ellas el periodismo por supuesto, pondría en jaque la creación de nueva cultura.)

²² *Ibidem*, p. 15.

De entrada, el semiólogo italiano, con base en la clasificación canónica de los niveles de cultura de Dwight MacDonald, separó la *midcult* de la *masscult*; es decir, la cultura burguesa de la cultura de masas. Esta última, según los aristocrático-apocalípticos, era un riesgo para la *midcult* (considerada de mayor valía), toda vez que las experiencias estéticas no podían ser experimentadas, como se planteó en el apartado anterior, en ese “arte ligero” que es reproducido en serie a partir de una racionalidad mercantilista y de un consumo inagotable por la “masa inculta”.

Para Adorno y Horkheimer la industria cultural y todos sus productos eran invenciones del capitalismo tardío que había encontrado en el tiempo libre y en la diversión una prolongación del trabajo; a saber, la subsunción del hombre al capital aún fuera del trabajo fabril. Así, la industria cultural antes que producir cultura la destruía, le quitaba el aura (en términos benjaminianos) al “arte serio” y producía mensajes profanos y procapitalistas que el trabajador aceptaba como opuestos al proceso del trabajo, pero que eran una prolongación de éste.

De alguna u otra manera, Eco respondió a los *frankfurtianos* en los siguientes términos: “El error de los apocalíptico-aristocráticos consiste en pensar que la cultura de masas es radicalmente mala precisamente porque es un hecho industrial, y que hoy es posible proporcionar cultura que se sustraiga al condicionamiento industrial”²³. En esta modernidad capitalista, ¿qué acción cultural está fuera de la industrialización?

Los apocalípticos —fuera de los teóricos alemanes— no alcanzaron a entender que la industria cultural y sus mercancías —formas de configuración de lo social— servían como una mediación más entre el hombre y el capital, y que a partir de la producción, distribución y consumo de una imagen del mundo que tiende a la universalidad, a la globalidad, reproducían el discurso ideológico a la par de que

²³ *Ibidem*, p. 58.

acercaban a una zona de confort la reproducción del orden hegemónico y la dominación ideológica.

Si bien la literatura, con base en la división de niveles culturales, estaría más allegada al habla culta de la *midcult*, y el periodismo, por el contrario, estaría más próximo al habla popular de la *masscult*, la frase “en un lenguaje a la vez culterano y populachero” tiene al periodismo basado en la ética como una *acción cultural* que logra hacer de los medios masivos y de la *masscult* un vehículo de valores culturales, incluso quizá un punto de acceso a la racionalidad política y un (¿por qué no?) motor que active la conciencia crítica del lector.

Como dice Eco,

siempre ha sido típico de la cultura de masas hacer fulgurar ante la vista de los lectores, a los que se pide una disciplinada “medianía”, la posibilidad de que —dadas las condiciones existentes, y precisamente merced a ellas— pueda florecer un día, de la crisálida de cada uno de nosotros, un *Übermensch* (superhombre)²⁴.

Un periodismo cultural crítico que cuestiona el cultivo de identidades y la reproducción de éstas en la dimensión cultural de la vida social es una apuesta tan seria como el teatro político de Erwin Piscator o de Bertolt Brecht, como la poesía de Maiakowski, de Mandelstam o de Petöfi, como el cine de Eisenstein, que, en esencia, buscaban un despertar crítico de la conciencia.

Cuenta Pablo Neruda en *Confieso que he vivido* sobre un par de jóvenes rusos que habían derribado un avión enemigo, estadounidense. Los periodistas corrieron al perdido sitio montañoso desde donde partieron los disparos. Los artilleros eran dos muchachos solitarios.

²⁴ *Ibidem*, p. 14.

En aquel mundo inmenso de abetos, nieves, ríos, comían manzanas, jugaban ajedrez, tocaban acordeón, leían libros y vigilaban. Ellos habían apuntado hacia arriba en defensa del ancho cielo de la patria rusa. Los acosaron de interrogaciones. —¿Qué comen? ¿Quiénes son sus padres? ¿Les gusta el baile? ¿Qué libros leen?

Contestando esta última pregunta, uno de los jóvenes artilleros respondió que leían versos y que entre sus poetas favoritos estaban el clásico ruso Pushkin y el chileno Pablo Neruda. Me sentí infinitamente contento cuando lo supe. Aquel proyectil que subió tan alto, e hizo caer el orgullo tan abajo, llevaba de alguna forma un átomo de mi ardiente poesía.²⁵

Y su caso no es aislado en cómo el arte es también una forma de política: el 15 de marzo de 1848 el poeta Sándor Petöfi declamó desde las escalinatas del Museo Nacional de Hungría *Tonada nacional*, que empieza con la siguiente estrofa: “¡De pie húngaro, la patria llama! / He aquí el momento, ¡ahora o nunca! / ¿Seremos esclavos, o libres?” Así —con la poesía a la vanguardia— comenzó la revolución húngara que tenía como fin independizarse de la corona de los Habsburgo y que terminó en 1848 con la victoria de los sublevados.

Según Eduardo Grüner,

toda teoría literaria y cultural es *también*, en el sentido amplio del término, una teoría *política*. Con lo cual quiero decir, simplemente, que la literatura es siempre, potencialmente, una interrogación crítica a la lengua (por lo tanto a las normas) congelada de la *polis*: no se trata, por lo tanto, de *reducir* la literatura a la política, sino al contrario, de *ensanchar* las fronteras de lo que se suele llamar “política”, para hacer ver que ella no se detiene en las demarcaciones de lo institucional²⁶.

²⁵ Pablo Neruda. *Confieso que he vivido*, p. 327 - 328.

²⁶ Eduardo Grüner. *El fin de las...*, p. 256.

Como escribió Víctor Roura en su columna de despedida tras veinticinco años de edición cultural para *El Financiero*: “Si no está incorporada la poesía en los trasuntos periodísticos, este oficio está en peligro de caer en los lugares comunes, en las siniestras muletillas, en los goznes de la maquinaria jubiladora de la escritura”²⁷.

En resumen, este periodismo como acción cultural lograría conciliar por momentos a los contrarios (midcult-masscult / arte-diversión). Ello lo haría estar a un lado y no entre las patas de la literatura y del periodismo informativo. No sólo de éstos, sino del arte. Con facilidad podría soportar las extemporáneas críticas de los apocalípticos, pues es un género literario más que aún debe aprender de la literatura sería el valor de la incorruptibilidad como fundamento ético.

Después de evidenciar esta desventaja que sufre el periodismo frente a la literatura, habrá que exponer también el desprecio que sufre dentro de la prensa. El capítulo que sigue es un breve recorrido casi monográfico a través de sesenta y cuatro años de periodismo cultural en México.

²⁷ Víctor Roura. “Víctor Roura, fin de un ciclo”. *El Financiero*. México, Distrito Federal, 2 de agosto de 2013.

CAPÍTULO SEGUNDO

SOBRE EL PERIODISMO CULTURAL EN MÉXICO: SESENTA Y CUATRO AÑOS DE PROFESIÓN Y OFICIO (1950-2014)

2.1 Breve historia del periodismo tan cultural como literario

Pionero es la palabra que guía este apartado, porque en sus inicios de un temprano siglo XIX el periodismo cultural fue obra de literatos pioneros en el ejercicio periodístico. El periodismo literario debía ser entendido no como literatura publicada en diarios o periódicos, sino como un género que era al mismo tiempo periodismo y literatura.

Nombres sobran: Jonathan Swift, Charles Dickens, Fiodor Dostoievski, Daniel Defoe, Joseph Addison y un extenso listado. No obstante, los nombres no son los procesos culturales. Las condiciones objetivas desatadas por la revolución francesa, la primera revolución industrial y el proyecto civilizatorio de la modernidad europea fueron determinantes para el cuestionamiento sobre la identidad que tanto para periodismo como para la literatura fue fructífero.

Entrado el siglo XX en Europa, el periodismo cultural decimonónico encontraba por fin concreción en las páginas impresas. Fueron cuatro las publicaciones más influyentes de las primeras tres décadas del siglo. La primera, fundada en 1902, es considerada hasta hoy —en líneas muy generales— una de las referencias inmediatas sobre el periodismo cultural en el mundo: el *Times Literary Supplement* (TLS). Este suplemento fue una prolongación de las columnas de reseñas críticas que publicaba el diario inglés *Times*.

Fundado y dirigido por Bruce Richmond, el TLS se distinguió en sus primeras décadas por no firmar ninguna de sus críticas, aunque su *crew* de colaboradores incluyó a prestigiosos intelectuales de la talla de T. S. Elliot, Virginia Woolf, Andrew Lang, Katherine Mansfield o Max Beerbohm, entre otros. No obstante su

trascendencia, las críticas llovieron y el *Supplement* fue visto como la materialización de la decadencia de la cultura inglesa.

Recordó Jorge Rivera que

un poeta, crítico y ensayista de formación clásica y moderna tan compleja y sofisticada como Ezra Pound, no resistió la tentación de afirmar que una de sus secciones en *The Egoist* (1917) era en realidad una suerte de columna en broma construida únicamente con citas escogidas del *Times Literary Supplement*, el santuario, desde su perspectiva, de la intrascendencia cultural del Imperio²⁸.

La siguiente publicación fue francesa y simbolista: la *Nouvelle Revue Française* (*NRF*). Publicada a fines de 1908 bajo la dirección de Eugène Monfort, sirvió, en primera instancia, como plataforma para escritores como Marcel Proust, Alain Fournier o Martin du Gard, entre otros. Entre 1919 y 1925, bajo la dirección de Jacques Rivière, el *NRF* aspiró, en segunda instancia, hacia un continentalismo cultural e impulsó la difusión de los autores centrales de la literatura rusa (Dostoievski, Chéjov, Gogol, Pushkin o Tolstoi), inglesa (Stevenson, Conrad o Defoe) y alemana (Mann, Rilke, Heine).

En Londres, entre 1922 y 1939, T. S. Elliot dirigió la revista trimestral *The Criterion*, que publicó a Paul Valéry, Proust o Charles Maurras. Esta revista “se convirtió en cierto modo (...) en una tribuna de la unidad cultural europea y de cierta concepción elitista de la literatura y los procesos culturales, concebidos como circulaciones destinada a las minorías altamente calificadas y selectivas”²⁹.

Esta concepción “aristocrática” de la cultura (insertada en una lógica de reproducción social moderna, donde la *midcult*, recelosa, resguardaba su “alta cultura”) refuerza la negación del periodismo en la industria cultural como un

²⁸ Jorge Rivera. *Op. cit.*, p. 43.

²⁹ *Ibidem*. p. 45.

vehículo de valores, a pesar de su participación en un circuito de publicaciones como las ya citadas *The Times Literary Supplement* y *Nouvelle Revue Française*, además de *The Athenaeum*, *Arts and Letters* y *The Egoist*.

En España, los editores de *Revista de Occidente* seleccionaron lo mejor de la cultura europea de ese momento: Lorca, Gide, Cocteau, Machado, Alberti, Neruda, Valéry y el multicitado Marcel Proust, entre muchas firmas más. Fundada en 1923 por el filósofo José Ortega y Gasset (preocupado por los problemas de la cultura), la revista fue durante más de una década el modelo de periodismo cultural en lengua castellana, de cerca seguido por *La hora de España*.

Muchos años después, la revista bonaerense *Sur*, donde Jorge Luis Borges publicó algunos de sus cuentos, la tuvo como referente. La idea original de *Sur* — recuerda el estadounidense Waldo Frank, su fundador junto con el argentino Eduardo Mallea— era tender un puente cultural entre las dos Américas a través de una revista literaria editada en inglés y español.

Las décadas del treinta y del cuarenta —por lo menos en cuanto a las publicaciones estadounidenses— fueron marcadas por dos acontecimientos históricos: la gran depresión y la segunda guerra mundial, momentos de crisis y transformación en que la identidad también se cuestiona. El periodismo cultural, por obvias razones, se acotó a publicaciones de sesgo político e ideológico como *New Left* o *Monthly Reviews*, y de sesgo científico como la revista *Chicago Reviews*. Ante la guerra y las campañas propagandísticas, los medios de información adquirieron su verdadera dimensión.

Así, la segunda mitad del siglo xx fue prolífica e innovadora para el reducido circuito del periodismo cultural. Surgió la revista *New Yorker*, dirigida por Harold Ross. A través de las plumas literarias de James Thurber o Lillian Gross cuestionó la transición de lo conservador a lo liberal, de la sociedad puritana a la de la

revolución sexual y psicotrópica. Los conflictos y cambios que se suscitaron en la década del sesenta conllevaron un giro cultural que el periodismo no pasó por alto.

Ernest Hemingway dijo que la novela moderna era un gran reportaje periodístico. Y periodistas de cuño literario como Tom Wolfe, Truman Capote o Ryszard Kapuscinski reinventaron las reglas de un periodismo acartonado, obtuso en el plano de la forma y del contenido, y novelaban las historias de no-ficción. Un “nuevo periodismo” exigía nuevas formas de decir las cosas, de transmitir información. Entonces la fusión entre periodismo y literatura fue definitiva. Los reportajes tenían otras estructuras (más literarias), el lenguaje fue más selecto, dedicado. Las formas cambiaron, los contenidos también.

La más polifacética y espontánea de las publicaciones de un “nuevo periodismo” fue la revista *Rolling Stone*, dedicada al rock y a las letras. Su contraste con respecto al “antiguo periodismo” le valió incluso el mote “estilo *Rolling Stone*”, uno “menos timorato, más creativo y sobre todo más independiente”, como diría Manuel Blanco. A partir de entonces el periodismo dejó de ser la información y los periodistas se interesaron por las formas y la riqueza de los géneros.

Escribió Manuel Blanco que el periodismo, siendo un género literario específico, se nutre continuamente de los otros géneros:

El periodismo también toma prestado y se enriquece. Alegorías y metáforas, convenientemente empleados, enriquecen las imágenes de cualquier texto. Las técnicas narrativas antiguas y modernas, o el monólogo, la figuración de interjecciones y onomatopeyas, el cambio de persona y de personajes en párrafos alternados o aun dentro de un mismo párrafo, igual que el uso cambiante de los tiempos verbales, a veces pero no siempre, en correspondencia con el cambio más o menos repentino de los tiempos históricos del propio relato, son todos

recursos que uno tiene derecho a juzgar válidos para la escritura periodística.³⁰

Si algo quedó evidenciado fue que el periodismo cultural iba de la mano —que no entre las patas— de la literatura y de los literatos. Las únicas condiciones eran la claridad, la precisión y la belleza formal. Los periodistas literarios del “nuevo periodismo” relataban historias, las cuestionaban desde su forma.

