

## **PERIODISMO: DE LA BOHEMIA A INTERNET**

---

MANUEL FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE CÓRDOBA

---

Hay generaciones a las que no les queda mas remedio que vivir el tiempo deprisa y cuidarse de que el disco duro de su cabeza no sufra colapso alguno por el desasosiego que pueda producir estar limpiando aún las teclas de la Olivetti Letera-32 y, al mismo tiempo, preocupándose de contratar la línea ADSL de alta velocidad en su ordenador para estar al día de los tiempos. Puede ser el caso de la mía, de aquellos muchachos que de la cuadra o el excusado compartido en un patio de vecinos han pasado a disfrutar de dos cuartos de baño o de quienes han cumplido años rubricándolos con lápiz, pluma con tinta Pelikan, bolígrafo, estilográfica, máquina de escribir, computadora y ordenador con acceso a Internet, o quienes para acortar distancias pusieron telegramas y avisos de conferencia a través de operadora y ahora son entusiastas del teléfono móvil, y de la postal por el cumpleaños y la carta manuscrita no han tenido más remedio que reconvertirse al e-mail instantáneo o a los mensajes casi en clave de las pantallitas del móvil. Esa generación que de la radio de galena pasó al transistor y a las FM y de los juegos callejeros de la infancia y de las películas de Bonanza en el único televisor del bar del pueblo a un monitor de TV en cada una de las habitaciones del piso.

Esta locura cibernética de banda ancha que ha revolucionado la anquilosada tranquilidad del siglo XX hasta su último tercio y que ha confirmado categóricamente que estamos en pleno fragor del siglo XXI —que por lo que se ve no era el de los platillos volantes y la alimentación a base de pastillas de astronauta, sino el de la hegemonía de las pantallas y el ocaso del papel impreso—, digo que esta locura cibernética ha modificado tanto los pilares del periodismo a la vieja usanza que ya todos los expertos y estudiosos en el tema no tienen reparos en pronosticar la muerte de esta profesión en su concepción actual para el año 2020. Mi generación, por entonces, vivirá en la incertidumbre de la jubilación y podrá hacer recuento de un oficio que nació al cobijo de la literatura y la bohemia y que, poco a poco, como una cebolla, fue desprendiéndose de capas más o menos románticas y sociológicas para quedar en la esencia fría de su razón de ser: comunicar algo de la manera más rápida posible y con el menor número de intervinientes en su proceso. Ese día en que, como ya ocurre en ciertos hoteles privilegiados, el periódico se expenderá, a la carta, en disquetes o se leerá, como ya ocurre también, directamente en la pantalla del ordenador la profesión periodística habrá quedado despojada de todo conato romántico o bohemio y su esquila de defunción más que un llanto supondrá el alivio de la conquista de una nueva generación que entonará en la fría soledad de la compañía de su ordenador un “El Rey ha muerto, Viva el Rey”. En ese preciso momento, los nuevos periodistas, en pijama desde su cuarto, o desde cualquier bungalow de turismo rural, emitirán la información que ese día haya decidido

el Gran Hermano del grupo planetario al que pertenezca. La información ya no saldrá de la sangre caliente de las venas del profesional que ese día encontró una buena historia que contar, sino del orden del día establecido en un despacho a miles de kilómetros de distancia pero tan cercano en velocidad ADSL como el de la luz. Cuando Internet no sea ya un mar proceloso en el que, sin pedir permiso, podían navegar tanto el Titanic como una patera, sino un espacio custodiado por los vigilantes de la última generación del cable y la fibra óptica.

Pero eso es futuro, aunque tan cercano como Madrid de Córdoba a velocidad de tren AVE. Hagamos algo de recuento, aunque no es, precisamente, lo que más le va al periodismo, una profesión cuya misión es tan flor de un día como el tiempo, que cada segundo se convierte en pasado. Nada hay más viejo que un periódico del día anterior. Quizá, ese ansia del continuo presente, de estar en palpitante actualidad, sea el preludio de la firma de la condena a muerte de este oficio en su versión impresa. Primero, la radio con su omnipresencia; luego la televisión con sus imágenes impactantes y perfectamente asimilables, y ahora Internet, con su continua inmediatez han propiciado el irresistible descenso al olvido del periódico, más difícil de digerir pero más fácil de abandonar. Al periodismo, de esta manera, lo ha obligado a suicidarse su misma razón de ser: la noticia. Porque la noticia, la esencia del periodismo, ya no necesita, para saborearse, gestarse con tanta parafernalia bohemia. Ya no es imprescindible acechar, alerta, una posible primicia, mancharse los bolsillos de la gabardina de tinta de bolígrafo en bares y antros a la espera de alguna "confesión" sabrosa o seguir la liturgia de redactar en la Redacción, decidir su enmarque en la primera página, confeccionar en los talleres, imprimirse en la rotativa, distribuirse por los quioscos y llenarse las manos con la tinta aún caliente del ejemplar para que la comunidad se entere de lo que pone el periódico. La radio, la tele e Internet, sin ese ritual, han conseguido ya el mismo objetivo. Pero ¿y la reflexión del artículo de fondo? No siempre se sale ganando con los cambios. Y menos en una sociedad educada en mirar y en oír más que en leer y reflexionar.

