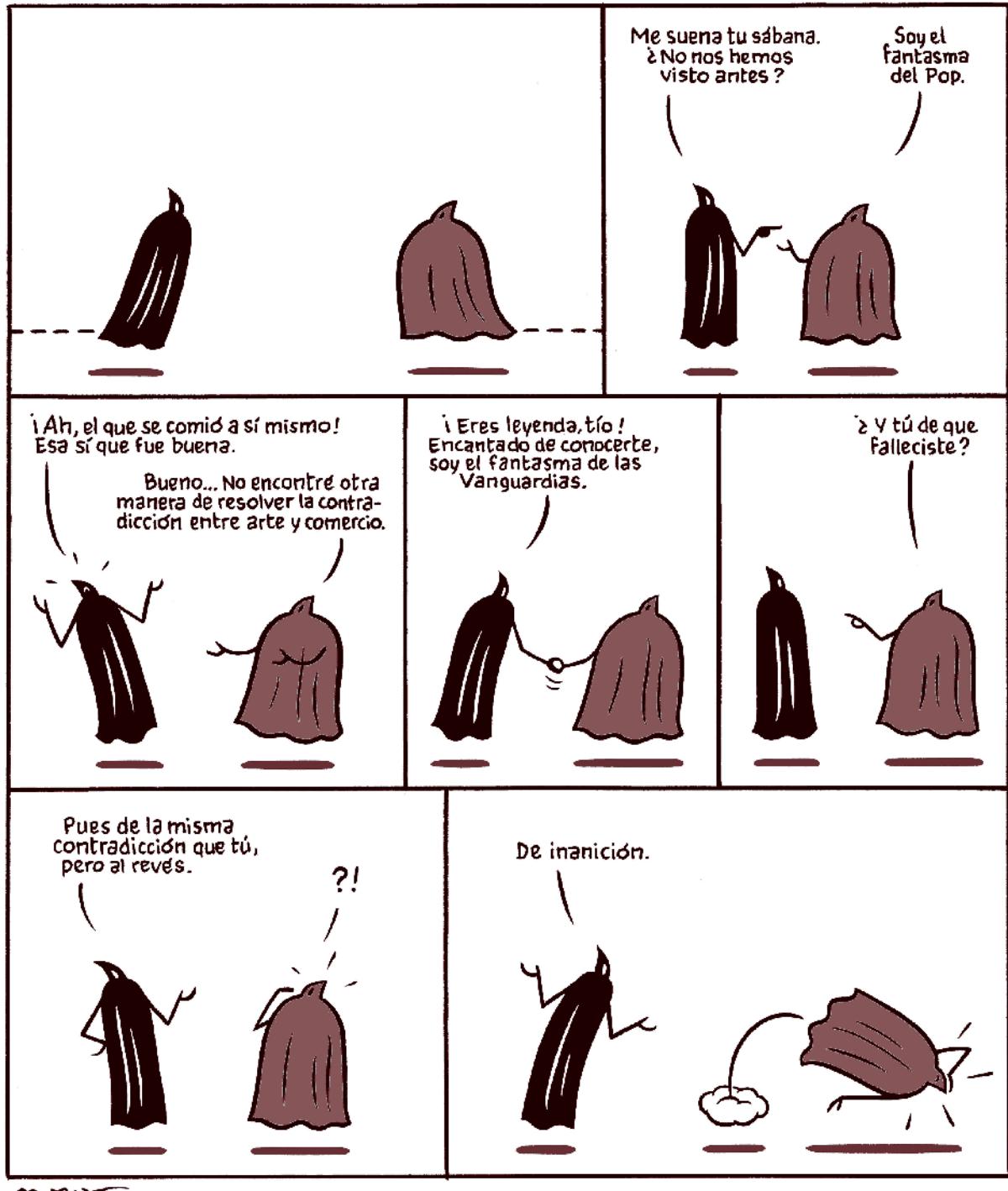


UNA DE FANTASMAS

Max

Una de fantasma



ME NIEGO A NO LEER ESTO NUNCA

Miguel Brieva

ME NIEGO A NO LEER ESTO NUNCA

COHERENCIA NEGACIONISTA

¿QUÉ VIRUS NI QUE LECHE FRITA?... ¡PERO SI NO EXISTE NINGÚN VIRUS!... ES TODO UNA PATRAÑA, COMO EL CAMBIO CLIMÁTICO, LA TIERRA REDONDA O EL MACHISMO... NO HAY VERDADES NI MENTIRAS, TÚ NO ERES REAL, ESTE SUELO BAJO MIS PIES NO ESTÁ AQUÍ, YO MISMO NO EXISTO... NO HAY NADA... ¡NI SIQUIERA EL VACÍO EXISTE!... LA NADA... ¡LA NADA!