En Latinoamérica no fue distinto. En el México contemporáneo a la Reforma fue el caso de *El Renacimiento*, publicada en 1869 por Ignacio Manuel Altamirano; de la revista *Azul*, dirigida desde 1894 y hasta 1896 por el literato Manuel Gutiérrez Nájera; de *El Imparcial: diario ilustrado de la mañana*, editado por Rafael Reyes Spíndola, o de *El Álbum. Periódico mexicano de literatura, artes y bellas artes*, en el que escribían los cronistas Guillermo Prieto, Francisco Zarco y Manuel Payno, entre otros.

Muchos años después sería el caso de *México en la Cultura*, de Fernando Benítez, *El Semanario Cultural*, de José de la Colina, *Diorama de la Cultura*, de Ignacio Solares, entre otras publicaciones culturales no menos importantes. En resumidas cuentas, también fueron escritores periodistas (o escritores y periodistas) quienes impulsaron las citadas publicaciones.

2.2 Los escritores y periodistas. Una mención mínima de las publicaciones culturales más importantes de la segunda mitad del siglo xx en México

Unos son escritores. Otros periodistas. El producto es el mismo: periodismo cultural, ya en secciones, en suplementos o en revistas. De 1950 a la fecha se fundaron diversas publicaciones que impactaron positivamente en el ámbito necesario de la prensa cultural mexicana.

³⁰ Manuel Blanco. *Op. cit.*, p. 42.

En el siguiente apartado se expondrá una breve historia del periodismo cultural de la segunda mitad del siglo xx en México. Porque, para no seguir en todo a Benedetto Croce, la definición de periodismo cultural que ofrece la intuición de cada uno de nosotros es insuficiente para (re)pensar en un periodismo más humano y socialmente responsable, un periodismo a la altura del siglo xxi dominado por la insensibilidad, por la racionalidad mercantilista.

¿Quién si no los periodistas para definirse y redefinirse a partir de su trabajo?
¿Quiénes son esos periodistas y escritores? Impensable —e imposible— reseñar con actitud meticulosa cada palabra o concepto que todos y cada uno de los periodistas culturales tienen que decir para definir su especialidad.

Para los fines prácticos de la presente investigación escogemos algunos protagonistas del periodismo cultural, nombres y rostros visibles de la prensa cultural mexicana de la segunda mitad del siglo xx. A partir de ellos intentamos buscar en su trabajo una definición más aproximada al periodismo cultural que-se-está-haciendo, una que extralimite las características del periodismo, es decir, una que contemple su necesidad histórica dentro de las condiciones materiales que abrazaron su desarrollo, su presencia.

2.2.1 México en la Cultura y La Cultura en México de Fernando Benítez

Fernando Benítez es considerado por el gremio como uno de los más completos editores culturales en México. Su vertiginosa capacidad para escribir desde el periodismo o desde la antropología hicieron de él un torbellino en los suplementos y secciones, desde el primero que fundó (*México en la Cultura*) hasta el último que dirigió (*La Jornada semanal*).

Fueron sus ideas (siguiendo el paso de un decimonónico Ignacio Manuel Altamirano con el periódico *El Renacimiento*) las que a la postre cimentaron un periodismo cultural genuino, ambicioso, dedicado. Sin embargo, destacamos que

Fernando Benítez no definió el concepto que atañe, no por incapacidad o sucedáneos, sino porque, dadas las condiciones sociohistóricas de México en la década del cincuenta, no era necesario hacerlo. Lo único necesario era hacerlo, promoverlo, escribirlo. La pregunta es, entonces, la siguiente: ¿Qué hizo Fernando Benítez por el periodismo cultural?

Fundó en 1949 *México en la Cultura*, suplemento del periódico *Novedades* que dirigió hasta diciembre de 1961. Como el editorial de su primer número lo destacaba, *México en la Cultura*

Aspira, en primer término, a convertirse en un resonador de la cultura nacional. Estamos viviendo una época de extraordinaria importancia en la creación espiritual, pero ni dentro ni fuera de nuestras fronteras se sabe lo que México realiza, por ejemplo, en física, en medicina, en filosofía, pintura o literatura. No existe publicación alguna que recoja en forma organizada y periodística las ricas y variadas manifestaciones de la cultura mexicana... en modo alguno se excluyen de estos panoramas de conjunto la personalidad del artista o del científico. Una serie de entrevistas y análisis nos permitirá seguir las corrientes fundamentales que informan y dan vida a nuestra evolución cultural... No será en modo alguno la expresión de un grupo. La puerta se abre para todos porque la cultura en México reclama ante todo generosidad y comprensión, libertad y oportunidades... Pensamos también que nuestra cultura no se defiende con el aislamiento. Las más relevantes manifestaciones de la cultura en el extranjero tendrán un eco en el suplemento de *Novedades*.³¹

Alfonso Reyes, Octavio Paz, Leopoldo Zea, Henríquez González Casanova y Carlos Pellicer, entre otros escritores no menos importantes, eran los principales colaboradores de este suplemento que estableció una tradición de periodismo cultural. En palabras de Humberto Musacchio, fue “el primer gran suplemento de grupo y tuvo la virtud de aglutinar a las mejores plumas de la época. Se acabó por

³¹ *México en la Cultura*, México, Distrito Federal, 1 (1), febrero de 1946.

razones políticas, porque parece que le estaban dando demasiado espacio a la revolución cubana”³².

Por su parte, *La Cultura en México* (suplemento de la revista *Siempre!*), con dinero aportado por la Presidencia de la República durante el sexenio de Adolfo López Mateos, a principios de los años sesenta, fue el espacio donde escribían intelectuales de la talla de Octavio Paz, Carlos Fuentes, José Emilio Pacheco, Carlos Monsiváis y Margarita Michelena —quienes también dirigieron el suplemento, Monsiváis de 1972 a 1987 (acompañado de David Huerta, José Joaquín Blanco, Vicente Rojo, Rolando Cordera, Héctor Aguilar Camín, entre otros) y Michelena de 1988 a 1991.

El paso de Benítez por el periodismo cultural significó ingentes motivaciones para un periodismo que trascendiera lo institucional. A Fernando Benítez se le reconoce el esfuerzo por establecer las primeras publicaciones del periodismo cultural mexicano del siglo pasado.

2.2.2 Revista Mexicana de Cultura

En su primera época, esta publicación dominical de *El Nacional* la coordinó durante varios años Juan Rejano y la dirigió el mismo Fernando Benítez. En sus páginas confluyeron, a semejanza de *México en la Cultura*, la literatura, las artes plásticas, el cine, el teatro, la danza y la música. La reseña y la crítica del acontecer cultural mexicano e internacional dieron vida a las páginas del suplemento.

Sus secciones fueron “Las letras y los días”, de Andrés Henestrosa, “Pulso y Honda”, de *Martín Garatuza*; “El ruiseñor y la Prosa”, por Raúl Ortiz Ávila, “Panorama de las Artes Plásticas”, de Pablo Fernández Márquez; “El Teatro”, de

³² “Humberto Musacchio revisa otra era cultural”. *Excélsior*, México, Distrito Federal, 6 de diciembre de 2013, en su dirección web: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2013/12/06/932323>

Antonio Magaña Esquivel; “La vida musical en México”, por Jerónimo Baqueiro Foster; “Las Actividades Semanales”, de Fausto García Medeles”, los comentarios de cine a cargo del poeta Efraín Huerta y la sección de reseñas donde aparecían firmas de Salvador Reyes Navares y María Elvira Bermúdez.³³

Hacia 1957 terminó la primera época de *Revista Mexicana de Cultura*, y en su lugar llegó el *Suplemento Semanario*. La salida de Fernando Benítez de la dirección del suplemento se debió a diferencias políticas con el gobierno del presidente Adolfo Ruiz Cortines.

Declaró alguna vez Benítez en texto póstumo del 27 de febrero de 2000:

La situación del suplemento en el periódico siempre fue muy difícil. En 1958, la publicación en primera plana con dibujos de Elvira Gascón, del poema de John Donne, llamado “Going to bed”, traducido por Octavio Paz, casi me costó el cese. Se me acusó de hacer pornografía y de manchar la reputación del diario. La reproducción de “Las tres gracias”, de Rubens, provocó la cólera de don Alejandro Quijano, el director que no dirigía el diario. Me dijo que su mujer, al mirar aquella inmundicia, había tirado el suplemento, y al pisotearlo, colérica, se dislocó el tobillo. Cualquier innovación provocaba reproches y censuras. El fin llegó al ocuparnos de la Revolución China y sobre todo de la Cubana. En diciembre de 1961 se me cesó del modo más arbitrario y despótico³⁴.

2.2.3 Diorama de la Cultura de Ignacio Solares

Fue durante la década de los años setenta que el escritor y periodista Ignacio Solares dirigió el suplemento cultural *Diorama de la Cultura* —contemporáneo a *México en la Cultura*, fundado en 1949— para el periódico *Excélsior* de Julio Scherer. (Solares también dirigió *La Cultura en México* en la década del noventa.)

³³ Humberto Musachio. *México: 200 años de periodismo cultural*, p. 398.

³⁴ Gerardo Ochoa Sandy. *Ochenta años: Las batallas culturales del Fondo*. México: Nieve de chamoy, 2014, edición electrónica (e-book).

Integraba la firma de colaboradores Raquel Tibol, Alberto Dallal, Fernando Curiel, José Antonio Alcaraz, Froylán M. López Narváez, Francisco Zendejas, Jorge Ayala Blanco, Maruxa Vilalta, Olga Harmony, Héctor Azar, Esther Seligson, Jorge Hernández Campos y Luis Cardoza y Aragón, entre muchos otros.

Cada domingo se publicaba en *inventario* —columna anónima y miscelánea— reseñas, glosas, biografías, reflexiones y pequeños ensayos sobre autores como Pablo Neruda, Julio Cortázar, Alejo Carpentier, Jorge Luis Borges, Manuel Acuña o Juan Rulfo, así como comentarios sobre museos, películas o encuentros literarios. Esta pequeña columna después tuvo una firma: JEP. La participación de José Emilio Pacheco con su columna *inventario* cerraba las páginas del *Diorama*.

“Para mí —en palabras de Ignacio Solares—, el *Diorama* fue, a la vez, taller de aprendizaje y realización. En aquel tiempo, el *Excélsior* era EL periódico, ya que influía ampliamente en el mundo público, político y cultural.”³⁵

2.2.4 La semana de Bellas Artes por Gustavo Sainz

Gustavo Sainz, escritor, ensayista, difusor de la literatura nacional, fundó y dirigió *La semana de Bellas Artes* a inicios de los años ochenta, suplemento que, a decir de Ignacio Trejo Fuentes (uno de sus coordinadores junto con Arturo Trejo Villafuerte y Sergio Monsalvo), tiraba 300 mil ejemplares a la semana (aparecía los miércoles) y se encartaba en los diarios de mayor circulación nacional. Sainz estaba al frente del Departamento de Literatura del INBA y Juan José Bremer fungía como Director del Instituto.

³⁵ Ignacio Solares. “Todo empezó en aquel Excélsior”. *Proceso*, México, Distrito Federal, 1 de febrero de 2014, en la dirección web: http://hemeroteca.proceso.com.mx/?page_id=278958&a51dc26366d99bb5fa29cea4747565fec=363873&rl=wh

Sin formatos específicos o secciones fijas, en sus páginas circulaban los géneros literarios desde la poesía hasta el cuento, pasando por las traducciones a Gérard de Nerval o los ensayos sobre la crítica literaria del semiólogo Roland Barthes, y también circulaban los géneros periodísticos, desde la entrevista hasta la crónica, pasando por la nota informativa.

Y fue precisamente una nota (más un panfleto), “La feria de San Marcos”, publicada en 1982 bajo la dirección de Abraham Orozco (cuando Sainz trabajaba en la Universidad de Nuevo México en Albuquerque), lo que llevó a su extinción. En aquella se hacía referencia a la llegada de Carmen Romano de López Portillo, esposa del Presidente, “Gran Puta ataviada con un vestido rojo sangre”, rodeada, “como siempre”, de rumberas y eunucos, a la Feria de San Marcos, una festividad dedicada al jaripeo, al ganado y a la producción de vino.

Tras este escándalo, Bremer renunció a su cargo y *La semana de Bellas Artes* dejó de publicarse de un miércoles a otro por ofender, sin motivo alguno, soezmente, a la conocidísima y folclórica esposa del Presidente.

2.2.5 *Sábado de unomásuno* por Huberto Batis

El editor Huberto Batis dedicó su vida a la difusión de un periodismo cultural serio, sólido. Su trabajo en el suplemento *Sábado* —fundado por Fernando Benítez tras el golpe a *Excélsior*— del periódico *unomásuno* habla por él. *Sábado* fue un suplemento transgeneracional: las plumas que lo dotaron de contenido eran de todos los géneros (periodísticos también), de todas las edades.

Escribe Miguelángel Díaz Monges que “todos pasaron por ahí, desde putas aficionadas a la pluma hasta escritores afectos a emputecerse. Fue un suplemento para académicos, intelectuales, payasos, críticos, escritores de toda

calaña, *hippies*, *punketos*, *darketos* y *neovamps*, pero también *jonkies*, *grupies* y becarios”³⁶.

A fin de cuentas, este suplemento cultural vivió 25 años (1984-2000) de la plantilla de colaboradores, entre los que destacaron Emmanuel Carballo, Salvador Elizondo, José de la Colina o Ignacio Trejo Fuentes, entre otros reconocidos escritores y periodistas. Dice Enrique Serna a propósito de Batis:

En un medio en el que tanta gente se modera hipócritamente para obtener prebendas y canonjías, los agitadores cumplen una función sanitaria de primer orden. Huberto Batis ha sido el agitador más inteligente de la vida cultural mexicana en el último cuarto de siglo³⁷.

