

PERIODISMO Y CULTURA

Homero Alsina Thevenet

En San José de Costa Rica, durante tres días de mayo de 1998, se realizó un Encuentro de Suplementos Culturales, tras la iniciativa y la generosidad de la Universidad de Costa Rica y con la dirección general de María Salvadora Ortiz. En dos paneles diarios se escucharon testimonios y opiniones de quienes representaron a Argentina, Costa Rica, España, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Salvador y Uruguay. En el Encuentro trascendió que el delegado cubano quedó ausente porque no le fue otorgado el permiso de salida.

Además de los debates, cada delegado debió presentar un texto que reflejara su experiencia en cuanto a suplementos culturales. Las páginas presentadas por el delegado uruguayo se transcriben aquí.

En América Latina, durante los últimos años, se han hecho no menos de media docena de encuentros sobre las relaciones entre periodismo y cultura, con especial atención a los Suplementos Culturales que editan los diarios mayores de cada país. Hemos asistido a más de uno de esos encuentros, por lo menos una vez en México y tres veces en Buenos Aires, incluyendo un debate promovido en la Feria anual del libro que se realiza en Argentina, debate que contó con mucho público.

Un resultado es que hemos hecho varias veces la descripción de *El País Cultural*, el suplemento que ayudamos a editar en Montevideo, Uruguay. Y otro resultado fue que un extracto de datos y opiniones, con nuestra firma, fue publicado en **El Periodismo Cultural**, un excelente libro del argentino Jorge B. Rivera, editado por Paidós en Buenos Aires, 1995. Contiene consideraciones del autor y también de Julio Ardiles Gray, Aníbal Ford, Elvio E. Gandolfo, Luis Gregorich, Jorge Lafforgue, Pedro Orgambide, Nicolás Rosa, Oscar Steimberg, entre otras firmas relevantes. Parece necesario recomendar ese libro a los presentes, porque resume los diversos aspectos del tema que hoy nos convoca aquí.

Con lo cual, pido disculpas si alguno de los espectadores de hoy nota que estamos repitiendo cosas que ya leyó en otro lado. También estaríamos repitiendo verdades en las que creemos y en las que nos sentimos apoyados por la experiencia.

El País Cultural es uno de los diversos suplementos que edita el diario *El País* en Montevideo. Fue iniciado en octubre de 1989. Se pu-

blica los viernes, en tamaño tabloide (aproximadamente 27 x 35 cms.), con 16 páginas y en blanco y negro. No tiene páginas en color, excepto un toque de sepia en la portada. Es hecho por un equipo de coordinación integrado por cinco personas, que se ha mantenido estable durante los últimos años. A eso se agrega un plantel de colaboradores ocasionales, entre 30 y 40 personas, que aportan textos, fotos y dibujos, lo cual se paga por unidad de trabajo entregado.

El País es el mayor diario del Uruguay, en tamaño, en tiraje, en volumen publicitario, en su distribución por todo el territorio nacional, en los derechos de reproducción para material extranjero, lo cual comprende *The New York Times*, *Newsweek*, *Time*, *The Economist*, *L'Express*, *Financial Times* y otros títulos. El diario integra asimismo el GDA, o Grupo Diarios de América, con *La Nación* de Buenos Aires, *El Mercurio* de Chile y otros colegas.

Un rasgo peculiar del diario es su cantidad y variedad de suplementos. Los domingos publica un doble cuaderno de avisos económicos, conocido como *El Gallito*, que ha tenido y tiene enorme aceptación. La edición dominical tiene asimismo mayor cantidad de páginas y mayor publicidad. En la semana, *El País* agrega un suplemento de deportes, otro sobre madres e hijos, otro para niños en edad escolar, otro sobre televisión, una *Guía del Ocio*, páginas adicionales sobre temas universitarios y sobre la salud. Se agregan aun, como publicaciones mensuales, la revista *Arte y Diseño* y la revista *Paula*, que se reparten junto con el diario. En ese conjunto se integra *El País Cultural*.