Pero hagamos el recuento que habíamos prometido.

¿Qué suele mover a alguien a meterse a periodista? En esta época presente, quizá alcanzar la fama rápida mediante la presentación en televisión de un telediario o como participante en una de esas tertulias rosa que están idiotizando a la población. O llegar a ser un todopoderoso José María García, un influyente Iñaki Gabilondo o un rico empresario de la comunicación, como Luis del Olmo. Pero eso puede ser ahora, cuando los medios de comunicación se han globalizado tanto y las Facultades de Ciencias de la Información echan al mundo tanto licenciado en este oficio que se impone un "sálvese quien pueda" en la carrera por ganar dinero fácil y rápido. Otra contradicción: en estos momentos, cuando al periodista es un prisma tan versátil que lo mismo puede hacer diseño, que ser asesor de un político, locutor de radio o profesor, jefe de un gabinete de prensa o enviado especial a la guerra de Irak, y cuando a la sociedad se le ha inculcado que tiene que ganar mucho para poder comprar más, digo que en estos momentos es cuando en esta profesión se cobra menos. Evidentemente, no hablamos de jefes, que el poder siempre ha gustado de disfrutar de buen status, sino de trabajadores, de redactores desgastados siempre a la búsqueda de esa gran oportunidad. Reservada, como en el Madrid o en el Barça, para las grandes estrellas, que se cuentan con los dedos de la mano.

Repito la pregunta: ¿qué suele llevar a alguien a optar por esta profesión?

Aparte, como hemos visto antes, de los obnubilados por la trampa del triunfo fácil en la tele o en la radio, la mayoría de quienes eligen esta profesión tienen cierta alma de

escritores. Gentes que sueñan cada día con tener tiempo para escribir su gran novela y que en vez de meterse a profesores de Literatura pensaron —con la praxis que da esta profesión —que escribir a diario en el periódico, aparte de satisfacer el gusanillo, sería un trampolín idóneo para alcanzar la perfección en la escritura mientras llegaba ese ansiado momento del triunfo en las letras. No es estéril, pues, ese debate, siempre en la palestra, de la relación existente entre periodismo y literatura. Lo que ocurre es que con el paso del tiempo el periodista, sin darse cuenta, se entrega cada vez más a esta profesión, que te roba el tiempo, te chupa la sangre, te exige cada vez más horas, y te mete tanto en la vida que te hace tan escéptico con todo y tan distante de ti mismo que hasta aceptas, con justificación, que el triunfo en literatura, esa novela nunca redactada, puede esperar y que lo que haces —trabajar en una profesión que apasiona, por eso se odia tanto como se ama- tiene sentido. Bueno, y porque, día a día, vas dejando una estela escrita que, con el tiempo, adquirirá el valor de la crónica de un momento de la vida que te tocó vivir. Las hemerotecas son, así, esa justificación futura de un trabajo que, a lo peor, en el presente, pasa desapercibido. Siempre habrá —pensamos como consuelo-estudiosos de biblioteca que aireen nuestra labor y hablen de nosotros cuando hayamos muerto.

