

La ruta del periodismo iberoamericano

Por: Néstor Impemba. 13/03/2021

¿Está herida de muerte la sensibilidad? ¿Es la noticia hoy hija del pragmatismo? No creo que el Comunicador veraz pueda caer tan bajo. No somos superiores a nuestros conciudadanos; sólo nos preparamos para divulgar la verdad entre ellos. ¿Nos tocó una época difícil? La crisis es global y en su caída, los “eternos ganadores” arrastran al habitante y al hábitat. Quieren que todo parezca cambiar para que nada cambie; que los mismos que destrozan figuren en la lista de los constructores. Pues bien, demos la batalla de la verdad contra la posverdad.

Los Periodistas estudian

Uno de los problemas centrales que dificulta la liberación de los pueblos es la difusión de la información. Si nos remitiésemos a la problemática de la Cultura y la Educación caería, en un casillero nada despreciable, la función comunicacional. Y caería allí biunívocamente, porque el comunicador necesita receptores sensibles y porque necesita diagramar su propia preparación. Preparación que surge de lo escolástico clásico y general, pero que tiene un costado sensible en la percepción del entorno con sentido crítico. Esto último no viene de ninguna institución; viene de nuestras propias entrañas. No estoy sentenciando a muerte a las instituciones de enseñanza, sino cuestionando la relación entre la currícula de un graduado (no importa el área del conocimiento) y su capacidad para entender el nicho en que se desarrolla. A veces, la necesidad de cumplir con un programa educativo que se nos impone nos sustrae del contexto en que vivimos. Nadie mejor que un Médico para decirlo: en el último año de carrera no se pasa por la mente leer un diario o un libro que no sea de la carrera. Allí, título en mano, hay que ingeniárselas para tomar contacto con el barro para entender al paciente de todos los días, o morir en la cultura del servilismo.

Llegamos entonces a la comparación: ¿debemos los comunicadores estudiar para servir a los medios? Alguien podría decirme: “económicamente no hay más remedio”. Otros podrían alzar la voz: “necesito un título”. Nadie discute ni la ventaja de una buena posición curricular ni mucho menos la necesidad de sostener una familia o un contacto con cursos extras, posgrados y demás. Pero perder la

sensibilidad social es un defecto que nos achica el horizonte. A algunos se los deglute como caramelos; a otros sólo le potencia su mal genético o hereditario. La pérdida de la sensibilidad ante los eventos cotidianos de nuestro hábitat puede, entonces, ser una deformación que arrastra el individuo, o una cesión: un rendirse.

Los Periodistas son formadores

Entonces inventamos la gran idiotez: la objetividad. O sea: el cuento de la objetividad es como el cuento de la democracia; yo soy objetivo porque soy democrático. Permito que todos se expresen. Permito que todos me permeen con su concepción de la realidad. No podemos ser falsos con nosotros mismos. Cuando nos vamos a dormir, sabremos si hicimos lo justo o lo conveniente. Pero no podemos creer que la verdad nos fue revelada por los dioses, ni que la extrajimos de una sesuda elaboración que un jefe llama “estilo”.

Lo concreto es que, una vez vuelto comunicador, uno se dedica a ir a fondo en su vocación. Pero sólo será comunicador en serio cuando resuelva la contradicción entre “comunicar cultura” y “comunicar información”. La cultura es esa extraña cosa que incluye dos elementos, como un yin y yang: la incorporación y el atavismo. Lo primero es el sumar conocimiento y dar las herramientas para que los demás lo sumen. Lo segundo es esa sensación de pertenencia que vuelve al ser “locativo”, devoto de señales que hacen a su terruño. Si los comunicadores son demasiado “incorporacionistas” (yin) enviarán un mensaje que, de tan global, puede ser mal interpretado por sus receptores: arriesga a terminar en un supuesto mensaje de que “afuera las cosas son mejores”. Si en cambio uno es demasiado atávico, demasiado entusiasta (yang) de lo propio, corre el riesgo de volverse fundamentalista de lo nativo, y entonces el mensaje equívoco puede ser “nos invaden los extranjeros”, nos culturizan. Como el yin y el yang, el equilibrio entre defender la cultura del “locus” propio y ser internacionalista para bien, es una relación oscilante. Delicadoequilibrio, como el fundamento de la vida de la medicina china: pequeñosdesequilibrios que van y vienen. Los que caen en excesos para un lado o para el otro, terminan abandonando la comunicación por la puerta de atrás. A veces ocurresin darse uno cuenta. A veces no es más que algo que estaba en el ser: desfasajede clase, cuna, o conveniencia. Cambiar la información por la deformación. En vezde informar, contribuir a la infodemia. Como por ejemplo, se “informa” que EvoMorales “había abandonado Bolivia en medio de denuncias de fraude y revueltassociales”. No hubo, según este sujeto, ningún golpe de estado. Y este es el casoque propongo estudiar.