Datos recogidos en Administración señalan que el tiraje del diario nunca es menor de 40.000 ejemplares, que puede llegar a 100.000 en los domingos y en ocasiones importantes, en especial por acontecimientos deportivos. Las estadísticas de Aduana, que son datos oficiales, señalan que en la importación de papel de diario, el volumen de *El País* es muy superior a la suma de **todos** los otros diarios y revistas del Uruguay. Esto puede dar una pauta sobre la importancia de *El País* en el mercado uruguayo.

Las cifras permiten alguna especulación procedente para un encuentro de periodismo cultural. No estaremos lejos de la verdad si estimamos que el tiraje promedio del diario puede ser de 50.000 ejemplares. Con optimismo, agreguemos que cada ejemplar tiene cuatro lectores, y eso supone 200.000 lectores cada día. Si se suman los tirajes de otros diarios y de cuatro semanarios, el público lector de la prensa llegaría a 240.000 personas, o sea un ocho por ciento en un país con tres millones de habitantes. Algunos colegas me dicen que esa estimación es optimista y que el porcentaje de lectores de la prensa uruguayana debe ser sólo el 4 o el 5 por ciento de la población.

Corresponde hacer otra rebaja. El Uruguay tiene un índice muy reducido de analfabetismo y es seguro que en ese tema las cifras le darían ventaja frente a otros países con mayor población indígena o campesina, como Bolivia, Perú, Paraguay o el norte de Argentina. Son muy altas las cantidades de espectadores para la televisión y de oyentes para las radios, pero son escasos los lectores de diarios. Asimismo, es obligatorio recordar que mucho lector sólo se interesa por la política, el deporte, el suceso policial, los titulares sobre otros países o el acoso sexual en Estados Unidos, en Inglaterra o en Nicaragua. No leen sobre temas culturales, en general porque los consideran aburridos e imprácticos.

Ese dato debe ser confrontado con los datos culturales del Uruguay. Cabe sumar los lectores de libros, el público del teatro, los socios de cine-clubes y cinematecas, los espectadores de conciertos, y llegaremos a que en Uruguay el llamado universo cultural llega con suerte a 25.000 personas. La edición de libros en el país ha llegado a ser muy costosa, lo que hace muy difícil su exportación y ha limitado los tirajes, que rara vez superan los mil ejemplares. Por otra parte, los libros no reditúan dinero alguno para el autor, si es que no tienen que ser financiados por el autor mismo. Con muy pocas excepciones, como Benedetti o Galeano, los autores uruguayos no viven de lo que escriben. Y algo similar ocurre con los pintores, los músicos, los actores y las actrices de teatro. Pese a todo, en Uruguay existe el entusiasmo y el espíritu *amateur* con que se emprenden esos intentos. Existen tantos escritores potenciales que un concurso de cuentos cortos, fallado a fines de 1997, llegó a inscribir 1.628 postulantes, lo cual complicó la vida a un jurado de cinco personas, que no querían leer tanto.

De todo lo anterior cabe inferir alguna deducción. Primero, en Uruguay existe una minoría culta que quiere hacer las cosas bien. Segundo, esa minoría debe llegar a un público todavía alejado, y eso es especialmente cierto con el interior de la república. Tercero, ese esfuerzo de difusión necesita ser financiado, porque tiene costos inevitables.

El resumen de esa situación es que debemos identificar al adversario natural de los suplementos culturales. Es el señor o la señora que lee poco o simplemente no lee nada. A esa persona debemos llegar si queremos hacer algo útil al editar suplementos.

Importa saber esas cosas para explicar aquí *El País Cultural*. El suplemento tiene un solo anuncio comercial, de una firma editorial española, que se publica cada dos semanas. Ese ingreso es ínfimo frente a los costos. El resultado es que el diario *El País* financia a pérdida un suplemento cultural, que no le trae publicidad comercial y que en el mejor de los casos sólo le reporta prestigio.

A eso suele oponerse la respuesta de que el suplemento cultural aumenta el tiraje de los viernes. Pero tampoco eso sería cierto. En cifras hipotéticas, si se editan 40.000 ejemplares de *El País Cultural*, para un público de 25.000, hay 15.000 ejemplares de más. Alguno de ellos quedará en un rincón, por si le interesa a la sobrina que viene el domingo, o quizás todos se emplearán para envolver la verdura en el mercado.

