



Periodismo cultural. Un debate

Descripción

Si algo enseñan los estudios sobre los géneros literarios es que frente a la necesidad, más o menos justificada, de acuñar etiquetas genéricas para clasificar, con mayor o menor acierto, las obras literarias -¿cómo olvidarse de aquella gran cadena librería que colocó *La historia de la literatura nazi en América* de Bolaño en el estante dedicado al ensayismo y a la historia literaria?- se impone la dificultad de inscribir las obras en dichas etiquetas, condenadas a ser insuficientes para todo intento clasificatorio. La literatura, si bien muchas veces víctima de la locura clasificatoria -¿puede alguien decirnos el perpetrador de la nueva acuñación del género “ficción atmosférica”?-, no es la única disciplina cuya amplia variedad de manifestaciones se enfrenta a la imposición de una etiqueta que, aparentemente, trata de concretarla. En efecto, el periodismo, en sus múltiples subapartados temáticos, no es ajeno a la dictadura de las etiquetas, una dictadura que se hace particularmente evidente en el ámbito del periodismo cultural, término bajo el cual se han abrigado y se abrigan distintas acepciones semánticas: desde la mera información -en no pocas ocasiones reconvertida en promoción- cultural hasta un periodismo de denuncia que, desde la cultura, no es ajeno a las vinculaciones político-económicas implicadas en el sector cultural, pasando por el aparente subgénero del periodismo literario. “Yo creo que para ser operativos hay que trazar una distinción entre periodismo cultural y periodismo literario”, nos comenta Sergio Vila-Sanjuán, director del suplemento *Culturas de La Vanguardia*: “el periodismo cultural se define por su tema (las actividades comúnmente consideradas culturales, entendidas con un margen muy amplio). El literario, por su intención y su forma. Ambos criterios pueden coincidir, y es incluso deseable que lo hagan (temas culturales abordados con intención literaria), pero no necesariamente ocurre”.

Determinada la frontera entre el periodismo cultural y el periodismo literario, la pregunta acerca de qué se entiende por el primero sigue abierta. “Por periodismo cultural entiendo una de las mayores perversiones del periodismo”, señala Peio H. Riaño, director de *Miradas*, la sección cultural de *El Español*; “la etiqueta, adjetivo o apellido ha logrado rebasar la calidad de las informaciones hasta convertirla en promociones. Me gusta ver el periodismo sin aditamentos, con el único objetivo que su responsabilidad con el lector, que espera que le mantengamos informado”, concluye Peio H. Riaño, con cuyas palabras parece estar de acuerdo Eva Orúe, que semanalmente escribe en *Infolibre* un artículo dedicado a los libros y al mundo editorial. Si bien, como ella misma dice, “su labor en este ámbito es un tanto peculiar puesto que “lo primero que hice en este terreno fue un ‘confidencial’ sobre el mundo editorial, luego coordiné una revista cultural on line que ya no existe”, desde su experiencia y en aparente consonancia por Riaño, Orúe apunta: “el periodismo es periodismo, sea cual sea su especialidad. Vale, lo que acabo de escribir es más un deseo que una realidad, y basta darse un paseo por cualquier sección (sobre todo por la de deportes, reducida en algunas ocasiones a la condición de ‘ecos de la hinchada’) para comprobarlo”. Los deseos de Orúe son, en cambio, para Peio H. Riaño aseveraciones que no admiten titubeos; en efecto, el periodista de *El Español*, no sólo se opone a la etiqueta de cultural como subcategorización o, como él mismo dice, como

