

Del estilo y otras pasiones terrenales

Orlando Villalobos Finol

Se aprende haciendo. Conozco la receta. Cuando nadie me había facultado como periodista, ni me había pasado por la cabeza que un día terminaría emborrondando cuartillas hasta desfallecer, y que ese sería mi *pane lucrando*, me aparecí en la sala de redacción de un periódico, preguntando por la persona que pudiera decidir publicar mis primeras letras.

La sala era pequeña. Se escribía en pesadas máquinas de escribir y habría a lo sumo dos o tres redactores y un ocupadísimo jefe de redacción, el inefable Cruz Echenique, quien apenas mostró cortesía para recibir mi osadía. No me miró a la cara, pero cuatro o cinco días después, mi nombre se inflamó de tinta, a 12 puntos, en las letras más hermosas que alguna vez haya visto. Recorrí hasta el cansancio, con profunda emoción, aquellas líneas, como si se tratara de la noticia de una herencia.

Entendí la publicación como una declaración pública de amor. Me di por aludido y desde entonces casi semanalmente, con regularidad de artesano, acudía a la cita. Me presentaba a la redacción con un texto. Nadie me esperaba, pero aquello era para mi un compromiso impostergable, una palabra empeñada. Me publicaron varias docenas de artículos, pero produje muchos más. Una buena dosis completó las papeleras, seguramente, sin que nadie se apiadara de las horas que había dedicado a juntar oraciones. Cuando abría las páginas del periódico y allí estaba el escrito, ¡aleluya! era como si hubiera metido un gol, pero demasiadas veces me tocó esperar en vano. Los días se sucedían y nada, el milagro no llegaba. Ahora que hago memoria de aquellos afortunados días, me planteo un balance y el resultado es favorable.

Así, como por arte de magia, la opinión empezó a fluir y un día Echenique rompió con su indiferencia y me obsequió un verdadero regalo. Dijo: "es buena tu prosa" o algo por el estilo. De puro escucharlo quedé paralizado. Sus palabras me resultaron divinas. ¿Acaso se podía escuchar tanto? ¿Había lugar para la infinita bondad?

Mi empeño terco nunca se asustó, ni siquiera cuando no hubo tiempo para atender el tesoro que consideraba llevaba en mis alforjas.

Años después, cuando el rumbo de los días me llevó a las aguas borascosas del periodismo, ya me sabía la lección. Mis ilusiones periodísticas cabalgaban sobre una base empírica cierta. Casi era un experimentado. De tanto probar suerte como articulista, ya sabía ponerle sustantivos y emociones a las palabras.

De modo que cuando alguien me habló del estilo periodístico ya tenía comprado el boleto en ese tren, sin saberlo. Desde luego, la teoría completó el horizonte y le sacó filo a las ambiciones. Hice conciencia de lo que la porfiada ilusión, de escritor novel, me había regalado.

Por eso, cuando oigo hablar del estilo literario o periodístico comprendo que ése es un laberinto, que se aprende a recorrer a fuerza de intentarlo, dejándose seducir por los atributos, de esta tentación terrenal de aprender a moldear el pensamiento en tinta y papel. Ningún maestro, ni ningún libro, puede enseñar lo que el propio interesado devela, con paciencia y corazón, absorto en la soledad de su intento, embelesado en la maravilla de cada palabra que logra hilvanar.

A escribir aprende el que quiere, pero primero tiene que intentarlo, batirse con el demonio de la incertidumbre, y hacerlo armado hasta los dientes con una fuerza de voluntad a toda prueba y esa prueba tiene demasiados nombres: comodidad, indiferencia, desdén, traición, inconsecuencia, en fin.

El estilo no es una propiedad que se transmite, sino un don que se aprende, se moldea, a fuerza de intentarlo y de vivirlo. Si algo, si fuera el caso, se puede agradecer a un maestro es que haya ayudado a develar esa música que uno lleva por dentro, que lo acompaña a todas partes, y que no sabe como hacer para que encuentre su ideal y bendita expresión.

Ese maestro, por cierto, puede ser el más humilde, de repente el menos denso, ése no es el caso, porque su mérito está en que enseñe el método de la búsqueda, confiando en las propias fuerzas y en el talento. Cuando Albert Camus recibió el Nobel de Literatura, en 1957, envió una carta a quien fuera

su maestro en su infancia, en donde plantea que los esfuerzos del Sr. Germain, "su trabajo, y el corazón generoso que usted puso en ello, todavía vive en uno de sus pequeños alumnos".

El estilo, en resumidas palabras, es uno mismo. Es esa convicción que nos permite ser auténticos siempre, en cualquier circunstancia, y no dejarnos arrastrar por la tentación, que anda suelta y nace en cualquier rincón.

Opinar es un riesgo¹

Orlando Villalobos Finol

Antes iban de profetas
y ahora el éxito es su meta.
Mercaderes, traficantes,
más que náuseas, dan tristeza.

Luis Enrique Aute/cantautor español

Las noticias son el pan nuestro de cada día del periodismo. Cada mañana, con avidez cada cual hace un “toque técnico” en el quiosco, porque quiere ponerse en contacto con el más reciente compendio de novedades. No importa que haya visto el resumen de la televisión o que, incluso, haya presenciado el partido de fútbol, el lector quiere encontrarse con la versión del especialista, saber cómo lo vio y cómo lo interpretó.

La noticia da el parte diario de lo sucedido. A sangre fría, sin que se le mueva la doble ración de maquillaje, la narradora de TV reduce a treinta segundos los pormenores de un golpe de Estado en Burundi, que deja muertos, heridos, detenidos, sospechas y declaraciones de Bill Clinton y del Departamento de Estado. En el periódico, a su vez, el periodista muchas veces no puede escapar de la pesada responsabilidad de resumir lo que ha indagado, en las cinco célebres preguntas: qué, quién, dónde, cuándo y cómo.

Pero como dice la máxima “cuando uno recoge una punta del palo, también recoge la otra”. En el periodismo esto puede comprenderse si se entiende que éste no puede conformarse con su dimensión informativa. Cuando el periodista busca una información se tropieza con una serie de variables y de versiones, las cuales no pueden resumirse en cuatro o cinco interrogantes, como si simplemente se tratara de aplicar una fórmula matemática. Muchas veces para explicar el alcance de un hecho se hace imprescindible superar la jurisdicción fría y poner corazón en lo que se quiere comunicar, para lo cual se requiere ser subjetivo, emotivo, cálido y sobre todo creador. Así de complejo.

¹ Publicado en el diario La Verdad/ 29 de abril de 2000

La mera información, sin el porqué de cada asunto, reduce el periodismo a una espesa selva de noticias.

Se requiere, entonces, de la dimensión de profundidad que concede el periodismo de opinión. Ella resulta necesaria porque le da perspectiva, voz y voto, sustancia y razón de ser, al periodismo. Aunque no siempre se reconozca de manera explícita, el encanto y la magia del periodismo se derivan de su capacidad para reunir las opiniones, firmas y sobre todo la pluralidad de voces suficiente, para dar cuenta de lo que sucede y pretender ejercer influencia en la comunidad.

Desde luego, opinar es siempre un riesgo. Puede convertirse en el atajo más cercano a la manipulación. A diario lo observamos, cuando se pretende imponer una determinada preferencia, a veces hasta con histerismo, buscando dividir al mundo en blanco y negro, en buenos y malos, en patriotas y antipatriotas.

