

La columna periodística: de esos embusteros días del ego inmarchitable

MARÍA JESÚS CASALS CARRO
Profesora Titular de Periodismo. UCM

RESUMEN

La columna es el género periodístico de opinión en el que más claramente se manifiesta el Yo del que escribe por varias razones: por su asiduidad en su cita con los lectores, por sus raíces históricas y literarias y por las funciones que cumple en sus dos formas conocidas, el análisis y la revelación. En todo caso, la columna periodística es el continente de muchos y variados egos cuya misión es tan agotadora como el querer ser joven eternamente: informar, orientar, entretener, deleitar, convencer, persuadir y estar en posesión de la verdad. El columnista no es un embustero por definición. Pero sí le han hecho creer que es inmarchitable, que su opinión es la mejor de todas las opiniones. Jóvenes sin edad, escritores del Yo, malabaristas con las ideas y las palabras. Ayer y hoy. Para mañana, tan sólo algunos avisos destinados a los futuros columnistas porque deben preparar su ego y cultivar la excelencia. Es un trabajo difícil pero de indiscutible utilidad social. De todo ello trata este artículo.

PALABRAS CLAVE: columnismo, columnistas, periodismo de opinión, artículos de prensa.

ABSTRACT

The column is the opinion journalistic genre in which for many reasons the ego of the writer is more clearly shown: because of his regular appointment with the readers, his historical and literary roots and the analysis and revelations that are required of him. In any case, the journalist column is the container of many and varied egos. The column mission

–to inform, to guide, to entertain, to delight, to convince, to persuade and to be in possession of the truth– is as exhausting as pretending to keep young for ever. The columnist is not a liar. But he is convinced of being unwitherible, he believes his opinion is the best one. The columnists are ageless, writers of the ego, conjurers of ideas and words. Yesterday and Today. For tomorrow, only some warnings dedicated to the future columnists: they should prepare their ego and should cultivate the excellence. It is an arduous task but has an unquestionable social benefit.

KEY WORDS: Newspaper Columns, Columnists, Newspaper Articles, Journalistic Opinion

“Pienso que ahora, cuando escribo, habrá otras muchas personas en España haciendo lo mismo: la columna. No sé cuántas. Es una forma de comunión curiosa, en una liturgia rara, rarísima. Una profesión poco defendible: escribir algo más de treinta líneas cada día sobre lo que todo el mundo sabe, y meter en medio nuestras cosas: a veces un ramalazo de amor, otras de desidia y de su soplo de abandono, o el dolor del puntapié que nos da el oficinista de al lado. Hacemos una cacería continua de algo que no existe: la realidad. Tratamos de buscar antecedentes, leyes generales: de fingir que hubo un pasado, cuando hubo tantos, y que hay un futuro, cuando eso es lo que menos existe de todo. Intentamos comunicarnos: dar palabras a quienes piensan lo mismo que nosotros, pero no las tienen dispuestas; o producir ira a quienes están en las antipodas”

EDUARDO HARO TECGLÉN: «Columnas» (Artículo de su columna diaria Visto/Oído de El País, 5 de diciembre de 1998)

Definir la columna puede hacerse desde diferentes ángulos. Depende del criterio que prevalezca: su relación espacial con el periódico, su contexto histórico o su sentido normativo. En realidad, la palabra «columna» es un neologismo resultado de una metonimia (tomar la parte –el espacio que ocupa– por el todo: la repartición en columnas de los textos periodísticos, práctica que se impuso desde el siglo XVIII). Con ese neologismo se designa a un artículo firmado que se publica con regularidad y que ocupa un espacio predeterminado en el periódico. Esta definición sería de las de tipo práctico-descriptivo teniendo en cuenta al periódico como factor de referencia. Pero si intentamos una definición de tipo normativo se complica más el asunto porque, precisamente, algo que caracteriza a la columna periodística es su variedad en todos los sentidos. En cualquier caso, la columna vale lo que valga su firma y se expresará según el talante de esa individualidad. La columna es un artículo de opinión que puede ser razonador o lo contrario, falaz; orientador o enigmático; analítico o pasional; enjuiciativo o narrativo; y siempre valorativo, subjetivo, porque no puede ser de otro modo.

EL COLUMNISMO: LA LITERATURA DE AYER

“Y no se nos diga que el sublime ingenio no hubiera nunca descendido a semejantes pequeñeces, porque esas pequeñeces forman parte de nuestra existencia de ahora, como constituían la de entonces las comedias de capa y espada; y porque Cervantes, que escribía, para vivir; cuando no se escribían sino comedias de capa y espada, escribiría, para vivir también, artículos de periódico”

MARIANO JOSÉ DE LARRA: «Literatura», artículo publicado en El Español el 18 de enero de 1836

Una de las características de la columna es que importa tanto la expresión como su contenido. La forma y el fondo. Y que es un producto literario para el consumo de masas, es decir, de un público muy amplio y que lee con prisas. De ahí su casi obligada brevedad: en poco espacio ha de presentarse el tema o asunto del que se va a hablar, desarrollar los argumentos con gran creatividad retórica y formular un párrafo final que, más que sentenciar, cierra el círculo abierto desde el principio; un párrafo que quiere dejar huella. Por eso, la columna puede combinar como ningún otro género periodístico de opinión la calidad literaria con la rotundidad de las opiniones, la imaginación artística engarzada con esa realidad ideológica o sentimental que quiere el escritor compartir. La columna no vive sujeta a la más inmediata actualidad. Muchas veces se preocupa por aquellos hechos o asuntos que no han podido ser noticia porque quedaron fuera de los filtros de selección; otras veces extrae datos que han pasado inadvertidos en las informaciones apresuradas y los valora en su individualizada medida; también puede ser un análisis personal –ideológico, emocional– sobre hechos acaecidos. O una simple reflexión íntima. O un entretenimiento literario. O un ejercicio doctrinario y sectario. O nada. En realidad, al columnista no se le contrata para escribir sobre algo concreto... sino para escribir, sin más. Importa su firma y la manera en que ésta represente al periódico.

Los periódicos pagan bien a sus columnistas. Escribir en España ya no es llorar como se quejaba Larra: ahora los diarios pujan por plumas sobresalientes. Hay quien afirma que los columnistas están de moda pero, en todo caso, es una moda recuperada después del franquismo. La democracia ha permitido que las diferentes opiniones puedan ser representadas por múltiples opinantes que más que orientarnos, como debe hacer el genuino artículo editorial, piensen y sientan un poco por nosotros y nos reconforten por la expresión de la idea que tenemos pero que nunca hemos podido formular con esa precisión, o con ese sentimiento. De tal modo esto es así, que los editores de los periódicos saben lo que vende un buen columnista, una inversión que logra no clientes, sino adeptos. A veces importa poco a algunos lectores la línea editorial; no así la lectura de esos columnistas cuyo éxito reside en el poder de convocatoria. Ante este constatado hecho, ocurre que ya no es tan eviden-

te que los columnistas comulguen con la ideología del periódico que los contrata. Existen diarios muy ideologizados en los que sería impensable que una determinada firma de ideología no ya contraria, sino simplemente no concordante, escribiera en él. Una anécdota curiosa y real puede servir de ilustración: el escritor, académico y periodista Luis M^a Ansón, director por entonces del diario *ABC*, intentó que Francisco Umbral fuese columnista de su periódico. No pudo ser. Desde el primer día de la columna umbraliana cientos de cartas de lectores indignados disuadieron a ambos de semejante empresa. Umbral volvió al periódico de Pedro J. Ramírez, *El Mundo*, y relató él mismo la experiencia en una entrevista publicada por la revista *Tribuna* (7.3.1994):

