

Folletín privado

Publicado: Sábado 11 agosto 2007 | 12:00:20 am.

Publicado por: Julio Martínez Molina

La chismografía, elemento nutricional del «periodismo cultural» occidental, vende ejemplares por millones. Y lo que empuja la tirada al cielo, será catapultado desde estos medios, cuyas políticas editoriales priorizan el aspecto mercantil por encima de cualquier otro.

Durante el reciente IV Congreso de la Lengua Española, celebrado en Cartagena de Indias, destacados periodistas y escritores criticaron con dureza «las fallas de expresión de este periodismo».

Intelectuales indispensables del habla castellana actual censuraron la falta de profundidad, la estupidez potencial y la ausencia de estilo de «un periodismo a contracultura que muestra el interés de una burguesía analfabeta funcional».

El periodista cultural (y general) de tales medios, enfatizaban los ponentes, se ve sometido a la coyunda de preceptos editoriales que anteponen lo visual y cualquier tipo de liviandades temáticas, al texto serio y responsable.

En tales términos se proyectaba el argentino Martín Caparrós en la jornada del Congreso denominada El periodismo cultural iberoamericano, en la cual fue

impugnada además la tendencia predominante en estos órganos de escarbar en los asuntos íntimos de los famosos.

Por fortuna, las páginas culturales de los medios cubanos confieren preeminencia a los valores artísticos del creador, así como al reflejo del desarrollo de las distintas manifestaciones.

Esto ocurre así, sin variación, en los medios de prensa escritos y los noticiarios de los departamentos informativos de radio y televisión.

Aunque, en algunos casos en la programación de estos dos últimos medios de comunicación, en los últimos tiempos se verifica un incremento de cierta tendencia a lo que descalificaban en el Congreso de la Lengua, pues es manifiesta la insistencia en recalcar, en varios de esos espacios variados o revistas, las intimidades de los invitados.

Ya el televidente o radioescucha común conoce las cuestiones personales (transporte, vivienda, nuevas parejas, proyectos extrartísticos...) de varios entrevistados recurrentes en la televisión y la radio; e incluso hasta las de los propios conductores.

De entrevista en entrevista se trenzan los capítulos de un folletín privado que, al propalarse, adquiere categoría pública. De modo que, a vox populi, no solo se corre el rumor de que Fulanito tiene un hijo con Fulanita; sino que se refrenda con el peso de: «lo dijeron por la televisión».

Me parece que, sin pretender convertir tampoco estos diálogos en pesados bloques sin algún lógico elemento aligerador, sería prudente tener más cuidado y no seguir aupando tamaña propensión a lo ligth, lo frívolo, lo doméstico.

La vida personal de cada quien es asunto suyo y solamente suyo; ningún medio de difusión masiva debe convertirse en caja de resonancia o instrumento de

amplificación de las peripecias particulares de nadie.

Los valores éticos y sociales que le interesa promover a un sistema como este son otros, y su concepción, tenida en cuenta desde sus albores, contempló el destierro del chisme, la sosería de la crónica social o «la prensa del corazón»... de todos sus medios.

Tal debe ser nuestro cauce de medida y tino.

<http://www.juventudrebelde.cu/opinion/2007-08-11/folletin-privado>

Juventud Rebelde | Diario de la juventud cubana

Copyright © 2017 Juventud Rebelde