¿NO SERÁN EN VERDAD NEGACIONISTAS?

DESPUÉS DE MUCHO ANALIZAR, NUESTROS EXPERTOS FINANCIEROS SE HAN DADO CUENTA DE QUE LO ESTÁBAMOS ENFOCANDO TODO MAL: EL PROBLEMA NO ES EL CAPITALISMO, SINO LA HUMANIDAD...

¡SIN ELLA TODO IRÍA

GENIAL EN TÉRMINOS MACRO-ECONOMICOS!



NEGADOS PARA LA CLARIVIDENCIA



5G
COVID
19

HUM...

¡PERO MIRALOS AHÍ!
ELLOS SON LOS CULPABLES
DE TODO LO QUE PASA...
¡DE TODO!
TODO!
TODO!

EA, EA, JOSÉ LUIS,
YA PASÓ, ANDE
VÉNGASE
PARA ADEN-
TRO A TO-
MAR UNA
LECHE CA-
LIENTITA...

HILARY
CLINTON

PEDRO & PABLO

BILL GATES

ZIPI
Y ZAPE

CAMBIO
CLIMÁTICO

ES UN COMPLÍTO COMUNISTA-TERRORISTA
PARA VOLVERNOS IDIOTAS Y DESTRUIR NUESTRAS
FORMAS DE VIDA SUPERIOR CON AROMA A
GASOLINA Y LIBERTAD DE CHOCOLATE...
PERO, AH, ¡NO CONTABAN CON QUE A
ALGUNOS NO SE NOS ENGAÑA
TAN FÁCILMENTE!



/ AUTOR

Óscar López.

/ CORREO-E

oscarlopez1@telefonica.net

/ ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Director y presentador de Página Dos. Programa de libros de TVE.

/ TÍTULO

Sin perdón.

/ RESUMEN

El fomento de la lectura es uno de los principales objetivos del mundo del libro. Y para lograrlo, los medios audiovisuales deben poder captar a un público joven interesado por la cultura que se le resiste. La búsqueda y realización de

nuevos formatos, la mejora de los horarios y una apuesta clara por parte de los programadores, son algunos de los elementos indispensables para lograrlo.

/ PALABRAS CLAVE

Televisión, libros, fomento de la cultura, divulgación, radio, share.

/ Artículo recibido: 03/08/2020 **/ Artículo aceptado:** 01/09/2020

/ AUTHOR

Óscar López.

/ E-MAIL

oscarlopez1@telefonica.net

/ PROFESSIONAL AFFILIATION

Director and presenter of Página Dos. TVE book program.

/ TITLE

Without forgiveness.

/ ABSTRACT

The promotion of reading is one of the main objectives of the world of books. And to achieve this, the audiovisual media must be able to capture a young audience interested in the culture that resists them. The search and realization

of new formats, the improvement of schedules and a clear commitment on the part of the programmers, are some of the essential elements to achieve this.

/ KEYWORDS

Television, books, promotion of culture, broadcasting, radio, sharing.



Sin perdón

/ Óscar López

Sin perdón

Óscar López

18

No hay que pedir perdón. No en nombre de la cultura. Dejé de hacerlo hace un tiempo, tras media vida disculpándome por ese atrevimiento descarado propio de los periodistas culturales que solo quieren escribir o hablar sobre literatura, cine o teatro. ¡Habrase visto semejante desfachatez! Sobre todo cuando hay programadores y responsables de medios de comunicación que saben que la cultura no es un bien de primera necesidad, es prescindible en épocas de crisis y, además, salvo cuatro *bestseller* y tres *blockbusters*, directamente aburre. La letra de esta canción me acompaña como un mantra por los siglos de los siglos, y suelen entonarla aquellos que necesitan un manual de instrucciones para abrir un libro y solo van al cine cuando actúa Sylvester Stallone, de quien reivindican Rocky, pero solo la primera entrega, la buena, para que vean que saben del séptimo arte, antes de que se descubra que las han visto todas.

Si todavía hay quien pone en duda lo dicho y necesita algún ejemplo, que piense en el tratamiento que la cultura patria ha sufrido en estos terribles meses pandémicos. En muchas comunidades autónomas se cerraron cines y teatros mientras las terrazas de los bares y las discotecas se llenan-

ban de gente y el fútbol se retransmitía en las televisiones. Y eso que en algunos casos, como en Cataluña, las autoridades sanitarias reconocieron que ningún brote contagioso había surgido en un evento cultural. Tuvo que ser la presión de las empresas culturales a través de la plataforma Actúa Cultura la que lograra, finalmente, un cambio de actitud en el gobierno de turno. Con las políticas culturales hemos topado. Como siempre. Pero eso daría para otro artículo.