Cuando eso sucede se ideologiza la opinión y se toma al usuario de un medio por cándido, incauto e incluso por estúpido. Eso resulta típico de un cierto periodismo que atiende la voz del partidarismo o de particulares sesgos. No creo que el lector de periódicos se deje engañar con falsos espejitos, del mismo modo que dudo de la certidumbre que asegura que los electores pueden confiar y preferir un discurso electoral, sin sopesarlo, ni analizarlo.

Opinar es un riesgo, pero para que una opinión pueda ser aceptable deberá ser libre y honrada, crítica y no simplemente responder a un coro de moda o a la intención de deslizar noticias y datos que sirven a intereses particulares.

Entre nosotros, en épocas recientes, José Ignacio Cabrujas e Ibsen Martínez se han levantado como referencias solventes y autónomas, dispuestas a navegar con la independencia de criterios como bandera. Son nombres que superan, no los únicos desde luego, la chatura y medianía de muchos que se asoman en las páginas de opinión con la finalidad expresa de dejar colar una intención subalterna o de aplicar esta curiosa manera de razonar: Todo en lo que yo creo bien vale una misa, todo de lo que disiento es malo y perverso.

A pesar de los pesares, en Venezuela el periodismo de opinión goza de buena salud y forma parte de una las mejores tradiciones del acervo democrático del país. Sin embargo, a este periodismo no le vendría mal un empuje renovador, para que otras voces, y no las de siempre, refresquen el debate con nuevas ideas y estilos, y sobre todo para que con ópticas diferentes, sin los prejuicios de tantas caras conocidas, se puedan explicar las claves de los cambios que desde hace rato comenzaron a cumplirse en Venezuela, sin pedir permiso ni dar tregua.

Límites del periodismo

Orlando Villalobos Finol

Una expresión atribuida al político irlandés Edmund Burke, a finales del siglo XVIII, hizo que se empezara a considerar a la prensa como el "cuarto poder", como un moderno añadido a los tres poderes clásicos de Montesquieu: legislativo, ejecutivo y judicial.

Burke se oponía a las transformaciones que traía consigo la propuesta revolucionaria francesa y a manera de reclamo denominó a los periodistas de la Cámara de los Comunes el "cuarto poder".

Sin embargo, en la última década, debido a la creciente influencia de los medios de comunicación, cada vez con más frecuencia sucede que muchos conceden un mayor protagonismo al periodismo y hasta llegan a considerarlo como "un primer poder" o "el verdadero poder".

En América Latina ha sido sostenida la tendencia a pedirle a los medios y a los periodistas que asuman la representación de la sociedad ante el poder y, aunque suene redundante, ante los poderosos, para exponer la queja ciudadana, evidenciar las fallas y carencias del poder judicial, denunciar las injusticias, hacerles correr el maquillaje a políticos y corruptos, y defender los intereses de los más débiles.

Como se comprenderá se trata de una responsabilidad noble, pero sin duda pesada y que en muchos casos extralimita las posibilidades del periodismo, porque por mejores que sean las intenciones éste cumple su misión, pero no puede, en términos reales y definitivos, sentenciar al ladrón, destituir a un ministro o poner preso a quien viole los derechos humanos. Dicho de otro modo, muchas veces se queda en exponer la irregularidad o en evidenciar al culpable, llega hasta la denuncia y luego resulta víctima de la impotencia, ahogado por los mecanismos de poder, que ponen en marcha prácticas "persuasivas" como la amenaza, el despido y la agresión.

A propósito del tema resulta conveniente citar el caso de Argentina, donde en estos momentos se debate acerca de la experiencia periodística reciente. Desde principios de los ochenta el periodismo de ese país peleó,

guerreó y muchas veces murió por las mejores causas, en medio de situaciones difíciles y riesgosas. El periodismo de denuncia alzó la voz y consiguió audiencia, revelando episodios que no habían trascendido. Varios testimonios lo comprueban. Ricardo Kirschbaum, Oscar Raúl Cardoso y Eduardo Van Der Kooy publicaron 1983, "Malvinas, la trama secreta", una serie de reportajes que hasta la fecha lleva vendidos 153 mil ejemplares. Luego vinieron "Operación masacre" de Rodolfo Walsh; "Almirante cero" de Claudio Uriarte y "Todo o nada" de María Seoane, que miran hacia lo ocurrido en los 70; "Robo para la corona" de Horacio Verbitsky; que puso en evidencia las debilidades de la era Menem y vendió casi un cuarto de millón de ejemplares; y "Narcogate" de Román Lejtman, entre otros.

En su mejor hora, los reportajes se convirtieron en libros y el periodismo vivió días estelares. El ciudadano encontró un aliado para correr el velo al poder.

Sin embargo, empiezan a aparecer síntomas de cansancio de esa fe absoluta en el periodismo, como remedio para los males del país. Una reciente encuesta del Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría, publicada en el diario Clarín, revela que si bien la opinión favorable al periodismo seguía siendo alta entre la población, había bajado respecto a cifras anteriores.

El diario citado señala una conclusión a todas luces válida: esta caída marca, más que un descenso en la credibilidad del periodismo, una nueva percepción del lugar social que ocupa la información en la vida de la gente.

Esta experiencia cercana, y en demasiados capítulos muy parecida a la nuestra, habla de las posibilidades, pero también de las limitaciones del ejercicio periodístico.

El periodismo como ha dicho García Márquez es el poder sin trono; mucho puede hacer para mostrar las zonas secretas del poder y los problemas que atormentan al ciudadano, pero en ningún caso puede sustituir las funciones que corresponden a otros.

La credibilidad de los medios

Orlando Villalobos Finol

El patrimonio más valioso, y por extensión más costoso, de un medio de comunicación es su capacidad para influir; es el respeto que consiga en los usuarios; en pocas palabras, la confianza que pueda generar en su público habitual y en aquellos que se acerquen a sus páginas o a su pantalla, aunque sea por pura curiosidad.

Se trata de un imponderable, la credibilidad, que se construye edición tras edición, mostrando la verdadera cara de los hechos, exponiendo las distintas versiones y exhibiendo los matices, bondades y miserias, sin esos sesgos característicos que muchas veces el lector avisado e informado descubre con relativa facilidad. Esa confianza del usuario por lo que el medio dice se termina convirtiendo en la mejor inversión. El público perdona, quizás, un galimatías o una incorrección ortográfica, pero se aleja de las medias verdades, de la subjetividad mal intencionada, de las versiones parciales y parcializadas. Cualquiera lo hace.

El asunto se ha discutido lo suficiente. Como prueba de ello, después de la II Guerra Mundial se acuñó la definición: "el público tiene derecho a saber", postulado que comporta una dimensión ética para el periodismo, porque señala la responsabilidad social de los medios de mostrar a sus usuarios aquellas noticias del gobierno, los negocios y otras áreas que por razones diversas se ocultan al escrutinio público.

De modo que se abusa de los lectores, para no hablar de la ética, cuando el medio de comunicación ofrece sólo una versión interesada, la que le conviene, de un hecho; cuando se coloca al servicio de un candidato, o de una parcialidad, con descaro y desvergüenza, y ataca a los otros, por razones de simple cálculo crematístico; o simplemente cuando no dice la verdad, por acción u omisión.

