

El arte del periodista

RAFAEL MAINAR

EDICIONES DESTINO

Barcelona, 2005 - 232 págs. - Prólogo de Juan Luis Cebrián

ISBN 84-233-3742-1

Ciertos escritos siembran el desasosiego en el lector. De la lectura de este ensayo, del que se cumple en 2006 el centenario de su publicación, profusamente citado y poco leído hasta el presente, brotan dos inquietantes incógnitas. ¿Fue su autor un aventajado, un Julio Verne de la periodística? ¿Acaso apenas ha evolucionado y se ha perfeccionado el ejercicio profesional de la información en España? Ambos interrogantes pueden, aunque con reservas, responderse con una afirmación: las aseveraciones, percepciones y pronósticos que se vierten son fruto de una atenta observación y una profunda meditación, rasgos propios del verdadero periodista, durante una dilatada trayectoria profesional en la pujante prensa catalana de transición entre los siglos XIX y XX. Mainar supo descubrir las esencias del periodismo del pasado, del presente y del futuro.

Redactor del *Diario del Comercio*, *Las Noticias* y *El Progreso*, ejerció como corresponsal en la Ciudad Condal de los rotativos madrileños *El Imparcial*, *El Liberal* y el *Heraldo de Madrid*, así como del zaragozano *Heraldo de Aragón*. Director del *Diario Mercantil* y *La Tribuna* fundó y fue vicepresidente de la Asociación de la Prensa Dia-

ria de Barcelona. Poseía, en consecuencia, una dilatada visión de los entresijos de la incipiente profesionalización del periodismo español que, deseaba, debería por fin y para el bien de la sociedad, dar al traste con los desvaríos de los preponderantes periódicos de partido, de clase y de opinión.

Mainar confiesa ocuparse de la *mecánica* del *oficio*, de reflejar el cómo se practica, más que del cómo practicarse. Aunque el tiempo haya desbaratado su propósito inicial. Para el historiador del periodismo resultará esta obra una fecunda fuente de información; para cualquier profesional, veterano o en ciernes, un fértil manual con que irrigar, para reverdecerlo, su quehacer diario.

Este *manual* se organiza en dieciséis capítulos en los que se abordan con magisterio la práctica totalidad de las áreas que en la actualidad conforman las troncalidades de nuestros actuales planes de estudio universitarios, aunque “el oficio exige cosas que no se aprenden y que nadie enseña” (p. 28).

Se ocupa este aragonés afincado en Barcelona de la tipología de diarios, periódicos y re-

vistas, las disposiciones legales o la organización de las comunicaciones (estructura de la información); de su fundación, organización y confección, así como del carácter y valor de la publicidad (empresa informativa); de los géneros y el lenguaje periodísticos, o de la recepción de los mensajes por el público (periodística); del valor supremo de la actualidad, la información o el reportismo, y del empleo y los rasgos de las fuentes informativas (fundamentos del periodismo); del diseño de las publicaciones y la aplicación de los adelantos tecnológicos (tecnología del periodismo impreso); de la compleja coexistencia de profesionales generalistas y especialistas, del abuso del argot, de las secciones especializadas o de los géneros adecuados para la divulgación (periodismo especializado).

Plasma Mainar su prurito por la precisión, ya que todo cuanto se publica se lee, en especial lo que menos se cree (p. 124); insiste en la imperiosa necesidad de la lectura, a la que es remiso el periodista (p. 99); advierte del culto a la actualidad, tirana de la profesión (p. 94); asienta los rasgos definitorios del lenguaje periodístico: claridad, concisión, propiedad y creatividad (p. 101-108); considera el recurso al globo sonda, “un suelto intencionado y habilidoso para obtener una confirmación, una rectificación o un movimiento de opinión” (p. 213); enaltece la crónica, “suprema fórmula del periodismo moderno”, vida y del vivir imagen (p. 202); y se mofa de la línea editorial, el *artículo programa*, “el primero que se escribe y el primero que se olvida, y aun cuando, a decir verdad, se pierde poco con el olvido y menos se perdería de no escribirlo” (p. 140).

Pero cabe algún reproche a su benevolencia con respecto a prácticas entonces consagradas, que perviven y, ojalá, pronto se extingan: el infundio, el ahueque y la tijera. No falta el profesional que aunque quizá no mienta, no contrasta y alega en su defensa: “como me lo contaron, lo cuento”. Abunda el *estirado* del material informativo, el adorno superfluo, la constante redundancia, el refrito o el plagio cuando el mensaje carece de la debida profundidad o hay que agotar sin miramientos el tiempo en antena.

Denunció apesadumbrado Mainar, con sarcannería o a las bravas, los males del periodismo español de la época. Como el escaso margen para vivir del periodismo que marchitaba vocaciones ante la condena de tener que “vivir en el margen” (p. 37). Hoy, clamaría contra la precariedad laboral que asola a nuestras noveles generaciones de reporteros. Recordaría a la propiedad que para tener *noticieros* hay que pagarlos y considerarlos (p. 126). Antaño, se lamentó por el corriente ejercicio profesional como medio, no como fin. Hoy, escribiría a no dudarlo sobre el intrusismo, confeso o excusado, de los comunicadores que se creen periodistas, o en torno a las nocivas consecuencias del pernicioso producto que confeccionan quienes conciben la información como mero entretenimiento.

Antaño, se quejó porque la escasez de ingresos por venta imposibilitara mejores y mayores recursos para la prensa, el que se hubiera “educado el consumo al periódico barato, inverosímilmente barato, el más barato del mundo” (p. 38). Lo que ligaba a los altos índices de analfabetismo, a la incultura del pueblo. Hoy, daría un respingo al descubrir que los periódicos gra-

tuitos son los que más leen los españoles, cuyos escolares copan los postreros asientos formativos europeos en las letras y las ciencias.