rebajamiento del periodismo en su totalidad, sino que considera que, independientemente de la temática cultural, el periodismo siempre tiene como objetivo “desvelar lo que no se quiere dar a conocer” y, por tanto, el periodismo bien entendido “no es cómplice de la propaganda, ni de la publicidad”. Si bien resulta imposible oponerse a las palabras de Riaño y no suscribir la idea de un periodismo que, independientemente de toda etiqueta, tenga como primer objetivo la información y el desvelamiento y no la promoción, lo cierto es que, al menos, a nivel pragmático existe un periodismo cultural, etiqueta que, aun requiriendo una puesta en crisis o, incluso, su posible borradura, identifica a ojos de los lectores un determinado tipo de información y, a la vez, como se observa en el ensayo *Una crónica del periodismo cultural* de Sergio Vila-Sanjuán, reúne en sí misma una historia que trasciende incluso el ámbito del periodismo, tal y como lo entendemos ahora. De hecho, Vila-Sanjuán, en su recorrido a lo largo de la historia por los grandes nombres y las grandes tendencias del periodismo cultural, incorpora nombres aparentemente tan heterodoxos como Vasari, autor de *Las vidas de los más excelentes pintores, escultores y arquitectos* o Borges, de quien Vila-Sanjuán recuerda los artículos publicados en revistas femeninas y de decoración. El interés del recorrido histórico realizado por el periodista de *La Vanguardia* no sólo radica en la panorámica transhistórica e, incluso, transgenérica que propone, sino en la puesta en crisis de la propia definición de periodismo cultural: lejos de ofrecernos una única y exclusiva definición, Vila-Sanjuán abre un abanico de acepciones y concepciones que, sin negar la existencia de dicho género, sí ponen en cuestión toda única circunscripción definitoria. “En el periodismo cultural puede haber distintos acercamientos”, apunta Daniel Gascón, director de *Letras Libres*, “un periodismo cultural más informativo (que debería evitar caer en el publitreportaje), un periodismo cultural que tenga una vocación crítica de las instituciones culturales, un periodismo cultural que analiza, que discute las ideas y las obras, que detecta y recomienda obras y tendencias que de otro modo podría pasar inadvertidos”. En la pluralidad de tendencias y acercamientos, Gascón parece concordar con la propuesta ensayística de Vila-Sanjuán y a sus palabras bien podrían añadirse las de Dani Arjona, director de la sección de cultura de *El Confidencial*: “El periodismo cultural requiere el mismo rigor pero tal vez no el mismo acercamiento que cualquier otro tipo de información o, en cualquier caso, su ámbito de interpelación es más amplio. Su obligación es perseguir las mejores historias para contar la realidad, en este caso cultural, y ahí su abanico de posibilidades se ensancha”. Ante el abanico de acercamientos que ofrece el periodismo cultural, Daniel Gascón alerta ante los riesgos que puede conllevar un determinado activismo: “el periodismo cultural tiene a veces algo de activista: quizá es necesario y probablemente común a otros tipos de periodismo, pero también tiene sus peligros. En el peor de los casos hace que el periodismo cultural se parezca al Sacro Imperio Germánico y acabe sin ser periodismo ni cultura”.

Definido por la Real Academia como un ejercicio de proselitismo o como la subordinación a los objetivos marcados por una determinada corriente de acción, el activismo niega el carácter crítico propio del periodismo, ya no solamente el cultural. En este sentido, Gascón acierta en su alerta ante los posibles riesgos que, poco después, parecen concretarse en una reflexión que trasciende el propio carácter del periodismo para adentrarse en las relaciones de poder y de influencias a las que el campo cultural no es ajeno: “hay una cierta tendencia a ensalzar solo a compañeros de tertulia o editorial, mientras se condenan sin matices los grupos de interés y la corrupción de otras partes de la sociedad, y de los que no son tus amigos”, nos comenta el director de *Letras Libres*, que a lo largo de su experiencia, ya sea como periodista pero también como autor, ha observado “más extrañas corrientes de opinión que consagran a un autor sin que sepa muy bien por qué y errores que suceden por negligencia, torpeza o por miedo, que presiones de grandes grupos”. Más allá de todo ejercicio de contabilidad –la presión chantajista o de censura nunca es justificable, tampoco cuando otros la ejercen con mayor fuerza-, lo que debe destacarse es que no se trata de poner el foco en el activismo, a modo de condena o de prescripción, sino en el ejercicio mismo del periodismo, un ejercicio que no puede no ser activista con respecto al rigor y, sobre todo, con respecto a la crítica, entendida como

expresión descreída e independiente ante toda producción cultural.