Alguien puede suponer que todo esto forma parte de una cierta parafernalia teórica y discursiva. Pero no es así, el ejercicio cotidiano de los medios sirve para constatar lo contrario. La poderosa CNN acaba de dar un

ejemplo de las consecuencias que tiene un determinado comportamiento. Esta cadena difundió, el 7 de junio, en uno de sus programas un reportaje que señalaba que los militares estadounidenses utilizaron gas neurotóxico en una misión para matar a los desertores de sus filas en Laos, durante la Guerra de Vietnam. Posteriores investigaciones demostraron que el reportaje no pudo ser confirmado. ¿Qué hizo CNN ante tamaño desliz? Tenía dos caminos: asumir la posición del gato después que defeca, voltear la mirada hacia otro lado, fabricar otra historia y olvidarse de aquella, o por el contrario asumir la responsabilidad y decirle a sus usuarios, nos equivocamos. Pues bien, CNN prefirió este último camino. El propio presidente del grupo noticioso, Tom Johnson, pidió disculpas a los televidentes y a los periodistas que habían reproducido la historia.

Johnson leyó una declaración en la que reconoció los errores. Dijo que “nada es más importante para una organización noticiosa que su reputación en cuanto a exactitud, imparcialidad y responsabilidad. La creación y mantenimiento de elevados niveles de excelencia periodística han sido la clave para el éxito de CNN desde su lanzamiento hace 18 años”.

Luego explicó que el reportaje mencionado no pudo ser corroborado. “La evidencia de que se usó sarín u otro gas neurotóxico es insuficiente”. Añadió graves fallas en el uso de las fuentes y se retractó del reportaje. Entre nosotros eso se llama no eludir el compromiso.

En los medios venezolanos a su alcance, ¿cuántas veces se procede de ese modo? Al contrario, ¿cuántas veces usted ha visto que simplemente para vender el periódico o para ganar audiencia se publican las fotografías de supuestos delincuentes que después se “descubre” que no lo eran? ¿cuántas veces usted ha visto informaciones inventadas, sin fuente, que responden a la finalidad de dañar intereses políticos o comerciales?

Una práctica sustentada en la tradición abusa del usuario, le impone una versión tergiversada o manipulada y por supuesto desconoce postulados esenciales como los derechos de respuesta y de réplica. El primero se refiere a la posibilidad del público de responder cuando lo que se ha dicho no se ajusta a lo que el emisor de la noticia expuso. El segundo, el derecho a réplica, está

explicado en el artículo 3 del Código de Ética del Colegio Nacional de Periodistas y señala que “toda tergiversación de la información debe ser rectificada oportuna y eficientemente”.

Cuando CNN hizo su rectificación seguramente muchos de sus seguidores agradecieron, desde el anonimato de sus casas, el arranque de sinceridad.

La última página

Orlando Villalobos Finol

Una pobre tradición del periodismo, de cierto periodismo, sostiene la jerigonza de que los lectores prefieren noticias que mezclen la tinta y la sangre, en una suerte de rito satánico que se supone indispensable para incrementar las ventas y conseguir *rating*.

El galimatías periodístico se complementa con el añadido de que ese tratamiento de la información, tiene el privilegio de la última página, la cual se asume, en esta perspectiva, como más importante que la primera plana en el medio impreso.

Esta comprensión del ejercicio periodístico, que habla de una última página convertida en un fresco de la desdicha humana, tiene sus mejores exponentes en la generación de comunicadores que se formó en épocas de dictadura, con una limitada libertad de expresión, y que hizo del suceso y de la crónica policial un género seguro, que colocaba al periodista a distancia del lápiz rojo y a salvo de las insinuaciones de la Seguridad Nacional. Era más riesgosa la crónica acerca de la resistencia al régimen que aquella que detallaba la muerte en el barrio. Además, sin TV, ni Internet, ni estaciones de radio, mucho encanto tenía relatar historias sobre puñaladas, degollados, ahorcados y un poco también sobre tahures, crápulas, cantinas y prostíbulos. Muchos relatos ni siquiera eran reales, simplemente se inventaban para vender el producto.

Pero, vaya curiosidad, en esta era de la superautopista de la información, de páginas web, de comunicación digital y mundos virtuales, no pocos noveles periodistas reeditan la página de sucesos, que se nutre del sensacionalismo, y asumen un desdén manifiesto por las nuevas prédicas que ganan terreno en el ámbito de la comunicación.

Estos reparos están fundados en una apreciación de la realidad de los medios, nada superficial. La docente universitaria Mariluz Domínguez demuestra en su tesis, para optar al grado de magíster en Ciencias de la Comunicación en LUZ, que el eje temático más explotado en las páginas de sucesos es el de la muerte.

El fenómeno, según las conclusiones de la investigadora, ocurre fundamentalmente en los diarios regionales La Columna y Panorama. En cambio, El Universal y El Nacional conceden más importancia a otros temas, como el de la corrupción. Desde esta óptica, “de acuerdo con la frecuencia de estatutos, parece que el periódico que presenta los hechos en forma más neutral es El Universal. En La Columna se observa la tendencia contraria, es decir, mayor sensacionalismo (...) El análisis de los casos lingüísticos indica que El Universal es el periódico que expresa más frecuentemente las causas de los hechos”.

La referencia está justificada porque es preciso tener presente que al redactar un titular o una nota informativa se ponen en juego los valores del periodista y de la empresa para la cual trabaja. Eso es tan cierto que basta con leer los titulares para saber cuál es la política informativa de un periódico. “El amarillismo y el sensacionalismo se manifiestan, generalmente, desde los mismos titulares. Las operaciones lingüísticas no son neutrales. Tanto la selección como la combinación de los signos están condicionadas no sólo por las restricciones impuestas por el código lingüístico, sino también por la intencionalidad del emisor”. Como diría el Quijote, con este mundo tropezamos Sancho.

Se desconoce, con no poca frecuencia, que en estos tiempos de transición los hábitos de lectura están modificándose y ahora el lector quiere encontrar en el diario a un interlocutor válido, de sus dudas, convicciones e inquietudes. Cuesta creer que en esta era de medios electrónicos, que crecen de manera rápida y vertiginosa, todavía se pueda apostar a agotados conceptos, que dieron resultado ayer, y quizás todavía tengan cierta pertinencia, pero sin duda, cada vez tienden a perder fuerza.

A ese periodismo, que parece detenerse en el tiempo, le está saliendo una reflexión y rectificación verdadera. A los partidarios de dicha corrección nos corresponde validar la recomendación que a Pedro Páramo le hizo su madre cuando partió a Comala a buscar a su padre: “No vayas a pedirle nada. Exígele lo nuestro”.

En pocas palabras, el desafío está en construir una última página, y un periodismo, que proponga otras opciones, y sirva de intérprete a las legiones de lectores que buscan respuestas diferentes en los periódicos; que quieren conseguir interlocutores inteligentes, abiertos al debate, dentro de un clima democrático, y sin los acostumbrados sesgos informativos que dividen al mundo en buenos y malos, bandidos y justicieros.

Abuso mediático²

Orlando Villalobos Finol

Socarronamente Jorge Luis Borges sentenció que nos dejamos engañar por los artilugios tipográficos. “La gente piensa que un hecho ha acontecido de verdad porque está impreso en grandes caracteres negros”, apuntó.