De hecho yo venía a estas páginas para hablar de cultura en los medios audiovisuales, porque de periodismo cultural en mayúsculas ya lo hizo con brillantez hace unos meses Charo Ramos, jefa de cultura del Diario de Sevilla. Me sumo a aquellas acertadas reflexiones, pero en esta introducción me apetecía manifestar también mi escepticismo y cabreo, forjado en años de deambular por radios, televisiones y mesas de redacción de este país. Y siempre pidiendo perdón, no lo olvidemos. Aclarado esto y sin abandonar este tono reivindicativo y algo exaltado, me atrevo a afirmar que la presencia cultural en los medios audiovisuales es, en líneas generales, nula. Salvo en los medios públicos, y no en todos. Conozco el paño porque desde hace 13 años soy director y presentador del programa de libros, Página Dos, de la 2 de TVE. Y hace más de 15 que presento la sección literaria Club de Lectura

del programa de la Cadena Ser, A vivir que son dos días, que dirige Javier del Pino. Además, con anterioridad presenté y colaboré en programas de TV3, Barcelona Televisión, Radio Barcelona, Onda Cero y Catalunya Radio, y he publicado durante años en las páginas culturales de revistas como Qué Leer, Tiempo y Mercurio y en diarios como El Periódico de Cataluña. Les cuento esto para situarlos, porque uno ya tiene un pasado y mi historia es la de muchos colegas, que con mayor o menor fortuna han podido ejercer su oficio.

Aclarado este asunto, ahora les voy a hablar de mi libro, que diría Umbral, y no porque me interese el *ombliguismo*, sino porque esta *aventis* que les voy a contar (particular homenaje al añorado Juan Marsé) intenta dibujar la realidad que mejor conozco: la presencia de la cultura, y en especial de los libros, en los medios audiovisuales.

En el principio era el verbo

Si parafraseamos el primer versículo del Evangelio de Juan, en el principio era Bernardo Pivot, con el permiso de nuestro Fernando Sánchez Dragó a quien hay que reconocerle su labor divulgativa y televisiva durante años. El mítico periodista francés se estrenó en 1973 en estas lides culturales en la televisión francesa con *Ouvrez les Guillems*. Solo duró dos años, pero inmediatamente vino el mítico Apostrophe con el que estuvo quince temporadas en antena, y al que seguiría, en 1990, *Bouillon de Culture*. Fueron casi treinta años en los que logró que se vendieran millones de libros. Pero no olvidemos que hablamos de Francia, país de inmensa tradición cultural. También encontraríamos un ejemplo relevante en la televisión alemana, con el también mítico crítico literario Marcel Reich-Ranicki, que en su espacio *El cuarteto literario* elevó a los altares a escritores hispanos como Javier Marías y Rafael Chirbes. Y no olvidemos a Antonio Skármeta, que

en los noventa llegaba a reunir un millón de espectadores alrededor de su exitoso *El show de los libros* en la Televisión Nacional de Chile.

En España, todos los programas de libros realizados seguían el ejemplo de *Apostrophe*, que consistía en una entrevista larga más algunos colaboradores recomendando libros. Era un programa realizado en plató cuya misión era profundizar en algunos títulos y autores. Bajo este diseño y

con algunas variaciones, en nuestro país pudimos ver (y en algún caso aún vemos), entre otros programas: *Encuentros con las letras* y *Negro sobre blanco* de Sánchez Dragó, *Literal* de Raimón, *Señas de identidad* de Manuel Hidalgo, *Ángeles Caso* y Daniel Múgica, *El lector* de Agustín Remesal, *Los libros de Juancho Armas Marcelo*, *Extravagario* de Javier Riyo, y otros de corte autonómico como *Trossos* de Vicenç Villatoro, *Mil paraules* de Emili Teixidor, *Saló de lectura* de Emilio Manzano y *Alexandría* de Màrius Serra en Cataluña; *El público lee* de Jesús Vigorra en Canal Sur; *Borradores* de Antón Castro en TV Aragón; Cada día un libro en la Televisión Gallega; *Arte (faktua)* en ETB1 y *Una habitació pròpia* en *A punt* de Valencia, este último recientemente cancelado. Sin olvidar formatos ancestrales ya clásicos como *A fondo de*

A pesar de eso, la realidad es que esta penosa máxima de que los libros y la televisión se repelen ha estado presente en la mente de la mayoría de los programadores televisivos, que suelen comentar en la intimidad de sus despachos que hablar de libros limpia, fija y da esplendor.