“Aguanté un mes. Al cabo de ese tiempo recogí todas las cartas y le dije a Ansón que no podía seguir porque estaba perdiendo a mi público joven de El Mundo, gente más abierta, moderna y democrática. Aquél no era mi público y amistosamente volví a El Mundo. Pedro J. me llamaba todos los días para preguntarme que cuándo volvía”

Desde luego, el periódico *El Mundo* también es un periódico ideologizado pero de un modo menos claro y transparente que lo es *ABC*. Los artículos editoriales de este último diario, ahora y muy especialmente en la era ansónica, y su tratamiento de la información, no deja espacio a las dudas para poder situarlo ideológicamente. Sin embargo, en esa otra esfera de la opinión que representan los columnistas, *El Mundo* ofrece un amplio catálogo de estos escritores con muy diversos tintes ideológicos. Tintes que no concuerdan en todos los casos con la línea editorial del periódico. Es una medida que da réditos por una sencilla razón: amplía el mercado. Y supone, además, una estrategia de aparente pluralismo ideológicamente eficaz.

El diario *El País* proporciona un buen abanico de posibilidades ideológicas con sus columnistas, pero con el cuidado no disimulado de alejarse de las posturas más radicales. Así, nos encontramos en este periódico con firmas como la de Pedro Shwartz, representante de un liberalismo duro, de religión “el mercado”. O la de Eduardo Haro Tecglen, un desengañado de las ideologías dominantes que permanece en la atalaya de la utopía libertaria del anarquismo, agudo, crítico, rastreador de fondos, denunciante sin desmayo de las imposturas y engaños del poder, de todos los poderes y de todas las guerras: “*Montescos contra otros Capuletos, mientras Julieta se acuesta con su novio. Hasta que cante la alondra*” (*El País*, “*Enemigos públicos*”, 8.5.00). O Manuel Vázquez Montalbán, quien no ha aceptado, como tantos otros, que el haber sido y ser marxista obligue a pedir perdón; y Félix de Azúa, agudo desmitificador de las mentiras y mitos mediáticos, sociales y políticos. De este modo *El País* también cumple con su obligación pluralista y se asegura un mercado no tan homogéneo ideológicamente como el de *ABC*; aunque, a decir verdad, *ABC* está ahora realizando un sano esfuerzo por renovar y ampliar –no en número, sino en estilos ideológicos– su nómina de columnistas. Lo mismo puede decirse de

periódicos como *Diario-16* –con sus limitaciones presupuestarias– y *La Vanguardia* y algunos diarios más que tratan de enriquecer sus páginas con reconocidas firmas de diversos colores ideológicos. Esos son los vientos que corren respecto a los columnistas en nuestra prensa.

Pero ante el argumento de la moda, es necesario recordar que la columna es, como dice Paul Johnson, *mucho más vieja de lo que se cree*. Este periodista e historiador inglés la sitúa en el siglo XVI, con Michel Eyquem de Montaigne (Francia, 1533-1592) como columnista fundador, y con Francis Bacon (Londres, 1561-1626) como su sucesor. Por supuesto los escritos de estos dos pensadores eran ensayos y no se ceñían a una periodicidad ni a un espacio fijo en un medio impreso ni a un número limitado de palabras. Tampoco estaban destinados a su publicación inmediata. Montaigne comenzó sus *Essais* –evoca Johnson– como una compilación de reflexiones personales, y sólo años más tarde, en 1580, los mandó imprimir. Los *Essays* y *Apothegmes* de Bacon tuvieron un origen similar. Pero ambos aportaron una forma de pensar escribiendo o de escribir el pensamiento de imprescindible actualidad y referencia. Así lo explica Paul Johnson (1997:14):

Montaigne y Bacon “redactaban columnas en el sentido de que sus reflexiones eran breves y regulares, versaban sobre ciertos temas, estaban presentadas con pulcritud y eran muy legibles, y constituían una satisfactoria mezcla de conocimiento, argumentación, opinión personal y revelación de carácter. Los temas de ambos autores –las calamidades, la educación, el arrepentimiento, la conversación, los pensamientos sobre la muerte (Montaigne); y las riquezas, la juventud y la vejez, la amistad, la ambición, el matrimonio y la soltería (Bacon)– aparecen continuamente en las columnas escritas a finales del siglo XX. Estos dos hombres experimentados e inteligentes abordaron muchos de los principales problemas que preocupaban a la gente del siglo XVI, y que también hoy provocan nuestro interés y desconcierto, y que todavía serán piezas del mobiliario intelectual humano mientras dure nuestra raza. Si hoy pensamos escribir una columna sobre la muerte, desde luego echaría un vistazo a lo que dijo Montaigne en su ensayo “Pensamientos sobre la muerte” y Bacon en “Acercas de la muerte”. Y si estuviera escribiendo sobre jardinería releería el breve y maravilloso de Bacon “Acercas de los jardines”. En esos temas fundamentales nada cambia demasiado en cuatro siglos o, sospecho, en cuatro milenios. Y me gusta pensar que Montaigne y Bacon miran por encima de mi hombro –aunque con expresión desconcertada, irónica e incluso levemente desdeñosa– mientras redacto mi columna ante mi escritorio”.

Si nos atenemos al sentido estricto de columna periodística en cuanto a sus exigencias de periodicidad, espacio y características literarias, podría situarse su nacimiento durante el siglo XVIII en toda Europa en general coincidiendo con la difusión de los primeros periódicos. Después, durante el XIX, los columnistas se multiplicaron y fueron verdaderos protagonistas de ese periodismo opinativo que convivía con el incipiente periodismo informativo.

Aparte de la brevedad necesaria, la característica exigible a las columnas periodísticas es y ha sido desde siempre su calidad literaria. Los recursos retóricos son variados, desde el humor al intimismo, desde la solemnidad al guiño fabulístico. En España ha habido siempre magníficos columnistas, escritores con cita fija para sus lectores. Mariano José de Larra (1809-1837) es quizá uno de nuestros más brillantes antecesores en esta tarea del columnismo. El mundo que le tocó vivir fue decisivo para su desarrollo literario en la prensa. Como revela Leonardo Romero Tobar en su estudio preliminar a la obra periodística de Mariano José de Larra (*Fígaro* 1997:xvi), la escuela de periodismo en la que Larra cursó su aprendizaje fue «*el proceso de cambio experimentado por el mundo editorial español en la transición política y social que se inicia a la muerte de Fernando VII. De un régimen de feroz limitación del moderno derecho a la expresión escrita se accedió en pocos años a un marco de libertad bajo fianza que tutelaban disposiciones legales de urgencia y correosas prácticas administrativas. Aproximadamente en el mismo espacio cronológico, las empresas periodísticas experimentaron un cambio radical en la idea de lo que fuera su función social y, especialmente, en la concepción y diseño de las publicaciones periódicas. De un periodismo de corte dieciochesco, atenido a polémicas y divagaciones ensayísticas impresas en hojas o folletos que reproducían la composición tipográfica de la página de un libro, se pasó a la edición de periódicos y revistas de formato actual y a varias columnas, en las que la información y el análisis de la actualidad más acuciante prevalecían sobre otras formas de discurso. Y todo ello en poco más de media docena de años, el tiempo que corre entre las publicaciones autónomas de Larra –El Duende Satírico del Día y El Pobrecito Hablador– y su vinculación a El Español, el periódico innovador que Andrés Borrego comenzó a publicar en Madrid el 1 de noviembre de 1836*»

