

GLOSARIO DE REVISTAS

Relaciones de la prensa y la literatura

La revista *Les Marges* de París ha dedicado su número de otoño a estudiar las relaciones que hay entre la literatura y la prensa, tema importantísimo por donde se le considere. No es una encuesta, sino un conjunto de estudios sobre el mismo asunto, firmados por los más prominentes periodistas franceses y por escritores que en su labor diaria están en contacto directo con la prensa.

Eugène Montfort escribe:

«El escritor escribe para sí, quiere explicarse a sí mismo el universo. No se inquieta por las consecuencias de lo que descubre, sólo intenta develar un misterio. Las verdades que encuentra en su camino, las dice, sin importarle si son buenas para decir. El periodista escribe para el lector, para un millón de lectores. No trata de explicar el universo ni

de revelar algún misterio. Además, no se olvida nunca de que no todas las verdades pueden decirse.

«¿El escritor, pues, no debe escribir en los periódicos? Sí, pero a condición de convertirse en periodista, es decir, de no escribir para sí, de no dar importancia a lo que escribe. A condición, mejor dicho, de olvidarse de sí mismo.»

Denis Saurat titula su estudio *El Pensamiento y la Prensa*, y contradice lo que escribe Montfort.

«Las condiciones generales de la prensa son evidentemente desfavorables a la elaboración del pensamiento. La prensa está dirigida no hacia las ideas, sino hacia lo que se acostumbra a llamar, erróneamente, *la acción*.»

Tal es la idea de Saurat. Después se extiende en juiciosos comentarios sobre la literatura:

«Es algo curioso y un poco grotesco que, por ejemplo,

un editor sea un hombre de acción, consistiendo ésta en explotar lo que hacen los hombres de pensamiento. Es algo tanto más fundamentalmente grotesco aún, puesto que no hay nada más general que llamar «hombres de acción» a negociantes que muy comúnmente no hacen nada. Van a una oficina y ahí se entregan a un trabajo intelectual del orden menos elevado: hacer cálculos elementales y llevar una correspondencia ingenua. No hacen nada que se pueda llamar «una acción». Hay una parte de hombres que cultivan la tierra o fabrican máquinas y objetos, y esta actividad crea en torno de ellos vibraciones de menos en menos activas y de más en más grandes, y la inmensa mayoría de «la gente de negocios» se balancea en las ondas de esa vibración. Realmente, el hombre de letras que escribe con una pluma sobre papel y que se pasea reflexionando, hace más «acción» que la mayoría de los «hombres de acción». El mayor número de hombres de negocios, cuando se ponen en contacto con las realidades «reales» y no ficticias como las suyas, se revelan lamentablemente inferiores.

«Pues bien, la prensa está orientada justamente hacia este orden de «acción», que realmente no es acción. Normalmente ella reina en el reino de la ilusión y de la mentira. Es gobernada por las necesida-

des de la venta, de una venta que depende no de las necesidades normales, permanentes e inevitables, sino de la fantasía de un público ignorante, que toma su diario con ideas preconcebidas y que lo abandona apenas sus ideas se resienten. Un público al cual, casi siempre, repugna profundamente la verdad; no se le puede dar lo verdadero sino artificialmente dosificado.

«Además, esa verdad que el público no quiere, el periodista no la posee. Ambos son dos ciegos que se buscan. Uno hace ademán de dar al otro una mercadería que no tiene y que el otro no acepta, pero que hace ademán de querer. Intentad situar al pensamiento en medio de ese comercio. . . .»

.....
«La mayoría de los periodistas—agrega muy justamente Denis Saurat—son muy superiores a su tarea y a su público. Muchos de ellos tienen ideas y conocimientos reales. Pero las condiciones de su oficio no les permiten mostrarlos.»

Ernest Tisserand tampoco se inclina a la indulgencia en su estudio sobre *El literato y la Prensa*. Dice en una parte: «En otro tiempo, el periodismo constituía un género literario. Hoy el periodismo es más bien una industria. Por pequeño que sea, el periodismo es una especie de usina activa donde se agitan técnicos y especialistas. El patrón no es

un literato, sino una especie de capitán de barco, que grita con megáfono, se pirra por lo standard y lanza S. O. S. cuando la caja flaquea. No profesa ningún desprecio por la gente que escribe, sea lo que sea lo que haya dicho, pero a condición de que escriban en su diario según su idea y sobre lo que a él le gusta.»

Y Tisserand concluye, señalando la influencia de la prensa sobre la literatura con estas frases irónicas, dolorosas y verídicas:

«La prensa se ha convertido en un negocio, o, mejor dicho, cada diario es el anexo de un consorcio, de un grupo financiero, de una gran fortuna. Pero la literatura igualmente se ha convertido en un negocio. Se precisan, para triunfar en ella, capital, relaciones, estómago y accesoriamente un manuscrito. El verdadero literato no tendría para qué escribir en los diarios sobre temas que le son extraños, cuando, pagando a tanto la línea, puede en un artículo de primera página hablar única y exclusivamente de sí. . . .»

Jean de Pierrefeu consagra algunas líneas a *La influencia de la Prensa sobre la literatura*. Escribe:

«Hay que dar gusto, y, por otra parte, un escritor que se pica de ser periodista, se cuida de adquirir el tono de la hoja en que escribe; es una apuesta que desea ganar para mostrar su habilidad y su in-

teligente comprensión del oficio. Pero esa capitulación insensible, en la que él consiente sin darse cuenta, destruye en él poco a poco el carácter del hombre de letras.

«Así es como la faz comercial de nuestra existencia reacciona sobre la actividad intelectual que se modela naturalmente por las necesidades del cambio en las formas exigidas por el público.» Conclusión: «La obra de arte, constreñida a plegarse a las exigencias de la industria de una época de producción intensiva, arriesga perder ese carácter de eternidad que se encuentra en todas las obras maestras.»