Y ése es el desafío que tenemos delante y que debe ser similar al que tienen los colegas de otros países. En el Uruguay viven 15.000 personas que cada viernes tienen el suplemento en su casa pero no lo leen o sólo llegan a mirarlo por encima. Más allá de ello, hay en Uruguay dos millones de personas que no se enteran siquiera de que *El País Cultural* existe.

Ahora la pregunta es cómo llegar a un público mayor del actual. Y de inmediato, la segunda pregunta será cómo ampliar el público sin bajar la calidad del producto. Por vía de ejemplo, el cine puede ser un arte, pero la receta de Hollywood es abundar en el tema superficial, en el sexo y en la violencia. La televisión está impuesta, pero a costa de otra superficialidad o de dramas y comedias de cuarta categoría. En general, no podemos confiar en la calidad de lo que tenga éxito, porque la vulgarización es la norma. No hay una calidad dramática en las telenovelas ni una calidad musical en la músicaailable. O sea que un suplemento cultural debe trabajar contra la corriente y no conformarse con lo que ya existe.

Imponer la cultura es una operación difícil, para la cual no alcanza con ser culto. Podría decir algo más grave: el hombre culto no siempre tiene una idea muy clara de cómo difundir la cultura y suele vivir encerrado en el círculo reducido de sus colegas y de sus estudiantes.

En *El País Cultural* hemos examinado, casi sin desearlo, los problemas de la difusión. Se resumen en que para hacer periodismo cultural hay que hacer ante todo buen periodismo.

Algunas ideas han quedado claras. Las diremos aquí, a sabiendas de que son materia opinable y de que podrán ser objetadas por algunos colegas.

1) No debemos hacer un suplemento literario, que en Uruguay sería un error. Medido en ediciones locales, en distribución de libros extranjeros o simplemente en lectores, el mercado literario uruguayo no justificaría un suplemento dedicado sólo a reseñar libros y a recorrer vida y obra de escritores. Un suplemento solamente literario se justificaría en los diarios de las grandes ciudades, como París, New York, Lon-

dres o Buenos Aires, donde en 1997 el diario *Página/12* desdobló su suplemento cultural *Radar*, dando cuatro o seis páginas autónomas a los libros. A la inversa, un mercado pequeño como el uruguayo, donde de algunos libros extranjeros sólo llegan cinco o diez ejemplares, obliga a que los temas culturales sean ampliados a otras zonas.

Eso fue aplicado desde el comienzo por *El País Cultural*, y la experiencia confirma que la variedad era necesaria. En cada semana, al planificar un número próximo, cuidamos que el material sobre Letras, siempre obligatorio, se combine con artículos sobre cine, teatro, jazz, ballet, periodismo, ciencia, arquitectura y otras disciplinas. Quedó demostrado que el lector ingresa por alguna de esas puertas y prosigue su lectura por las otras zonas. Con lo cual, lo que pareció una prudencia en la orientación editorial terminó por ser una ventaja cultural, porque se supone que así se amplía el horizonte de cada lector.

2) Cuidamos una extrema precisión en los datos. Para una parte de los lectores, que recortan y guardan notas, el *Cultural* llega a ser, si no la Biblia, por lo menos la fuente confiable de referencia. En consecuencia, todo debe ser verificado y correcto. Eso es particularmente cierto en la ortografía de nombres propios extranjeros y en la mención de fechas, dos puntos que no admiten equívocos. Hay que escribir bien los nombres difíciles, o que suelen provocar errores, como Nietzsche, o Marilyn Monroe o Graf Zeppelin o Laurence Olivier. Y tampoco alcanza con no equivocarse en las fechas sino que es necesario apuntarlas con precisión. En lugar de decir que la Guerra Civil Española ocurrió hace varias décadas, es más eficaz apuntar el paréntesis 1936-1939. En lugar de escribir que Fulano de Tal tiene cincuenta y tantos años, será mejor escribir que nació en 1947. Las versiones vagas no mienten, pero las versiones precisas infunden al lector una sensación de seguridad. Hasta ahora, tenemos convencido al público uruguayo de que los datos de *El País Cultural* son los correctos.

