

A. EL PERIODISTA

Cinco variedades:

- 1º. El director-redactor en jefe-propietario-gerente.
- 2º. El tenor.
- 3º. El hacedor de artículos de fondo.
- 4º. El maître Jacques.
- 5º. Los camarillistas.

Primera variedad

El director-redactor en jefe-propietario-gerente.

Esta bella especie es el Marqués de Tuffière del periodismo. Publicista por aquello que no escribe, como los otros son publicistas por lo que escriben de más, este individuo, que siempre muestra una de las cuatro caras de su título cuádruple, tiene algo de propietario, de tendero, de especulador y, como no sirve para nada, cree servir para todo. Los redactores transforman a este propietario ambicioso en un hombre enorme que quiere ser, y a veces lo consigue, prefecto, consejero de Estado, recaudador general, director de teatro, cuando no tiene la sensatez de ser lo que simplemente es: el portero de la gloria, el corneta de la especulación y el Bonneau del electorado. Hace que los artículos pasen según su voluntad, o deja que se pudran sobre el mármol de la imprenta. Puede favorecer un libro, un negocio, a un hombre, y puede incluso arruinar al hombre, al negocio y al libro según convenga. Este Bertrand de todos los ratones del periódico se jacta de ser el alma de la hoja, y forzosamente cada gobierno ha de tratar con él. De ahí su importancia. A base de conversar con los redactores se empapa de sus ideas, parece tener una gran visión de las cosas y se siente una persona importante. Este hombre es

poderoso, o bien tiene la inteligencia suficiente como para apoyarse en alguna bailarina, actriz o cantante, e incluso a veces en su propia esposa, la verdadera potencia oculta del periódico.



AXIOMA

Todas las hojas públicas tienen por timón unas faldas con miriñaque, absolutamente igual que la antigua monarquía.

No ha habido (está muerto) más que un solo director de periódico en la verdadera acepción de esa palabra. Este hombre era sabio, inteligente e ingenioso, y por eso jamás escribió nada. Los redactores iban a su casa cada mañana para conocer el sentido de los artículos que habrían de escribir. Nunca fue éste un personaje ambicioso. Hizo senadores, ministros, académicos, catedráticos e incluso

una dinastía, sin pedir nada para sí. Rechazó la visita de un rey, todo, incluso la cruz de la Legión de Honor. De anciano siguió siendo un hombre apasionado; mientras fue periodista no siempre compartió la opinión de su periódico. Todos los periódicos de hoy en día juntos, con sus propietarios y sus redactores incluidos, jamás podrían sustituirlo.

Educación y cultura aparte, no basta con un centenar de miles de francos y una fianza para convertirse en director-redactor en jefe-propietario-gerente de un periódico: se necesitan, además de las circunstancias adecuadas, una voluntad brutal y una suerte de capacidad teatral de la que, con frecuencia, adolecen las personas de verdadero talento. Así se ven por París tantas personas supervivientes de su poder perdido. El periodismo tiene a sus malogrados Hernán Cortés como la Bolsa tiene sus ex-millonarios. El fracaso, en razón de los intentos, explica el espantoso número de rostros de triste expresión que los parisinos muestran a los observadores que los estudian mientras se pasean por los bulevares. Desde 1830, no menos de cincuenta periódicos han sucumbido bajo la ambición pública, lo que representa, más o menos, unos diez millones en capitales sepultados. Hemos visto, y seguimos viendo, periódicos que se establecen en París con el objetivo de arruinar a periódicos más antiguos haciendo un periódico inferior en todos los aspectos a aquellos a los que quieren derribar. El ex-director-redactor en jefe-propietario-gerente no es un hombre, ni una cosa, sino la sombra despreciable de un feto de ambición.

Existen tres clases de propietarios-directores-redactores en jefe de periódico: el ambicioso, el hombre de negocios y el purasangre.

El ambicioso funda un periódico ya sea para defender un sistema político cuyo triunfo le interesa, o bien para

meterse en política y hacerse temer. El hombre de negocios ve en el periódico una inversión de capital cuyos intereses le son pagados en influencias, en placeres y, a veces, en dinero. El purasangre, por el contrario, es un hombre para el cual el mando es una vocación, disfruta con el dominio y se divierte con la explotación de las inteligencias, sin abandonar por ello los lucros del periódico. Los otros dos hacen de su hoja un medio, mientras que para el purasangre su hoja es su fortuna, su casa, su placer, su dominio: los otros acaban convirtiéndose en personajes importantes; el purasangre vive y muere periodista.

Los propietarios-redactores en jefe-directores-gerentes de periódicos son ávidos y rutinarios. Semejantes —ellos y sus hojas— al gobierno al que atacan, tienen miedo de las innovaciones y perecen muy a menudo por no saber hacer las necesarias inversiones y estar *en armonía con el progreso de las luces*.

AXIOMA

Todo periódico que no aumente su masa de suscriptores, cualquiera que ésta sea, está en decadencia.

Un periódico, para tener una existencia larga, debe ser una reunión de hombres de talento, debe *hacer escuela*. ¡Desgraciados los periódicos que se apoyan sobre un único talento!

La mayoría de las veces, cuando el director siente celos de las personas de talento que le son necesarias, acaba rodeándose de gentes mediocres que le adulan y que terminan por convertir su periódico en una baratija. Siempre desaparece *el periódico mejor hecho de París*.