Además de la oportunidad política de mayor espacio de libertad en aquella España, Larra fue también testigo del desarrollo rapidísimo de la tecnología que hacía posible la impresión acelerada de los periódicos y su distribución en las grandes ciudades de un día para otro. La prensa de masas había nacido en España al amparo del impresionante desarrollo tecnológico del siglo XIX, junto a la febril actividad ideológica y, como condición indispensable, bajo la atmósfera de una libertad de conciencia y de expresión que muy poco tiempo antes era impensable en la triste España del funesto Fernando VII. Mariano José de Larra manifestó con audacia, originalidad y genio su convencimiento de las grandes ventajas del periodismo que se iniciaba como actividad verdaderamente profesional –entre 1833 y 1834 sólo en Madrid hubo un incremento de quince a treinta y seis publicaciones periódicas-. Larra vio en el periódico un prometedor medio de comunicación y vehículo expresivo de la escritura personal: dejó en diversos artículos su testimonio acerca del periodismo, el periódico y el periodista.

En su etapa de *El Pobrecito Hablador*, Larra manifestó con claridad sus opiniones liberales, su defensa de la libertad de expresión y su crítica contra la censura

absolutista, todo ello aderezado con la excepción de su talento literario. La plena profesionalización de Larra como periodista culminó entre diciembre y marzo de 1833 con su ingreso en la redacción de *La Revista Española*. Es en esta publicación donde Larra se da a conocer como articulista de costumbres, clasificación dada por los teóricos de la literatura, quienes catalogan por contenidos aparentes antes que por los propósitos de esos contenidos. Allí Larra se dio a conocer por su seudónimo de *Figaro*.

De la aportación de Larra al periodismo como realidad social, Alejandro Pérez Vidal (*Figaro* 1997: LI) concluye:

“En su obra periodística Larra se propuso claramente exponer reflexiones y juicios sobre problemas esenciales del intelectual crítico, del ciudadano y de la persona ante el profundo cambio cultural, político y social que se estaba produciendo en su tiempo, tanto en España como en Europa. Lo hizo en formas distintas: el relato o la sátira costumbristas, la sátira y el ensayo políticos, el ensayo de crítica teatral o literaria. En todas esas formas de expresión hay un trasfondo común, que responde entre otras cosas a la voluntad de Larra de elaborar una imagen pública coherente de la figura del escritor”.

Y Leonardo Romero Tobar (*Figaro* 1997: xix-xx), analiza la trayectoria del escritor y periodista sobresaliente que sembró tan decisivas semillas en el periodismo español: *La experiencia que acumula en los diez años escasos que dura su trayectoria profesional le muestra todas las caras de la profesión. Por un lado, la vertiente ejemplar del periodista que fundamenta su labor en la independencia de todo poder y en la imparcialidad de sus juicios, en la capacidad para decir lo que no se puede decir; en el complejo amasijo de virtudes y limitaciones de que hace cumplida relación en «El hombre propone y Dios dispone, o lo que ha de ser el periodista». Por otro lado, la terrible servidumbre de la comunicación permanente que obliga a la cautela y la anfibología, cuando no está expuesta al estrangulamiento circulatorio o al expolio de la mala interpretación. El difícil equilibrio entre la fidelidad a los propios propósitos y las violencias con que el poder político y los lectores mediatizan su trabajo conduce a un punto de resignación melancólica que concluye en el desafiante desplante dirigido a los poderes represivos que formula en «Figaro a los redactores del Mundo» o en la imagen macabra que representa las incursiones de la censura en su intimidad: «Vagaba mi vista sobre la multitud de artículos y folletos que yacen empezados y no acabados ha más de seis meses sobre mi mesa, y de que sólo existen los títulos, como esos nichos preparados en los cementerios que no aguardan más que el cadáver; comparación exacta, porque en cada artículo entierro una esperanza o una ilusión» («La noche buena de 1836», *El Redactor General*, 26 de diciembre de 1836). Claro está que entre la reacción de 1834 y la de 1836 se interponen los más restellantes acontecimientos de la vida española que él vivió como actor y como cronista, coyuntura en la que confluyen de*

forma conflictiva las circunstancias públicas y las peculiaridades de su temperamento»

Mariano José de Larra y otros escritores como Wenceslao Fernández Flórez (Santamaría, 1997) enseñaron a medir el éxito de un columnista no sólo por escribir ideas propias y originales, sino por ampliar las perspectivas sobre los hechos y realidades, por suscitar el interés intelectual y el debate, por mejorar las actitudes humanas y por alentar el pensamiento no conformista que se rebela contra los abusos y las manipulaciones del poder. El humor es un recurso retórico de singular eficacia. Aunque sumamente difícil. Es necesario tener mucho talento, como talento único tuvieron Larra y Fernández Flórez, para que el humor no degenera en tópica parodia, en grotesco lugar común, en simple grosería o, en el peor de los casos, en vil infamia.

LA COLUMNA, HOY: DOS FORMAS DE SER Y DE NO SER

1. La cordura del conocimiento

La clasificación más inmediata que puede hacerse de la columna como género de opinión es aquella que la divide en dos grandes grupos: las columnas analíticas y las columnas personales. El profesor Martínez Albertos (1991:375) comienza por distinguir, para evitar indeseables confusiones, entre los significados de analista y comentarista:

Analista: en el trabajo periodístico, persona que escribe el análisis o explicación objetiva de los hechos noticiados y que aporta los datos precisos para interpretarlos correctamente.

Comentarista: en el trabajo periodístico, persona que enjuicia subjetivamente los acontecimientos y que manifiesta de manera explícita su opinión

En la más elemental lectura de estas dos definiciones, vemos ya la distribución de campos y de tareas de las labores específicas de la redacción en los medios periodísticos. El análisis corresponde a las funciones propias de la interpretación periodística (o dicho de otra forma, al segundo nivel de profundidad de la información periodística), mientras que el comentario debe quedar reservado meticulosamente a la reducida parcela de opinión.