Durante esas dos décadas, el suplemento fue un espacio irreverente, acusado también de sucio, pornográfico y escandaloso. Fue un trampolín para generaciones de jóvenes escritores como el propio Serna. La extinción del suplemento significó la pérdida de un espacio de inclusión antes que de exclusión, de crítica literaria desenfadada pero seria. Ante todo, la seriedad que distinguió siempre a la publicación y al gremio jamás faltó, por lo cual es considerado como uno de los más relevantes de las décadas del ochenta y noventa.

2.2.6 *El Búho* de René Avilés Fabila

El Búho, como suplemento cultural, apareció también en *Excélsior* en 1985, año en que se funda *La Jornada*. “Consiguió un alto número de lectores, el respeto de la comunidad intelectual y, desde luego, diversos premios, entre ellos el Nacional

³⁶ Miguelángel Díaz Monge. “Huberto Batis, el Sábado”, revista digital *Replicante*, México, Distrito Federal, junio de 2010, dirección web: <http://revistareplicante.com/huberto-batis-el-sabado/>

³⁷ Enrique Serna. “Huberto Batis”. *Letras Libres*, México, Distrito Federal, marzo de 2000, dirección web: <http://www.letraslibres.com/revista/entrevista/huberto-batis>

de Periodismo en la rama cultural que concedía el gobierno de la república”³⁸, a decir de su director editorial, el periodista René Avilés Fabila.

Durante casi trece años (y 696 números) publicó a José Luis Cuevas, Sebastián, Raúl Anguiano, Luis Herrera de la Fuente, Jorge Velasco, Griselda Álvarez, Marco Aurelio Carballo, Patricia Zama, Héctor Anaya, Antonio Castañeda, Roberto Vallarino, David Gutiérrez Fuentes, Ricardo Pacheco Colín, Elsa Cano, María Eugenia Merino, Cristina Stadelman, Javier Guerrero y Salvador Pinoncelly, entre otros artistas y colaboradores.

Dio espacio para la reseña literaria y la crítica, para el ensayo y la poesía, pero también, y sobre todo, para la política. Y ese fue el motivo por el cual *El Búho* cerró sus páginas en enero de 1999, tras la censura de Lisandro Otero, cubano de nacionalidad mexicana que estaba a cargo de la sección editorial. “Chico, tus artículos son cada vez más críticos y violentos. Tus diferencias con Ernesto Zedillo suben de tono. Esto no puede ser, estás atentando contra los intereses del periódico”, le decía al editor cultural.

Fue la postura “izquierdista” de Avilés Fabila (las críticas tanto a Carlos Salinas de Gortari como Ernesto Zedillo) el motivo de una salida silenciosa, tras bambalinas. “No renuncies, el periódico significa una cuota de poder político”, fue lo último que René Avilés escuchó de Lisandro Otero.

2.2.7 *El Semanario Cultural* por José de la Colina

En 1982, José de la Colina se hizo cargo de *El Semanario Cultural* en el periódico *Novedades*. Consejero directivo y amigo también fue Eduardo Lizalde. Durante veinte años —hasta el 2002— las páginas de *El Semanario* abrieron sus puertas a

³⁸ La cultura en internet. *La Crónica*, México, Distrito Federal, 28 de diciembre de 2012, en la dirección web: <http://www.cronica.com.mx/notas/2012/710164.html>

la difusión de la cultura en sus distintas realizaciones: danza, teatro, música, literatura, artes plásticas...

Rafael Antúnez, Héctor Perea, Fernando Fernández, Juan José Reyes, Fernando García Ramírez, Ernesto Herrera, Noé Cárdenas, Álvaro Ruiz Abreu, Marco Antonio Campos, José María Espinasa, Ernesto Herrera son sólo algunos nombres de escritores y periodistas que colaboraron en la etapa más concluyente del suplemento. Los otros nombres de aquellos que participaron son los de su generación, como Jorge López Paez o Gerardo Deniz.

2.2.8 *Laberinto* en *Milenio* de José Luis Martínez S.

Este suplemento cultural es relativamente joven. Fue en 2003 que *Laberinto* vio la luz en el periódico *Milenio* bajo la dirección de José Luis Martínez S. Un año atrás, los suplementos de *Novedades*, *Excélsior*, *La Crónica de Hoy* y de *unomásuno* dejaron de publicarse por motivos económicos y, sobre todo, políticos. En ese sentido, y a decir de su editor, la publicación nació con el ánimo de llenar un vacío en la reflexión, la difusión y el análisis de hechos culturales.

Según José Luis Martínez S.,

desde el principio nos propusimos un suplemento cultural en el que coincidieran el mayor número de expresiones artísticas, literarias; un espacio en el que tuvieran un lugar la filosofía, la historia, la fotografía, la cultura popular. Un espacio, también, abierto al mayor número de voces, sin importar su procedencia o filiación política³⁹.

De ocho páginas en sus inicios, ahora ocupa doce y en 2014 cumplió su undécimo aniversario.

³⁹ José Luis Martínez S. y los diez años del suplemento *Laberinto*. *Clarimonda*, México, Distrito Federal, 6 de julio de 2013, dirección web: <http://clarimonda.mx/jose-luis-martinez-s-y-los-diez-anos-del-suplemento-laberinto/>

2.2.9 La Jornada Semanal con Hugo Gutiérrez Vega

Hugo Gutiérrez Vega se hizo cargo del suplemento cultural del periódico *La Jornada* por más de tres lustros, desde 1998 y hasta su fallecimiento en septiembre de 2015. En la labor de editor lo antecedieron Fernando Benítez, Roger Bartra y Juan Villoro. En sus páginas desfilaron nombres conocidos en el quehacer cultural. En 2014 el semanario llegó a su número mil —y el poeta a sus 80 años de vida.

Insertado en una tradición de izquierda, este semanario abrió también sus páginas a la crítica del estado actual de las cosas desde la perspectiva de las Bellas Artes. En sus páginas cupo también un suplemento anexo titulado *La letra S* dedicado a temas de salud.

2.2.10 Confabulario y Posdata con Héctor de Mauleón

Más jóvenes son aún estos suplementos culturales. Dos etapas tuvo *Confabulario* desde su fundación en 2004. La primera terminó en 2008 después de 210 números. Durante esta etapa estuvo al frente el periodista Héctor de Mauleón, fundador y director, que un año antes, en 2003, dirigió *Posdata* del periódico *El Independiente*. Después asistió en la subdirección de la revista *Nexos*.

En las páginas de *Confabulario* fue común leer cuestionamientos a las “políticas gubernamentales” del gobierno panista de Vicente Fox y, sobre todo, de la directora del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), Sari Bermúdez, que, acusaron, mantenían al organismo sin un respaldo legal que pretería de lineamientos y estatutos para ejercer su autoridad. Sin dejar a un lado la reflexión de la actividad cultura nacional e internacional, *Confabulario* dedicó líneas y editoriales a la crítica del Conaculta como de una superestructura burocrática hueca, inútil.

Un día de abril de 2008, sin más ni más, el suplemento del periódico *El Universal* dejó de publicarse, y, como es costumbre, no hubo esclarecimiento de las oscuras circunstancias en que cesó. En su editorial de despedida, de Mauleón declaró lo siguiente:

De entre las diversas conjeturas sobre la desaparición del suplemento, sólo una me convence: *Confabulario* murió porque así lo quisieron los ejecutivos de *El Universal*. Lo de siempre: si es necesario ahorrar, que se sacrifique la cultura. Lo ya común: la avasallante marcha de la lógica financiera. ¿Qué hacer? Resistir. Mejor: combatir a los bárbaros⁴⁰.

La segunda etapa llegó a cargo de Julio Aguilar. Cuentos, poemas, ensayos, crónicas, reportajes y críticas sobre literatura, artes visuales, cine de autor, televisión cultural y artes escénicas llenan, hasta la fecha, las cuatro secciones que lo componen: Ficciones, Reflexiones, Conexiones y Miradas.

2.2.11 Sección cultural de *El Financiero*

La última en la lista es la sección cultural de *El Financiero*, coordinada por Víctor Roura y antecedida por el suplemento *Comala* de Humberto Musacchio (que editó cincuenta números). El criterio a través del cual formaba sus páginas era dar cabida a actos culturales que estaban fuera de las agendas mediáticas, fuera también de la cultura hegemónica.

El sello editorial de Roura en la sección fue pugnar por un periodismo contracultural, porque hablar de cultura ya es un serio problema administrativo. Allí la principal razón de sus eternos conflictos con los grupos excluyentes, los que, a su decir, se vanagloriaban entre ellos mismos.

⁴⁰ Editorial de despedida. *El Universal*, México, Distrito Federal, 26 de abril de 2008, p.1 (En suplemento *Confabulario*).

Estuvo al frente de esta sección un cuarto de siglo. En sus páginas vieron la luz desde plumas reconocidas como la de Carlos Monsiváis, Jorge Ayala Blanco, Juan José Arreola o José Emilio Pacheco, hasta nuevas generaciones de periodistas culturales y escritores. En agosto de 2013, Roura publicó su carta de despedida frente a las diferencias con Manuel Arroyo, dueño de *El Financiero*.

2.3 Otras publicaciones

Antes de ahondar en este último apartado, vale la pena finalizar las páginas de esta mínima monografía del periodismo cultural con la mención de publicaciones —suplementos, revistas, tabloides, gacetas— que también forman parte de la riqueza del género.

Después de su estancia diplomática en la India, Octavio Paz regresó a México en 1976 y fundó la revista *Vuelta* (continuación de *Plural*, fundada en 1971 para *Excélsior*). A decir del nobel mexicano en entrevista con Jaime Perales, la unión de la crítica social, filosófica y política con la crítica literaria fue fundamental:

Esta inclusión no se dio en México, sólo con nosotros, y no sólo la crítica en la pulsión de la política, sino en la literatura y el arte. Esto está en *Esprit*, en *Dissent* (menos ahora que cuando yo la conocí, porque se ha convertido casi en una revista política) y en *Partisan Review*⁴¹.

De corte “liberal”, en la fundación de *Vuelta* confluyeron diversas generaciones: contemporáneos a Paz como José Revueltas y extemporáneos como el egregio historiador Daniel Cossío Villegas. Escribían en ella Gabriel Zaid, Guillermo Sheridan, Enrique Krauze (que después fundarían *Letras Libres*), Carlos Fuentes, Julio Cortázar, Gabriel García Márquez, Guillermo Cabrera Infante, Mario Vargas

⁴¹ Jaime Perales. “La pasión del colibrí”, entrevista a Octavio Paz publicada en su versión digital: <http://biblioteca.itam.mx/estudios/47-59/59/JaimePeralesLapasiondelcolibri.pdf>

Llosa, Jorge Edwards o Juan Goytisolo, entre más escritores del “Boom” latinoamericano.

No era una revista literaria, sino una revista con vasos comunicantes entre la política y la cultura. El primer editorial de Paz anunció un lugar en donde el intelectual podía expresarse con libertad en cuatro géneros fundamentales: poesía, crítica literaria, narración y ensayo político. Paz lo repitió en varias ocasiones: “en *Vuelta* hemos tratado de comunicar algunas de estas esferas: la política, la estética y, desde luego, la literaria”.

Vuelta dejó de editarse en 1998, año de la muerte de Octavio Paz. *Letras Libres* fue su heredera directa. Aunque ninguna de ellas se dedicó al periodismo cultural, merecen la mención por su labor a la divulgación de las letras.

En 1999, bajo la dirección de Enrique Krauze, quien fue secretario de redacción de 1977 a 1981 y subdirector de 1981 a 1996 en *Vuelta*, se imprimió el primer número de la revista *Letras Libres*. La lista de colaboradores repitió nombres de los cercanos a la extinta publicación de Paz: Gabriel Zaid, Guillermo Sheridan, Hugo Hiriart, José de la Colina, José Emilio Pacheco, Vargas Llosa y muchos escritores y periodistas más.

Su editorial conservó los lineamientos de *Vuelta*, y la relación ideológica con grupos afines a la derecha mexicana estrecharon la relación entre los directivos y los dirigentes de la política nacional. No por concesión fueron constantes las reprimendas y acusaciones hacia la revista por parte de las facciones de izquierda institucionalizada, quienes tacharon a Krauze de ultraderechista y neoliberal. Tampoco es que fuera para menos después de que el historiador suscribiera sin acotaciones ni críticas el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) que entró en vigor en 1994.

Las condiciones históricas que abrazaron su desarrollo son sustancialmente distintas a las que abrazaron el desarrollo de *Plural* y *Vuelta*. La primera vio su luz en el México del autoritarismo priista, y la segunda, aunque también experimentó esa fase, se consolidó durante la democratización y neoliberalización de México. Por si no fuera poco, *Letras Libres* se fundó en un momento de ruptura con el viejo orden hegemónico: la alternancia partidista del 2000 con el triunfo del Acción Nacional sobre el Revolucionario Institucional.

Hasta la fecha, la revista, siguiendo los pasos de *Sur*, tiene dos versiones, una mexicana y otra española. En su página de internet se lee: “*Letras Libres* convoca a las mentes más lúcidas para abordar en sus páginas los temas necesarios y urgentes del debate global y al mismo tiempo ofrecer a sus lectores muestras de la mejor prosa y poesía”.

Otras publicaciones no menos importantes fueron *Nostramo* del diario *Siglo XXI* de Guadalajara, *Banda rockera* de Vladimir Hernández, *La Mosca en la Pared* de Hugo García Michel, *Obelisco* de Alfonso Capetillo, *Su Otro Yo* de Vicente Ortega Colunga, *Dicine* de Nelson Carro, *Sucesos para todos* de Gustavo Alatríste, el tabloide anarquista *Amor y rabia*, *Atonal* de Arturo Saucedo, *Biombo negro* de Lourdes Hernández, la revista de cine *Toma*, el misceláneo *El Fanzine*, *La Ciudad de Frente* —que dejará de editarse en este 2015—, *Warp*, la revista de divulgación científica de la UNAM *¿Cómo ves?*, y los suplementos *El Ángel* del periódico *Reforma*, *Arena* de *Excélsior*, *La Crónica Dominical* de *La Crónica de Hoy*, *El Gallo Ilustrado* de *El Día*, entre muchas otras publicaciones que trabajaron y trabajan por escribir un periodismo de la cultura.