De esa capacidad para fascinar al público emana el poder de influir y la capacidad de generar opinión que se le reconoce a los medios de difusión masiva, en este caso al periódico. Eso es tan así, que en esta época, ellos fijan la agenda pública y determinan lo que cada ciudadano hace con sus horas libres y con el tiempo que puede dedicar a la recreación. Muchos terminan colgados de la pantalla televisiva, por horas interminables. Es el entretenimiento más barato.

El fenómeno otorga tanto poder que “quien tiene los medios, tiene el poder”, pero a su vez consagra lo que los estudiosos de la comunicación denominan la responsabilidad social de la prensa. Este enfoque, que surge después de la II Guerra Mundial, llamó la atención sobre el hecho de la que libertad implica obligaciones correlativas. Algo así como que los medios también deben responder a la sociedad por su comportamiento.

Esa preocupación quedó patentada en el concepto, por fortuna ya bastante difundido, del derecho del público a la información, el cual expone que todos los ciudadanos tienen la posibilidad de acceder a los hechos de actualidad y a la expresión de los juicios u opiniones que éstos le merezcan.

Mucho agua ha corrido bajo el puente y cada vez se hace un reconocimiento más explícito al derecho a la información, incluso como usted sabe en Venezuela ganó rango constitucional.

El tráfigo de la inercia, sin embargo, hace evidente las tentaciones del poder derivado de los medios y nos muestra una realidad mediática de abusos, excesos e imposiciones. Por las mañanas, el comunicador en trance de

² Publicado en el diario La Verdad. 18 de junio de 2000

perdonavidas nos señala los titulares de los periódicos y dejar colar sus propios afanes y su lectura interesada, parcial y sesgada de lo que ocurre en el país. En el mediodía, otro comunicador pretende hacer pasar su credo personal como una opinión desinteresada y "como una orientación que el público se merece". Por la noche, casi extenuados y a punto de tender nuestros sueños sobre la almohada, Nelson Bocaranda sigue con su jerigonza interesada. Y así sucesivamente hasta el infinito, se busca imponer una marca, un interés electoral, se nos vende una candidatura presidencial, se ridiculiza y se denosta del gobernante que no se prefiere. Se ofrece una información política, que en lugar de estar sustentada en argumentos y en debates sobre proyectos sociales, se refugia en chismes, grabaciones telefónicas clandestinas, presunciones y todas las confusiones posibles. No importa que el usuario del medio sepa la verdad de los hechos, se le toma por incauto e ignorante y se le quiere imponer la verdad mediática.

En ese afán, el equilibrio y la equidad informativas naufragan. De eso en Venezuela sabemos bastante. Refresque este dato revelador: En las elecciones de 1998 la mayoría de los medios se inclinaron, por el candidato que perdió, léase Salas Romer. ¿Qué quiere decir eso? Pues que el público no es tan incauto y sabe lo que quiere. Ve los programas, pero no enciende la tele para que el comentarista de turno le diga por quién tiene que votar o que marca de cerveza consumir.

La reflexión sobre el tema desde luego no es nueva, pero tampoco debe guardarse en la despensa. Por eso, con particular interés he leído el documento "Ética de las comunicaciones sociales", que el Papa Juan Pablo II ha dado a conocer para celebrar lo que la iglesia católica llama el jubileo de los periodistas y pedirles que contribuyan a que los medios se sujeten, por la vía de la autorregulación, a un repertorio de principios éticos. En el texto, se manifiesta inquietud por la falta de orientación moral que se advierte en comunicadores y en medios de difusión. El fenómeno afecta, dice la Iglesia, al inabarcable conjunto de informaciones y mensajes que recorre el mundo, cuyo heterogéneo espectro incluye "desde las noticias rigurosas hasta el mero

entretenimiento, desde las oraciones hasta la pornografía, desde la contemplación hasta la violencia".

El llamado de atención resulta indispensable, porque sabemos que el problema no reside en que haya leyes, postulados, ni formulaciones académicas. Es asunto de piel, de apuesta personal y de humanismo, que se debe traducir en la dignificación del lenguaje periodístico y de las imágenes que entregan los medios.

El futuro pasó por aquí³

Orlando Villalobos Finol

El periodismo puede dar mejor cuenta que nadie de la transformación en marcha, en materia de tecnología, porque vive y experimenta cambios rápidos y definitivos.

Eso es tan notorio que muchos prefieren hablar de medios tradicionales - prensa, radio, TV- y de nuevos medios masivos. Estos últimos exhiben a Internet como el emblema de las novedades que comienzan a destaparse.

Lo sorprendente es que el viraje paradigmático en comunicación está ocurriendo a ritmo de vértigo. No hay tiempo para mirar hacia atrás. Este boom de cambios acelerados deja atónito a cualquiera que se atreva a inventariar lo sucedido apenas en la última década.

Antes el público dependía de la prensa diaria para enterarse de las vueltas que daba el mundo, ahora muchos lectores consultan desde su casa u oficina la versión digital de sus periódicos preferidos; antes un periódico competía con los otros que circulaban en su ciudad, en este momento también lo hace con aquellos que circulan en la red; ahora las fuentes de información son múltiples, complejas e instantáneas. "Antes un reportero era un *dilettante* profesional que sabía lo suficiente como para hablar de exportaciones, ahora debe un experto", dicen Karen Jurgensen y Philip Meyer de USA Today.

En síntesis, la revolución digital está en marcha y la información en línea ofrece un vigoroso flujo de intercambio de datos y noticias, a un número cada vez mayor de usuarios de la computadora. La transición encontró su ruta en materia de periodismo y comunicación, no cabe duda. Entramos en la era de la tinta digital, que empieza su pugna con los bastiones de los sistemas de edición de la revolución industrial: la imprenta, la rotativa y los camiones de reparto. En estas circunstancias, la edición electrónica surge como una salida vital y necesaria para los medios impresos, que entienden que el negocio se

³ Publicado en el diario La Verdad. 22 de abril de 2000

está mudando de la mera transmisión de información en papel, su encanto hasta ahora, y ya concede la posibilidad de una mayor interactividad y relación entre el editor o el medio y el usuario.

Esta revolución digital está en marcha y minuto a minuto abre nuevos senderos. No obstante, no puede obviarse que la transición del impreso al periodismo electrónico es larga y no puede, de antemano, fijársele hitos o fechas. En este caso cualquier predicción deja de tener sentido y no pasa de ser un acto chapucero. La industria de periódicos y revistas está lejos de redactar su obituario. En Venezuela, pongamos por caso, circulan más de noventa diarios. Siguen naciendo nuevos diarios y la aparición no siempre está condicionada a los intereses que se expresan en la lucha política y/o electoral, como a veces se piensa.

La sociedad –y sus intereses diversos- necesita de diversas vías para expresarse. Esta es la razón de fondo, la que muchas veces se oculta detrás de un eufemismo.

Según datos de noviembre de 1998 de la Asociación de Periódicos de Norteamérica (NAA) en Estados Unidos hay más diarios matutinos (705) que hace 50 años (322) y la circulación también ha subido: 56 millones de ejemplares cada día contra 53 millones en 1950.

Para confirmar el vigor de sus datos, la NAA puntualiza que el 58,6 por ciento de los adultos lee un periódico diario y más de dos tercios de los adultos (68,2 por ciento) uno dominical.