Estas dos maneras de actuar profesionalmente que distingue el profesor Martínez Albertos corresponden a las dos formas que adoptan las columnas en los periódicos. Las columnas analíticas son propias de periodistas especializados en determinadas áreas que explican datos que la noticia como género informativo no puede hacer porque la apartaría de su función de relato urgente de hechos. Las columnas analíticas, además, interrelacionan hechos, ofrecen prospectivas históricas

para la debida contextualización del asunto tratado y sitúan con perspectiva las posturas que el hecho en cuestión ha provocado. No suelen juzgar de un modo contundente, es decir, utilizando juicios de valor o de intenciones o categóricos. Dejan esa tarea a un lector que con la aportación sintética y analítica del columnista tiene mayores y mejores posibilidades de hacerlo. Esa es su contribución. Estos columnistas tienen un tono frío, apropiado para esa labor informativa-interpretativa que desarrollan. Por lo tanto, su personalidad como escritores no se basa en el ingenio brillante, sino en la exposición clara e inteligente de las cuestiones tratadas. Es una tarea sumamente intelectual y de gran responsabilidad pública para la que se necesitan conocimientos, contactos, acceso a documentación y fuentes diversas, y especialización. Pero los nombres que presiden este tipo de columnas no son tan conocidos ni apreciados popularmente como los que firman las llamadas columnas personales.

En el mundo anglosajón este tipo de columnas analíticas es más frecuente que en España y, en general, que en el mundo latino, más dado a la subjetividad creativa. Pero, no obstante, periódicos más «intelectualizados», como *El País* o *La Vanguardia*, tienen algunas firmas en secciones como *Internacional*, *Nacional* y *Economía* que interpretan la información de esas páginas, contextualizándola, en un afán de que no se pierda el lector en el parcelamiento de la realidad que supone la actualidad de cada día. Lo que distingue a la columna analítica es el estilo y el tono empleado en los razonamientos que son desapasionados, abiertos en muchas ocasiones a varias interpretaciones posibles. Pero no hay que perder de vista que esta cuestión de formas, importante por supuesto, no niega en absoluto su condición de columnas de opinión y, por tanto, su pertenencia al macrogénero del articulismo, siempre expresivo, opinativo; y su inducción ideológica, lo cual es positivo en una sociedad democrática. Aunque no ha de confundirse el subjetivismo implícito en todo análisis y en todo juicio con la arbitrariedad y la ideología de campaña. El subjetivismo no es por sí mismo negativo. Sí lo es la parcialidad deshonesto y la ideofobia hacia las ideologías no coincidentes (el huevo de esa serpiente llamada pensamiento único)

Los temas que suelen abordar estas columnas analíticas ofrecen un foco de interés en lo social, lo político y lo económico; pero el asunto no es determinante para clasificar una columna como analítica o personal. Así, por ejemplo, un columnista muy conocido como es Federico Jiménez Losantos representa, a pesar de las apariencias que sus temas intentan cubrir, el opuesto al concepto de analista. Jiménez Losantos ha alternado como columnista los periódicos *ABC* y *El Mundo* (según sus relaciones con los directores, pareciera que algo complicadas por motivos ideológicos). También ha sido comentarista de una cadena privada de televisión. Jiménez Losantos escribe sus artículos sobre el mismo asunto: política nacional; pero no se le puede considerar un analista, un representante de este tipo de columnistas, porque sus argumentaciones, la clase de sus juicios, su tono y su estilo recre-

an ante todo su postura ideológica con la que quiere convencer al lector para que piense lo mismo. Es decir, lo suyo es más que inducción; es convicción de la razón que él cree que le asiste sin asomo de duda alguna. Aunque aparentemente analice hechos políticos, se trata de un comentarista, un columnista personal: utiliza sus análisis de hechos como argumentos de autoridad para que su opinión aparezca como la única posible. Lo mismo puede afirmarse de columnistas como Carlos Dávila, Pilar Urbano, M. Martín Ferrand, o –entre otros muchos sin nombrar– el astuto César Alonso de los Ríos, quien sabe cubrir hábilmente las apariencias de la racionalidad discursiva, pero ¡ay! de aquel que discrepe o que refute su pulida argumentación: no hará más que confirmar sus “hipótesis” –auténticos axiomas-. La verdad es que pocos hay en España que puedan catalogarse como columnistas analistas –a pesar de las apariencias–, tan frecuentes, sin embargo, en países anglosajones, sobre todo en Estados Unidos donde son sumamente valorados. Una vez más no son los temas ni los asuntos tratados los que definen unas categorías sino las formas humanas de actuación. No es posible, pues, clasificar cuestiones intelectuales por objetos; sí por los modos y formas que utilizan los sujetos.

A la columna analítica no hay que presuponerle una especie de asepsia ideológica ni mucho menos neutralidad. Es el tono y la información aportada lo que la distingue de la otra clase de columnas. Ya el hecho de que alguien dirija nuestra atención hacia unos datos y con el enfoque de la relación de sucesos, con la predigestión que todo ello supone, implica cierta toma de postura por parte del columnista analítico que influirá sin duda en sus lectores. Pero deja una mayor sensación de libertad de pensamiento. El lector es inducido, pero la conclusión final le pertenece y la posible discrepancia es mucho menos airada.

Este estilo, si se quiere elegante y alejado de toda postura narcisista o dogmática, lo requieren lectores que aprecian ciertas formas en la opinión. Pero no puede decirse que gocen de éxito mayoritario. Los dos periódicos españoles que más cultivan este tipo de columnas son *El País* y *La Vanguardia*. Las reparten en sus secciones informativas y ambos periódicos han aumentado la presencia de estos articulistas-analistas. Miguel Ángel Bastenier es en *Internacional de El País* un ejemplo de mezcla entre análisis, opinión e información muy poco frecuente en otros periódicos españoles. Otro, José María Brunet de *La Vanguardia*. Se trata de un analista desapasionado –como mandan los cánones de la mejor tradición anglosajona– que escribe sobre cuestiones de política nacional, tema proclive siempre a posturas muy radicales, ya sea en el sentido de una total defensa de unos o de un total ataque hacia los otros. Brunet aborda con cierta mesura las cuestiones espinosas de la política de partidos, y sus análisis crean un clima de pragmatismo muy poco frecuente en las páginas de los periódicos madrileños. José María Brunet escribe bien y su capacidad de síntesis es llamativa. Los análisis, claros. Ambos columnistas –hay más, por supuesto– representan a esta clase de analistas que se buscan para la orientación, no para el esparcimiento ni para el reforzamiento de opiniones particulares. Su tono

relajado, a veces didáctico, implica al lector en esa reflexión a la que le induce. Pero, precisamente por ello, no serán nunca la clase de columnistas que despierten esas emociones intensas que sí pueden lograr aquellos otros escritores que en seiscientas palabras recrean un mundo de complicidades –o de desasosiego– con el lector. Indudablemente, cuando el destacado representante histórico del columnismo norteamericano, Walter Lippman, afirmó que un columnista es *ante todo un escritor de editoriales firmados* y que columnismo y editorialismo son dos actividades *que si no son idénticas poco les falta para serlo*, estaba concibiendo a un determinado prototipo de columnista anglosajón que vende ante todo independencia y conocimiento, que escribe y analiza la realidad con un tono reflexivo y con una argumentación que busca la lógica, aunque yerre o no alcance la verdad.