2.4 El periodismo cultural de la más reciente década (2000-2010): la ausencia y el menosprecio

Mucho y poco hay que decir sobre el periodismo cultural de la más reciente década. Las malas noticias superan a las buenas. Es decir, en el año 2002

dejaron de publicarse dos suplementos culturales: *El Dominical* de *La Crónica de hoy*, dirigido por Rafael Pérez Gay, y *El Semanario de Novedades*, editado por José de la Colina. En su lugar aparecieron secciones culturales en sus respectivos medios que vieron menguadas su extensión y su contenido.

La ausencia de secciones y suplementos culturales en los principales medios de información impresos del país indica que el periodismo cultural es menospreciado por los criterios editoriales. Nada nuevo. Pero ¿cómo explicar la reducción (asfixiante en más de una acepción) de los espacios dedicados al periodismo cultural? ¿Cómo interpretarla, cómo entenderla? Pistas hay, cientos. Pero una que en concreción rebasa a cualquier otra: la mercantilización de la información.

¿Bajo qué circunstancias se mercantilizó la información en México? El proceso por el cual la información se convirtió en mercancía, ya en México, ya en otros países, es fácil de diagnosticar. Incluso el periodista Ryszard Kapuscinski encontró una manera desenfadada para decirlo:

Hoy el valor de la información se mide por el interés que puede despertar. Por verdadera que ésta sea, carecerá de valor si no interesa a un público cada vez más caprichoso. Esto hizo que los románticos buscadores de la verdad que antes dirigían los medios fueran desplazados en muchos casos por los hombres de negocios. La información está subordinada al interés de mercado, a conseguir una rentabilidad máxima y mantener el monopolio⁴².

El problema de los monopolios es un problema de política. En México inició desde finales de la década del cincuenta, cuando el entonces presidente de México, Adolfo López Mateos, sugirió a Camarena y a Azcárraga que fusionaran y consolidaran una única empresa de información, ello como solución a las

⁴² Ryszard Kapuscinski. "El mundo a través de los medios", *Etcétera*, México, Distrito Federal, 1 de noviembre de 2007, dirección web: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2296>

constantes pugnas entre el empresario y el ingeniero. Sin quererlo ni saberlo, López Mateos auspició la formación de lo que en nuestros días es Televisa.

Hasta 2010, la penetración de esta empresa en televisión alcanzaba el 70 por ciento de la población mexicana. En conjunto con Televisión Azteca, acaparaban el 94 por ciento del espectro radioeléctrico. En poco tiempo, el proceso de producción/consumo de significaciones afianzó lo que el teórico Bolívar Echeverría llamó el “contorno significativo básico”⁴³, desde el cual, a partir del citado proceso de reproducción discursiva, los grupos hegemónicos imponían una visión distorsionada del estado de las cosas, una visión procapitalista que ambicionaba perpetuar el modo hegemónico de reproducción de la vida social.

La tesis de que los medios de información son correas de transmisión de propaganda del Estado está rebasada desde hace décadas. No obstante, la subsunción del Estado burocrático ante el mercado agravó el problema, pues todo en torno adquirió su verdadera dimensión: la democracia representativa velaba por los intereses particulares y afines de una clase empresarial. El proceso de distensión de los lazos comunitarios orilló a que los sujetos políticos se alejaran de la política y que mostraran indiferencia a los procesos institutivos y constitutivos de su vida otrora politizada.

Para la consolidación del contorno significativo básico afín a los grupos hegemónicos bastó la titularidad de las empresas de información bajo anuencia de las instituciones gubernamentales. Así fue cómo con la mercantilización de la información fueron los empresarios y no periodistas quienes definieron, desde la temprana década del sesenta (aunque bien sin acentuarse, con sus marcados matices dependiendo la publicación), los carices editoriales de las empresas de la comunicación y la información, porque una decisión editorial implicaba un posicionamiento necesariamente político frente a una democracia representativa dividida en tres partidos. Esta mercantilización de la información con fines también

⁴³ Bolívar Echeverría. *El discurso crítico de Marx*, p. 37.

políticos remató en la pérdida de espacio del periodismo cultural frente al periodismo informativo.

Escribió el investigador español Javier Fernández del Moral que

la desaparición de los socialismos y la falta de referencias sólidas a un sistema de valores concreto deja en manos del mercado la información, que desde finales de los años cuarenta ha estado intentando salir de la trampa liberal, sin conseguirlo. Nadie en estos años ha planteado correcciones viables. Códigos éticos, consejos de medios, defensores, asociaciones de consumidores de información..., todo resulta estéril y aparece como una solución precientífica, artesanal del problema⁴⁴.

Era de esperarse, entonces, que a la postre la línea editorial viera en beneficio de los nexos políticos y económicos (aquello con lo que garantiza su persistencia) antes que en los beneficios de un periodismo socialmente responsable, crítico, ético. Pensar hoy en día en un modelo de periodismo más humano es cosa de todos los días, pero llevarlo a la práctica es otro tema. Basta con revisar los editoriales y los directorios de los principales medios de información contemporáneos para entender que los signos de pesos valen más que los caracteres y contenidos.

No es fortuito que las más importantes agencias de información del mundo pertenezcan, a su vez, a empresarios accionistas de *holdings* que poco se relacionan con la comunicación. El más reciente caso es la venta del periódico *The Washington Post* a Jeff Bezos, dueño de la tienda en línea Amazon.

La valorización de la información en las industrias culturales transformaron un bien en un producto, un derecho en una mercancía. Pero ¿cuáles fueron las consecuencias visibles de este proceso de revalorización económica de la información?

⁴⁴ Javier Fernández del Moral. *Communication & Society*, Navarra, 1993, 6 (1 y 2), p. 29 – 37.

Las consecuencias de esta concentración de la información en pocas empresas apuntó hacia dos caminos paralelos: 1) El vacío ético y 2) la manipulación de la información. Ambos resultaron impositivos para el desarrollo democrático del país.

Recapitulando, el periodismo cultural mexicano tuvo su grandeza, su atención, su rentabilidad, pero en las últimas dos décadas ha sufrido el asedio de la estrechez, de la revalorización de los caracteres en función de sus aportes económicos al medio de información, de su subsunción ante un periodismo del espectáculo, del ocio.

El periodismo cultural como vehículo de valores culturales ofrece, desde sus posibilidades, desde su nimiedad, una propuesta contra esta revalorización de la información. Quizá por eso mismo sufre el acoso de los empresarios. Quizá por eso mismo es fácil hacer un recuento de los suplementos que existen y valen la pena. Sobran dedos.

CAPÍTULO TERCERO

DE LARGO ALIENTO, PERIODISMO CULTURAL

I

La euforia

Al principio creímos que sería fácil. Denunciar la banalidad de la cultura en la época del fetichismo mercantil es básico, casi de lactantes. Así también evidenciar desde la prensa cultural escrita la inevidencia —el ocultamiento— tanto de las Bellas Artes como de la cultura popular frente a la cultura del espectáculo (que tiende a masificarse), porque, propuesto está, estos epítetos a la cultura no son irreconciliables, aún más, se complementan en la dimensión cultural de la vida social.

El verdadero problema es el desequilibrio y la disparidad entre la cultura comercial del espectáculo, a veces vacía y de cuestionables valores estéticos, y la cultura menos comercial: música, danza, artes plásticas, literatura, teatro, escultura, cine. Esta inevidencia de trasfondo mercantil era la primera denuncia de nuestro tabloide. Y creímos que sería fácil, no plantearla o argumentarla, sino continuarla y socializarla.

—Es el primer periódico cultural en la historia —decíamos con ínfulas y orgullo, y añadíamos frases esperanzadoras de que la empresa cultural resultaría sin complicaciones, es decir, los estímulos llegarían en un abrir y cerrar de ojos. Ante la adversidad y frivolidad, el optimismo y la comicidad darían la pauta. El ser una publicación casi única e histórica (en la historia del periodismo cultural no existió antes un periódico especializado en cultura) implicaba, o por lo menos eso pensábamos, la popularidad, y cuando uno es popular poco importa si lo demás está bien, pese a que no lo esté.

Que sirvan las siguientes líneas escritas en enero de 2014 para ilustrar el optimismo marxista (de Groucho, por supuesto) con el que arrostrábamos la cotidianidad efervescente:

Esto lo escribo un día después de la firma del acta constitutiva por los tres socios: David Magaña Figueroa, Víctor Roura Pech y Felipe Reyes Ruiz. Hoy 31 de enero de 2014 el administrador, José Luis Díaz, compró la reserva *De Largo Aliento* en el Instituto Nacional de Derechos de Autor, INDAUTOR. Las expectativas de los socios son positivas y certeras. La empresa cultural se constituye meteóricamente, con ánimo de relámpago: nace una luz en la sombra.

De Largo Aliento es predecible, es decir, acumulará éxitos, no uno ni cien, sino éxitos. En estos momentos, en este día, en esta hora, en esta cafetería el periodismo cultural sufre el menosprecio de los criterios empresariales: los bastiones de lo humano también tienen un precio, y lo que es aún peor, son devaluados día con día frente a una ratificación editorializada de lo grotesco, porque en este día, en esta hora, en esta cafetería lo grotesco subsume al periodismo cultural por una simple razón: acrecienta las tasas de ganancia, ensancha los bolsillos de a quienes poco les importa cultivar la dimensión cultural de lo social. La racionalidad mercantilista es totalizadora y, lo que es también muchísimo peor, es también inhumana.

No seré vulgar, no improvisaré, pero sí diré que los derechos fundamentales son privatizados tras cada suspiro, tras cada aliento, tras cada sorbo de este café amargo (tostaron mucho esta mezcla en El Jarocho). También es predecible que la racionalidad mercantilista no entiende de palabras, entiende de números y ceros, muchos ceros. Hace poco, el sector energético “abre sus puertas” (como puede leerse en los principales medios de información del país) a la inversión extranjera. ¿Desde cuándo la seguridad energética es más importante que la “seguridad cultural” (a los rigurosos respondo con un verso de Neruda: “la palabra es un ala del silencio, el fuego tiene una mitad de frío”)?

Obviamos las respuestas: hay muchos, muchos ceros de por medio y ése es el principal problema: tantos ceros confunden y hacen que una persona cualquiera, quien ustedes quieran, desde un panadero hasta un magistrado, entiendan que el dinero es vital, muchísimo más que la concreción identitaria y la dimensión cultural de la vida social, y,

entregados a girar porque el mundo gira, abran también sus puertas a enemigos silenciosos que se apoderan de nuestras profundidades, allí donde nace el pensamiento. El panadero es igual de culpable que el magistrado, por tanto, nadie es culpable. No digo que la seguridad energética no sea importante (¡loco estaría!), digo que es igual de importante que la dimensión cultural de la vida social, allí donde vivir adquiere un sentido.

Viendo la situación con ojos críticos no me queda más que ratificarlo: sí es más importante el sector energético porque el dinero configura lo social y, por tanto, lo cultural. No obstante, hay una cultura que corrige, una cultura “divina” (en términos de Walter Benjamin a propósito de la violencia): una cultura que es “letal sin derramar sangre”. Esta cultura crea antes de destruir: en sensible, humana, necesaria en este día, en esta hora en que lo grotesco se impone ante lo humano, en que el café se tuesta de más, en que lo vulgar configura lo social y, por tanto, lo cultural. *De Largo Aliento* me urge, nos urge tanto porque queda sentado que la política no se limita a lo institucional; las Bellas Artes son también política dentro de la vastedad polisémica del concepto.

¿Por qué no pensar en los alcances de la cultura hacedora de lo humano en cuanto a su vinculación con una cultura hacedora de lo político como condición y de la política como acción? Entonces podríamos hablar de una política decente, donde los sensibles toman parte y se imponen, por fin, sobre lo grotesco.

Perdóneme el desorden conceptual, no es mi intención. Podría decirlo con otras palabras: podríamos hablar de una política afirmadora de vida donde la *potencia* recupere el poder que la *potentia* fetichizó. Es cuestión de enfoque: el objeto es el mismo. Recuperaré el sentido citando al filósofo Enrique Dussel durante una conferencia, palabras más, palabras menos: “Si la política no es decente es porque los decentes no participamos en ella”. *De Largo Aliento* participa —sin pretenderlo directamente, sin adoptarlo como su reivindicación distintiva— en la decencia de lo político, en la difusión de una cultura afirmadora de lo humano.

El periodista Víctor Roura sabe cuál es su compromiso. A sus cincuenta y nueve años ha publicado cuarenta y tres libros y no vive de las regalías: ni siquiera le interesan porque entiende de la cultura hacedora de lo humano. No sé si sea consciente de su injerencia más allá de la cultura. Lo único que sé a ciencia cierta es que le gusta beber vodka, tiene una biblioteca musical con más de cinco mil volúmenes y a lo largo de su carrera entrevistó a Mudy Waters, a Astor Piazzolla, Alice Cooper y una lista embriagadora de músicos nacionales e internacionales. Me queda claro que es melómano y vive y se desvive por el rock.

Hay tres cosas más que sé a ciencia cierta en estos momentos: 1) el café estaba muy amargo y lo extravasé al pie de un árbol; 2) me cambié a “La casa del pan” (pedí un *latte* de soya) y 3) hay un par de señoritas muy coquetas, con colorete y gracia. También sé a ciencia cierta que un trovador necesitaba unos pesos y se los di, porque de eso mismo trata el giro cultural. Que no se me malinterprete: no se trata de darle dinero a nadie, no se trata de convencer a nadie a partir de una racionalidad mercantilista (que tanto he cuestionado), sino de apoyar con lo poco que se tiene a lo mucho que hace falta. Los cinco pesos (reitero: sin que se me malinterprete) bien podrían ser la metáfora de un periodismo cultural socialmente responsable, un periodismo *De Largo Aliento* que hace falta en estos momentos, en este día, en este invierno diluviano donde inclusive el café mal tostado me traiciona, nos traiciona.

En líneas previas hablé de urgencia: urge saber el nombre de las señoritas. Que no se malinterprete, por favor: las señoritas son y no son metáforas. Urgen las señoritas y el *latte* de soya en este momento, en estos días, en aquella cafetería donde lo grotesco —por más que intente convencerme de lo contrario— se tuesta de más, abre nuestras puertas y se apodera de nuestras profundidades, allí donde nace el pensamiento, allí donde se afirma lo humano. Hace falta extravasarme, urge también extravasarnos: que lo amargo quede al pie de un árbol que sobrevive al invierno diluviano. Así como las acacias se resisten, así también el periodismo cultural (y ya se ha dicho: político) *De Largo Aliento*. Urge saber sus nombres. Urgen las metáforas. Urge.