“Hace unos días me invitaron a dar una clase sobre periodismo cultural en el Máster de ABC, el que dirigí hasta el curso pasado. Empecé leyendo un largo fragmento de *Submundo*, la novela de Don DeLillo, en concreto desde la página 591 a la 595, en la que describen las partes de un zapato. Después hablé de unos cuantos libros: *Hiroshima*, de John Hersey; *Pedro Páramo*, de Juan Rulfo; *Elogiemos ahora a hombres famosos*, de Walker Evans y James Agee... E hice hincapié en que no tiene por qué haber la menor diferencia en cuanto al rigor a la hora de escribir una pieza que pueda encajar en una sección de cultura de los viejos diarios que llevan tanto tiempo agonizando”, nos comenta Alfonso Armada, director del *ABC Cultural* y antiguo director del *Máster de ABC* de periodismo. Armada no sólo hace hincapié en la necesidad de rigor en todo ejercicio periodístico, sino que, sin borrar la distinción planteada por Sergio Vila-Sanjuán, subraya la importancia de la calidad del texto: “Tal vez gracias al premio Nobel a Svetlana Aleixévich triunfe la idea que lleva tanto tiempo propagando Leila Guerriero: que es injusto poner a la novela en la cumbre de la literatura. Porque hay piezas de periodismo que están a la altura de las mejores novelas”, añade Armada, que nos cuenta cómo, precisamente para ahondar en su convicción, terminó su clase leyendo “el poema *Falta de atención* de Wislawa Szymborska” y profundizando “en la necesidad de prestar atención, de escuchar, de ponerse en el lugar del otro, y dedicarle por lo tanto tiempo. Porque la clave es el tiempo, a qué dedicamos el tiempo de que disponemos mientras estemos aquí”.

Forma y contenido definen el rigor exigido, no se trata solo de informar, sino también de cómo informar y sobre qué informar. Sin detenerse, a diferencia de Armada, en los aspectos formales, Blanca Berasategui subraya, en plena concordancia con el periodista de ABC, la necesidad del rigor, como elemento definitorio de todo ejercicio periodístico: “El rigor es obligado: la velocidad con la que hemos de trabajar, la abundancia de libros y oferta cultural, la confusión reinante, las cada vez más refinadas técnicas del marketing... nos confunden”, nos dice la directora de *El Cultural* de *El Mundo*, “nunca nuestros críticos habrían tenido que combatir con tanta vehemencia la presión tergiversadora del mercado”. De esta manera, Berasategui pone encima de la mesa las presiones a las que está sometido el periodismo cultural, unas presiones que precisamente exigen no sólo el carácter crítico, incluso militante, al que se aludía, sino una consideración de la información cultural que trascienda la propia definición de cultural. Aun considerando que “hay cierta exageración y mito en esos llamados ‘poderes fácticos’” en tanto que “hoy en día hay tantas puertas y ventanas por las que entrar a la información cultural que a los grandes grupos les resulta cada vez más difícil imponer su mercancía”, Berasategui subraya que “lo más complicado es combatir con eficacia los desmanes de la publicidad y del mercado. Separar de unos y otros, cosa. Tener claro que ‘no todo vale’”. La conciencia del “no todo vale” está detrás del cuadernillo *Vida/Cultura/Ideas* de *Ahora Semanal* que edita Aloma Rodríguez; la escritora y periodista, a quien podemos considerar la ideóloga de este cuadernillo, lo tiene claro: “me gustan las secciones de cultura que me enseñen cosas que no sé o me muestren puntos de vista nuevos sobre cosas que sé. También me gusta que me inviten a reflexionar. No me gusta cuando cae en la promoción”.