A la vista de lo que ocurre en nuestra prensa, la afirmación de Walter Lippman no es muy aclaratoria. Por varias cuestiones: los editoriales de esa prensa referencial norteamericana, y especialmente *The Washington Post*, periódico para el que escribió como columnista Walter Lippman durante muchos años –su columna, «*Today and Tomorrow*» se hizo famosa en todo el ámbito periodístico no sólo de Estados Unidos sino también en Europa–, y al que confirió un sello y un estilo muy característico, son artículos cuidados en el sentido de no ser extremistas sino prudentes a la hora de juzgar hechos y personas. Ese estilo ya lo cultivó Lippman durante sus 50 años como escritor de artículos editoriales y como director de la página editorial del periódico *The New York World*. Según cuenta el periodista estadounidense Philip Geyelin en *La página editorial* (1989:18), este trabajo de Lippman fue un modelo en su género. La propietaria del *The Post*, Katharine Graham, así lo hace constar también en un artículo sobre la página editorial de su periódico (*La página editorial*, 1989: 7-15)

En las memorias del periodista Benjamin Bradlee (1996), director que fue del *Post* durante un largo tiempo plagado de hechos históricos –entre 1968 y 1991–, y que forma ya parte de la historia del periodismo entre otras cosas por haber dirigido a los reporteros del caso Watergate, se manifiesta claramente esa preocupación por mantenerse a una distancia de los hechos y de sus protagonistas que les garantiza cierta independencia de criterios. *The Washington Post* no es un diario neutral –no los hay– pero cultiva un estilo analítico alejado de posturas doctrinarias en el ámbito de lo político –no así en temas considerados como menores: en su sección «Estilo» escriben columnistas muy polémicos por sus juicios hacia personas famosas, pero se halla dentro de unas páginas de «cotilleo social»-. Esta especie de mesura –que no ausencia– ideológica constituye una de sus señas de identidad. De modo que el concepto de columna que Walter Lippman teorizó corresponde a la escrita por el analista especializado, estudioso y responsable, que se debe a sus lectores porque de él esperan explicaciones, y no sentencias ni argumentos modelados por pasiones sino por razones capaces de alejarse un poco del bosque ideológico. Un concepto muy anglosajón que en España –ni en Europa– no cuaja como sí lo ha hecho en

Estados Unidos, país de tradición más pragmática. Un columnista analítico especializado en política nacional del *Washington Post*, George F. Will, (*La página editorial*, 1989: 115-117) reflexionó sobre su trabajo y acerca lo de que significa socialmente ser escritor de columnas con esta declaración:

«Las organizaciones noticiosas, en especial las de Washington, tienden a definir la «noticia» en forma muy estrecha. Esto es comprensible debido al intenso torrente de hechos, especialmente en Washington. Pero una estrecha definición de la «noticia» lleva a una estrecha noción de lo que es «informar». En una sociedad compleja, tal como la nuestra, un columnista especializado debe tener mucho de qué informar; en vez de andar recopilando lo que piensan, o qué se piensa, de los funcionarios públicos. La mayor parte del material informativo lo proceso en la Biblioteca del Congreso, o en mi oficina, al leer decisiones de la Corte, publicaciones especializadas y periódicos» (...) «Creo, y estoy convencido de que muchos norteamericanos que piensan también lo creen, que la calidad de vida depende de las maneras que prevalezcan y no de los políticos que prevalezcan. Lo que llegue a las salas de los hogares norteamericanos a través de la televisión, lo que reciban los niños en las escuelas, lo que se enriquezca la cultura por la edición de nuestros libros, todo esto interesará más a los lectores que la información de quién sube y quién baja en el ordenamiento interno de la Casa Blanca» (...) «Lo que hizo de Van Gogh un genio fue su particular forma de ver los girasoles. Lo que distingue a un valioso columnista es su particular forma de ver el paisaje social. Es habilidoso ver aquello que todos ven, pero no en la misma forma en que todos lo ven».

Respecto a sus lectores, George Will concluye:

«Creo que lo que les brinda más placer como lectores es lo que me da más placer como escritor: un trabajo ejecutado con precisión y con un toque de estilo personal»

En España existen columnistas con las características señaladas por George Will pero son muy escasos en comparación con aquellos columnistas que cultivan la forma de lo personal y subjetivo como valor; y también menos populares. Aunque sí respetados por su racionalidad. Pero describir como hace Will el oficio de columnista como el de alguien que tiene mucho de lo que informar más de lo que opinar y que su bagaje de conocimiento lo adquiere en la Biblioteca del Congreso y en publicaciones especializadas pacientemente leídas y analizadas es todavía en nuestro país como imaginar la nieve en el trópico.

2. La euforia del ego después del Dante

A veces para definir y explicar un concepto o una actividad se recurre a la redundancia porque no resulta posible evitarla: así, hablar de columna personal es redundante.

dar porque el propio concepto de columna lleva implícito la cualidad de lo personal. Ocurre lo mismo cuando hablamos de periodismo de calidad; en realidad, si no es de calidad seguramente ya no es periodismo sino espectáculo o sensacionalismo o cualquier otra cosa. También cuando con un poco de hinchazón se habla del periodismo de investigación como si el resto de la actividad periodística no precisara de la investigación constante para existir (y resistir). Pero, en fin, hablamos –y sabemos por qué lo decimos– del periodismo de calidad, del periodismo de investigación y ahora, porque nos ocupa, de la columna personal para referirnos con este último sintagma a un artículo de opinión firmado por un autor de presumible valía literaria –aunque a veces irrite la presunción por fuera de lugar–, con seguidores ideológicos o simplemente admiradores de su estilo, y que aparece publicado en el mismo diario con periodicidad y en el mismo espacio reconocible.

El comentarista o columnista personal suele ser un escritor, o actor social, de éxito. Por lo tanto, estos columnistas llegan a ser, junto a los presentadores de televisión, los periodistas más conocidos y reconocidos. La fórmula de dicho éxito no es teorizable: sólo se puede decir que los columnistas personales son, en el mejor de los casos, buenos escritores de piezas cortas, artículos que van desde la argumentación brillante hasta el recurso de la fábula como método expresivo y persuasivo. Dominan la fuerza de la frase corta y cargada de contenido y saben armar su discurso de principio a fin con un cosido retórico primoroso. Esto es difícil de enseñar porque a la palabra oportuna hay que añadirle la imaginación, don este que, como diría Azorín, es una resultante fisiológica.

Francisco Umbral, quizá el columnista con mayor éxito dada su popularidad y reconocimiento literario, definió la columna como «*el soneto del periodismo*». Claro está que se refería al tipo de columnas que él escribe, es decir, las personales. Por ello, por su carácter creador e imaginativo que puede rozar lo genial, se atrevió a añadir: «*el secreto de la columna es como el secreto del soneto. O se tiene, o no se tiene*». Y otro de los columnistas más conocidos, y justamente reconocidos, Eduardo Haro Tecglen, matizó: «*Lo breve necesita compás: no el soneto, que tiene sus reglas, sino lo libre. El soneto requiere genio*»

Aparte de esta aportación definitoria de Umbral, la verdad es que los intentos por definir esta clase de columna periodística no aportan nada para la comprensión de la misma. En la obra de Antonio López Hidalgo *Las columnas del periódico* (1996) así se pone de manifiesto. El autor ha recogido varias definiciones, unas pretendidamente académicas, otras descriptivas pertenecientes a algunos columnistas, pero ninguna de ellas logra captar y englobar todo el significado de un escrito, por lo general breve, que supone para el periódico un alma o espíritu configurador de una inequívoca personalidad. La columna es poco definible y, además, es lo que menos importa. La columna es un artículo de opinión. El hecho de que ese artículo sea tan popular entre los lectores de prensa se debe a cierta calidad literaria que la mayoría de ellas posee y a un contenido sintético y nada ambiguo que logra captar

a los lectores por la muy psicológica razón de verse reflejados en ese pensamiento; y también entre lectores muy dados al gusto de la polémica porque les proporciona motivos para discutir o rebatir o comprender por dónde van los tiros ideológicos. La asiduidad es también un factor que entroniza al columnista. Es el factor que faltaba para captar al adepto.

