

INTERVENCIÓN
de
ANTONIO LORCA LÓPEZ

Vaya por delante una advertencia: todo lo que diga puede y debe ser utilizado en mi contra. No en vano soy periodista, colaboro en la sección taurina de un periódico y, por tanto, me considero sujeto de las miserias y grandezas de esta profesión. Y desde el respeto más absoluto a todos los periodistas, paso a exponer mis opiniones. Aunque el título de esta jornada es «Periodismo taurino en Sevilla», me gustaría hablar sobre el periodismo taurino en general. En Sevilla somos pocos quienes nos dedicamos a esta parcela, y podría parecer que nos criticamos unos a otros, lo que no responde a mi intención. Comenzaría con una pregunta que me he hecho muchas veces: ¿existe el periodismo taurino? Creo, modestamente, que el periodismo taurino está, al menos, como la propia Fiesta. Y la Fiesta de los toros es un espectáculo decadente, aburrido, sin vida, sin pulso, sin emoción... Las razones son evidentes:

- Los actores de esta Fiesta defienden sólo sus intereses y desprecian a sus clientes.

- Toreros, empresarios, ganaderos, apoderados y taurinos en general se han unido contra el protagonista fundamental de la obra: el toro. Un animal salvaje, fiero, altivo, poderoso, desafiante y noble, un tesoro de la Naturaleza, se ha convertido en una grotesca caricatura de sí mismo; en un enfermo moribundo y lastimoso que rueda por los suelos sin motivo aparente. ¿Degeneración, manipulación genética, droga, enfermedad?

Cualquiera sabe... Hoy, la noticia es que el niño ha mordido al perro; es decir, que el toro se mantuvo en pie y se dejó torear.

• Y apunto una tercera: la inhibición de la autoridad en la defensa de la pureza de la Fiesta y de los derechos de los espectadores. Algunas de las muy graves consecuencias de esta situación son, a mi juicio, las siguientes:

- La pérdida constante de aficionados.
- La conversión de la Fiesta en un acto social.
- La permanente bajada del listón de la exigencia en el ruedo.
- Y la pérdida de prestigio social de los toreros.

¿Y qué pintan los periodistas en esta historia? Los periodistas —los medios de comunicación— son cómplices de esta decadencia. Yo creo que el periodista nunca es un espectador frío de la realidad. El periodista no tiene más que dos alternativas: O se compromete éticamente con la sociedad en la que vive, se erige en crítico permanente, en un espejo de lo que sucede de verdad; o, por el contrario, se integra en ella, se deja utilizar y seducir, y responde con su actitud a los intereses del grupo sobre el que informa. La primera alternativa responde a la razón de ser del periodista: actitud valiente, honesta e independiente en busca de la verdad. Pero esta actitud encierra contratiempos: el periodista es un ser molesto al que el grupo rechaza, aunque el rechazo lleve implícito el respeto a la profesión cuando se ejerce dignamente.

La segunda alternativa responde al rumbo preocupante por el que se conduce el periodismo en la actualidad. Hoy se valoran cada vez menos los periodistas, y se valoran cada vez más los modernos profesionales: «Profesionales que conocen los secretos de la informática, que escriben, diseñan, maquetan, corrigen, editan, en unas salas de redacción que son laboratorios asépticos para navegantes solitarios, donde parece más fácil comunicarse con los fenómenos siderales que con el corazón de los lectores».

Y la frase, como saben, es de Gabriel García Márquez.

Este tipo de profesional, tan de moda hoy, interesa mucho a los que desean aparecer en los medios, pero muy poco a los lectores.

Pero no es el periodista sólo el culpable, sino, también la víctima. Son las empresas periodísticas las que, en general, se han acomodado en la nueva corriente. Son las empresas las que promueven o permiten un

periodismo vano, aburrido, sin interés, tan *light* como el prototipo del hombre moderno. Un periodismo que ha convertido la investigación en especialización, y el análisis en una ficción.

No es difícil concluir, pues, que el periodismo taurino no alcanza los cotas mínimas de calidad ni de compromiso con la verdad. Creo que somos los periodistas los primeros que no valoramos ni respetamos la información taurina.

No hace muchos años —y me remonto a finales de la década de los 70—, aún se vendían páginas y programas para que seudoperiodistas las vendieran, a su vez, a las figuras del momento para que se publicaran sus grandiosos y falsos triunfos por todas las plazas de España. El periodista taurino solía ser un colaborador externo, mucho más cercano a la picaresca que al periodismo, gente sin oficio ni beneficio, que encontró un medio de vida en el famoso y denostado “sobre” que recibía de los toreros para contar gestas que nunca ocurrieron.

Afortunadamente, el periodismo taurino ha cambiado, como no podía ser de otra manera. Incluso, la mayoría de los periodistas cobra de sus empresas, y algunos son hijos de plantilla.

Pero el cambio producido en el tratamiento de la información taurina ha sido tan suave, que sigue a la cola de todas las secciones en los medios de comunicación. No goza de prestigio alguno entre los responsables de los medios, y ha perdido credibilidad entre los lectores. Las secciones taurinas son comodines cuyo espacio depende de la publicidad de última hora o de la influencia del jefe de la sección anterior o posterior para robarle esas dos columnas que habías conseguido después de muchos ruegos al redactor jefe.