3) Procuramos utilizar un lenguaje accesible. Esta es una consideración de cada día. Descansa en la convicción de que no hacemos una revista literaria o artística, dedicada a una minoría de docenas o centenares de lectores cultos. Hacemos un suplemento de un diario y debemos conquistar lectores que suelen limitarse a la política, los deportes o el último escándalo de la vida sexual. Debemos llegar al lector común. Y en esto tenemos dos adversarios. Uno es ese mismo lector común al que debemos conquistar, haciendo fácil la lectura de los temas culturales. El lector común no es nuestro amigo sino nuestro rival. Si no lo apresamos en las primeras ocho líneas, se va. Y si se va, no vuelve. Otro adversario peor es el colaborador de formación académica, que quiere lucirse y que

por tanto utiliza las palabras difíciles: *heteróclito, lúdico, mediático, gnosis, fonemas, sintagmas, sinécdoque, intercontextualización* y muchas otras. El gran recurso es un grueso lápiz negro que tacha y que sustituye palabras. No tenemos derecho a publicar la palabra “apodíctico” y obligar a que una lectora de educación media deba recurrir al diccionario. Simplemente no nos conviene, porque irá al diccionario dos veces y no tres.

Un derivado de lo anterior es que debemos volcar los temas difíciles a las palabras fáciles. En la prosa difícil suele incurrir el redactor espontáneo, y no siempre por el lenguaje rebuscado o el abuso de las esdrújulas. Se le ocurre una idea adicional a lo que está escribiendo, así que intercala una frase derivada que le lleva cuatro líneas y que hace perder al lector la ilación de lo leído antes. Una variable habitual es el paréntesis con el dato que debió ser dicho antes, o que quizás no importe, y que también se extiende hasta romper la frase. Un principio gramatical poco respetado es que la frase debe ser leída con total coherencia, como si el paréntesis no existiera. En esos casos, el redactor se ha respetado a sí mismo, con sus vueltas mentales, pero no ha respetado al lector. No sabe, o no quiere saber, que en periodismo el dueño de la prosa no es el redactor sino el lector. Cuando éste se aburre, o cuando no entiende, simplemente se fuga.

Lo anterior lleva a recordar algunos consejos de Gabriel García Márquez, en sus cursos de Barranquilla, que han sido reflejados por asistentes al colegio. Recomienda cuidar la respiración normal del lector. La frase larga y complicada lo deja sin aliento. La promesa de lo que se dirá más adelante puede ser un paso atrás si después no cumple la expectativa. Los datos inútiles complican la prosa. Los datos necesarios deben estar incluídos y ninguna frase debe ser incomprensible o contradictoria o confusa. El comienzo de una nota debe tener un “gancho” de interés. El fin de una nota debe ser una culminación de lo escrito, aunque sólo tenga pocas palabras.

Todo lo que antecede lleva a una necesidad diaria, que es la revisión y corrección de originales. A veces alcanza un grueso lápiz negro para tachar adverbios y adjetivos que sobran. Otras veces hay que intercalar o mejorar frases con un bolígrafo. En todos los casos, el redactor debe escribir a máquina con renglón intermedio en blanco, para poder agregar la conjunción o la preposición que faltaba. El dato de la revisión necesaria debe ser comunicado de antemano por el director o jefe de redacción, que es periodista, a muchos colaboradores que no lo son.

En *El País Cultural* revisamos originales con suma exigencia. Hemos hecho una suerte de decálogo de instrucciones y queremos verlo

cumplido. Hemos pedido eliminar los signos de admiración, que nunca refuerzan una frase débil. También hay que eliminar los signos de interrogación, que plantean al lector algunas preguntas retóricas que el lector no quiere ni puede contestar. Hemos aplicado un concepto del escritor norteamericano William Strunk, que no estará mal transcribir:

“La escritura vigorosa es concisa. Una frase no debe contener palabras innecesarias, ni un párrafo debe contener frases innecesarias, por el mismo motivo por el que un dibujo no deberá tener líneas innecesarias ni una máquina partes innecesarias. Esto no supone que el escritor haga cortas todas sus frases, ni que evite los detalles ni que trate sus temas sólo en líneas generales, sino que Toda Palabra Importe”.