Las conclusiones acerca de la significación e importancia del columnismo personal en España las ha ofrecido muy claramente Antonio López Hidalgo en su citada obra *Las columnas del periódico*. De los diez puntos concluyentes que ofrece, tres son desde mi punto de vista los más interesantes:

- a) *El columnista de nuestros días es, en múltiples ocasiones, el protagonista de sus comentarios, y es consciente, asimismo, del poder de su prosa. Él mismo es, alguna vez, la noticia. Y, aunque no sea intencionadamente, influye en la opinión pública.*
- b) *Cada día más el columnista ofrece menos información, a cambio de confesar-nos algunos pecados personales que poco o mucho nos pueden importar. No ocurre así con los columnistas anglosajones, que manejan mucha más información en sus textos. El columnista español tiende diariamente a analizar más la vida cotidiana y la pequeña noticia, e incluso se sumerge en la ficción como mejor fórmula para interpretar la realidad: su realidad.*
- c) *El columnista, cuando recurre a la actualidad, sólo ofrece su punto de vista personal. Es consecuencia del divorcio creciente entre éste y sus fuentes. Cuando escribe desde su casa, en general no tiene acceso a fuentes propias, ni asiste a actos oficiales ni a ruedas de prensa. Cuando redacta en la propia redacción, interroga a los redactores directamente sobre sus impresiones en torno a la información que han cubierto en esa jornada, a fin de conocer detalles de primera mano. Consecuencia de la incomunicación entre columnistas y fuentes es que los primeros puedan incurrir en el error de hacer uso del rumor como fuente, produciéndose los desmentidos en las secciones de «Cartas al director»*

De estas conclusiones de López Hidalgo podría deducirse que la columna personal vive enfrentada a la racionalidad periodística, es decir, no cumple con la función de orientar al lector respecto de la actualidad que los medios de comunicación le sirven cada día. Esto es así si oponemos ambos estilos de columna: la analítica y la personal. Pero no hay por qué oponerlas. En realidad el éxito creciente de la columna personal se debe precisamente a la utilización de la máxima subjetividad. En esta clase de columnismo personal ya no importa tanto como en otros artículos de opinión – editoriales y ensayos– contar qué pasa en el mundo, por qué pasa lo que pasa. Lo que le interesa al lector de estas columnas tan subjetivas y con cita periódica son las vivencias y pensamientos de los columnistas, buenas plumas –con excepciones, claro está, no conviene generalizar– que proporcionan diariamente el

esparcimiento literario, el adorno metafórico de la realidad, el «yo» ideológico y sentimental del otro compartido. Habrá que aceptar que el periódico no sólo es información; tampoco espectáculo. La buena literatura, la urgente, la de cada día, puede que nos haga tanta falta como el oxígeno para respirar: en realidad estas columnas personales funcionan como ese oxígeno en medio de la densidad informativa.

Además, los vientos de esta popularidad de la columna personal ya no son propios sólo de las sociedades latinas. Es sintomático que el premio Pulitzer 1992, en la modalidad opinativa, se le concediera a la columnista norteamericana Anna Quindlen, comentarista social del *New York Times*. Desde enero de 1991, Quindlen publica tres veces por semana una columna en la página opuesta a la de los editoriales de dicho periódico. Lleva por título general «*Public and Private*» y en ella la columnista ha defendido el derecho al aborto, ha llamado la atención sobre la violencia en el hogar y reclamado mayor atención a la infancia y se ha opuesto a todo tipo de desigualdades. A Anna Quindlen, con la concesión del Pulitzer, se la considera una de las mejores retratistas de la ciudad de Nueva York. Define su columna como «*un tipo de síntesis entre el reportaje y la opinión: con frescura y para que todos la entiendan, siempre con un sentimiento personal*» (*El Mundo* 17 de julio de 1992). Esta explicación de la premiada periodista Anna Quindlen nos indica que escribe sus columnas de modo inductivo, utilizando el recurso de las fábulas o parábolas –narración– para establecer analogías deductivas. Anna Quindlen nos habla del aspecto fundamental para comprender el alcance de estas columnas: el sentimiento personal. Lo de síntesis entre reportaje y opinión es mera justificación temática; esa síntesis realmente no puede hacerse en el escaso espacio disponible para el artículo que escribe cualquier columnista. Se trata de extraer datos de la realidad periodística, o de sus vivencias, y pasar todo ello por el tamiz de la propia ideología vestida con un lenguaje intimista, alejado de los otros lenguajes del periódico: ni la interpretación de las crónicas y reportajes, ni el editorialismo ni la crítica dan para tanta libertad expresiva. Ahí está el «yo» con toda su fuerza persuasiva. Carmen Rigalt, Rosa Montero y Maruja Torres plantean como Anna Quindlen sus columnas periodísticas. Podría apostar que si se hiciera un estudio de las columnas de estas tres periodistas españolas podrían escribirse sus biografías desde el lado que suele ser el más oculto: pensamientos, amores, filias, fobias, depresiones y afirmaciones existenciales, errores y dudas. Entre los columnistas de género masculino esta tendencia intimista ha estado en un plano más alejado, en apariencia, aunque existen algunos muy especiales, como Eduardo Haro Tecglen, que combina con sabia maestría y sensibilidad las dosis de intimismo, razón, erudición y sentimiento, características que pueden aplicarse también –salvando todas las inmensas distancias entre los dos– a Francisco Umbral. Esta fórmula de revelar con cierta elegancia o con total descaro el Yo ha prendido entre los jóvenes o recién incorporados: ahí están Juan Manuel de Prada (*ABC*), empeñado en hablar de sí mismo antes que

nada; o Luis Ignacio Parada (*ABC*), sorprendente columnista por su limpio estilo y claro pensamiento resumado de lecturas, depurado de viejas, vacuas y retorcidas retóricas.