En mi caso concreto mi entrada en el periodismo me vino dada desde casi antes de tener uso de razón, que, por lo que nos decían, llegaba cuando uno cumplía los siete años. En mi casa, una barbería de pueblo, el periódico se recibía a diario. Entonces no existía la premura de la noticia, sino la parsimonia y el embelesamiento ante el ejemplar que te llegaba por correo, con dos o más días de retraso sobre el de su venta en el quiosco, y que suponía una especie de conexión con el resto de España y el mundo. La cabecera no importaba, que entonces la opinión era monotemática. Así, *El Alcázar*, *Pueblo*, *Ya* o *Arriba* me enseñaron la existencia de Eisenhower —que yo pronunciaba Eisen over-, presidente de los Estados Unidos de 1953 a 1960, o de Los Beatles —cuya biografía, en entregas, comencé a coleccionar con *El Alcázar*-. La cultura USA o imperialismo americano y el periódico, como soporte de fascículos, al parecer, han sido una realidad desde hace tiempo. Por eso, a lo peor, no sea de extrañar esa fascinación del presidente Aznar por Bush, ni ese montón de “chatarra” entre comillas que nos sueltan, sobre todo los fines de semana, los quioscos cuando vamos a comprar un ejemplar del diario. Claro, que todo se perfecciona con el tiempo. Con los Kennedy clausuré mi admiración por lo yanki y los soldados del Séptimo de Caballería que ganaban siempre a los indios, y desde hace bastante tiempo mis estanterías agotaron su espacio disponible para coleccionables. Lo cierto es que el periódico, que llegaba con dos días de retraso a aquella barbería de pueblo, despertó en mí la fascinación por el mundo —tan restringido en el ámbito rural, que se limitaba, al noreste, con el amanecer por las minas del Cerro de las Cumbres y al suroeste, con la puesta de sol allá por la fábrica de harinas, camino de Hinojosa del Duque y del río Guadamatilla. En el intermedio, el horizonte del mundo se completaba con las enseñanzas de la Enciclopedia Alvarez, con una ración de leche en polvo por la mañana y una de queso por la tarde que por aquella época nos enviaban los americanos, que ya eran amigos nuestros-. El periódico me parecía un milagro. Y mucho más, poder escribir en él y que los clientes de mi padre, que iban a pelarse, a afeitarse o simplemente, a echar la tertulia, pudieran leer algún artículo firmado por mí. Al cabo del tiempo logré esa infantil, primaria y sencilla ambición. Lo que llenó a mi padre de un gozo imposible de describir. Ese fue mi arranque vocacional en estado puro. Evidentemente, los de mi generación no aspirábamos a triunfar en la televisión, porque no había, ni a ser locutores de radio, que entonces lo que se llevaba eran las radio-novelas, los programas de discos dedicados y los anuncios de café

Catunambú. Y a nadie le atraía –por lo imposible y fuera de época- ser redactor de *Radio Andorra*, de *Radio París* o de la *Pirenáica*, las únicas emisoras donde escuchar noticias, aparte del *Parte* de las 2.30 de *Radio Nacional de España*. En aquella época ser periodista significaba entrar en un periódico. Con toda la leyenda que ello suponía. No era una profesión normal. Recuerdo que ya en Madrid, siendo estudiante en la Facultad de Ciencias de la Información, alguien me reprochó que a mí, lo que me gustaba, era no tener horarios, y que por eso me metí a periodista. Estoy de acuerdo con la primera y única premisa. Pero no con la conclusión. No sólo eran los horarios lo que me atraía del periodismo. Era, sobre todo, poder escribir cada día. Y si encima los horarios no implicaban madrugar, mucho mejor. Larra, en aquella época, podía ser el prototipo del romanticismo y la bohemia de la profesión. Escritor, periodista, crítico con la situación de la España de su época, y , encima, famoso a temprana edad. Evidentemente, había algo en lo de ser periodista que se salía de las normas establecidas. El arte estaba presente en la elección de aquella profesión que conllevaba noches largas, tertulias interminables y privilegios tan claros como tener cierta influencia, con tus escritos, en la sociedad. Para el que tuviera decidida su profesión, la vitalidad y aventura de ésta de periodista nada tenía que ver con el aburrimiento de ser abogado o médico.

Pero ¿y cómo se hacía uno periodista? En la ciudad, estaba claro. O te acercabas a menudo a las emisoras de radio o a la Redacción del periódico y te ofrecías para lo que hiciese falta, o tenías un padre, un conocido o alguien influyente que, después de hablar con el director del medio, te llamaba para que te arrimaras y empezaras a dar los primeros pasos. Pero ¿y para la gente de pueblo sin influencias? Existía la Escuela Oficial de Periodismo en Madrid. Pero su acceso era tan aventurado como la esencia, por entonces, de la profesión. En mi caso, lo intenté. Y guardaba tanta relación con la escritura que una de las condiciones para solicitar el ingreso consistía en un trabajo en el que novelabas tu vida. Pero ocurrió que, ya con los papeles echados, el Gobierno acordó elevar de categoría los estudios de periodismo y crear las facultades de Ciencias de la Información. Fue al comienzo de los años 70. A partir de aquel momento hay un antes y un después en la profesión, que se tradujo de manera drástica en las redacciones de los periódicos y en el irresistible avance de la información en las radios y televisiones. En ese momento se puede decir que el periodismo perdió parte de su bohemia al desaparecer el libre acceso, sustituido por una fórmula más reglada y, evidentemente, más justa pues los estudios universitarios para todos supusieron, en teoría y en principio, una igualdad de oportunidades de las que antes sólo podían disfrutar aquellos que viviesen en una capital. También, y como fruto de las nuevas facilidades que para ser periodista supusieron las facultades de Ciencias de la Información, la esencia vocacional de la profesión disminuyó un tanto ya que, en adelante, no había que ser un aventurero para conseguir una plaza en la Escuela de Periodismo sino, simplemente, tener en orden las notas de bachiller y la puntuación exigible para entrar en la Facultad. La muerte de Franco, el advenimiento de la democracia y la proliferación de medios de comunicación con la incipiente libertad de expresión hicieron el resto. El acceso a la profesión comenzó a estandarizarse. Las primeras hornadas de periodistas licenciados supusieron para los de la vieja guardia, en su mayoría sin título y con otro trabajo además del de periodista, un recelo y una desconfianza por lo que ese nuevo ímpetu de jóvenes universitarios pudiera repercutirles negativamente. Era la inevitable primera transición que, como le estaba ocurriendo también al país, tenía que hacer el periodismo.