Las secciones taurinas son islas que funcionan al margen del medio. El periodista es dueño y señor de la información; él decide qué es lo que se publica o a qué feria se acude. El redactor jefe y el director dejan hacer porque no entienden, no valoran, no les interesa...

Y si no les interesa ni a los responsables del medio de comunicación, ¿a quién puede interesar?

Creo que la información taurina que se hace hoy interesa a muy pocos. ¿Por qué?

• En primer lugar, porque creo que no es buena. Es una información de la que está ausente el rigor y el análisis. Una información —como casi

toda lo que se publica o emite— sobre lo que se dice y no sobre lo que pasa. Una información que carece de interés. Es una información elaborada a mayor gloria de los protagonistas de la Fiesta. Y esa información sólo interesa a los taurinos.

• En segundo lugar, porque no hay clientes. No hay aficionados ávidos de información taurina. Hay espectadores que acuden a la plaza sin conocer el cartel de toros y toreros. No les importa. No saben, no contestan. Quieren pasar el rato, ver y ser vistos. Nada más.

El verdadero aficionado, ese gran tesoro por su alto valor y escasez, está decepcionado, cansado de aburrimiento, Y, además, no se fía de los periodistas, a los que considera parte del sistema creado por los taurinos.

Creo que al periodista en general, y al periodista taurino en particular, se le considera más cuanto menos molesta, cuanto menos analiza, cuanto menos investiga, cuanto menos se compromete, cuanto menos “se moja”. El “buen periodista” es el amigo, el que pasa de puntillas sobre asuntos escabrosos, el que está convencido de que la culpa casi siempre es del toro, el que lo justifica todo. El buen periodista es el amigo amable presto siempre a echar una mano o a tapar una mala tarde.

A cambio, el periodista se siente importante porque cree, ingenuo, que ha subido un peldaño en la escala social; porque le dan palmadas en la espalda, lo invitan a fiestas campestres y bodas de postín, y el torero de moda le tutea, le llama por su nombre y le abraza delante de la gente.

El verdadero periodista no puede ser amigo de quienes son la base de su trabajo. O se es amigo o se es periodista. Porque la amistad tiene un precio que casi siempre pagan los lectores.

Yo me atrevería a proponer un ejercicio: invito a que se haga un análisis periodístico de las informaciones publicadas con motivo de la presentación pública de los carteles de la Feria de Sevilla.

Mi conclusión es la siguiente: es muy difícil encontrar informaciones más anodinas para los aficionados y más favorables para el empresario. El empresario debe estar emocionado porque un ciclo tan largo, tan caro, tan importante, cargado de aciertos y errores, no haya motivado análisis críticos en profundidad por parte de los periodistas especializados.

¿O acaso el empresario—este o cualquier otro—no modificaría algunos criterios si supiera que su gestión sería analizada, por unos medios de comunicación independientes y críticos que alabaran los aciertos y

denunciaran sin contemplaciones los errores y las injusticias?

Pero, por desgracia, ésta es una gran utopía.

Así se entiende, por ejemplo, que los medios de comunicación acepten que el empresario de la plaza de toros les regale uno o dos carnés anuales para que sus redactores entren gratis a los toros. Y un abono de un tendido de sombra cuesta ¡199.500 pesetas!

No entenderé nunca que los periodistas entren gratuitamente en espectáculos organizados por empresas privadas que se juegan su dinero. No confundamos espectáculos públicos con empresas públicas. Al igual que no se concibe que un crítico gastronómico se deje invitar por el dueño del restaurante sobre el que va a publicar un comentario, no sé por qué hemos de dar categoría de normalidad a que el empresario pague la entrada de los críticos.

Y es que los periodistas estamos muy mal acostumbrados. Hace muchos años se instituyó la Corrida de la Prensa, y se hizo para ayudar a una asociación —a la que me honro en pertenecer— con pocos medios, integrada por profesionales con bajos sueldos. Hoy, los periodistas sevillanos, tan dignos todós, seguimos admitiendo la existencia de la Corrida de la Prensa, que no tiene otro objeto que la concesión de un donativo por parte de la Real Maestranza de Caballería.

Me permito recordar y reconocer la magnífica labor cultural y asistencial de la Real institución en favor de colectivos necesitados e instituciones de caridad. No entiendo por qué los periodistas sevillanos aceptamos este despropósito que dice muy poco de la categoría de esta profesión.

Por último, si existieran medios críticos, ¿mantenía la autoridad esa actitud de pasividad cuando no de demagogia que le caracteriza? ¿O los taurinos no se apretarían los machos para no defraudar a sus clientes? ¿O los toreros, ganaderos y empresarios no tratarían de recuperar un toro que parece irrecuperable?

Creo, honestamente, que el periodismo, y el taurino en este caso, está necesitado de una profunda regeneración, de una buena dosis de valentía, análisis, de orgullo y de dignidad para estar únicamente al servicio de la verdad.

Ojalá que en la Facultad de Ciencias de la Información enseñen que el periodismo no es contar lo que te cuenten, sino contar lo que ocurre, que es muy distinto.

Y termino con otra frase de Gabriel García Márquez:

«Toda la información (del periodista) debe estar sustentada en tres pilares maestros: la prioridad de las actitudes y las vocaciones, la certidumbre de que la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición, y la conciencia de que la crítica no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón».

Ahí queda eso.