Pasaron apenas unos minutos desde que escribí lo anterior y juzgo que empecé con ímpetu y descuido consecuentes a mi inexperimentada

edad: lo importante es que después de una casualidad en el Centro Histórico de la ciudad de México, unos tragos y una idea común, David Magaña y Víctor Roura acordaron editar un periódico especializado en cultura. No hubo dimes ni diretes ni banales convicciones: tanto así que en la cantina Buenos Aires hicieron del decembrino invierno una nueva primavera; tanto así que el primero de marzo presentarán el primer número de *De Largo Aliento* en la Feria Internacional del Palacio de Minería.

Pero dejo hasta aquí estas pocas líneas de oraciones simples, porque huele a café tostado y empieza a obnubilarme en esto de la gramática generativa; nada más desagradable que ser el café mal tostado de un lector con buen gusto.

Y ahora regresemos al presente de estas líneas, es decir, nueve meses después, nueve números después. A estas alturas no sabemos cómo terminará todo: si triunfaremos o fracasaremos. Nuestra epopeya se está escribiendo. Pero ya no esperamos todas esas maravillas de fantasía, ni las promesas ni los halos de neblina con magia que siempre pueden esperar los cándidos. Y también los enamorados.

II

La coincidencia y los encuentros

Fundar un periódico cultural es la hazaña de lo imposible, como si para su existencia confabularan lo más independiente de la industria editorial y lo más independiente del periodismo cultural. Es hazaña porque supone un acto heroico contra las frivolidades y banalidades de una industria cuestionable que lo devora todo a su paso: la industria del espectáculo. Imposible porque presupone un cuestionamiento a los medios de información en su realización digital.

Equivale —analógicamente— a engañar a los cíclopes y derrotarlos con la mano en el corazón, con la astucia y decisión en los movimientos. Es un acto que hereda del Ulises de Homero la heroicidad. Hay que tener a nuestras Ítacas en la

mente y desear que el camino fundacional sea como lo aconseja Cavafis: largo, con muchas mañanas estivales, puertos nunca antes vistos, emporios fenicios y aprendizaje de los instruidos. No breve ni dócil, porque no tendría sentido.

Recuerdo la primera vez que vi a David Magaña: barrigón, vestido con pants y playera deportiva, entraba a un salón de clases en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Desenfadado, hablando de literatura y periodismo, bebía Coca Cola en lata. Era agosto de 2012, un lunes.

Ahora recuerdo la primera vez que vi a Roura: delgado, vestido de negro como los poetas de inicios del siglo pasado, esperaba a David en la entrada a un edificio oculto y destartalado sobre el Eje 7 en la Ciudad de México, donde los vecinos, desinteresados, apenas recordaban que el aseo y el agua son indispensables en la vida cotidiana. Era enero de 2014.

Para que estos dos personajes coincidieran un día de diciembre de 2013 hay una trama enigmática en la que participan, con humildad, el *big bang*, el paleolítico, los éxodos, los nuevos asentamientos (la conquista, por supuesto), la revolución industrial, el invento de las cámaras fotográficas y el revelado de imágenes. Paralelamente, hay en su encuentro una ausencia y una presencia: la ausencia de una sección cultural tan respetable y leída como lo fue alguna vez la de Roura, y la presencia de un editor con olfato periodístico como la de Magaña.

En su encuentro sobre la calle de Palma y Donceles, en el Centro Histórico, colaboraron, cuando menos, esos enigmas del universo como la luz y el revelado de imágenes, puesto que ambos estaban allí por cuestiones fotográficas. Para estos dos hombres de letras —de literatura y periodismo—, su coincidencia conservó un poquito de toda esa trama enigmática del universo, ésa misma que a poetas y escritores bien entendidos en retórica poco les interesa desentrañar. Que estuvieran allí se traducía en una grata coincidencia para tomar una copa y brindar a la salud de los presentes —y de los ausentes también, ¿por qué no?

Así fue que estos hombres de luz, iluminados de una generación —la del 55—, caminaron juntos al Salón Buenos Aires, cantina de piedra y tradición, a unas cuadras de donde coincidieron. Roura acababa de renunciar a *El Financiero* —y también acababa de pedir un vodka— y David —whisky— aún arreglaba papeles de su jubilación como docente en la Universidad Pedagógica Nacional (UPN). A la brevedad se reunió con ellos el periodista de *Milenio* Ernesto Herrera, único testigo de la confabulación.

La reciente historia de la prensa cultural apuntaba hacia una reducción significativa de espacio e inversión. La cotidianidad de la prensa circulaba vendida y barata en tabloides comprados. Víctor se mostraba entusiasmado para continuar con su trabajo de editor, que desde la década de los ochenta resultó exitosa y enriquecedora para los suplementos culturales. A la par trabajaban Avilés Fabila, Huberto Batis, Ignacio Solares, Hugo Gutiérrez Vega y, cuando menos, otra decena de periodistas culturales.

—Planeo hacer un periódico cultural, pero todos los empresarios que busqué me dan largas y largas... Dicen que sí y, a la mera hora, desaparecen —comentaba un Roura indignado, desesperado también, sentado a la mesa con David y Ernesto.

—No te preocupes, Víctor, yo puedo conseguir el dinero para invertir —dijo David.

—¿De verdad? —ratificado el “Sí, acepto”, Roura le habló de su plan de inversión que consideraba año y medio. David asintió y brindaron por la empresa que pactaban. (Tiempo después, en cada presentación del periódico Víctor habló sobre este encuentro, y no paraba de celebrar la sensibilidad e interés del “buen hombre” que era David. Un día dejó de hacerlo, quizá porque David dejó de ser para él el “buen hombre”).

En muy resumidas cuentas así sucedieron los encuentros y acuerdos. A la escena fundacional sólo añadiría un par de llamadas que hizo David en busca de socios. Poco tiempo después, en el transcurso de enero, los socios fundadores firmaron el Acta Constitutiva de Magaña, Reyes y Roura S. A. de C. V. Fue entonces cuando escribí esas parcas y entusiastas líneas en una cafetería de Coyoacán. La realidad de la vida cotidiana era otra, acaso no tan distinta de la que imaginábamos, pero sí más truculenta, inestable, como de naufragio. Y esto fue lo que pasó.

III

El comienzo

Hasta este apartado he hablado del periódico sin hablar mucho de él, ni de su forma ni de su contenido. Algunas veces creemos que lo más importante es ser visibles y estar presentes, ser la vanguardia, cuando las necesidades son otras: ser la retaguardia. Sin más ni más empezaré como dictan las Sagradas Escrituras, por el comienzo.

Un lunes me vi con David para desayunar huevos con machaca y puntas de pollo en salsa verde. Para un estudiantino que desayuna cada quinto sábado de mes eso es invaluable. Y como pasaba dos o tres veces por semana me sentía parido por las hadas. Semanas antes David me había comentado sobre el proyecto cultural que estaba planeando con Víctor y Felipe Reyes. Se mostraba entusiasta y con ganas de sacar adelante este periódico único en su especie, en su rareza: uno exótico.

Al terminar, abordamos un taxi que nos dejó en la entrada de un edificio oculto y destartalado sobre el Eje 7. En la puerta, aguardando, esperaba Víctor Roura, que hacía de portero porque los vecinos entraban y salían y entraban y salían y él abría y cerraba sin poder entrar a lo que fue la primera sala de redacción, un cubículo de unos treinta metros cuadrados, apretado y caluroso, con dos ventanas en el tercer piso que daban hacia la calle y un baño que, a veces, tenía agua.

Allí, como en un horno —o una matriz, cual se prefiera— se cocía —o gestaba— el primer número del tabloide *De Largo Aliento*, desde los procedimientos administrativos para constituirse como una empresa del ramo editorial hasta el contenido del mensuario. El administrador de turno, José Luis Díaz, hombre de barriga pronunciada y oídos crédulos, preparaba la documentación para los trámites ante Indautor referentes a la reserva de uso del título *De Largo Aliento*. Además revisaba la documentación para abrir una cuenta bancaria y que todos los trámites ante Hacienda estuvieran marchando sin problemas.

Entraban las primeras llamadas a las líneas telefónicas. Generalmente eran amigos y colaboradores de Víctor, que preguntaban por él. Se vivía un ambiente agradable para el trabajo. Pensar que en ese departamento de mobiliario tan escaso como sencillo se editorializaba un periódico era reconfortante, a semejanza de quien, sin querer fama o reconocimiento, contribuye día con día para hacer del mundo un lugar mejor. Esa constancia del deber es significativa y afirmadora de vida, muchas veces contrapuesta a la lógica de reproducción social.

Los miércoles se hacían las juntas editoriales encabezadas por Juan José Flores Nava y José David Cano, jefes de información. No había discusión, sólo repaso de los temas propuestos para el mensuario. Los reporteros eran Daniel Cisneros, Karla Zanabria, Rossi Blengio y Viridiana Villegas Hernández. De vez en cuando llegaba el encargado de la zona fotográfica, Arturo Talavera, o del área de reportaje, Sergio Raúl López, o el Jefe de Redacción, Eusebio Ruvalcaba. Pero todos se cruzaban sin falta los primeros días de quincena. Aún cuando la empresa no tenía una cuenta y no podía facturar ni comprobar gastos ante Hacienda, salvo con recibos, la empresa pagó con puntualidad a sus trabajadores. Algunos de los cuales, dicho sea sólo de paso, llegaron a cobrar seis mil pesos por publicar un texto al mes.

Los desórdenes administrativos eran aún minúsculos y, sobre todo, perfectibles. Nos preguntábamos qué empresa que se está consolidando inicia sus actividades sin errores y con todo calculado. Así que para nosotros fue de lo más normal recibir pagos quincenales en un sobre cerrado. Sólo firmábamos de recibido. Mientras tanto, los contenidos ya estaban casi listos para su formación.

La encargada del diseño fue Josefina Larragoiti, directora de la Editorial Resistencia, una mujer talentosa, perfeccionista, aunque de un carácter no negociable, estricto en su método. Aquella severidad en su forma de trabajo le ocasionó roces con Víctor, quien decidió contratar a una persona encargada del cuidado editorial. Esta persona, Fatna Lazcano, fue la encargada de lidiar con Josefina y Víctor en los números siguientes.

El número uno tendría cuarenta páginas tamaño tabloide (43,17 x 27,94 cm.). David se opuso al tamaño y al número de páginas, pensaba que treinta y dos eran suficientes para vaciar los contenidos de todo un mes de actividades. No obstante la recomendación, se impuso la insistencia y en la maquetación se contemplaron las cuarenta planas. El periódico estaba en su fase de diseño y pronto estaría listo para las cuatro tintas de la imprenta.

Entretanto, se me encargó escribir el siguiente texto, que fue, para gratitud mía, el primero en darse a conocer —incluso antes que el primer número del periódico—, pese a que no iba firmado por mí, sino por el Director General:

De Largo Aliento es el periódico cultural que tiene por objetivo la difusión de un periodismo más humano, crítico y socialmente responsable. Su misión es ofrecer a un público heterogéneo productos culturales que son menospreciados por los principales medios de información impresos del país.

El panorama del periodismo cultural en México es desolador: un páramo relegado por las frivolidades de los criterios empresariales, porque en estos tiempos la directriz editorial define, asimismo, la tasa

de ganancia: los pesos valen más que los caracteres y contenidos. En ese tenor, *De Largo Aliento* ve en la cultura un derecho fundamental antes que una mercancía. Por ello, no faltar a la verdad es el argumento ético irrenunciable en su compromiso con los lectores.

Por otro lado, la escasa visibilidad de los poetas, de los dramaturgos, de los coreógrafos y en general de los artistas es innoble frente a una cultura del espectáculo que aspira a cubrirlo todo con su cabaret televisado, y cuyos efectos resultan impositivos para el desarrollo democrático del país. Es por eso que abriendo puertas y espacios en el ámbito necesario de la cultura, *De Largo Aliento* tiene como visión ser el referente nacional de periodismo cultural serio, sólido y plural, sin erratas ni ratones.

Consecuentemente, *De Largo Aliento* se aleja del sectarismo y lo califica como defecto de la intelectualidad. Sin exclusiones ni excusas de cotos o grupos es como este periódico propone suspirar objetivos y exhalar un periodismo cultural *De Largo Aliento*.

Allí intenté sintetizar los designios más básicos de cualquier medio impreso de información. El texto circuló por las redes sociales del periódico (que, pese a su antigüedad, tenía suficientes seguidores) y fue algo así como la primera llamada. El recibimiento en la internet anunciaba un eco mucho más extensivo en las presentaciones físicas del periódico. Víctor conservaba su renombre y a sus lectores, y de esa manera la presencia en el medio periodístico sería menos difícil. Si bien empezábamos de cero, Magaña y Roura ya tenían trayectoria.

Recuerdo que una de aquellas tardes en que comimos en “El Faisán dorado” me encontré con un familiar querido, editor en el periódico *Reforma*. “¿Qué haces con Roura?”, me preguntó. Y no supe contestarle, no porque no tuviera algo que decir, sino porque no quise —como se dice en el pueblo— cebar el proyecto, que se acercaba a su fase de impresión.

Mientras tanto, en los días siguientes nos reunimos en la dirección del Palacio de Minería con Esmeralda Murillo, Rubén García y Fernando Macotela para pactar la presentación del periódico en la xxxv Feria del Libro. A pesar de que la convocatoria estaba cerrada, tanto fue su entusiasmo y disposición que nos abrieron un espacio, una hora, una fecha. Acordamos que el sábado primero de marzo, en el marco de la clausura, sería nuestro gran día, nuestro esperado comienzo.

IV

“Las ausencias clamorosas”

David no paraba de repetir que venían cosas buenas, que estaba tranquilo, que la empresa iba a resultar. Mientras tanto, nos la pasábamos de festejo en festejo, de restaurante en restaurante, de cantina en cantina. El ánimo era implacable, un ánimo semejante al de cualquier grupo de personas que comienza un nuevo proyecto en su vida. Y la euforia nos contagió a todos pese a las ausencias que día con día se volvieron más pesadas. Hablo en específico de la distribución y la comercialización. Dos puestos básicos y cuya falta menguaron poco a poco la salud del periódico.