Hablemos del caso de Córdoba.

En mayo de 1981 sólo existía en Córdoba el periódico del mismo nombre, pertene-

ciente en esa fecha a la cadena de Medios de Comunicación Social del Estado, antes Prensa del Movimiento. Y en cuanto a emisoras de radio, aún no había comenzado la expansión de las FM y en los diales de la ciudad sólo se escuchaban *La Voz de Andalucía*, *Radio Córdoba* y *Radio Popular*. El panorama informativo de la ciudad estaba anquilosado y la progresía aprovecha la coyuntura para crear un nuevo periódico. La pluralidad de pensamiento y opiniones del momento así lo exigían. Fue la época de las pomposas declaraciones de intenciones en las que se esgrimía la independencia y la libertad de expresión como las armas impolutas del nuevo periodismo que se avecinaba y que, al cabo del tiempo, aún siguen esgrimiendo los grandes grupos de comunicación a sabiendas de que la independencia informativa es tan imposible como un periódico sin publicidad. “Un órgano de información independiente, pluralista y capaz de acercarnos a la realidad de cada día de una forma objetiva, rigurosa y veraz. Pero, además de todo esto, resueltamente inconformista”. No pongo en duda las buenas intenciones de aquel grupo que puso en marcha *La Voz de Córdoba*, aquel periódico en el que aterrizamos los nuevos periodistas licenciados y que fue el auténtico abanderado de la transición periodística en esta ciudad. Por lo pronto, el clásico *Córdoba* de toda la vida se puso las pilas, cambió de formato y de estilo y se nutrió, al igual que *La Voz*, de la nueva generación de periodistas universitarios. Sólo tres años duró la aventura de la competencia entre dos periódicos cordobeses. Con la desaparición de la prensa estatal y la subasta del *Córdoba* la ciudad volvió a tener un solo periódico: la cabecera seguiría siendo la clásica *Córdoba*, pero sus trabajadores y sus dueños ya no serían los mismos. *La Voz de Córdoba* desaparecía como tal cabecera, dejaba su piso del centro de la ciudad y se iba a la diáspora, *La Torrecilla*, con toda su plantilla de redactores y miembros de talleres incluida. La escasa bohemia —por la cortedad del tiempo— de la que disfrutaron los redactores de *La Voz* en el centro de la ciudad, con interminables noches de cierre y cenas y copas en garitos tan poco recomendables como los bingos, los pubs y las discotecas, se fue al garete al instalarse en un polígono industrial, lo más distante y alejado de ese ya escaso espíritu golfo que le iba quedando a la profesión. Y para colmo, a los periodistas del antiguo *Córdoba* los hacen funcionarios y los colocan en los, en aquel momento, incipientes gabinetes de prensa. La profesión, a la vez que iba extendiendo sus tentáculos por la sociedad y abriéndose nuevos yacimientos de empleo —como dicen ahora los políticos remilgados— iba haciéndose más formal, adquiría, en los gabinetes de prensa, un horario de personas decentes y, como vimos antes, iba despojándose, como las cebollas, de una capa más de su leyenda en su imparable carrera hacia el periodismo sin adornos de ordenador e Internet.

Pero todavía existía la máquina de escribir, el último reducto romántico y libre de la profesión. Y no es hablar por hablar ni por añorar los cacharros con los que nos hemos criado, como el picú, el tocadiscos o el transistor, que fueron los avances de otra época. Es que con la máquina de escribir el periodista era un privilegiado que tenía que encargarse sólo de ser periodista: o sea, recoger la información en la calle, sentarse en la máquina con un par de folios y su bloc de notas y, hasta mañana. Eran los días en que las redacciones de los periódicos echaban materialmente chispas de tanto tecleto, antes de la instalación de las terminales de ordenadores, cuando el periódico llegó a parecerse, físicamente, a una oficina bancaria. Cuando la máquina de escribir era la herramienta de trabajo más puntera del periodismo, detrás de ella existía una gran cadena de cachivaches y personal de talleres, encargados de darle forma a los folios que el redactor había escrito. Entre la redacción de la noticia y la rotativa había un proceso intermedio que evoca oficios ya caducos, como el de cajista o linotipista. Y digo que la máquina de escribir fue el último reducto romántico y libre de la profesión porque en el paso