La revisión del material se practica habitualmente en el periodismo norteamericano y en el inglés, sin que nadie se ofenda. Se llama “editing”, suele ser traducido al castellano como “editar” un material y consiste en quitarle lo que sobra o subsanarle lo defectuoso. Se hace a favor del redactor, para mejorarlo y no para fastidiarlo. En *El País Cultural* lo hacemos regularmente y en más de ocho años de tarea **nunca** hemos tenido un conflicto por esas cuestiones de estilo. Subrayo **nunca**. Es distinto al caso con la modificación o eliminación de conceptos, retoque este que conviene evitar y que en todo caso requiere un acuerdo civilizado entre un redactor y un director, aunque tampoco hemos tenido conflictos en esa otra zona. A quienes hoy nos oyen o nos leen, nos apresuramos a aclarar que no debemos ver censura en lo que sólo es una intención de eficacia.

Lo cual nos lleva al problema eterno del orgullo en el creador. No nos atreveríamos por cierto a corregir los ritmos de un poema de García Lorca, ni a dejar mejor explicado un párrafo misterioso de James Joyce, ni a abreviar la corriente de la prosa en Faulkner o Marcel Proust. Que eso quede claro. Pero esos nombres corresponden a la literatura, donde cada escritor impone su estilo y corre con los riesgos y los triunfos, los fracasos y los éxitos. En el periodismo cultural, en cambio, debemos hacer ante todo periodismo, o sea comunicación. No podemos tolerarnos un suplemento cultural que sea inaccesible en uno solo de sus artículos, que escriba de pintura sólo para quienes saben de pintura, que escriba de cine sólo para quienes ya saben de cine. Hacer un periodismo muy especializado compromete la esencia misma de la difusión cultural.

Hemos llegado aun más lejos. Estamos evitando la primera persona del singular y del plural, que sólo se respeta cuando el testimonio personal es ineludible. Un redactor puede contar su amistad con un escritor fallecido en fecha reciente, y la primera persona es necesaria. Un redactor puede ser judío y contar su experiencia con el antisemitismo, en

tal o cual ocasión, y la primera persona es inevitable. Pero el abuso de la primera persona lleva a la pedantería de ponerse en el centro del tema o del párrafo. Un crítico musical escribe “Nunca escuchamos a esta orquesta tan bien dirigida como...” en lugar de afirmar “Nunca esta orquesta estuvo tan bien dirigida como...” Un cronista literario reseña una novela y escribe “En la página 38 nos encontramos, para nuestra sorpresa, con que...”. Hay miles de ejemplos similares, donde el redactor se pone por delante de su tema. En una oportunidad, y esto fue real, un sociólogo uruguayo se presentó en el escritorio de *El País Cultural* con un artículo que nadie le había pedido. Comenzaba con un párrafo parecido a esto: “Ya hemos señalado en nuestras clases y en numerosas conferencias, que la Revolución Industrial...”. Le rechazamos el texto tras leer seis líneas, porque hablaba de sí mismo antes que de su tema. No volvió, y eso fue una alegría.

Un tema adicional y muy delicado es el nacionalismo. A nuestro colega y amigo Emir Rodríguez Monegal, ya fallecido, con quien hemos trabajado en abundancia, le solía caer encima el adjetivo “extranjeroizante”. Eso descansaba en que desde 1946, durante décadas y especialmente en las páginas del semanario *Marcha*, sus notas divulgaron la existencia y el análisis de autores luego impuestos, como Kafka, Joyce, Faulkner, Sartre, Hemingway o Borges, entre muchos nombres. Eso le debe la cultura uruguaya, por cierto. Lo hizo antes que nadie y lo hizo mejor. Pero era injusto calificarlo de “extranjeroizante” por esa difusión. Como supo marcarlo él mismo, nunca desatendió a la cultura uruguaya. Hizo largos artículos y varios libros sobre Rodó, Onetti, Horacio Quiroga. Publicó a cuentistas y poetas nacionales. Simplemente, Rodríguez Monegal conservaba el equilibrio, a conciencia de que la cultura uruguaya sólo es y debe ser una parte de la cultura universal.