Esta realidad está sustentada en dos pequeñas verdades. La primera, los diarios –locales- todavía son más económicos que una versión web, la cual supone contar con determinados equipos, el pago a un proveedor del servicio y la mensualidad de un recibo telefónico que le quita el sueño a cualquiera. A la larga probablemente esta ecuación se invierta y las todavía llamadas nuevas tecnologías abaraten sus costos, de tal modo que terminen siendo una mejor inversión para el usuario.

La otra pequeña –y secreta- verdad es que la fortaleza del impreso está en su capacidad para ofrecer un periodismo narrativo y, desde luego, no en pretender luchar contra instantaneidad. En ese terreno la radio, la TV e

Internet dominan y prevalecen ampliamente. La ventaja comparativa del diario está cifrada en el hecho de que el usuario pueda disponer de una noticia o información lo más completa posible.

En estos tiempos de medias verdades, el usuario de un medio de comunicación aprecia y valora el afán por construir la verdad. Este es el argumento más sólido que se puede ofrecer desde una versión periodística, a pesar de los pesares, de las nuevas tecnologías, de las modas de la época y de tanto "despliegue de maldad insolente", como dice el verso de Serrat.

Poder de fuego⁴

Orlando Villalobos Finol

Cuando un joven, de 16 ó 17 años, de esos que ahora presentan la prueba de admisión del CNU buscando un cupo en la nómina estudiantil de la universidad, opta por periodismo, o por Comunicación Social como se prefiere en ámbitos académicos, probablemente desconozca las presiones y circunstancias que han hecho de éste el oficio más peligroso del mundo.

La afirmación puede hacerse sin que se incurra en ninguna exageración. A diario, el profesional de la comunicación resulta virtualmente abatido por los diversos intereses que entienden que la información, ese dato que cautiva al público, contiene la dosis suficiente de poder para que se incrementen o disminuyan las ventas, se eleven las preferencias por un producto o se aumente la cosecha electoral de un candidato. Eso hace que el periodismo sea cruzado, cada mañana, en cada edición, en cada emisión, por el poder de fuego de la contienda; de cualquier contienda, la pequeña y la grande, la insignificante y la grandilocuente, la sublime y la ridícula.

Las estadísticas revelan que el riesgo ha pasado a constituir un factor que convive con el periodismo. Comencemos por los números gruesos. En 1999 fueron asesinados 36 periodistas en el ejercicio de su profesión o por sus opiniones, 446 fueron detenidos, 653 fueron víctimas de agresiones o amenazas y 357 medios de difusión fueron censurados. Eso significa que el número de periodistas muertos en ejercicio se duplicó con respecto a 1998, año en el cual se registraron diecinueve homicidios.

En la vecina Colombia, los grupos armados o los paramilitares han asesinado desde 1999 a seis periodistas. Entre ellos figura el humorista Jaime Garzón, figura representativa del periodismo colombiano y un ferviente militante de la causa de la paz, a quien le quitaron la vida dos hombres que circulaban en una moto, el 13 de agosto del año pasado.

⁴ Publicado en el diario La Verdad. 24 de junio de 2000

En nuestro país, para que la memoria no nos juegue una mala pasada, debemos recordar que María Verónica Tessari, a finales de los 80, y Virgilio Fernández, cuando el intento de golpe del 4F, en 1992, perdieron la vida cuando buscaban la noticia.

Estos casos, en donde está de por medio la vida, son los más notorios y muchas veces concentran la atención. Pero allí no termina la crónica, como dijimos antes sólo comienza. En la batalla cotidiana por la noticia el periodista no pocas veces se juega su puesto y hasta su libertad en ese afán por mostrar un pedazo de la realidad, tal y como es, con toda su crudeza y no simplemente con el maquillaje que a ciertos sectores les gustaría que se mostrase. Eso lleva a que se discuta, una y mil y veces, cómo se dice la noticia, en qué tono, por qué se nombra a este protagonista y en cambio se omite a aquel otro, por qué a éste se le concede una página, para que exponga todas sus chifladuras, y a su opositor apenas se le "regalan" cinco líneas en el sótano de la página, para que se "defienda". Por dentro, la película del periodismo es de debate y de controversia. No se trata sólo de la construcción gramatical del texto o de acertar en el uso del verbo que corresponde.

Un ejemplo memorable de la intencionalidad de que está preñada la labor periodística fue citado en una ocasión por Tomás Eloy Martínez, al referir la actitud que asumió el editor del diario La Nación de Buenos Aires, Bartolomé Mitre, cuando José Martí envió desde Estados Unidos una crónica sobre las elecciones presidenciales de 1880. Como Mitre disentía de un relato que señalaba un ejercicio democrático, neutralizó la información con un título que la negaba como verdad: "Narraciones fantásticas". Pero todavía inseguro de la eficacia de su advertencia el editor añadió la siguiente nota: "Martí ha querido darnos una prueba del poder creador de su privilegiada imaginación enviándonos una fantasía que, por lo ingenioso del tema y lo animado y pintoresco del desarrollo escénico, se impone al interés del lector. Solamente a José Martí, el escritor original y siempre nuevo, podría ocurrírsele pintar a un pueblo, en los días adelantados que alcanzamos, entregado a las ridículas funciones electorales".

De ese tamiz que busca imponer medias verdades no escapa ningún periodismo. De manera que su ejercicio puede costar la vida, pero también la conciencia. Es un acto de vida o de muerte. Se puede contribuir a cultivar una vida más digna y menos injusta o simplemente plantearlo como un circo para la exhibición banal y barata.

Relato de gestión⁵

Orlando Villalobos Finol

La dictadura franquista impuso un esquema noticioso para mantener en vilo a la sociedad española de su época, el patético Nodo. TVE, en esta era de aldea global y de TV por cable, de rato en rato echa mano de ese archivo documental para recordarle a su audiencia que hubo otra España no tan placentera, reñida con las costumbres democráticas. Lo cierto del caso, es que no había inauguración de carretera, corrida de toros, recorrido por algún pueblo, templete o fecha patria, en la cual Franco y su séquito hicieran acto de aparición que no quedara registrado y posteriormente difundido a través del Nodo.

Guardando las distancias, vale la referencia porque el artilugio informativo se mantiene y no pocas veces las organizaciones y los gobiernos se rinden y caen en la tentación del encanto propagandístico. "Que la gente sepa en qué andamos y qué estamos haciendo", se argumenta. Tras ese cometido, comprensible me dirá usted, se apela al reduccionismo barato de pretender hacer del arte de la comunicación una fórmula matemática, en la que intervienen determinados factores: emisor, receptor, código y mensaje. Desde esa perspectiva, el quid del problema está en saberlos combinar, como si el complejo laboratorio de la vida se pudiera reducir a un esquema mecánico.

Con exagerada frecuencia se recurre a este expediente fácil, monótono y desde luego propagandístico, no queda duda. Para mí que esta manera de razonar está en el fondo de esas distintas modalidades que se emplean, con la finalidad de que la gente se entere de lo que la autoridad anda haciendo. Usted sabe a qué me refiero. Entre nosotros abundan los ejemplos. De repente, ya sin sorpresa ni sobresalto, en transmisión conjunta de los canales regionales, el gobernador nos explica por qué asfaltaron las calles de un barrio o le pagaron a los médicos de la Castillo Plaza, como si ese no fuera su deber. A escala nacional ocurre otro tanto. El tedio es de pronóstico

⁵ Publicado en el diario La Verdad. 22 de julio de 2000

reservado. Abundan las cadenas interminables, en las que el Presidente se permite chancear con sus ministros y ahora, justo en el momento crucial del partido entre Venezuela y Uruguay, cuando todavía se mantenía el empate a un gol, se produce otro encadenamiento, con el nombre de Micronoticias, en la que el gobierno exhibe una retahíla de actos oficiales rutinarios e insípidos.