siguiente, el de la revolución tecnológica, el redactor hubo de asumir papeles que hasta ese momento dependían de otros departamentos, como el de talleres. Y aquel tiempo que el periodista dedicaba a la búsqueda de noticias hubo de emplearlo en asumir funciones que antes dependían de la cadena general de un periódico: como cortar, ajustar y cuadrar textos y perder tanto tiempo con la cuadratura del título que ya lo que menos tiempo se llevaba era el periodismo en estado puro y lo que más, la asunción de esa nueva tarea, antes propiedad exclusiva del regente de talleres, todo un artista en presentar el producto de forma adecuada. La técnica, evidentemente, trajo consigo la reducción de personal y la posibilidad de separar las redacciones de las rotativas, con lo que al periodismo se le despojó de otra leyenda de la bohemia nocturna: el ruido machacón de la máquina de escribir y el ensordecedor de la rotativa, que señalaba cada día, con sus sirenas en mitad de tirada, que una nueva edición del periódico ya estaba en marcha. Ahora, ya en el siglo XXI, las rotativas, aunque instaladas en edificios diferentes a las redacciones, son el último reducto que queda de toda aquella simbología bohemia del periodismo que, además de una forma de vivir, conllevaba la utilización de unas máquinas específicas que diferenciaban a esta profesión de otras y que la rodeaban de una liturgia que finalizaba todas las madrugadas con la tirada del ejemplar del día siguiente, como una especie de "Ite, misa est" laico que concedía bula licenciosa a los periodistas hasta el día siguiente, cuando todo el proceso había de ponerse de nuevo en marcha. Dentro de poco, cuando los periódicos se impriman en disquetes y se lean por Internet, a la rotativa le habrá tocado cumplir su papel de ser la maquinaria que más duró en la historia del periodismo impreso y a la que le cupo en suerte alargar la bohemia periodística hasta que pudo, cuando las devoradoras nuevas tecnologías eliminaron cualquier señal de identidad que sonara a diferencia. La revolución tecnológica puso de manifiesto que más que la creatividad, lo que interesaba del periodista era su rápido aprendizaje de las nuevas técnicas y su adaptación a la dictadura del diseño y a los horarios de cierre para poder llegar antes que cualquier competencia al lugar del destino, el quiosco. El contenido casi pasaba a un segundo plano.

Efectivamente. En todo este tiempo en que de lo reducida y estrictamente vocacional la profesión ha pasado a ser una avalancha de facultades de Ciencias de la Información repartidas a lo largo y ancho del país que crían cada año nuevos licenciados con que engrosar las listas del paro o con que alimentar los contratos basura, en la mente del periodista se ha producido una revolución no menos decisiva en todo este proceso que nos lleva desde la bohemia a Internet. Uno de los atractivos de la profesión ha sido, y seguirá siéndolo todavía para algunos, su versatilidad en cuanto al objeto, sujeto y demás circunstancias de la información. El mismo día, aunque a distintas horas, el periodista puede comer el manjar más exquisito en el restaurante más lujoso junto al hombre más poderoso que bajar a los infiernos de la droga y hablar con afectados y policías en los barrios más míseros de la ciudad. Lo mismo almuerzan con el poder, que cenan con el débil para compartir su pan y su vino. Lo mismo duermen en hoteles de cinco estrellas que se pierden por esos andurriales de Dios para extraerle a la vida su prisma más hermoso. Y lo mismo libran una batalla de fotos y bolígrafos al lado de una metralleta o bajo la dirección letal de un misil que se preguntan qué hacen ellos en mitad de rifirrafes generados por las ansias de poder donde su oficio de mensajeros se les puede volver en contra. Esta esquizofrenia en cuanto a los escenarios y circunstancias de la información ha sido uno de los elementos más atractivos y diferenciales del ser periodista. El periodista, de esta manera, es percibido como alguien que tiene acceso a casi todos los sitios para contar, luego, lo que ha visto. El auge quizá se produjera en la época de la transición democrática cuando la política era la materia que más