Alertó del indebido y peligroso sometimiento a “eso que se llaman «centros oficiales» –ministerios, salones de conferencias, gobierno civil, alcaldía, juzgados, delegaciones de policía, etc.–, son fuentes de información, de las que no suele sacarse mucho agua ni muy clara, si no es con bomba y a veces con *bombos*. En esos centros las «notas oficiosas» dicen poco. Están hechas para los periodistas, pero no para los periódicos; son la iniciación de las noticias, pero no las noticias completas, y en completarlas está la habilidad y el trabajo del periodista” (p. 118). Porque el reportero todo lo pregunta, la primera y mejor de las fuentes es la información personal y directa (p. 111-112). Hoy, las redacciones se anegan de notas de prensa, comunicados oficiales y publi-reportajes. Y, lo que es peor, el periodista, su más voraz depredador, se los traga cual Pantagruel hasta ahogar su propia voz.

Criticó la figura del periodista *para todo*, que con la misma pluma y, a veces sin solución de continuidad en el trabajo, redacta “un artículo, una revista de toros y una necrológica «muy sentida». Las plantillas y las pesetas no dan para más” (p. 192). Ahora, lo denominamos con pomposidad *periodista multimedia*.

Las vanas luchas empresariales, que entablan entre sí ciertos próceres del firmamento mediático, vendrían a confirmar que “es una verdad de a folio lo de ser nuestro enemigo el de nuestro oficio”, en el que no se habla nunca bien de los compañeros vivos (p. 28 y 88). Una hipérbole,

cierto, que en la actualidad encuentra sustento en ilustrativos episodios.

Mainer concebía el periódico como “la Historia que pasa”. No en vano la pluma y los legajos que la musa porta en sus manos simbolizan la escritura; sus vestiduras blancas, la verdad; sus alas, la rapidez. Aunque diferenciaba, con tino, los diversos trayectos del discurrir de Clío por las redacciones: la manipulación, el personalismo y el reporterismo. No quiso en su época el maestro citar reos ni héroes. Seguiré su ejemplo. Al lector no le costará sacar protagonistas del anonimato.

Quienes se empecinan en narrar la historia según el particular interés ideológico o económico de la empresa, a conveniencia de sus fundadores o mantenedores. Persisten hoy quienes editorializan los contenidos de todas y cada una de las páginas del diario o publicitan cualquier segundo de sus emisiones. Así, la opinión infecta los géneros informativos e interpretativos, vulnerando que no redefiniendo la preceptiva, ese compromiso tácito o explícito con la ciudadanía. O la publicidad se enseñorea de la programación.

Quienes consideran el medio que dirigen –o su programa– como un cimbreante trampolín con que impulsarse para alcanzar el Olimpo de los forjadores de opinión, o como la piedra filosofal con que aventajar al mismísimo Midas.

Finalmente, hay quienes convierten en verdadero negocio la elaboración y venta de un producto verdaderamente periodístico, realizado por periodistas, que se fundamenta en “la exactitud de las informaciones, su rapidez, su abundancia, las excelencias de la presentación, la serenidad de juicio” (p. 36). El reporterismo exige buenas

dosis de habilidad, valor, resistencia, ingenio, originalidad y arrojo. Sustentado en la información, el buen periódico, vende; sin él, “todas las propagandas son completamente inútiles” (p. 59). Tomen nota aquellos que han transformado el quiosco en vil tenducho de mercadillo rebosante de extravagantes y disparatadas baratijas.

No resulta extraño, por consiguiente, que la principal exhortación de este *manual* sea la reivindicación de la esencia de la profesión: “la información es lo capital en el periodismo; la crítica y el comentario lo accesorio; ni son indispensables ni estorban” (p. 126).

Se atrevió, incluso, a aventurar el futuro. Mainar nos ofrece una lúcida y perspicaz anticipación, no exenta de errores, de algunos de los rasgos más sobresalientes de nuestro presente periodístico. No compartía la visión de quien “supone que en lo venidero, se impondrá como verdad fundamental, el que lo principal en el periódico es el *anuncio*, y lo accesorio, lo accidental, casi diríamos lo decorativo, es la información” (p. 221); al tiempo, sentenció que el *trust* no sería el porvenir de la producción.

Sin embargo, previó la globalización y universalización temática: la competencia darwiniana dejaría vivos a los medios *mundiales*, que tenderían a ignorar lo local; sus lenguas: inglés, francés, castellano y chino. Acertó al intuir la re-

ducción del número de ediciones, la multiplicidad y celeridad de los adelantos tecnológicos en la composición y edición de la prensa, las mejoras de las redes de distribución de los ejemplares o la necesidad del reciclaje del papel, dada la vertiginosa desaparición de los bosques y el incremento del precio de su materia prima.

El resultado es un estimulante ensayo cuya lectura debiera ser obligatoria para los estudiantes de periodismo y para los profesionales de la información. Ante todo, porque estimula a cuestionarse ciertas prácticas, tendencias y hábitos. Después, porque alienta a investigar con método científico un considerable número de facetas escasamente analizadas o contrastadas.

La conclusión de la obra es una declaración de principios. La misión del informador es consustancial a la existencia misma del ser humano. De ahí la responsabilidad social del periodista. El periodismo morirá “cuando ya no haya adelantos que propagar, injusticias que denunciar, débiles a quien amparar, fuertes a quienes contener, entuertos que enderezar, aspiraciones que defender, teorías que discutir, verdades que investigar, leyes que combatir y hombres que mejorar” (p. 226). Que jamás se nos olvide nuestro cometido.

Carlos Maciá Barber
Universidad Carlos III de Madrid