Aun aceptando que, como nos indica Sergio Vila-Sanjuán, “en nuestro gremio cultural las presiones suelen ser bastante menores a las que reciben, por lo que tengo entendido, los periodistas políticos o económicos”, las presiones son connaturales al periodismo de la misma manera que, añade Vila-Sanjuán, “enfrentarse a presiones está en la esencia del periodismo”. Sin embargo, no son pocos quienes se lanzan a los brazos o a las fauces –todo depende de la perspectiva– del sacrosanto poder del mercado: la publicidad seduce como los mismísimos cantos de sirenas y hay quien, lejos de sujetarse al mástil de la coherencia, se deja llevar haciendo del periodismo cultural un instrumento de mercadotecnia. “Lo cierto que, sobre todo en los medios audiovisuales, el periodismo cultural ha

quedado reducido a la condición de 'agenda cultural': aniversarios, fastos, novedades..."apunta Orúe y lo cierto es que en las pasadas semanas hemos sido testigos del más esperpéntico show promocional en el que no han faltado photocall, portadas de prensa rosa y desayunos de prensa. ¿Hay mayor eufemismo que el de 'agenda cultural'? "Mucho se ha hablado de la sumisión de los suplementos culturales a las órdenes de las editoriales relacionadas con cada medio, pero para ser sincera no creo que sea verdad, y en cualquier caso se queda en nada si comparamos con la información cinematográfica que proporcionan las televisiones: sólo hablan de las pelis en cuya producción participan. No es información, es autopromoción", puntualiza Eva Orúe. Sin embargo, el periodismo cultural y, en específico, el periodismo vinculado al mundo literario-editorial (términos no siempre coincidentes) no escapa en todos los casos de la autopromoción; como se decía antes, de nada sirven los ejercicios de contabilidad y la promoción de *Cinco Esquinas* –para dar un caso reciente, aunque no es el único–, la novela del último Nobel Peruano, bajo el amparo de más de un suplemento que no ha dudado en dedicarle un auténtico monográfico laudatorio, evidencia que, más allá de las proporciones con respecto a los otros sectores, la dependencia a determinadas editoriales y el amiguismo al que aludía Daniel Gascón están lejos de ser una excepción. Sin embargo, para Armada hay que ir más allá del debate acerca de las presiones de los holdings y del mercado: el problema no radica solamente en "el poder de los grandes holdings, propietarios de medios, conglomerados en los que la industria del entretenimiento se mezcla con la industria del adoctrinamiento", sino que subraya Armada "tenemos un problema con la búsqueda de la verdad, y de la auto-exigencia ética y estilística. Tenemos que hacer un periodismo más ameno, más hondo, más original, que cuente historias que nos interpelen, nos entretengan, nos hagan dudar, amplíen nuestro espectro de conciencia, dejen en entredicho nuestros inveterados prejuicios. Y sobre todo tenemos que dejar de culpar a otros, a los jefes, a los medios, a los dueños de los medios de producción, al sistema, y ponernos manos a la obra"

Si bien ante la pregunta acerca de las presiones empresariales Peio H. Riaño afirma no poder contestar puesto que "una vez abandoné el periódico *Público*, cuyo presidente es Jaume Roures (Mediapro), no he vuelto a encontrarme con la censura favorable a los productos culturales de una empresa dueña del medio", su definición de periodista es, sin lugar a dudas, lo suficientemente elocuente "el periodista que trabaja en la sección de cultura se parece más a la de un aguafiestas que a la de un animador sociocultural". Sin embargo, pocos parecen haber sido los aguafiestas a lo largo de la historia reciente del periodismo cultural que, como el periodismo es un conjunto, ha sido uno de los sectores más azotados por la crisis económica y el gremio donde más puestos de trabajo se han perdido hasta ahora. ¿Ha cambiado la consciencia del periodista vinculado a la cultura en el nuevo contexto socio-cultural? La insistencia por parte de los muchos entrevistados en la necesidad de enfrentarse a un mercado y a unas leyes promocionales cada más invasoras dejan poco margen para el optimismo.