sustancia generaba, informativamente hablando. Entrevistar y departir con los líderes de la época imprimía carácter. Lo mismo que asistir a comidas y cócteles con gentes importantes y recorrer de punta a cabo las calles y barrios de la ciudad buscando la noticia y describiendo la nueva sociedad que estábamos construyendo con sus logros, sus necesidades y su espíritu crítico. Sea lo que fuere, el periodista, para serlo, casi tenía que criarse en la calle, a la que le arrebatava su esencia para plasmarla en el periódico. Recuerdo veranos de hace mucho tiempo tirado desde por la mañana en las calurosas calles de Sevilla a la búsqueda de hechos y personajes con los que justificar mi vocación periodística en periodo de prácticas cuando por la tarde llegara a la Redacción de *El Correo de Andalucía* y el redactor jefe me preguntara: “¿Qué traes hoy?” Siempre había que llevar algo. Pues hasta esa bohemia de descamisados, cobrando menos de lo que te costaba la supervivencia, o ese toque elitista de acceder a recintos vedados para el gran público, dos atractivos contrapuestos pero complementarios del periodismo se ha desechado de la mente de los nuevos periodistas que, nacidos ya una vez hecha la revolución tecnológica, han cambiado sus fuentes informativas y en vez de nutrirse de contactos se adentran en Internet para escudriñar novedades y en lugar de hacer la calle para contar lo insólito se dejan llevar por la convocatoria de prensa oficial, más cómoda y menos aventurera. La calle, esa bohemia casi inherente a la profesión periodística, se ha desterrado de la agenda del nuevo licenciado que se pasa la mayoría del día metido en el Redacción conectado a la vida a través de móviles, despachos de agencia, notas de los gabinetes de prensa y mentideros y páginas web de Internet. En todo este proceso de desposeer a la profesión de toda referencia romántica y bohemia el propio periodista ha contribuido, con el talante de los nuevos tiempos, a despojar a su oficio de otra capa más, como a la cebolla a la que venimos haciendo referencia, haciéndolo, cada vez más, un oficio como otro cualquiera, en el que la especialización supone otra vuelta de tuerca.

Es constatable. De ser el redactor una persona ducha en todo y especialista en nada, de pasar por secciones tan variadas y distintas como local, provincia, sucesos, tribunales, deportes, política, sociedad, teletipos o por géneros tan ricos como la entrevista, la crónica, el reportaje, la columna o, incluso, el editorial, secciones y géneros que, una vez superados, suponían un espaldarazo profesional para el redactor en cuestión, los compartimentos estancos de los periódicos de ahora y la especialización en secciones y temas le han quitado a la profesión esa aureola de hombres del Renacimiento que, una vez que entraban en el periódico, se transformaban y servían lo mismo para un roto que para un descosido. A pesar de la globalización de la profesión las miras del periodista se han vuelto más localistas y catetas. Nadie aspira al periodismo total, al enciclopedismo, al dominio de los distintos resortes de la sociedad. Cada cual, quizá por un sexto sentido de supervivencia, trata de hacerse fuerte en su plaza y de evitar que alguien le arrebatte lo que trabajo le ha costado conseguir. Así ahora surge la figura del periodista especializado en medio ambiente, agricultura, economía, deportes o, incluso, en Semana Santa o latidos del corazón.

Pero aún ha habido otra revolución más, ligada a la tecnológica: la empresarial. Esta, con su praxis, se encargó de decirle un día al periodista que se dejara de tanta hojarasca romántica, que la bohemia quedaba bien para la máquina de escribir pero que en los nuevos tiempos lo que primaba era la rentabilidad económica y que, menos fantasías y más suplementos especiales cargados hasta lo imposible de publicidad. A algunos se les pudo romper el alma cuando en los despachos de decisión comenzó a ser prioritaria la cuenta de resultados y, en último lugar del ranking, la imaginación y el amor por la escritura. Fue el momento en que en los periódicos se pasó de las empresas