En fin, a falta de una mejor comprensión de la comunicación, se recurre al intento de convencer a través del mecanismo propagandístico, reiterativo y abusivo. Se parte sólo de lo que interesa al que emite el mensaje. Se supone que el público está allí, quizás donde, listo para escuchar y para obedecer, es decir para consumir o para actuar como un dócil elector.

Descubra esta otra debilidad manifiesta, poco o nada se dice de la definición de una política comunicacional, que sea solvente y permita una interacción entre el que habla y el que escucha. Se cree, con la petulancia del que mucho ignora, que la comunicación puede quedar en manos de cualquiera, incluso de alguien que venga de un campo muy ajeno. Observe que el actual viceministro de gestión comunicacional, vaya prosopopeya, es un militar retirado, probablemente desconocedor de géneros periodísticos, códigos y teorías de retroalimentación. ¿Con qué se come eso?

No digo que esta relación con la comunicación sea tragicómica. Eso no importa tanto y puede quedarse en la anécdota. La consecuencia desagradable de esta concepción es que limita al periodismo y lo reduce a la condición subalterna de ser el relato de la gestión, acomodaticio y cómplice, secundón y desalmado.

Todo esto explica por qué el periodismo es un campo para tantas batallas y controversias. Atravesada en la cotidianidad late esa confrontación, esgrima virtual, entre quienes suponen que el periodismo es obra de amanuenses y entre quienes se juegan el pellejo en cada texto, fotografía o video, porque saben que el periodismo es un recurso para pensar y para ayudar al eterno combate por una vida más digna.

La inocencia del lenguaje⁶

Orlando Villalobos Finol

El lenguaje periodístico cotidiano está matizado por una serie de expresiones que se emplean sin la mínima pizca de maldad, simplemente las ha impuesto el uso y la costumbre. Nadie adivina en ellas una carga ofensiva, sin embargo, cuando se observan con detenimiento, lupa en mano, se descubre una cierta dosis discriminatoria, una segunda intención que queda resguardada bajo el barniz de la inocencia.

No incurriré en la pesadez soporífera de convertir este texto en una exposición con sacrosantas pretensiones pedagógicas. No se preocupe. Aquí estamos curados en salud y alejados de esos afanes presuntuosos y banales.

Sin embargo, tiene sentido detenerse en el tema porque si "París vale una misa", el lenguaje merece su oportunidad. Hay casos de casos. Empecemos por esta locución, que estamos cansados de hojear en el periódico: "el golfista de color Tiger Wood" o "el pacifista de color de Martin Luther King". La frase se desliza como si nada, pero ¿cómo es eso que una persona es de color? ¿a qué color se refiere? Si lo que se quiere decir es que éste o aquél personaje es negro, pues que se diga de manera directa y sin subterfugios. El gazapo nos llega a través de los cables internacionales y se instala entre nosotros, con carta de nacionalidad.

Tenemos esta otra perla: "Indio comido, indio ido". Se usa para las despedidas, pero fíjese que si apenas se repara un momento en su contenido se concluye que el indio, tal como Colón y su conquista denominaron a los vecinos que aquí encontraron, es un malagradecido; alguien que llega, se aprovecha y se va. A los indígenas no se les deja tranquilo y se señala que fulano "estaba indio", para llamarlo ignorante. En el fondo, más allá de la hojarasca, dichas frases exponen una manera de entender y percibir esta realidad nuestra. ¿O acaso podemos presumir tanta candidez?

⁶ Publicado en el diario La Verdad. 29 de julio de 2000

Pasemos a otra página. Con frecuencia, en cualquier discurso político, se menciona el norte como la meta final, el propósito que se debe conseguir, se dice: "el norte de este plan" o "el norte de esta gestión". ¿Por qué justamente el norte? ¿acaso por el poderío y la omnipotencia de EEUU? Mario Benedetti, indiscutible estandarte del pensamiento de estos lares, dijo en su poema que "El sur también existe", como una forma de llamar la atención y recordar que quienes estamos de este lado del planeta, no somos ni más ni menos. "Pero aquí abajo/abajo/cada uno en su escondite/hay hombres y mujeres/que saben a qué asirse/aprovechando el sol/y también los eclipses/apartando lo inútil/y usando lo que sirve/con su fe veterana/el sur también existe". Palabra de poeta. No por casualidad en una vieja canción venezolana se enjuicia que "el norte es una quimera, qué atrocidad".

Sigamos con las frases displicentes. Se afirma que un país se está colombianizando, cuando se quieren advertir síntomas de violencia en una sociedad. Cabe la interrogante: ¿Acaso la presencia de conflictos armados es una exclusividad de Colombia? Emplear esta frase, y hacerla pasar como moneda corriente, tiene el mismo pésimo calibre de esas merengadas fílmicas en las cuales los narcotraficantes son siempre suramericanos o colombianos.

Frases contrahechas son las que sobran, por eso la lista es larga. Añada estas otras dos: "trabajó como un negro" y "eso es una gringada".

En fin. Todo esto resultara un juego inocente sino fuera cierto que la repetición de ciertas imágenes, de palabras y de frases conduce a la fijación en el intelecto de conceptos y creencias, que luego se aceptan como válidas y operan como resortes en el comportamiento de las personas. Probablemente, el lenguaje sólo reitera las ideas de la época, sus matices y los intereses que quedan reflejados en las palabras. Por eso, no se puede presumir inocencia, ni alegar desconocimiento de algo que lo mismo sirve para llevarse por delante los derechos de la gente. Por lo menos no es inteligente.

Justicia para todos⁷

Orlando Villalobos Finol

La televisión entrega paz, amor y felicidad. Así reza la vieja oferta del huésped alienante, según la ocurrente denominación acuñada por Marta Colomina, cuando todavía no había descubierto el sabor empalagoso del pensamiento conservador.

Vamos directo al grano. En estos días la pantalla televisiva venezolana despliega un menú de programas que ensalzan el entretenimiento y se presentan como un antídoto para la consabida crisis. Se parte de una hipótesis sospechosa: Es tanto el sobresalto cotidiano que ya el venezolano promedio no quiere saber de datos sobre la inflación, el desempleo indetenible y la ola de atracos. Como bálsamo de las penas y de las angustias aparece, magia mediante, la benévola TV.

La oferta televisiva ha encontrado, en esta hora, dos enormes filones: el juego tribunalicio y el mercado de lo subjetivo. Ambos ingredientes contribuyen con ampliar el circo romano en el cual el televidente se regodea frente a la tragedia personal y social del otro, como si ésta le resultara extraña y lejana.