El gran escritor que es Umbral ha estudiado este fenómeno del “yo”. Umbral lo utiliza sin pudor alguno, lo reivindica y lo introduce en medio de sus bromas e ironías y su erudición histórica y literaria. Es posible que su éxito pueda descifrarse en esta ecuación o receta: dominio de la estética literaria + reivindicación de su “yo” protagonista + opinión provocativa + erudición sobre lo que más le importa = el valor literario de la palabra. Umbral no ha creado el género de la columna personalísima: él mismo se lo adjudica a César González Ruano, aunque, como hemos visto, Larra es un antecedente fundamental. Pero puede decirse que en nuestra época Francisco Umbral le ha dado a la columna personal nuevas alas con las que vuelan decenas de columnistas por la prensa española con mejor o peor fortuna. En su obra *Las palabras de la Tribu* (1994: 245, 247 y 252) nos explica cómo nuestra cultura occidental reclamó a través de la literatura la utilización del “yo” como necesidad de libertad creadora; fue, según Umbral, el primer paso de la modernidad:

“La modernidad la introduce el Alighieri contando en primera persona su “Comedia”, a la que luego llamaron divina. Convirtiéndose en personaje y protagonista del libro. Hasta entonces, en la literatura occidental, no había existido el Yo, ni siquiera vagamente alegorizado en algún personaje. A partir de Dante, el Yo aparece, desaparece y reaparece según las épocas, las obras, los estilos, los autores. Exigiría todo un libro seguirle la pista al Yo a través de varios siglos de literatura”

“Lo que sí podemos decir es que el Yo supone la modernidad. Y toda la literatura española del siglo XX se divide en literatura del Yo y literatura donde el Yo no sólo no aparece, sino que resulta obsceno. Modernamente, la literatura del Yo se llama Romanticismo, y en este sentido el siglo XX sigue siendo romántico, o bien por la presencia obsesiva del Yo, presencia siempre lírica, o bien por el huevo o el fuero del Yo, tan evidente en creadores como Picasso, Proust o Cela, que no necesita citarse a sí mismo o hablar en primera persona para estar presentísimo en su relato”

“La presencia del Yo en la obra, más que mediante lo fáctico, se da mediante el estilo. Los autores de estilo propio son cantores del Yo, son líricos, y de nada vale que se oculten al lector o espectador”

“Dos maneras tiene el Yo de hacerse evidente, o mejor tres: la narración en primera persona (poesía lírica), la continua intervención de un autor opinante (Baroja) y finalmente, la más sutil y legítima de todas: el estilo”

“La aparición del Yo se debe al renacimiento. El hombre queda atenido a sí mismo, el universo es enigmático y ajeno, la Historia es arbitraria y sangrienta. Después de Galileo, la humanidad entiende lo que ya habían entendido los griegos, lo que un día expresó D’Ors: “Mis límites son mi riqueza”

“Al hombre desposeído sólo le queda el Yo. El siglo XVIII llama al hombre de otra forma: Razón. Pero esto no es más que una perversión roussoniana. El hom-

bre es razón y testiculario. Así que en el XIX, con el Romanticismo, el Yo se entroniza desesperadamente. Nuestro siglo, que sigue siendo romántico, añade un matiz que le faltaba al Romanticismo: si efectivamente no nos tenemos más que a nosotros mismos, la situación es irónica y el siglo XX aporta la ironía, contra el dramatismo romántico. La ironía del Yo contra sí mismo (el exterior ha dejado de contar)

“(...) González Ruano, romántico puro, escribe siempre desde el Yo y llega a decir, parafraseando a D’Ors: “Lo que no es autobiografía es plagio”. De ahí su éxito general, popular, absoluto: escribe desde el yo precario y lírico, desde la calle, en unos tiempos de culto general a la Raza y cosas así. (...) Hoy, con el actual auge del columnismo personalista, sabemos que César tenía razón sobre los directores de periódico, que sólo quieren objetividad, dato y aburrimento. (...) Le leían en la calle mucho más que a todos sus compañeros de grupo. Ellos querían ir a lo general por lo general, lo cual es una obviedad, y él iba a lo general por lo personal y particular, que en último extremo es lo que interesa a la gente. Como interesa el crimen del año, la boda del año, etc. El canibalismo intelectual y sentimental de las masas es algo con lo que hay que contar siempre, y por eso César les echaba piltrafas de su propia vida enferma, usada y cotidiana”

A su manera erudita y original, alejada de toda pretensión academicista, Umbral nos ha dado una lección de columnismo. Poco más se puede decir de un género que vive con salud popular gracias a la entronización del “yo” como divisa literaria. En el mejor de los casos, la columna personal es una artística síntesis entre la racionalidad y la subjetividad, como si se tratara del sincretismo más gratificante de todo lo que ha constituido nuestra historia intelectual desde el siglo XVIII. Y en el peor de los casos, la excusa del “yo” permite escribir artículos cargados de ideología doctrinaria utilizando datos y hechos al antojo más sectario; o artículos vacíos de pseudoescritores que obligan a formularse la pregunta ¿qué hace éste o ésta aquí?... se pasa página y se olvida hasta el próximo encuentro que puede ya resultar cargante.

En realidad el lector busca un columnista determinado y se identifica con él. César González Ruano, cuando explicaba su estrategia sobre el articulismo, llegó a la conclusión de que su éxito se debió sin duda a haber conseguido que la rigurosa intimidad tenga en el artículo una aceptación general para los lectores. De jóvenes siempre se les había dicho lo contrario, insistiendo en que lo que ellos pensarán no le interesaba a nadie. Ruano reconoció que su experiencia personal le enseñó que es precisamente la intimidad, la confidencia, la confesión de lo que individualmente ocurre, lo que resulta más atrayente, más popular y lo que aboca en un éxito seguro.

En España existen magníficos, buenos y peores escritores de columnas personales. Se han publicado en estos últimos años algunos libros que estudian esta parcela importante del periodismo español de opinión con algunos de sus protagonistas. Periodismo y literatura (de la buena y de la mala, claro) se unen gracias a los

muchos nombres que habitan en las páginas de nuestros periódicos como columnistas personales. En sus artículos nos hablan de la realidad tal y como ellos la perciben, ideológica y sentimentalmente. Una mezcla que está dando excelentes resultados. Es el discurso retórico donde la sabia combinación del *ethos*, del *pathos* y del *logos* —el Yo del que habla, la apelación a las emociones del auditorio y el contenido reflexivo o conocimiento comunicado— no pueden fallar en su eficacia persuasiva como ya lo manifestó Aristóteles en su *Retórica*.

PARA EL FUTURO DEL COLUMNISTA O PARA EL COLUMNISTA DEL FUTURO

*“Si las hojas son muchas, es una la raíz.
En esos embusteros días en que era joven,
yo mecía mis hojas y mis flores al sol:
hoy puedo marchitarme entrando en la verdad”*

THOMAS MANN

Paul Johnson ha tratado de revelar lo que define a un buen columnista. Y degusta sin tapujos este manjar para el ego: *“escribir una columna regular sobre cualquier tema que se nos ocurra es uno de los grandes privilegios de la vida. Cuando en 1907 le pidieron que redactara un artículo semanal sobre “literatura y vida” para el Evening News, Arnold Bennett comentó que era “la realización de un sueño que he tenido durante mucho tiempo”. Cuando a Georges Orwell le ofrecieron una columna similar en el Tribune, en diciembre de 1943, celebró su deliciosa libertad titulándola “A mi gusto” (1997:13)* A la hora de calibrar la utilidad de la columna, en primer lugar, Johnson considera de gran necesidad social ahora y en el futuro el hecho de emitir juicios sobre el mundo que nos rodea. De nada sirve la información desnuda si no se utiliza para relacionar, explicar y juzgar realidades. Y el columnista es un escritor que juzga. Pero, matiza, han de existir cinco requisitos para que exista un buen columnista. El primero es el conocimiento. Pero un conocimiento cribado y nunca atestado de datos como enciclopedia ambulante, sino *desempolvados regularmente*, administrados en pequeñas dosis, según las necesidades del artículo.