familiares –reductos todavía de la vieja fórmula de entender el periodismo, tocado de cierto elitismo- a las grandes cadenas. El empeño romántico de unos cuantos empresarios empeñados en abanderar ideas tan nobles como la libertad de expresión hubo de rendirse a la evidencia de que no podía haber escaramuzas guerrilleras por libre en esta guerra global por la posesión y adueñamiento de los medios de comunicación. El llamado cuarto poder no podía estar repartido, con todo el peligro que eso podía conllevar de libre albedrío y revueltas incontroladas en el apetitoso campo del control total de la comunicación. A los reinos de taifas del periodismo les había llegado su hora. La de unirse a la tendencia mayoritaria o desaparecer. Naturalmente, se optó por la primera opción. Y de la pluralidad se pasó a la concentración. Fue, por ahora, quizá la última revolución del periodismo entendido como libertad. El periodista, así, ya no dependía del despacho de al lado, sino de un gran hermano invisible que emitía sus órdenes a través de sofisticados modos de comunicación. Y así, podía darse la contradicción de que una crónica sobre Lepe, por ejemplo, que está ahí al lado, llegase a la Redacción con firma catalana o que el articulista de fondo hablase más de los problemas del Penedés que de la comarca de los Pedroches. Pero era lógico que así ocurriera en esta alocada etapa del periodismo donde la venta del ejemplar, aunque importante, no es sólo el objetivo final de la empresa periodística. Lo mismo que ha ocurrido con las audiencias en la televisión y en la radio al periodismo escrito lo que verdaderamente le preocupa es el control de la OJD, o sea, que sus tiradas sean lo más amplias posibles para, de esta forma, captar al mayor número de anunciantes. Y para ello son las promociones, un hecho insólito en la historia del periodismo que ha convertido a los quioscos en verdaderos bazares: al nuevo cliente, el que está acostumbrado más a mirar que a leer, lo que verdaderamente le interesa del periódico es la película que regalan ese fin de semana y su mayor preocupación es cuidar de que no se le pase ningún cupón para, luego, cuando junte dos más tres pueda canjearlos por dos baldosines que forman parte de un rompecabezas que al final de la promoción tendrá la recompensa, si ha tenido suerte, de poder colocar al santo patrón de los coleccionistas en el recibidor de su chalet o parcela. Y si el aguante del nuevo comprador de periódicos no se ha agotado, también podrá invitar a sus conocidos a una cena fría en su patio en la que lucirá, primero, la cristalería del Córdoba Club de Fútbol, luego, la cubertería con el escudo de la ciudad para finalizar con el colofón de la vajilla plateada, que no está nada mal y viene bien para usarla a diario y guardar, para ocasiones más solemnes, la que nos regalaron con el ajuar de la boda. A los postres, que han sido elaborados con las recetas de cocina coleccionadas a lo largo de un año, podremos presumir de los marcos que le hemos colocado a la colección de postales antiguas, mientras en la tele se ve, como quien no quiere la cosa, un vídeo sobre la Semana Santa y en las estanterías del mueble bar lucen esos libros que hemos ido juntando poco a poco o que nos han regalado, como deferencia, con alguna promoción. Lo malo de esta reunión social es que más de un invitado pensará que le hemos aguado la fiesta que él tenía preparada para tal fecha: iba a lucir, precisamente, todo lo que acaba de ver en la casa del vecino. Es uno de los peligros de la globalización descontrolada. La publicidad va calando tanto en nosotros que no nos damos cuenta de que el gusto personal, la diferencia de estilos y el propio criterio han sido borrados de un plumazo por esa dirección única del mundo que tanto nos emboya y que ha desechado de nuestro diccionario personal todo lo relacionado con una postura crítica. Como decíamos antes, a los periódicos familiares o de provincias no les quedó más remedio que arrimarse a un gran grupo de comunicación para poder sobrevivir en esta nueva fórmula que acabamos de comentar y que tiene como característica diferencial de otras etapas del periodismo la promoción como fórmula para aumentar la venta de ejempla-

res. Y, nuevamente, volvemos a encontrarnos con otro momento más del mundo periodístico en el que a la profesión se le despoja de su carácter bohemio y singular. Al primar en los periódicos la venta de coleccionables, azulejos y vajillas quien está bien visto no es el periodista y sus historias callejeras, sino los componentes del departamento de promociones e ideas para que el filón no se acabe, y el avisado buscador de apoyos publicitarios y mecenazgos varios por parte de instituciones y entidades solventes.

Pero ¿y la independencia? Porque si las entidades e instituciones te costean una promoción algo pedirán a cambio ¿no? Era en un verano de prácticas. En Sevilla. Hice una información sobre los problemas que tenían los trabajadores de una constructora. El día de su publicación me nombraron en la Redacción porque la información llevaba mi firma. Levanté la mano y dije que era yo. Alguien, supongo que del departamento de publicidad, me dijo que cómo se me había ocurrido escribir aquello contra aquella empresa que tanta publicidad le estaba dando al periódico. Supongo que me callaría y que pensaría para mis adentros que en la Facultad no había asignatura alguna que defendiera un mandamiento parecido a “no criticarás a empresa alguna que proporcione publicidad al periódico”. En honor a la verdad hay que decir que estos problemas, que surgen diariamente en el ejercicio de la profesión, suelen ser, normalmente, abordados de forma valiente y tratan de resolverse de forma diplomática y salomónica, intentando –aunque no siempre lográndolo– salvar la verdad. Como ocurre en otros aspectos de la vida diaria de otro tipo de empresas y colectivos. Si bien es verdad que al periodismo, como al valor en el ejército, se le presupone una actitud limpia y de denuncia social como una de sus cualidades definitorias.