Joaquín Soler Serrano. Pueden parecer muchos programas, pero no lo son, si nos referimos a un país que es la cuarta potencia editorial del mundo y cuyas Industrias Culturales representan un 3% del PIB.

A pesar de eso, la realidad es que esta penosa máxima de que los libros y la televisión se repelen ha estado presente en la mente de la mayoría de programadores televisivos, que suelen comentar en la intimidad de sus despachos que hablar de libros limpia, fija y da esplendor, pero que destrozán el *share*,

el maldito *share*. Al otro lado del puente están los responsables de dichos espacios, que suelen quejarse de la falta de apoyo, la elección de horarios de emisión imposibles, o la escasa tradición cultural de nuestro país. Resultado final: los esfuerzos para colocar espacios literarios—y por extensión culturales—en los medios audiovisuales no suelen fructificar. Solo las televisiones públicas han asumido el compromiso de realizarlos, aunque algunas lo hagan con la boca pequeña, porque, como dijo un antiguo jefe de programas de TV3, Francisco Escrivano: «Nos gustaría que la gente leyera más, y la televisión puede contribuir a ello, pero aunque una televisión pública no tiene que tomar la audiencia como único criterio, sí es un medio que aspira a un público lo más amplio posible». He aquí la madre de dragones. En un país donde el 40% de su población no coge un libro ni por asomo, según las encuestas que anualmente publica la Federación de Gremios de Editores de España, los espacios culturales pierden siempre la batalla al competir con las emisiones futbolísticas o los *Sálvame* de turno.

Aunque siempre nos quedará la 2 de TVE, la de los documentales de animales que supuestamente ve todo el país, pero también la única cadena que, *in saecula saeculorum*, se ha mantenido como un oasis cultural, que ofrece año tras año programas culturales de todo tipo y condición. La literatura (Página Dos, el programa que dirijo, se emite regularmente desde noviembre de 2007), el cine, el teatro, la música, el arte, la danza, la arquitectura y también la ciencia, ocupan un lugar destacado de su parrilla. Lo que debería formar parte de la normalidad televisiva adquiere condición de excepcionalidad, dado que el resto de televisiones pasa olímpicamente del tema que nos ocupa.

Por ello, hay que plantearse a modo de digresión, qué papel juegan las televisiones privadas en todo este asunto. La respuesta es sencilla: ninguno. Simplemente, no juegan. Aquí surge otro de esos mantras que se clavan en las meninges: las televisiones privadas están en su derecho a la hora de programar lo que les plazca. Eso no justificaría que demuestren un desinterés absoluto ante todo lo que tenga una página cultural. Pero en cualquier caso, no es menos cierto que esas televisiones privadas emiten gracias a la concesión de unas frecuencias públicas cuya administración corresponde al Estado, según se recoge en la Ley General de Telecomunicaciones. Quizás los gobiernos deberían plantearse negociar mejor esas concesiones, obligando a esas empresas a que reserven una cuota televisiva cultural, ni que sea a las tres de la madrugada. Lo dejo ahí.

Para ser justos, hay que reconocer que en los últimos tiempos la Sexta emite los sábados *Crea Lectura*, un programa

quincenal de libros, aunque la mayoría de los que aparecen son obras publicadas por las editoriales del grupo propietario de la cadena; que Be Mad lo intentó por poco tiempo con Mercedes Milá y su *ConvénZeme*, o que Movistar suele apostar por el cine y la música por razones obvias. Y todo eso es de agradecer. Pero la realidad es que lo privado y lo cultural viven en polos opuestos. Si nos fijamos en este breve paseo por la historia, cuando grandes grupos editoriales como Planeta y Santillana/Prisa entraron en el negocio televisivo, no mostraron un interés especial en potenciar la información cultural. Y eso que sus fortunas habían surgido de la venta de libros. Si a todo esto añadimos que en los últimos años muchos programas de las cadenas autonómicas han ido desapareciendo, el agujero negro se agranda. Regreso por unas líneas a mi tierra, Cataluña, para denunciar que, siendo una comunidad históricamente vinculada al mundo editorial, en estos momentos no tiene ni un solo programa de libros que emita durante todo el año. Para llorar.