“Los conocimientos del buen columnista deben ser como una vasta bodega de buen vino, fresca y aseada, en constante maduración, reaprovisionada periódicamente con la aparición de nuevas cosechas. Invitan al lector a sorber y paladear, en cantidad suficiente para apreciar la calidad de los vinos disponibles. Pero nunca obligan al invitado a beber más de una copa en cada ocasión, de modo que las visitas a la bodega conservan su frescura y placer. Pero, asimismo, ningún lector debería irse sin algún conocimiento hospitalario, por ínfimo que sea. Me sien-

to estafado si termino una columna sin haber adquirido algún tesoro útil, interesante o inusitado, algo que no sabía y me satisface saber” (1997:17)

Johnson aclara que el conocimiento se compone de muchos ingredientes. Entre ellos cabría destacar –por su apariencia antitética con el concepto de conocimiento– al saber mundano, el viajar mucho y el conocer a mucha gente, desde los humildes a los poderosos: *“el buen periodismo siempre trata sobre la gente. Un argumento o impresión es más eficaz si está apuntalado por hombres y mujeres reales”* (1997:18). Los idiomas, sin embargo –dice Johnson–, no importan tanto para el buen columnista. Pero sí escribir y comprender la propia lengua a la perfección. Y el conocimiento histórico, absolutamente esencial, según Johnson.

Las lecturas son el segundo requisito. Imposible escribir bien y con un contenido interesante si se carece de un amplísimo bagaje cultural. Lecturas que no sólo atañen a lo estrictamente literario –poesía, novela, teatro– sino también a aquellos otros temas de conocimiento que llenan nuestro mundo: historia, filosofía, viajes, biografías, arte y literatura, cine, economía, política y religión.

La tercera clave del arte del columnista es, según sigue explicando Paul Johnson, *el instinto para las noticias*. El escritor de columnas no debe olvidar que ante todo es periodista y se dirige a un lector que busca siempre la novedad (1997:21):

”la mejor columna es la que responde a la novedad, la vincula con el pasado, la proyecta al futuro y expone el tema con ingenio, sabiduría y elegancia. La noticia puede ser sobre cualquier cosa: geopolítica, problemas locales, ciencia, literatura, modas, arte, el drama, la sociedad, la religión. Su gravedad no importa; pero debe ser algo nuevo, no un tema trillado sobre el que han machacado durante semanas. Un buen columnista sabe detectar un tema de interés que avanza hacia el frente y disparar sus cañones antes que el campo de batalla esté pisoteado y cubierto de humo. En ocasiones es buena táctica tomar el tema de la última semana y verlo de forma inversa, pero sólo si tenemos una perspectiva válida y perspicaz que sea contraria a las opiniones convencionales”

El cuarto punto es la necesidad de variedad y de oportunidad. Johnson cuenta que como columnista ha abordado infinidad de temas pero se piensa cuánto y cuándo escribe sobre alguno determinado: *“trato de no escribir sobre religión más de cuatro veces al año, y nunca en Navidad ni en Pascua, cuando lo hacen todos los demás. Por otra parte, escribo por lo menos cuatro artículos al año donde cito a Dios”*.

El quinto y último criterio trata sobre la revelación del carácter del columnista. La vanidad es el pecado capital de este tipo de periodista escritor, pecado que le obliga a esa actitud del sabihondo, lo cual es insoportable como reconoce Johnson.

En raras ocasiones se puede usar la columna para promover una causa personal, acudir al rescate de un amigo en apuros o evocar a alguien que conocimos y de otra manera dejaría de ser mencionado. Estos supuestos apuntados por Johnson podrían ampliarse dada la realidad de la columna personal en España. Así, podríamos añadir que el columnista no debe utilizar ese espacio privilegiado para hundir al enemigo, para vilipendiar, infamar o ampararse en la libertad de expresión que la Constitución española le reconoce para acusar sin pruebas, tratar de influir en causas judiciales o hacer política partidista desde su tribuna. Paul Johnson lo define en una sola frase: *no explotar nuestro poder de columnistas con fines personales*. Ello no está reñido con la libertad de crítica ni con la libertad de expresión ni con ninguna otra libertad individual. La templanza en los juicios y el respeto a los derechos y libertades de los demás no cercena el ingenio ni tampoco impide buscar la verdad.

Todas las observaciones anteriores son muy oportunas para el columnista político –no sólo porque aborda la política nacional y sus personajes sino también porque realiza su propia política: influyente, aunque tal vez mucho menos de lo que él mismo se figura– y depositario de confidencias múltiples, pues se las arregla para situarse cercano a la cocina del poder –a veces, tan sólo utilizado como pinche de esa cocina–. El columnista de esta naturaleza es fácil que devenga en un ser vanidoso, algo déspota y curiosamente dogmático: la mayoría de las veces se niega a reconocer el fracaso de sus pronósticos, y utiliza los hechos con la única intención de confirmar sus argumentos ideológicos. Suele caer en la tentación de excluir al que discrepa. Por eso creo que los requisitos apuntados por Paul Johnson responden más a la necesidad de la crítica –incluso autocrítica– de una actividad periodística que ha hecho del “Yo” una selva tupida de retóricas que no deja vislumbrar horizonte alguno. Y lo peor es que ese Yo es en muchas ocasiones terriblemente convencional. De todos modos, los consejos del británico Johnson conciernen más a los columnistas venideros. Los ya instalados no dejarán de asentir con cierta condescendencia. Tal vez por eso, David Randall (1999: 209), también británico, en su reciente libro sobre periodismo, sólo les dedica a los columnistas las siguientes tres líneas:

“Quien haya llegado tan alto como para que se le encargue la redacción de una columna fija, o bien no necesita ningún consejo, o bien tiene (o pronto llegará a tener) un ego que le impide aceptar consejos”

BIBLIOGRAFÍA

- BRADLEE, Benjamin (1996): *La vida de un periodista. Memorias del director de The Washington Post*. Madrid: El País-Aguilar
- JOHNSON, Paul (1997): *Al diablo con Picasso y otros ensayos*. Buenos Aires: Javier Vergara Editor

LARRA, Mariano José de (1981): *Figaro (Colección de artículos dramáticos, literarios, políticos y de costumbres)*. Edición de Alejandro Pérez Vidal y Estudio de Leonardo Romero Tobar. Madrid: Crítica

LÓPEZ HIDALGO, Antonio (1996): *Las columnas del periódico*. Madrid: Libertarias/Prodhufi

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1991): *Curso general de Redacción Periodística*. Madrid: Mitre

RANDALL, David (1999): *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI

SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa (1997): *Géneros para la persuasión en Periodismo*. Madrid: Fragua

THE WASHINGTON POST (1989): *La página editorial*. México: Guernica

UMBRAL, Francisco (1994): *Las palabras de la tribu*. Barcelona: Planeta

(Artículo recibido el 14 de abril de 2000. Aceptado el 11 de mayo de 2000)