¿Pero hay crítica real en los periódicos actuales, en los medios de comunicación de masas del siglo XXI? Desgraciadamente la concentración de medios en grandes grupos ha definido el tipo de crítica de cada uno de ellos según su pensamiento, según los intereses ideológicos y empresariales. Hoy sabemos de antemano cómo van a tratar determinadas noticias *El País*, *El Mundo*, *La Razón* o *El ABC*; lo mismo que sabemos qué nos van a decir en la *Cadena Ser*, en *Radio Nacional* o en la *Cope* o qué imágenes van a predominar en *Canal Sur*, *Televisión Española*, *Antena 3* o *Tele 5*. El periodista, como profesional, en principio un trabajador que tiene que ganar el sueldo en alguna parte, se ve violentado a veces en sus crónicas por tener que seguir una línea que, a lo peor, va en contra de su pensamiento. ¿Es, entonces, el periodista un mercenario que se vende al mejor postor? Evidentemente digo que no porque la línea editorial de los medios de comunicación es cosa de los grandes despachos a los que no tiene acceso el redactor, que trata de contar la vida de la manera más objetiva sin pensar, cuando lo hace, quiénes hay detrás de él. Son, de todas formas, los malabarismos que hay que hacer para sobrevivir en cualquier mundo y que, posiblemente, se agiganten en esta profesión. Pero para algo existe la autocensura y el saber hasta dónde se puede llegar. Uno de los mandamientos más sagrados de la supervivencia. Y claro, como la verdad absoluta no existe y si existe, debe ser amplia y de variados matices, el periodista, a fuerza de tanto observar, conocer, sentir y contar la vida ha adquirido la costumbre de renacer cada día de sus cenizas a base de sano escepticismo para volver al tajo donde su labor puede torcer o enderezar rumbos colectivos. Una responsabilidad un tanto sagrada.

Es hora de recuento. De la bohemia de los tiempos de Larra, en aquella época en que el periodismo era pura expresión visceral, con libelos, panfletos, folletones, y novelas por entregas donde los artículos de opinión lucían más que la noticia en sí y los periódicos presumían de firmas de escritores que buscaban un lugar en el parnaso de la

gloria literaria, época donde primaba el contenido sobre el diseño, aquel momento de la historia en que fue fundada la institución donde hoy nos encontramos por el canónigo penitenciario Manuel María de Arjona, cuando el periodismo local encontró su más prestigioso aliado en el *Diario de Córdoba*, que tuvo que cerrar ya en plena guerra civil, en 1938, porque ni pudo reunir ni pagar como mandaba el decreto a la mínima plantilla exigida –nada de contratos basura, al parecer- ... digo, que de aquel tiempo en que literatura, política y periódicos se daban la mano se ha ido pasando, a lo largo de la historia del periodismo, a la búsqueda de la noticia, a la rapidez en obtenerla y ofrecerla y a una dictadura del diseño y de la venta de ejemplares que han despojado a esta profesión de toda aquella bohemia que tanto atraía a los periodistas legendarios. Ahora, en pijama, se confeccionan los periódicos que sólo tienen realidad en Internet. Y entre sus líneas late una vida tan distinta a la del romanticismo que se extraía del contacto con la calle que parece como si esta profesión estuviera abocada a una condena en su clásica concepción. Primero fue la creación de las facultades de Ciencias de la Información, luego, la llegada a las redacciones de los periódicos de los nuevos licenciados, la revolución tecnológica con la aparición del ordenador y la desaparición de la máquina de escribir fue el siguiente peldaño, al que siguió el abandono, por norma, de la calle como elemento imprescindible donde buscar la vida para contarla, y la posterior especialización del redactor que abandonaba el antiguo enciclopedismo del periodista, para llegar a la revolución empresarial y pasar, de los periódicos provinciales o familiares, a la concentración de éstos en grandes grupos de presión mediática. La última gran revolución ha sido la de las ventas o audiencias y la consiguiente aparición de las promociones para aumentar las tiradas.

¿Habrá una revolución más en la que se prive a esta profesión, no ya de su hálito bohemio, que ya ha fenecido, sino de su deber más sagrado, el de criticar a la sociedad para evitar que los poderosos nos rompan la convivencia cuando el periodista sin rostro y sin contacto con la realidad cuelgue sus artículos en un periódico digital o en otros que se vendan, como en esos hoteles de Singapur, a la carta, impresos en un disquete?

Mi hija, que además de pretender ser directora de cine, dice que quiere, como su padre, estudiar filosofía y periodismo, me respondió el otro día a la pregunta de ¿por qué quieres ser periodista?.

Sin pensárselo dos veces me dijo de forma segura y contundente: porque quiero criticar lo que está mal hecho.

Ojalá que los profetas de la desesperanza se equivoquen y el periodismo, en el futuro, no sea una profesión de encefalograma plano que actúe al dictado de los señores del cable y la fibra óptica.

En ellos, en la generación del ordenador y el móvil, la que hará los periódicos por Internet sin moverse de sus casas, depositamos la esperanza. A lo mejor alguno de ellos, algún día, repasando la historia, se da cuenta de que eso de las costumbres libres, vida irregular y algo desordenada le sienta bien al redactor de la fibra óptica. Ese día puede que, de nuevo, la bohemia se haga un hueco en esta profesión... Claro que colgada en la red y a través de una página web. Los tiempos son los tiempos.