Primero tenemos el caso de los programas que hacen las veces de tribunales. Observe que en un país como éste, donde en la práctica no existe el estado de derecho y el poder judicial está atrapado por las redes de la corrupción, tiene cierta lógica que ante la negligencia del tribunal jurídico se levante, como posibilidad de justicia, el tribunal *massmediático*. Este planteamiento no es exagerado. Aquí cualquiera sabe que la Constitución y las leyes se amoldan a las conveniencias y que muchas veces son sencillamente letra muerta. Aquí no se respetan los derechos humanos y los cuerpos policiales allanan, persiguen y someten al tormento a cualquier detenido, sin atenderse a consideraciones legales. La tortura está sancionada pero aquí se

⁷ Publicado en el diario La Verdad. 2 de septiembre de 2000

sigue aplicando. Se dispara primero y se averigua después. En eso no hemos avanzado ni un centímetro. Por allí las pretensiones de cambio no se han asomado.

Los roles se intercambian. En lugar de acusados, jurado y juez se ubican panelistas, audiencia y moderador. A falta del derecho a la defensa el venezolano desprotegido tiene el espacio *massmediático* y el protagonismo de un instante. Para muchos Julio Borges -"Justicia para todos"- es el único juez que han conocido en su vida.

Luego está el mundo de la subjetividad. De un tiempo para acá han proliferado los programas que ofrecen colocar al televidente sobre el diván, para que se reconozca en sus virtudes y en sus fallas. Se han multiplicado los espacios moderados por psicólogos, en el mejor de los casos, y por taumaturgos, sabelotodos en horóscopos y oficiantes de técnicas de autoayuda. De repente la experiencia humana se convierte en producto de consumo y en moda. El capitalismo ha hecho un nuevo hallazgo: el mercado de lo subjetivo. La experiencia personal sirve para mostrar el *strip tease* de carencias que rodean la vida de seres anónimos, ayunos de derechos y de posibilidades. Desnudar la vida de la gente seduce. A estos programas acuden a exhibir su pobreza, no la física que ya no sorprende, en este caso la espiritual. El inventario produce náuseas. El padre viola a su hija, el esposo se jacta de golpear a su esposa, el hijo es drogadicto. Cada día nos sorprende una nueva aberración. Pero no importa, el *rating* sube y eso es lo que vende.

En este tipo de programación, predomina el mito de la participación y los medios son, en apariencia, más democráticos. En realidad poco o nada se gana en esa dirección. Los espacios aludidos se presentan como tribunal y espectáculo, para entretener a la audiencia, que se coloca frente a la pantalla. En términos reales, el ideal de justicia se diluye y no pasa de ser un simulacro estéril. Un despierto estudiante de Comunicación Social lo sabe: Los medios no dan una versión de la realidad, transforman la realidad en una versión. El *set* está organizado para que todo continúe igual. Terminada la función "con su resaca a costas, vuelve el pobre a su pobreza", como recuerda la letra de Serrat.

Maracaibo en la tarde⁸

Orlando Villalobos Finol

A las tres de la tarde Maracaibo expone sus pretensiones al sol. Se bate en medio del sopor canicular. Lucha, palpita, sube y baja, sin pedir ni dar cuartel.

A esa hora cualquiera sueña con encontrarse con Sandra Bullock, justo en la plaza Baralt, para saber que existe y convencerse que no se trata de otro truco de **Hollywood**. Cualquiera piensa en disfrutar de la oportunidad de invitar a Laura Esquivel a tomarse un agua de coco, por los lados de la plaza de toros, para preguntarle cómo hace para atrapar a tantos lectores, con esa literatura mágica que nos ha regalado. Cualquiera busca la ocasión para escaparse de este trópico, plagado de tentaciones, de la mano de Gal Costa o de María Bethania y de sus canciones, por supuesto.

Quejas aparte, habría que reconocer que ésta es tierra liberada para la imaginación. No por casualidad aquí tejieron su obra Ismael Urdaneta y Udón Pérez, encontró inspiración Manuel Trujillo Durán para poner en movimiento las primeras imágenes. Si la referencia no fuera un poquito lejana tendríamos que decir con el poeta Valera Mora, “por aquí pasó Benny Moré y le prendió candela a Los **Beatles**”.

En realidad, siempre me ha fascinado la pequeña historia de aquellos músicos que en los años 50, 60 y 70 pasaron por Maracaibo, dejando huellas y cenizas ardientes. Níco Saquito, el de “María Cristina me quiere gobernar”, que vivió como ocho años aquí. “Chocolate” Armenteros, cuando no tenía nombre. Víctor Paz, uno de los trompetistas de la legendaria orquesta de Pérez Prado. Y hasta Ricardo Montaner, cuando simplemente “mataba tigres”. Esa crónica queda pendiente.

Lo cierto es que Maracaibo se presta. Dice la leyenda que aquí Domingo Alberto Rangel dio el discurso de fundación del MIR, en los sesenta. Que Fruto

⁸ Publicado en revista Tendencias. 7 de septiembre de 1997

Vivas mostraba sus utopías, cuando le pasaban factura por sus preferencias políticas y hasta su nombre era motivo de disputas. Que Ibrahim López García fascinaba a los alumnos en sus clases, en la Facultad de Ingeniería, disertando sobre trompos, cúpulas y vuelos. Que Alí Primera, en los ochenta, se postuló como candidato a diputado y andaba por Haticos, Corito, San Jacinto y El Bajo buscando oídos receptivos para su relato de pueblo. Que Carlos Fuentes estuvo en Humanidades explicando los motivos de su “Gringo viejo”. Que Juan Luis Guerra juró que no se iba de la ciudad sin saber cómo eran Las Pulgas y cumplió su palabra.

A pesar de ciertos fundamentalismos de moda, por acá circulan vientos de transición y de muchas maneras suena el discurso que habla de renovar al liderazgo, desde las regiones. Hoy por hoy, este es un buen laboratorio para medir los alcances de esa corriente que busca acercar al elector con el gobernante elegido, por todas las aguas que se han agitado, desde diciembre de 1993 a esta parte. Solo que la búsqueda lleva su tiempo, porque se trata de ir probando y de ir observando a quienes se les corre el maquillaje. O dicho entre nosotros, no saben, ni pueden, ir más allá de las consignas.

Desde luego, la crónica sería inconsecuente si no mostrara todas las aristas. Si no dijera que el transporte público exhibe los mejores atuendos tercermundistas. No se respetan paradas. La tarifa es la más cara del país. El usuario es vejado. Y una novedad, en algunas rutas son llevados en camiones de carga. Aquí Steven Spielberg encontraría ideales locaciones si observara como “colectores” y pasajeros van colgando de las ventanas y costados de buses.

Una extraña manía de los marabinos merece reseñarse: El casi nulo interés por la limpieza de los espacios públicos. Los depósitos reservados para los desperdicios prácticamente no se usan. A ningún conductor avisado se le ocurre situarse al lado de los autobuses en marcha, pues desde su interior lanzan conchas, papeles y latas de refresco. La costumbre se extiende hasta los vehículos particulares. Tantos años de educación, por lo visto, no enseñan de ambiente, ecología y temas afines.

De todas maneras, copiando el lenguaje promocional que emplea Corpoturismo, tenemos que decir que Maracaibo es una ciudad para vivir y morir. Para vivir de su voseo particular, inédito y motivo de orgullo; para saborear su desenfado y la capacidad retrechera de su gente; y para morir en una cola, en La Limpia, a las tres de la tarde, con el carro recalentado y con los otros choferes recordándote a tus seres queridos.