La primera persona encargada de conseguir la publicidad tenía por nombre Natalia Cátedra. Su currículum era impecable: figuraba como la *Country Manager* estrella del periódico *Reforma*. Su cofradía trabaja de la siguiente manera: acuden a la iniciativa privada (y a las entidades públicas) para ofrecer planas de publicidad. Negocian los precios de los forros, de los interiores, de los encartes y demás espacios, y a partir de ellos ganan un sueldo y una comisión.

En nuestra lista de clientes potenciales y que Natalia visitó estaban el Senado de la República, la línea de autobuses ADO, la de tenis *Converse*, los programas de salud del ISSSTE y la Secretaría de Cultura del Distrito Federal. Según me contó David, nuestra afamada *Country Manager* decía tener ya siete inserciones publicitarias para el primer número.

Allí fue cuando comenzaron las sospechas, porque era un gran número de anunciantes para una publicación naciente. Las sospechas se consumaron cuando hubo negociaciones turbias con el encarte que consiguió en la Secretaría de Cultura del Distrito Federal. Tras fracasar y pelearse con David y Víctor, lo único que la empresa le facturó fueron unas mentadas de madre que no tardaron en llegar.

La desconfianza aumentó, las sospechas también y el pleito creció; Natalia fue la primera en irse de la empresa. El segundo personaje encargado fue Fernando Allier, que hablaba como francés radicado en México desde hacía muchos años: con la lengua atorada para pronunciar la letra “r”. En un *Starbucks* del Centro nos prometió conseguir infinidad de anuncios, el Majestic incluido. Tras la presentación en la Feria del Libro del Palacio de Minería —y la celebración en la terraza— no lo volvimos a ver. Lo último que supimos fue que lo vieron día y noche afuera del Majestic. Como nunca estuvo en la empresa, no tuvo que irse. Son las comodidades de la informalidad.

Así fue que el único anuncio —sin contar la cuarta de forros que fue cortesía para la FIL Minería— con el que se imprimió el periódico era un encarte de la Secretaría de Cultura sobre la Orquesta Típica. La primera vez en la imprenta vimos letras y letras y letras que escurrían sobre los cintillos, debajo de los peristilos, entre las fotos, sobre los capiteles y de pronto ¡PAF!, comprendimos que la publicación cultural tenía dos explicaciones históricas: una era el barroco latinoamericano y otra el romanticismo alemán, porque así, de pronto, de entre tantas letras, Romeo se mató porque no salvó al amor, entonces hubo más letras sobre papel que olía a tinta, sabía a tinta, ya nos manchamos los dedos con los interiores y el impresor ajustó los amarillos, Ya casi empatamos el color, y ¿Cómo quedó la litografía de los Beatles?, Pues de maravilla, maestros. En ese momento los románticos nos emocionamos por dos razones: el periódico estuvo por primera vez impreso en nuestras manos y Julieta murió también.

La portada también estaba de luto, no por Romeo y Julieta, sino por Juan Gelman y José Emilio Pacheco, otros amorosos. “Las ausencias clamorosas” era el titular del texto que firmaban Jorge Pech Casanova y José David Cano. “Los comienzos de año siempre son catastróficos para el mundo de la cultura. No falla. Es como un ritual anual. Esta vez primero nos abandonó Juan Gelman, argentino de nacimiento y mexicano por convicción. Doce días después muere intempestivamente (¿qué muerte no lo es?) José Emilio Pacheco. Ambos, poetas”, podía leerse en la entrada del texto, justo debajo del titular.

Además, compartían portada Guillermina Bravo y Guillermo Arriaga, coreógrafos y bailarines también fallecidos. A su lado estaba el centenario más alabado de todos por las instituciones de cultura: Octavio Paz, y a un costado de éste la nota sobre el treinta y cinco aniversario de la FIL en Minería. El último detalle de la portada era una miniatura de la litografía de los Beatles, pintada por Héctor Manjarrez, que tiene murales del rock en las estaciones de metro Auditorio y Chabacano. También aparecían las firmas de Jenaro Villamil, José Reveles, Jaime Avilés, Humberto Musacchio, Andrés de Luna y Federico Arana, entre otros escritores y periodistas.

De alguna u otra manera, el sello de la muerte se impregnó en las portadas de la publicación, como si agoraran un fúnebre final. Siempre estuvieron llenas de muerte y tragedia. El número dos llevaba al conspicuo filósofo Luis Villoro y el tres a Gabriel García Márquez. Pero el tema de la tragedia es otro, que mejor no contamos en estas líneas. No aún. Mejor regresemos a la continuidad del relato.

Saliendo del taller que estaba en Leyes de Reforma, Iztapalapa, un pájaro me cagó. Intuimos entonces que nada podía salir mal: “Dicen que es de buena suerte”, dijo David, no sin cierta emoción machacada con superstición. El copropietario de la imprenta, Porfirio Romo, director general de la editorial Lectorum, era amigo de Víctor y, junto con Víctor Manuel Becerra, su socio y

propietario, prometieron un precio razonable. Quizá pensaban en lo que de razonable tiene la tasa de ganancia, por eso imprimir un tiraje de cuatro mil ejemplares ascendía a poco menos de cuarenta mil pesos, cifra desorbitante.

—Está muy caro —decía David, pero no tomó la decisión de buscar otro impresor. Así que salimos muy a tiempo para el primero de marzo.

La presentación del primer número en la Feria Internacional de Libro del Palacio de Minería fue todo un acontecimiento semiótico; hasta hubo portazo como en los conciertos. La gente, aglutinada, se aglutinaba más, se apretujaba cual amantes enlatados. Los empujones y griteríos al filo del Salón de Firmas atrajeron a miembros de Protección Civil, quienes, radio en mano, sudor en frente, solicitaban refuerzos. Ingresar era un acontecimiento naval, pues de jalón en jalón uno sentía cómo sus extremidades iban y venían al vaivén del oleaje humano. Era verdad ya: el nacimiento de un periódico cultural fue un destripadero inusitado con ruido y furia de por medio.

El público, adulto en su mayoría, se sentó frente al pódium. Muchos quedaron de pie, sobre todo la gente de prensa. Había mucha allí adentro, pese a que pocos medios publicaron información al respecto. Las notas pasaron desapercibidos tal y como siguen pasando desapercibidos cuando de cultura se trata. Una crónica para el portal de la revista electrónica *Milmesetas* fue replicada por otros medios de la República Mexicana, sobre todo en Tijuana, Morelos, y *El Universal* publicó una breve nota en su sección de cultura.

En el Salón de Firmas compartieron micrófono Eusebio Ruvalcaba, Jaime Avilés, Ignacio Trejo Fuentes y Víctor, moderados por David. Las intervenciones fueron breves y concisas, periodísticas. Trejo Fuentes celebró el nacimiento del nuevo periódico y añadió que no había más que “esperar que sea de largo aliento”. Eusebio Ruvalcaba, que fungía como Jefe de redacción, festejó el acontecimiento con su estilo breve: “La cultura no me interesa, no me interesa ninguna manifestación que no venga del corazón del hombre”. Jaime Avilés disertó sobre

el daño que el periodismo pagado, convertido en vocería del Estado, le ha hecho al pensamiento y la cultura: “Que en este momento salga algo impreso en papel y tinta es un acto de refundación”.

El periódico tuvo un grato recibimiento acaso predecible, a ese grado en que, afuera del Salón, jóvenes y adultos esperaban la salida de los ponentes para, abalanzados en tropel, solicitarles una firma en la portada, como adolescentes en un concierto de rock. ¿Qué tuvo que pasar en el Distrito Federal para que una publicación cultural fuera recibida como el nuevo disco de Mijares con Lucerito o de Luis Miguel con su ego? Quizá algo estábamos haciendo bien. La sensación de éxito nos contagió a todos, nos llenó de ímpetu para hacer la mejor publicación cultural. De verdad lo creíamos posible, y nuestra cotidianidad se fundó sobre esa meta noble y digna.

Al finalizar la presentación nos movimos a las nuevas oficinas que estaban en el Centro Histórico, sobre República de Argentina esquina con Luis González Obregón. El edificio, fechada su construcción en 1754, se erguía imponente y acogedor en el corazón de la Ciudad. En el último piso hay un departamento de duela, trabes de viga y ventanales semicirculares con amplios antepechos de cantera para sentarse o acodarse. Hacia el norte colinda con el edificio de la Secretaría de Educación Pública y hacia el sur con las ruinas del Templo Mayor. La vista desde la terraza tiene su encanto sabiéndolo buscar.

Allí, en una de las redacciones más simpáticas y simples del periodismo cultural, fue la fiesta de inauguración. Un breve y minúsculo coctel con canapés y otras galletitas dio la bienvenida a quienes se animaron a subir los ochenta y cinco escalones (entre ellos Gonzalo Martré, vestido en su característico traje de pachuco). Conforme llegaban los invitados se volvía más alegre el convite.

A las viandas se añadieron la bebida y el plato fuerte: tacos al pastor y de bistec; el queso era opcional. En su punto de mayor confluencia éramos cerca de sesenta personas, entre periodistas, escritores, pintores, músicos y amigos no

necesariamente artísticos. Todos nos presentábamos con todos y enunciábamos los mejores deseos para el periódico. Era un comienzo digno: no todos los días se funde un periódico cultural al fuego del tiempo.

Aquel día reímos, nos abrazamos y todos contentos nos fuimos al anochecer, sin sospechar que las ausencias clamorosas de la comercialización y de la distribución se acentuarían en las siguientes semanas, en los siguientes meses. La importancia que se les dio no fue la que merecía.

Para resolver el problema de la distribución visitamos a Daniel Arredondo. Nunca supimos nada de él, sino que era impuntual, desinteresado y, en resumidas cuentas, mafioso de la Unión de Voceadores. Quería distribuir los tres primeros números y todos los ingresos irían a su bolsa. David se negó y jamás volvimos a buscar distribuidores de la Unión.

Sin embargo se sumaron pequeñas librerías de viejo, casas de cultura, salas de lectura y otras pequeñas sedes que instituímos como nuestros puntos de venta. Las librerías en el Distrito Federal fueron las sucursales de El Sótano: Bellas Artes, Coyoacán, Plaza Estrellas, Polanco, Coapa y Quevedo.

Asimismo, distribuimos en los siguientes lugares: El Centro Cultural El Juglar, ubicado en la colonia Guadalupe Inn. El Hallazgo, librería de paso en la Condesa. Librería Jus, El Mercader de libros / El Tapanco y El Mercenario de la lectura en el Centro Histórico. La librería de paso Jorge Cuesta en la colonia Juárez. Librería de la Escuela de Periodismo Carlos Septién y la Librería Julio Torri del Centro Cultural Universitario.

Además, también estuvimos en Librería La Rana de la Casona y Librería La Rana Sabia, en Cuernavaca, Morelos. En Puebla podía adquirirse en Profética, casa de lectura. En Torreón, Coahuila, el ejemplar estaba a la venta en Libros y Revistas "Juárez". Y en Zacatecas, Zacatecas, estábamos en la Librería Andrea y Andre.

Además, teníamos presencia en las sucursales de las Librerías El Sótano en el interior de la república: Guadalajara, León, Puebla y Querétaro.

El atractivo y la calidad del periódico eran tales que fuimos bien recibidos. Cuenta Magaña que en El Sótano se mostraron emocionados:

—Generalmente no damos cabida a periódicos y revistas —le dijo Alejandro Cabrera, Jefe de Compras—. Pero decidimos distribuir este periódico porque parece un libro. —Ese halago se repitió en nuestras diferentes presentaciones, ya fueran en universidades como la UNAM, en la UAM, en la Iberoamericana, y también fuera del Distrito Federal, como en Querétaro, Morelos, Hidalgo y Tijuana.

El periódico llamaba la atención por su calidad, su formato y, por supuesto, por la reproducción de obra plástica que iba en cada número de regalo. Las más populares fueron *Los Beatles*, de Manjarrez, *La abolición de los sueños*, de Manuel Ahumada, *John y Diego / Yoko y Frida*, de Fernando, y la fotografía de El Santo leyendo capturada por Jesús Magaña.

Con el regalo de *Ladrones de planetas* de Antonio Luquín se presentó el primer atentado contra la estabilidad editorial del periódico: la Jefatura de información notificó, a mediados de abril, su renuncia ante el nombramiento de Ernesto Herrera como subdirector editorial. Ello fue también un corolario de los problemas editoriales que sostuvieron con Roura. Ellos exigían más control y Víctor se rehusó a conferirlo.

El número tres quedó a la deriva y con el tiempo contado. Sin embargo, la publicación salió en tiempo y forma el primer lunes del mes de abril. En la portada iba Gabo Márquez y en los interiores, casi pasando desapercibido, sutil frente la vista, una crítica que le hizo Fernando Vallejo al Nobel colombiano.

Justo de eso se trataba. Así tenía que hacerse periodismo. Si bien se ofrecía un perfil del escritor latinoamericano, también una evidencia certera sobre sus

contradicciones, desdichos y vaivenes en el mar de la conveniencia. Ofrecer al lector una visión distinta a las institucionales era nuestro trabajo, nuestra razón de existir, de hacer las cosas críticamente. Para eso es el periodismo, para interpelar lo asentado, para cuestionar a un personaje, a una corriente, a una mañana, a una identidad. Y así lo intentamos hasta que sucedió el evento inesperado.

V

“Usted tranquilo y yo preocupado”

Conseguir inversión al ramo cultural y en su variante periodística es, muchas veces, infructuoso (salvo que se tenga una lista de contactos poderosos). A la iniciativa privada poco le interesa aportar al periodismo. A las entidades gubernamentales, también. El éxito de publicaciones como *Algarabía* dependió de su continua inversión hasta consolidar la empresa, que fue una situación imitada en la nuestra. A pesar de los altos costos de producción (que incluían nóminas, honorarios, impresión, rentas y otros gastos) la inversión se sostuvo sin falta los primeros cuatro números, es decir, hasta junio de 2014.

—Usted tranquilo y yo preocupado —le decía David a Víctor—. Vienen cosas buenas.