Ahora bien, si dirigimos la mirada al resto de actividades culturales, la situación es similar o peor aún. Si bien el cine y la música viven una situación parecida a la de los libros, con programas veteranos como *Días de cine* en la 2 de TVE, los colegas del mundo de la danza, las artes visuales o el teatro se quejan de un abandono casi absoluto por parte de las televisiones del país. Para ellos, más que hablar de los agujeros negros de John Wheeler sería mejor referirse a la Nada existencial de Heidegger. Le va más.

Las ondas hertzianas y el mundo digital

La situación radiofónica vive una situación más o menos similar a la de su hermana televisiva, de ahí que no sea necesario extenderse más, aunque a diferencia de esta, le resulta mucho más fácil abrir ventanas de apertura rápida donde colocar contenidos culturales. No hay *magazine* que se precie que no cuente con colaboradores que aborden temas literarios, cinematográficos o musicales. Otro asunto es la emisión de programas monotemáticos que topan de nuevo con la realidad antes expuesta. Solo las radios públicas hacen un esfuerzo por ofrecer dichos contenidos. Ahí están míticos programas de largo recorrido como *La Estación Azul*, *El ojo crítico*, *Historias de Papelo Pompas de Papel*, que llevan muchos años acercando la cultura a sus oyentes con resultados óptimos.

Hoy en día la presencia del mundo virtual ofrece nuevas expectativas a la difusión cultural, pero sin filtros y, en muchos casos, gratis. La proliferación de blogs, revistas digitales, *booktubers*, y el boom de las redes sociales han cambiado la manera de hablar de cultura, aunque la presencia del

colaborador especialista se hace más necesaria que nunca. Precisamos de ese guardián cultural y de su imprescindible *background* para que nos oriente y nos guíe por ese magma desordenado de contenidos. Y aquí encontramos el principal obstáculo: vivimos una época de transición, el paso de lo analógico a lo digital. En un lado del puente la situación económica es crítica y parece que los antiguos formatos se desmoronan por anticuados, y en el otro las inversiones brillan por su ausencia y los precios que se pagan son irrisorios. Así que la información, la crítica y la divulgación quedan en manos del activismo y el voluntarismo más descarnado y gratuito, con el riesgo que eso conlleva. Pero de nuevo este asunto daría para otro artículo.

Epílogo

La televisión y los medios audiovisuales, en general, son contenido, pero también continente. La televisión se escucha, pero se mira, la televisión pide un ritmo, un mensaje, una estructura concreta. Es fundamental ser imaginativo, desacralizar los temas, buscar emplazamientos originales, en definitiva, sorprender al espectador, demostrar que hablar de cultura no tiene que ser aburrido. El problema surge cuando, ante el temor a esa previsible hecatombe del *share*, los programadores colocan dichos programas en días y horarios difíciles, compitiendo con los espacios de teletienda. Así fue hasta hace un tiempo, pero por fortuna esta dinámica ha ido cambiando. Que no todo debe ser un drama shakesperiano. Tomen la parrilla de la 2 de TVE y lo comprobarán.

Sin embargo, hay que seguir insistiendo, hay que exigir una apuesta más descarada por la cultura, no solo en los

medios audiovisuales sino en los medios de comunicación en general. La cultura nos conecta con el mundo. Es alimento, es un juego, es un premio. Y en este final de artículo, un generador de preguntas:

¿Dónde están aquellos suplementos culturales de la prensa escrita que llegaron a maravillarnos hace unos años? ¿Es mucho pedir que todos los noticiarios del país, sean de radio o televisión, emitan una noticia cultural cada día? ¿Lograremos que los protagonistas de las películas y las series de televisión lean? ¿Es posible encontrar soluciones transversales que impliquen a políticos, empresarios del sector y periodistas para que la cultura sea una prioridad social no sujeta a los vaivenes de quien gobierna? ¿Se pueden buscar soluciones que no sean solo lemas de propaganda política? ¿Cuándo veremos debates en época electoral en los que se dediquen diez minutos a hablar de cultura? ¿Por qué solo se buscan referentes de identificación en el mundo del deporte o la cultura popular? ¿La cultura da miedo? Y por último, ¿cuándo llegará el día en que los periodistas culturales dejarán de pedir permiso, como si pidieramos un favor, para hacer nuestro trabajo?

P. D.: Sé que también debería haberles hablado en este artículo de mi programa de libros, Página Dos, de su nacimiento y evolución, pero no lo he hecho por dos motivos: hablar de lo mío me resulta algo aburrido y, como en otros asuntos anteriores, eso daría para otro artículo. Así que ya puestos, les pido perdón.