El cielo por asalto⁹

Orlando Villalobos Finol

Aquel imaginario político se nutrió de las referencias de una de las décadas más convulsionadas, la del 60. A nuestras orillas llegaron viejas apuestas y renovadas consignas. "Seamos realistas, exijamos lo imposible", por ejemplo. La propuesta era, "tomar el cielo por asalto". Lennon lo acuñó a su manera: "No hay nada que puedas hacer que no pueda hacerse", en la letra de "Todo lo que necesitas es amor" (*All you need is love*)

"Las venas abiertas de América Latina" era nuestro *best seller* predilecto. Borges no nos gustaba por su reconocida cordialidad con los dictadores milicos. En cambio, a Julio Cortázar había que leerlo por su literatura y por la manera tan definitiva con la que saludó el arribo de los sandinistas a Managua. Nunca supe cómo pero nos sabíamos las canciones de Chico Buarque y del tropicalismo que vino de Bahía, y que tanta resistencia cultural hizo a los dictadores brasileños. Las letras de Serrat alimentaban nuestras pretensiones.

Sobraban las convicciones y se partía de un supuesto básico, que pecó de elemental, si somos ricos en petróleo y en otros recursos naturales con intenciones diferentes se puede ganar calidad de vida. Con el tiempo, las ilusiones no se debilitaron pero la realidad impuso su dramatismo y ese final nada feliz que sopesamos ahora. La expresión pobreza crítica ya no alcanza para retratar las carencias. Cada vez son más los niños y niñas que, como un adelanto de su futuro atroz, estiran la mano para solicitar una miseria. En los hospitales se muere de mengua. La educación poco hace para mitigar las penas, atenazada por vicios y luchas menores. Los buhoneros e indigentes se convirtieron en estampas cotidianas, en cada semáforo. La realidad se nos vino encima, sin carnaval ni comparsa. En política, los antiguos partidos han sido sustituidos por nuevos protagonistas que repiten las manías y el comportamiento que ya no queremos. La nueva maquinaria burocrática se

⁹ Publicado en el diario La Verdad. 5 de noviembre de 2000

preocupa por lo de siempre: atornillarse al poder. En lo macro, Chávez no deja de ser un espejismo de cambio, en el más generoso de los supuestos.

Con Ernesto Sábato, en su "Informe sobre ciegos", ahora puedo repetir "cuando era más joven y menos desconfiado, aunque estaba convencido de mi teoría, me resistía a verificarla y hasta a enunciarla, porque esos prejuicios sentimentales que son la demagogia de las emociones me impedían atravesar las defensas levantadas por la secta, tanto más impenetrables como más sutiles e invisibles, hechas de consignas aprendidas en las escuelas y los periódicos (...) propagadas por las instituciones de beneficencia, las señoras y los maestros".

Superado ese prejuicio de secta, que nos refiere la justificada cita, me quedan estos aprendizajes, constantes y sonantes. Primero, rescatar de la experiencia reciente el valor de las convicciones, por aquello de que el pasado es el prólogo. "Uno es siempre lo que es y anda siempre con lo puesto", según el verso. Segundo, lo más relevante. La clave está en defender proyectos vitales, lo demás puede ser desechable. Muchas veces se suele esperar la ayuda de un mago o de un mesías político, para lo grande y para lo pequeño. Por eso se depende tanto del funcionario de turno. Por eso, probablemente, se confundan los términos y en lugar del cielo se termine conquistando el infierno por asalto, porque se opta entre el blanco y el negro, entre las opciones del célebre "lo tomas o lo dejas", que tanto daño hace. El ser humano es el único que puede elegir y no optar entre dos opciones, una mala y otra peor. Puesto a escoger puede inventar un helicóptero y salir volando. No lo echaré en saco roto.

Luces y sombras¹⁰

Orlando Villalobos Finol

Esta era de rápidas transiciones plantea a la universidad la exigencia de que se revise, se piense y se evalúe. Ahora andamos sobre los lomos de otro tren. La globalización e Internet marcan la pauta. Se reclama mayor flexibilidad y diálogo. La pátina del tiempo marchitó los viejos liderazgos y ya no alcanza con creer que “en todo conuco viejo siempre quedan batatas”.

Ya no resulta suficiente con decir que la universidad es heredera del saber, con citar al maestro Lossada en cada discurso de ocasión o con proclamar que ésta es “la casa que vence las sombras”, como se hace en pagos caraqueños.

Muchas interrogantes se le hacen a la universidad. Se le piden pruebas y cuentas, sobre todo ahora que se restringe el presupuesto y el Estado tiene severas limitaciones para mantener la relación paternalista, que ha cultivado con los centros de educación superior.

Por momentos, la universidad luce desbordada. Cuando una autoridad universitaria comparece en un programa de opinión es virtualmente acosada. Se multiplican las dudas y los reclamos, y unos cuantos mitos salen a relucir. Algunas voces agoreras y resentidas, incluso, machacan el argumento de unos supuestos privilegiados salarios universitarios. Muchas veces, yo me quedo esperando la respuesta contundente, que derrote la suspicacia y coloque a la ignorancia en su santo lugar. Caramba, pero no llega. Como dijo Cabrujas, uno está esperando un *jonrón* y lo que sale es un *roling* al cuadro.

A la universidad pública, la única que tienen la mayoría de los bachilleres que vienen de los barrios, pueblos y caseríos, le fallan sus mecanismos para comunicarse. Por eso tiene limitaciones para explicarse, le cuesta vencer las barreras para establecer alianzas con el sector productivo, no sabe cómo decir que en sus predios se cultivan decenas de investigaciones de primera

¹⁰ Publicado en el diario La Verdad. 1 de octubre de 2000

prioridad, no puede comunicar que su tarea de extensión abarca una labor comunitaria, que se materializa en servicios médicos, odontológicos, de arquitectura; no encuentra la manera de motivar a su comunidad.

En resumen, la universidad -y LUZ lo sabe-, padece de un mal: el déficit informativo. En sus propios medios le facilita el centimetrage y le concede la audiencia al relato de gestión. Se cree demasiado en las bondades del "boletín de prensa". Se conforma con el discurso oficial y no se detiene, en detalle, en lo que el resto de la universidad hace, investiga y propone. Para decirlo con una fórmula que puede lucir pedante, en el área de comunicación no se trabaja para crear el *feed back* necesario, que haga posible la creación y construcción de la interrelación social.

Surge entonces un problema nada desdeñable, en la medida que la universidad no proyecta, con solvencia, una imagen que resuma sus realizaciones y potencialidades, deja en manos de otros la percepción que se pueda ofrecer, en cada momento, de su actuación y de su problemática educativa. Y no siempre esta percepción es benévola. Con exagerada frecuencia, se hace referencia a la universidad como una institución agobiada por las dificultades. Se resaltan sus dificultades y se opacan sus logros. Se pretende obviar que la universidad es una manera de ser y una propuesta de país, y no simplemente una fábrica de profesionales.

Hay que entenderlo, ésta es una época complicada preñada de retos y sobre todo de amenazas. Por eso hay que apelar a todo lo que se sabe hacer y a todo lo que se puede hacer, desde la comunicación, y desde luego desde otros ámbitos, para que ese recinto de esperanzas que es la universidad no se deje arrastrar por las olas del conformismo y siga siendo "un arma cargada de futuro", como diría el poeta.