Pero ese mes empezaron los males y, de paso, el Mundial de Fútbol más caro y criticado de la historia. Más allá de los avatares económicos, nos enfrentamos ante un accidente y problema de salud que sufrió David el primer fin de semana del mes. A Ernesto, Víctor y a mí la noticia nos llegó a rajatabla, entrecortadamente, temerosa: David estaba hospitalizado por causa de una embolia. El derrame cerebral le tenía inmovilizada la mitad izquierda del cuerpo y su estado era delicado porque el sangrado, pese a ser poco, no coagulaba.

La noticia, trágica en sí, nos desoló, máxime por nuestra falta de información. A los pocos minutos tomé el teléfono y contacté a mis jefes, pero sólo pude hablar con Ernesto. Me cuenta que estuvo todo el día cabizbajo y preocupado, llorando

de poquito en poquito el accidente de su amigo. Víctor y yo hicimos lo mismo, salvo que nos citamos en una cafetería cercana al Hospital y, cuando menos, pudimos lagrimear juntos, que es ya un peso más soportable.

—No se merecía esto, Emmanuel —me decía con los ojos empañados de tristeza—. David es un buen hombre. ¿Por qué a él? ¿Y si no es el mismo? Quizá no va a ser el mismo, Emmanuel... —y sus ojos se empañaban aún más, pensando que, quizá, David no se recuperaría.

Esta falta de información, aunada al exceso torpe de información que tenemos sobre trágicas embolias, nos tenía distantes. Ora pensábamos en el futuro de nuestro amigo, en su condición física, en su motricidad, en su lengua y habla. Ora pensábamos en el futuro de la publicación. Aunque, ante la tragedia, el periódico pasó a segundo término. (Tiempo después nos enteramos que Víctor había platicado con el otro inversionista, Felipe Reyes, para manifestarle su preocupación ante una posible crisis financiera causada por la ausencia de David, y, según Felipe Reyes, le pidió el control del periódico.)

Cuando por fin nos recibió su hermano Ricardo, y Gabriela, su esposa, tuvimos certeza de que David estaba bien, de que, con fortuna, su derrame había sido minúsculo y presentaba altas probabilidades de salir adelante. Su único problema era la diabetes, que dificultaba la coagulación del derrame.

Pese a todas las dificultades que pueden presentarse durante la hospitalización, David salió tres semanas después y comenzó su tratamiento. Su interés por la empresa cultural no menguó ni mucho menos, sino que pensó en continuar más que nunca con la inversión, y en cama y tullido proveyó a la empresa de fondos monetarios. No podía hacer lo contrario; después de todo era su empresa y su responsabilidad como Director Ejecutivo.

El mes de julio fue un hito: la selección española, actual campeona del mundo, fue eliminada en la primera ronda. Por otro lado, se modificó el directorio con el afán de subsanar esas ausencias clamorosas. Al cuerpo de reporteros se añadieron Carmen García Bermejo y Silvina Espinosa de los Monteros; Viridiana Villegas asumió la jefatura de Relaciones Públicas el que escribe ocupó la subjefatura de información. Bajo esa estructura consolidamos un ritmo de trabajo que consistía, básicamente, en lo siguiente:

Los miércoles teníamos nuestra reunión editorial, donde discutíamos el reportaje central y los contenidos que giraban en torno de él. Nuestra insistencia por olvidar el diarismo y escribir para mensual fue semanal. Aconsejábamos a los reporteros abarcar temáticas y no centrarnos exclusivamente en personas, experimentar con los formatos, romper los moldes viejos, rancios, explorar más allá del autor festejado y rezado, y ensayar sus ideas aprovechando la riqueza de los géneros periodísticos, de las mezclas, de los híbridos periodísticos.

De lo que se trataba era de ofrecer al lector un material único y “de largo aliento” que no estaba —o por lo menos no siempre— en las agendas mediáticas de los grandes medios impresos de información ni de las instituciones culturales.

La Jefatura de información intentó predicar con el ejemplo, y desde el número tres quiso darle personalidad y presencia a la sección “Barrios Colaterales”. Los contenidos tenían ritmo, poesía, formatos sugerentes en los que se desplegaba la información de una manera más desenfadada que, no obstante, mantenía la seriedad. Procuraba, asimismo, escribir periodismo narrativo, literario, que fuera más atractivo para nuestros lectores. Ernesto ensayaba a los autores, a los instrumentos musicales, hacía cruces entre una y otra cosa, iba y venía con un lenguaje sencillo, gentil. El que escribe, buscaba diálogos entre el ensayo, la noticia, la teoría cultural y la literatura.

Sin embargo, ¿qué ofreció *De Largo Aliento* en diez números? Entrevistas de semblanza con formato pregunta-respuesta. Notas informativas sin trabajo “de largo aliento”. Reportajes sobre la superficie. Apenas un par de crónicas. Apenas unas planas con Ciencias Sociales —y no sólo Naturales—. Una sección monótona de Políticas Culturales. Unos cuantos perfiles redundantes. Nada de diseño. Nada de lo que esta Ciudad de México esconde de día y mucho menos de noche. Su riqueza fue gracias a los articulistas. Quien quiera hacer un balance, ahí están los contenidos.

Entonces no todo fue afortunado editorialmente: la intención de ofrecer contenido novedoso por su forma y contenido fracasó pese a la insistencia. ¿Entonces qué ofreció *De Largo Aliento* que verdaderamente valiera la pena? Lo más novedoso fueron las litografías. Y ya se ha dicho: artículos, contadas entrevistas, contadas crónicas.

El resultado, no pocas veces, fue un periódico largo, largo, largo, saturado de letra e información, monótono en la forma, rígido incluso, sin ritmo, marcado por un periodismo de los ochenta, acaso rancio, u obsoleto que carecía de imagen y diseño en pares, y, sobre todo, de temas novedosos —y páginas publicitarias—. En el medio se le había rebautizado como “De Largo Aburrimiento”, por el contenido extenso, denso y, se obvia, aburrido.

Pese a si el contenido era el mejor o no, tardamos mucho tiempo —y dinero— en darnos cuenta que si la empresa seguía un par de meses más sin inserciones pagadas, la crisis sería definitiva y fatal. Fue en ese entonces cuando Víctor, sintiendo la ausencia del dinero y de David, incursionó por primeras veces en las funciones de un Director Ejecutivo y descuidó, por el otro lado, las de Director Editorial. Súmese a esta ausencia una más: la del administrador o gerente que, ante la incertidumbre telúrica, presentó su renuncia.

En ese entonces las minucias adquirieron su verdadera dimensión, pues fue del conocimiento público que el administrador no tenía libros contables ni cuentas claras ni amistades largas: la situación fiscal del periódico, como evidenció Ricardo Magaña cuando asumió la gerencia, era un caos también en su faceta administrativa. Muchos gastos no tenían comprobación, porque, al no ingresarlos nunca a la cuenta de la empresa, era dinero que existía como “caja chica”. Añádase a esto una ausencia más: decenas de cheques faltantes que el Representante Legal no había firmado. Y, por último, súmese el cobro mensual del Seguro Social de personas ajenas a la nómina de la empresa.

Mientras tanto, Víctor buscaba inversionistas y distribuidores. Los primeros, al parecer, no existen en México, o no por lo menos como uno desearía encontrarlos: fácil y rápido, más si en el kit de prensa viajan nueve números, una taza y (¡faltaba más!) una playera, todos y cada uno de los accesorios con la marca a vender. La figura de un responsable de marketing que vendiera la firma ante la inversión privada fue perentoria. O por lo menos lo fue para la administración y la dirección editorial.

Fueron muchas las veces en que después de nuestras juntas editoriales, y a la hora de la comida, nos reuníamos la Jefatura de información y la Dirección en el ex Convento de la Enseñanza para hacer balances de nuestra cada vez más ceñida situación. Víctor aseguraba que tenía citas y más citas con posibles inversionistas. Las primeras veces se mostraba confiado, pues, a decir de él, el periódico era una publicación única que atraería inversionistas. Pero las semanas pasaron rápido y nadie se mostraba interesado.

—Estuve en pláticas con amigos que me garantizaban un dinero, pero la figura jurídica de Sociedad Anónima no nos permite recibirlo —nos contaba Víctor, que ya empezaba a mostrarse inquieto, noctámbulo.

Con esa cotidianidad del desinterés pasaron los días y algunas deudas se acumularon. Sobre todo con el impresor y los reporteros. Conseguir un par de nóminas fue otra de las necesidades que sintió Víctor y que, sin embargo, no competían a sus funciones, pero que hizo para dar continuidad al proyecto. Primero buscó el recurso con sus amistades cercanas; después, con enemistades bancarias.

Los problemas económicos de la empresa se mostraban en su dimensión telúrica. Nos tambaleábamos de un lado a otro sin saber qué iba a pasar. La incertidumbre también debería medirse en grados Richter. Entre tanto, Víctor, a la hora de nuestras juntas en el ex Convento de la Enseñanza, nos hablaba sobre otras citas con otros posibles inversionistas, que podían inyectar capital y, cuando menos, paliar los efectos del temblor. La respuesta, días después, era la misma:

—Emmanuel, Ernesto, no voy a dejar caer nuestro precioso periódico. Es una publicación única. A veces pienso que si estuviéramos en Alemania o en otro lugar del mundo tendríamos todo el apoyo y no sufriríamos todos estos problemas, caray. Ojalá me encontrara a un multimillonario hollywoodense que nos financiara sin ningún problema. Y es que desde el inicio yo se lo planteé a David: si la inversión no era de por lo menos un año yo no le entraba. Tú estabas de testigo, Ernesto. Nuestro gran problema es que se suspendió la inversión, por eso no podemos estar tranquilos. No he dormido, estoy muy angustiado. Pero les prometo que no dejaré caer nuestro precioso periódico.

¿Por qué David suspendió la inversión? Dos fueron sus causas: 1) el periódico no lo convencía, no le gustaba, no es lo que él quería, pues Víctor no abría paso a la cultura populachera, al vulgo opositor de la aristocracia, sino que editaba un periodismo de los años ochenta sin actualidad ni novedad y 2) las instituciones se tardaban meses y meses en pagar (el primer depósito a la cuenta de la empresa por concepto de publicidad cayó en octubre, es decir, diez meses después de iniciada la inversión en las necesidades administrativas).

Estas razones, aunadas a los gastos para su recuperación, menguaron su ánimo. Y las ausencias clamorosas de la comercialización y distribución ya no eran minúsculas: eran superlativas. De hecho, Víctor también incurrió en resolver el problema de la distribución con su contacto en la Unión de Voceadores.

—Me prometió que en diciembre ya estaríamos en puestos de la calle. —La promesa se cumplió con el número uno de la publicación, que aún se vendió. Pero el acuerdo duró muy poco, porque, aunado a las desavenencias administrativas, las desavenencias editoriales fueron acentuándose con el pasar de los días, y es que Víctor, también con el pasar de los días, descuidaba sus funciones por imbuirse en las de David. Esa ausencia lo tuvo en juntas, en vilo, desesperado, fatigado, preocupado porque las deudas aumentaban y no había ingresos, no había liquidez. Llegar al número nueve se volvió una hazaña después de cuatro meses sin inversión. Pienso que Batman u Odiseo no lo hubieran logrado.

Reconozco que ambos directores tomaron decisiones desafortunadas en momentos y niveles distintos. La responsabilidad de conseguir la solvencia y liquidez financiera era exclusiva de David o de quien él nombrara. Pero el único nombramiento de carácter administrativo que hizo fue el de Director de Relaciones Institucionales, cuya principal función, ejecutada por Ricardo Magaña, era negociar las inserciones publicitarias.

Ricardo consiguió a la Secretaría de Educación Pública, al Instituto Federal de Telecomunicaciones, a la Secretaría de Turismo y al Fondo de Cultura Económica. Hizo un trabajo irreprochable, gracias al cual nuestra publicación tenía garantizado un ingreso. ¿Cuándo? El tiempo que se tardaran en pagar las instituciones, pero el dinero estaba allí, convenido, comprometido.

Sin embargo, la responsabilidad de conseguir la solvencia y liquidez financiera no fue delegada por David en nadie más. Su plan era esperar que las instituciones

pagaran pronto; entonces todas las deudas quedarían liquidadas. Matemáticamente sí, pero eso no pasó y Víctor reanudó su búsqueda de magnates filantrópicos como el Gog de Papinni, sobre todo cuando los impresores se negaron a trabajar el número ocho por los adeudos.

Tras un par de meses de búsqueda, sin más motor que la intuición y el deseo, a los que se añadían el desvelo y la desesperación, Víctor encontró, por fin, a un inversionista. Era su vecino, Raymundo Tovar. Impresor de oficio y contador de profesión, al principio se mostró interesado con el proyecto. En una de las reuniones editoriales en que se presentó ante nosotros dijo estar entusiasmado con poder imprimir un periódico cultural e invertir como socio.

—Es para mí un honor poder colaborar de alguna u otra forma con ustedes. Durante muchos años nos hemos negado a imprimir revistas y folletines, porque, muchas veces, ofrecen contenido pornográfico. Nuestro padre decía que teníamos que respetar a las máquinas, que respetar nuestro oficio como impresores. Estoy muy contento por ayudarlos en esta empresa que me parece digna.

El contador Tovar hizo una primera aportación de ciento sesenta y ocho mil pesos en efectivo, una noche, en sobre cerrado, en la casa de Víctor, y el dinero cubrió nóminas caídas. La intención del Consejo Directivo era protocolizar a la brevedad la venta de acciones, pero, sin saber de cierto el porqué, Raymundo desapareció tras esta primera aportación. David le solicitaba a Víctor los documentos necesarios para el trámite legal, pero Roura, a semejanza de Tovar, mostró desinterés por llevarlo a cabo, no mostró urgencia.

Entretanto, las medidas administrativas temporales para paliar la crisis, propuestas por el Consejo Directivo, causaron descontento y, en menor medida, encono al interior del periódico, porque algunas implicaban el cierre de la nómina, la suspensión del Seguro Social y el pago por honorarios, por trabajo publicado.

En resumidas cuentas, las desazones del endeudamiento lo colmaron todo de esa incertidumbre que debería medirse en grados Richter. Y ante ella, los reporteros, una semana después, hicieron llegar al Representante Legal un pliego petitorio donde manifestaban su insatisfacción y preocupación en torno a su situación laboral.