La polémica sigue vigente hoy, sin embargo. Queremos evitarla manteniendo ese mismo equilibrio. Empecemos por reconocer que la literatura, la pintura, la música, el teatro y otras disciplinas se practican con abundancia y competencia en Europa, en Estados Unidos, en América Latina y no solamente en Uruguay. Eso debemos explorar y difundir. A la frecuente objeción de que publicamos artículos fechados en Buenos Aires, contestamos con la anotación de que Montevideo se alimenta en buena medida de las editoriales argentinas, de la televisión argentina, de la música argentina y, aun mejor, de las distribuidoras argentinas que nos alcanzan el material de España, de Inglaterra, de Francia o de Estados Unidos. En una reunión de suplementos culturales que se hizo en México pudimos examinar la gran exposición de las publicaciones de otros países. Recordamos un suplemento de Ecuador dedicado

largamente a la cultura de Ecuador, y nos pareció que allí se producía un desvío del objetivo cultural. En otro encuentro en Buenos Aires, un colega paraguayo, que era un cumplido y correcto caballero, hizo en una reunión varias consideraciones sobre su tarea. Dijo que le preocupaba poner el ángulo paraguayo en todo el material que él encargaba o revisaba. Con él cometimos una impertinencia. Le acotamos: “No me diga. Mañana se edita en París una colección con las obras completas de Jean Paul Sartre. Usted la comenta en su suplemento. ¿Me quiere decir cómo le agrega el ángulo paraguayo?”. No contestó.

Las objeciones y polémicas son habituales en el mundillo cultural, donde artistas y escritores tienen su vanidad propia y donde buena parte del material es asunto opinable. No debe extrañar por tanto la objeción nacionalista o patrótica de quienes creen que no se atiende debidamente al propio país. Ese es sólo un capítulo del fanatismo universal por el territorio propio o la religión propia, que lleva a extremos en el fundamentalismo islámico y en varias formas del terrorismo, en demasiados países.

Hemos contestado a las objeciones sobre nuestro material extranjero. Nuestra edición n° 100 fue un Especial Uruguay, que no sólo tenía material nacional sino también el inventario de los temas nacionales recorridos en cien ediciones. El n° 177 fue un Especial Onetti, dedicado íntegramente a este escritor, poco antes de su fallecimiento. Dos ediciones especiales fueron dedicadas íntegramente a los críticos uruguayos Emir Rodríguez Monegal y Angel Rama. En notas de portada, con tres o cuatro páginas de texto, hemos recorrido vida y obra de ensayistas y críticos como Carlos Martínez Moreno y Carlos Real de Azúa, escritores y pintores como Francisco Espínola, Juan José Morosoli, Idea Vilarriño, Julio C. Da Rosa, Armonía Somers, Rafael Barradas, Juan Manuel Blanes, entre muchos nombres.

Eso ha tenido dos resultados que creemos importantes. Ante todo, *El País Cultural* se ha convertido en una publicación de consulta. Con suma frecuencia recibimos estudiantes que buscan artículos sobre el escritor A, B o C, mencionado en su curso de literatura. Y aunque hemos publicado ya más de 440 ediciones, podemos localizar fácilmente esos artículos, porque tenemos índices permanentes, editados cada 25 números, que también se distribuyen con el suplemento.

Un segundo resultado fue el empeño de llenar un vacío en la cultura uruguaya, donde son escasos o atrasados los libros de referencia. A comienzos de 1998 hemos publicado el volumen **Quién fue quién en la cultura uruguaya**, Ediciones de la Plaza, Montevideo. Tiene más de cuatrocientas fichas informativas, que cubren dos siglos del Uruguay,

sobre vida y obra de escritores, pintores, músicos, médicos, arquitectos, científicos, gente de teatro, en su debida colocación, de la A a la Z. El libro está firmado simplemente por *El País Cultural*, porque sus autores son los cinco integrantes del equipo estable y una docena de especialistas en diversas disciplinas. Esto ataja las objeciones nacionalistas, y nos permite seguir hablando y escribiendo sobre la cultura extranjera, cuya difusión es simplemente nuestro deber.