A Maxime Revon le interesa este otro tema: *La crítica literaria en la Prensa*. Sus opiniones llegan a esta conclusión:

«Nuestra intención es recordar de cuántas maneras los diarios han comprendido sucesivamente el papel que tienen de instruir a sus lectores sobre la producción literaria. Tal vez tendríamos que anotar una decadencia continua.» Luego dice: «Una cosa es clara al terminar este estudio: después que Sainte-Beuve la inventó, la gran crónica literaria no ha cesado de marcar su decadencia. Buenos escritores le han inyectado de tiempo en tiempo un brillo singular, pero su vida no es más que una sobre-vivencia; la multiplicación misma de las vocaciones inopinadas de los

columnistas de crítica no hace sino precipitar su disolución.»

El artículo titulado *La Prensa y la literatura nueva*, que suscribe Michel Puy, también está consagrado al estudio de una «decadencia».

«Los años del 90 fueron un período feliz para la literatura de excepción. Diarios importantes la envalentonaban. Ninguna revista pequeña pasaba inadvertida. Ninguna manifestación de talento era desdenada. Con un solo libro, a veces con un folleto, un poeta, un ensayista imponía inmediatamente su nombre. Un artículo de diario de Mirbeau o de Coppée lanzaba a un autor y, en pocos días, Maeterlinck o Louys veían establecerse su reputación. Pintores y poetas, mucho antes de sus treinta años, eran conocidos por lo mejor de los aficionados y por lectores fieles, a veces, hasta el fanatismo.»

Según Batault, después de 1900 la situación ha cambiado. La crítica literaria ha sido considerada, por los industriales que dirigen los diarios, como algo contraproducente a sus ganancias, como una publicidad «gratuita» (!) que se hace a los literatos y a sus obras. Sin duda recurren a la colaboración de ciertos escritores, pero con la reserva de que estos no se entrometan nunca en lo que puede ser una fuente de provecho, una materia de publicidad.

Por su parte Marius Bois-

son, que es un excelente periodista, da un diagnóstico terrible en su artículo titulado *La Prensa literaria de 1800 a nuestros días*:

«Con la tercera República renacen órganos que habían sido suspendidos por la policía de Bonaparte. Era de libertad, pero también período de venalidad para los diarios, que se convierten en «negocios» sobre los cuales se precipitan los banqueros y capitalistas. Se ofrece siempre al lector, y entonces más que nunca literatura y noticias literarias, pero la poción es sabiamente dosificada. «Hay que ser prudentes», decreta el juicioso administrador que cada tarde compulsa la pauta de publicidad. El mal ya está desde entonces instalado en los diarios, como la filoxera en las viñas. No es sitio este para tratar de su curabilidad, si es curable.»

La conclusión de su artículo es digna de leerse y de meditarse:

«La mayor parte de los diarios ahora dan cabida a las letras y publican crónicas literarias. Los cronistas literarios, moda que se ha difundido rápidamente, han hecho a la vez mucho bien y mucho mal a la literatura y a los literatos. Esa rúbrica no hay duda que ha aumentado el número de lectores de libros; pero además de que da lugar al bizantinismo y a la hipertrofia de la información, los

cronistas literarios a menudo han servido a la camaradería y a la mediocridad. El que firma este artículo es cronista literario; le agradaría que la joven Asociación de Cronistas fuese menos acogedora y menos indulgente con las informaciones de mala calidad, que hacen de un cronista una comadre chismosa, una especie de Landerneau de la gente de letras. Pero, habrá que preguntarse, ¿qué piensa de la crítica y de la información literarias la clientela de los diarios? La clientela absorbe todo lo que se le presenta, como las carpas que mastican indiferentemente migas de pan o madera. Poco le importa el proxenetismo complaciente y tan difundido; no es la verdad lo que pide, sino materias en general, adulteradas, tampoco importa, pero al menos dosificadas y repartidas a voluntad en las columnas que ella recorre. Las incorrecciones de estilo y la insuficiencia de ortografía poco la molestan, menos los «remitidos» pagados de una tontería irresistible cuando no tienen una ostensible bobería; esos denuncios sospechosos no le hacen parar la oreja. Ella absorbe. Su apetito iguala a su ignorancia, y el gran talento, en nuestra época, consiste precisamente en ceñirse al diapasón de la tontería popular, que es de una dureza granítica. La redacción donde brillaron nuestros mejores literatos está aho-

ra regentada por un cualquiera, que siente, y eso es más fuerte que él, la diaria necesidad de dar, sobre nuestras glorias literarias, un consejo despreciativo que nadie le pide. La clientela absorbe.»

Gabriel Brunet escoge el tema de *El simbolismo y la Prensa*. Alguna de sus observaciones:

«En regla general, la actitud de los escritores con respecto a la prensa procede de la calidad más o menos refinada de su ideal literario. A los espíritus puramente artistas, enamorados del lenguaje sutil y matizado, enemigos de las ideas vulgares y de los modos comunes de sentir, el talento propio del periodista habitual inspira a menudo bastante antipatía. . . . Su actividad le parece de orden inferior y nociva aún a la causa del arte y del pensamiento verdaderos, etc.»

Otros escritores como Georges Pillement, Fernand Divoire—redactor en jefe del diario *l'Intransigeant*—y Aragon, joven vanguardista, también exponen sus puntos de vista acerca de este gran problema, o serie de problemas, de las relaciones entre la prensa y la literatura, que influyen enormemente en la cultura de los pueblos. Pillement se muestra optimista; Divoire pesimista, y Aragon se desata en insultos sonoros contra los periodistas.—A.