A partir de esto la historia se esparce y difumina en un halo de misterio que llevó a situaciones tan desafortunadas como irreconciliables. Justo porque así son las tragedias y las negociaciones. En algún punto del universo, o mejor dicho, en todos los puntos del universo hay una fina membrana por la cual se pasa de la vida a la muerte, del ser a la nada, de la amistad al desprecio, de la grandeza a la miseria, y sólo hace falta un instante, una tarde, una gota que derrame el vaso. Sucede que muchas veces esa gota definitiva no podemos verla, no la reconocemos de entre todo el contenido, pero sabemos que estuvo allí un instante, una tarde, para pasar del ser a la nada, de la amistad al desprecio, de la grandeza a la miseria.

En una de las reuniones que sostuvieron David, Víctor, Ricardo y Raymundo, el Director Editorial lanzó un buscapiés al socio mayoritario: “Si consiguiera un comprador para todas las acciones, ¿venderías el periódico?”. La respuesta, que David tenía pensada mas no enunciada, era un “sí”. A mí llegó a decirme que se conformaba con “salir tablas”, es decir con recuperar lo invertido, que, según sus cálculos y aproximaciones, ascendía a 800 mil pesos en moneda nacional.

Reconozco que aquí las intervenciones de Víctor comenzaron a ser cada vez más desafortunadas para la empresa (o afortunadas para sus planes más allá de ésta, quizá), porque en vez de acercar a ese futuro comprador (que por supuesto era Raymundo) lo aconsejó y lo alejó. En un instante, en una tarde, la gota derramó el vaso.

Las negociaciones se volvieron absurdas por cuanto tiene de absurdo regalar un periódico para que el siguiente dueño invierta un año y medio más, porque ésa era la propuesta del contador Tovar: que le dieran la empresa en ceros y él invertiría durante año y medio. Y Víctor lo apoyaba con desespero y entusiasmo.

A esa propuesta se resumían las negociaciones, según Ricardo y David Magaña, que, en sus inicios, ofrecían el periódico en millón y medio de pesos, porque a eso ascendía la inversión comprobada mediante el historial de depósitos a la cuenta bancaria. Recibir esa cantidad era “salir tablas”. Esto fue algo que Víctor negó, que desentendió, porque a su posible comprador le había dado el precio de los cálculos y aproximaciones que estimó David sin conocer los Estados de Cuenta bancarios.

Cuando las negociaciones se aproximaban a su fin, pregunté a Víctor cuánto ofrecía el comprador. Me dijo que “una buena cantidad”. Sin más detalles. Y no volvimos a tocar el tema, aunque casi diario me preguntaba cómo veía yo la situación, cómo me sentía, qué pensaba acerca de todo. Mi respuesta fue siempre la misma:

—No estoy de acuerdo en muchas de las decisiones que propone David, pero tampoco entiendo por qué si había un inversionista no se protocolizó la venta de acciones para seguir todos adelante. La verdad es que no sé en qué momento se volvió todo tan irreconciliable.

—Lo has dicho muy bien, Emmanuel, ésa es la palabra: irreconciliable.

Al parecer Víctor ya tenía un plan B si las negociaciones no iban bien y no conseguía sacar adelante el periódico. Ese plan lo esbozó el miércoles 17 de diciembre de 2014, cuando presentó su renuncia y compartió un texto donde expuso sus motivos. Tras su anuncio se despidió en pocas palabras de los

presentes, tomó la bolsa de mano que lo acompañaba a todos lados y se fue de la redacción.

A continuación tomaron la palabra los presentes para manifestar su sentir en torno a la situación. La mayoría siguió a Víctor: el segundo en renunciar fue Pascual Borzelli Iglesias, encargado de la zona fotográfica; enseguida, Fatna Lazcano, responsable del cuidado editorial; después fueron los reporteros: Karla, Silvina, Daniel, Viridiana, Rossi y Carmen. En un instante, una tarde, pasamos de formar un equipo y tener un periódico a quedarnos todos con las manos vacías. David perdió su inversión y el periódico. Víctor perdió los préstamos, se endeudó y perdió el periódico, y los demás sólo perdimos el periódico.

Al finalizar esa reunión disolutiva, todos acordaron notificar a David su renuncia. Estaba justo debajo de ellos, en la Cantina Salón España. Ernesto y yo nos quedamos en la redacción durante media hora, tiempo suficiente para que le notificaran su resolución. Cuando bajamos, nos enteramos que no le habían anunciado nada. “Quizá lo harán por escrito”, pensé.

Pero al día siguiente de su renuncia, David platicó con Carmen García Bermejo. Si bien Karla Zanabria, Silvina Espinosa de los Monteros y Daniel Cisneros se mostraban confundidos, querían participar en el periódico. Pidieron una cita para platicar a fondo. Desde las diez y hasta las once y media los estuvimos esperando junto con quien asumiría la dirección del proyecto: Gerardo de la Torre; jamás llegaron.

Días después supimos cuál fue el motivo: su cuerpo entero de redacción trabajaba en un nuevo periódico cultural que llevaría por nombre *La digna metáfora*. Ése era el plan B: refundar lo asentado.

—El sol sale para todos. Vienen cosas buenas —dice David y las seguimos esperando mientras, a nivel nacional, hay recortes al gasto público en todos los

ramos, causados por la baja a los precios del barril como consecuencia de la sobreproducción de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). Un nuevo recorte a la cultura pone el estado de la cosas más difícil que cuando empezamos. Y pensar que al principio creímos que de verdad sería fácil.

REFLEXIONES FINALES

El periodismo cultural es un gran y posible truco: se mezcla la tradición, el nombre de los héroes caídos, un poco de síncope, la historia desde Adán y los primeros soplos divinos, y ahí, en ese lenguaje culterano y populachero, en ese medio masivo de información, hay valores culturales, hay transmisión de conocimiento.

La posibilidad de hacer del periodismo un vehículo de valores en los principales medios de información no depende de los editores o directores en turno, sino de los dueños del medio, de los empresarios en turno. Mientras la cultura sea vista desde la administración, las Bellas Artes tienen un problema de política. Y, dicho sea de paso, seguirán sin entenderse como constitutivas de la ciudad, de sus normas, de su vida política.

Sustraer esto de su dimensión cultural coadyuva a la perpetuidad del actual estado de cosas. El periodismo cultural de la más reciente década lo demuestra frente a su continua desaparición y subsunción bajo el periodismo del espectáculo y del entretenimiento. Pocos están dispuestos a invertir millones en su producción, promoción, divulgación y conservación. Sobre todo porque, salvo casos excepcionales, es una inversión a pérdida. Es altruismo.

Más importancia tienen la política de los espectáculos, la vulgarización y banalidad de la cultura en los principales diarios —los cuales, con algunas excepciones, ya no conservan sus secciones o suplementos, como sí desde la segunda mitad del siglo xx y hasta inicios del nuevo siglo—. Así, cultura, distracción y entretenimiento (*amusement*) se fusionan en un término como el de ocio.

La cultura en los medios masivos de información es espectáculo, es diversión, es industria, es prolongación del trabajo. Frente al problema de la cultura de masas, el periodismo cultural ofrece una solución para transmitir conocimiento, valores, tradiciones, cuestionamientos a la identidad que está en juego. La pregunta es cómo hacer rentable el periodismo cultural por sí mismo, para que siga cuestionando las normas de la ciudad, su dimensión cultural, su reproducción de identidades. Y sigue siendo un problema de administración.

La propuesta de *De Largo Aliento* fue atractiva por su atrevimiento de especializarse en cultura, de criticarla y socializarla en los números más afortunados. Quizá ostenta con orgullo el título de ser el primer periódico cultural en la historia de las publicaciones impresas. Pero el apoyo obligado de las principales instituciones culturales (en su nivel federal y distrital) no fue suficiente para darle continuidad a un proyecto noble pero sin suficiente inversión.

Considero que *De Largo Aliento* no fue del todo un cuestionamiento a los moldes rígidos de la prensa contemporánea (en términos de forma y contenido), pues no demostró que es posible formar diez números culturales novedosos con entrevistas, reportajes, crónicas, artículos, columnas y ensayos que rompieran las tablas y los cánones periodísticos. Salvo contadas aportaciones, sobre todo de articulistas, predominó el periodismo que Víctor Roura hizo muy bien en los años ochenta, pero que no se adecuó al presente. “De Largo Aburrimiento” es la prueba de ello.

Por otro lado, *De Largo Aliento* fue, al mismo tiempo, una reproducción de los mismos moldes rígidos (en términos gerenciales y administrativos). Cayó en aquello que tanto criticaba en su sección de políticas culturales: la desafortunada administración de los fondos. En resumidas cuentas, la publicación, pese a que fue vistosa, atractiva, ofreció el periodismo cultural entendido sólo como divulgación de información y sirviéndose de los formatos tradicionales; aportó poco y nada.

La ausencia de una gerencia saludable menguó la base. La ausencia de un departamento de ventas y otro de distribución acentuó las desavenencias. El problema de la inestabilidad financiera desencadenó sucesos negativos y acumulables, cada vez más enredados en su dimensión nebulosa e irresoluble. El proyecto nació y murió en el seno de la crisis que lo antecedió y lo precedió. Su desaparición fue un problema de administración machacado en diferencias editoriales. Fue un problema de raíz que no se atendió.

De haberse propuesto con un plan de negocios a largo plazo, con un esquema financiero, una ruta crítica tanto administrativa como logística —que permitiera visualizar un flujo de efectivo desde un principio—, con contenidos y formatos novedosos —más narrativos, o ensayísticos, o híbridos, o mezcla de géneros como entrevista con ensayo, o reportaje con ensayo y no la tradicional entrevista pregunta-repuesta, o la nota informativa—, quizá estaríamos editando el número veinte. Quizás, quizás, quizás...

BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, T; Horkheimer, M (1998). *Dialéctica del iluminismo*. Madrid: Trotta, pp. 303.
- Baudelaire, C (1996). *Salones y otros escritos sobre arte*. Madrid: Visor, p. 233.
- Blanco, M (1998). *Cultura y periodismo*. México: Daga, pp. 134.
- Bourdieu, P (1985). *El oficio del sociólogo*. México: Siglo XXI, págs. 10-124.
- Croce, B (1985). *Breviario de estética*. Barcelona: Espasa-Calpe, pp. 143.
- Echeverría, B (2001). *Definición de la cultura*. México: ITACA-UNAM, pp. 275.
- _____ (2006). *Vuelta de siglo*. México: Era, pp. 272.
- Eco, U (1968). *Apocalípticos e integrados*. España: Taurus, pp.
- Estañol, B (2000). *La vocación devengada*. México: UNAM, págs. 113-116.
- Grüner, E (2002). *El fin de las pequeñas historias*. España: Paidós, págs. 249-279.
- Monsiváis, C. “Elogio (innecesario) de los libros”, ponencia que dictó en el marco del 6º Congreso Nacional de Lectura, México, DF., 2006.
- Musacchio, H (2012). *200 años de periodismo cultural en México*, tomo segundo, México: Conaculta, pp. 583.
- Neruda, P (1984). *Confieso que he vivido*. México: Seix Barral, pp. 461.
- Ochoa Sandy, G. *Ochenta años: Las batallas culturales del Fondo*. México: Nieve de chamoy, edición electrónica (e-book).
- Rivera, J (1995). *El periodismo cultural*. Argentina: Paidós, págs. 15-103.
- Sautu, R. et.al (2001). *Manual de metodología*. México: Clacso, págs. 67-81 y 161-171.
- Weingarten, M (2013). *La banda que escribía torcido*. España: Libros del K.O, pp. 554.

HEMEROGRAFÍA

- Editorial de despedida. *El Universal*, México, Distrito Federal, 26 de abril de 2008, p.1 (En suplemento *confabulario*).
- Fernández del Moral, Javier. *Communication & Society*, Navarra, 1993, 6 (1 y 2), p. 29 – 37.
- *México en la Cultura*, México, Distrito Federal, 1 (1), febrero de 1946.
- Roura, Víctor. “Víctor Roura, fin de un ciclo”. *El Financiero*. México, Distrito Federal, 2 de agosto de 2013.

WEB

- “Humberto Musacchio revisa otra era cultural”. *Excélsior*, México, Distrito Federal, 6 de diciembre de 2013, en su dirección web: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2013/12/06/932323>
- Díaz Monge, Miguelángel. “Huberto Batis, el Sábado”, revista digital *Replicante*, México, Distrito Federal, junio de 2010, dirección web: <http://revistareplicante.com/huberto-batis-el-sabado/>
- José Luis Martínez S. y los diez años del suplemento *Laberinto*. *Clarimonda*, México, Distrito Federal, 6 de julio de 2013, dirección web: <http://clarimonda.mx/jose-luis-martinez-s-y-los-diez-anos-del-suplemento-laberinto/>
- Kapuscinski, Ryszard. “El mundo a través de los medios”, *Etcétera*, México, Distrito Federal, 1 de noviembre de 2007, dirección web: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2296>
- La cultura en internet. *La Crónica*, México, Distrito Federal, 28 de diciembre de 2012, en la dirección web: <http://www.cronica.com.mx/notas/2012/710164.html>

- Perales, Jaime. “La pasión del colibrí”, entrevista a Octavio Paz publicada en su versión digital: <http://biblioteca.itam.mx/estudios/47-59/59/JaimePeralesLapasiondelcolibri.pdf>
- Serna, Enrique. Huberto Batis. *Letras Libres*, México, Distrito Federal, marzo de 2000, dirección web: <http://www.letraslibres.com/revista/entrevista/huberto-batis>
- Solares, Ignacio. Todo empezó en aquel Excélsior. *Proceso*, México, Distrito Federal, 1 de febrero de 2014, en la dirección web: http://hemeroteca.proceso.com.mx/?page_id=278958&a51dc26366d99bb5fa29cea4747565fec=363873&rl=wh

EL EQUIPO *DE LARGO ALIENTO*



De izquierda a derecha, atrás: Pascual Borzelli Iglesias, Ernesto Herrera, David Magaña, Víctor Roura, Felipe Reyes, Ricardo Magaña, José Luis Díaz, Emmanuel Islas, Daniel Cisneros.

Al frente: Rossi Benglio, Adria Vega, Carmen García Bermejo, Fatna Lazcano, Karla Zanabria, Viridiana Villegas Hernández, Silvina Espinosa de los Monteros e Irma Rivas.