"Se dice que la precarización de la profesión y la dieta acelerada a la que la crisis ha abocado a los medios no brinda el mejor ecosistema para que el periodismo no dependa de nadie más que de sí mismo. Pero hay un poco de leyenda en esto. Los años de bonanza no 'fabricaron' menos ejemplos de periodistas-cortesianos, periodistas-acomodados y periodistas-sumisos que los duros años que siguieron. Probablemente más", nos comenta Dani Arjona, para quien "la crisis bien pudiera haber 'limpiado' el panorama de parásitos e incompetentes. Y hoy hay tantos medios, tantas redes, tan férreo control al trabajo del periodista por parte de sus lectores, y tan poca obligación de fidelidad a un medio, que, me parece, la trinchera del mal periodista es más frágil de lo que lo ha sido nunca". Para el nuevo director de la sección de Cultura de *El Confidencial*, sección que nace con el objetivo de servir la cultura y también de servirse de ella para contaminarse con la política o la ciencia, que propicie enfoques diferentes para los grandes temas del debate público y todo esto sin olvidar perseguir cada

día las mejores historias”, la crisis puede haber significado un punto de inflexión no necesariamente negativo en el campo periodístico.

“En los últimos años, se constata un florecer de la disciplina como objeto de análisis y reflexión; en los estudios universitarios y, también en el formato libro”, nos comenta Sergio Vila-Sanjuán, quien se muestra positivo ante este nuevo escenario, sobre todo al recordar que “antes de 1975 el periodismo cultural no tenía autonomía en los diarios, que las secciones de cultura empiezan a implantarse en los medios nacidos tras la muerte de Franco y que, en los años 80 y 90, la información cultural gana muchísimo espacio en todas partes. Por dos razones: la cultura se consideraba un atributo de la nueva España democrática y la industria cultural española empezaba a consolidarse”. Los últimos años, tristemente conocidos como los años de la crisis, han conllevado un reajuste que, tanto Arjona como Vila-Sanjuán observan más como una redefinición del campo periodístico cultural y de los medios de información, a los que aludían tanto Berasategui como Orúe, que como un elemento forzosamente negativo.

Llegados a este punto, la pregunta acerca de qué es el periodismo cultural sigue abierta; el apelativo “cultural” resulta reductivo a la vez que extremadamente vasto, insuficiente a la vez que rico en acepciones y, sobre todo, necesario a la vez que prescindible. No hay concordancia en la definición semántica del concepto de periodismo cultural y, sin embargo, hay un acuerdo implícito en referencia a su práctica. Es el ejercicio aquello que define qué es periodismo cultural y, sobre todo, es la práctica constante y la consciencia de cómo debe ser dicha práctica aquello que indica, sin etiquetas ni discusiones semánticas, cuando es posible hablar de periodismo y cuando, por el contrario, de un rebajamiento del mismo. Y es precisamente desde la práctica que se debe y se pueden plantear los retos a los que se enfrenta el periodismo ante la reconfiguración de los medios de comunicación, las multiplicación de las redes informativas y los mecanismos de publicidad y (auto)promoción. “Las cosas, también las que afectan al periodismo cultural, van cambiando con determinación y vértigo, así que tenemos que estar en permanente reciclaje y permanente alerta”. Y en esta alerta a la que alude Blanca Berasategui debe inscribirse el periodismo cultural de tal manera que nunca deje de ser periodismo y, a la vez, nunca deje de ser cultural, entiendo cultura como un todo, como expresión de un subconsciente colectivo y, a la vez, como el conjunto de todas las prácticas relacionadas con la creación, la reflexión y la inventiva. O, en palabras de Alfonso Armanda, el periodista debe “aspirar a que cada texto, trate de lo que trate, sea único, valioso, huya del lugar común, de la prosa funcional, del aburrimiento, y pueda leerse de cabo a rabo y con igual emoción y aprovechamiento hoy y dentro de muchos años. No debemos contribuir a aumentar el ruido y la confusión del mundo, sino agregar claridad, sentido, lógica, belleza. Tratar de pensar mejor, de ofrecer argumentos que enriquezcan el discurso, que hagan inteligible la realidad. Y evitar los polisílabos”.

Fecha de creación

27/03/2016

Autor

Anna María Iglesia