Deformando voy

El problema básico es la mentira: instalo un concepto falso y lo repito por todos los medios. Cuento con radio, tv, papel, tinta, y redes. Los que piensan distinto son ahogados por el poder económico, o por el poder armado (a veces uniformado, a veces no necesariamente). Ideológicamente, se impone el concepto nazi de que la instalación de la mentira se produce machacando sobre la cabeza del pueblo. Allí inicia la vida del neologismo “relato”. Un relato es, hoy día, una farsa que se construye para justificar un statu quo, atrayendo la atención hacia el falso logro de su creador y/o al falso delito de su oponente. No es construible sin el poder mediático, porque el relato tiene que llegar a la masa, y encarnar en ella a través de su repetibilidad (no la científica, sino la anticientífica). Al poder concentrador de los instaladores del relato, al brazo difusor de la mentira, se le llama genéricamente “medios hegemónicos”. Consiste en un conglomerado más o menos descifrable de

organizaciones en que habitan los comunicadores “cool”, quienes a partir de su salario y/o estímulo extraordinario invitan a la masa a tragar el anzuelo del patrón. Al presente, tienen un recurso y un contrarrecurso: el primero es el relato, y el segundo es la invisibilización. O sea que nuestro problema comunicacional tiene dos pilares: el de lo que cuentan mal y el de lo que nos niegan a los ojos y oídos. Por ejemplo, en la prensa argentina el tema del plebiscito chileno duró un lunes; el martes el tema eran las tomas de terrenos y la propiedad privada. Segundo ejemplo: la primera vacuna anti Covid en aplicarse es rusa pero no tiene aprobada la fase 3. Cuando nada alcanza para tapar la realidad, el empeño de los incomunicadores tiene aún otro recurso: el peroísmo.

¿Qué es el peroísmo? Cuando ya la realidad lo pasó por arriba, cuando ya el sol no se tapa con una gorra, el peroísta encuentra un pero. O sea, la vacuna viene, pero es rusa. El Ministro de Economía arregló con todos los buitres del capital privado pero falta el FMI. La cuarentena permitió que no colapsara el sistema de salud pero fue muy larga. El Presidente inauguró una obra pública pero habló sin barbijo. Si tanta sagacidad para encontrar el pero se empleara para culturizar a la gente, el Planeta estaría en equilibrio ecológico. Pero eso sería nefasto para el patrón del peroísta.

Entonces, ¿qué hacemos?

Los comunicadores conscientes de Iberoamérica, aparte de no dejar de hacer la tarea que hacemos hoy, debemos intensificar el contacto mutuo. Cada uno vive una realidad local, pero está geopolíticamente inmerso en una situación globalizada, que es muy difícil de tener presente en general por la dimensión que lo global ha tomado. No basta con querer ser geopolíticamente correcto; hay que ejercitarlo. Los desafíos son: enfrentar la farsa del relato hegemónico y acelerar la mente hasta igualar la velocidad de los hechos. Las realidades son variadas: mínimamente, no es lo mismo ver el mundo desde la Península Ibérica o sus inmediaciones, que desde Centroamérica, México y el Caribe, o desde Sudamérica. Todas esas partes requieren de un registro organizado para no naufragar. Sólo con la unidad se puede sistematizar información para bien de las multitudes, a las que positivamente pertenecemos. Nuestras visiones tienen sesgos. Una de las causas es que no vivimos en una economía igualitaria. Este problema aleja a Europa de América de un modo que puede ser mortífero para los intereses comunicacionales sanos.

Por otro lado, y es mi situación, recién al lograr sentarme y hacer más uso de los

medios electrónicos (esquivos para mi generación) he podido reconocer mi ignorancia sobre la situación de naciones hermanas. Algunas lejanas, otras a tiro de piedra. Pero ignoradas porque yo vivo en un sitio donde la ignorancia tiene dos precios: para el que la padece uno y para el que la genera otro. En el tema del “precio” se incluye la descapitalización de los medios pequeños, muchos de los cuales son desfinanciados al negarles por ejemplo las pautas oficiales que la ley de muchas naciones marca. O simplemente porque no cuentan con “mecenazgos” que condicionan los decires de los vendidos.

En definitiva: si todos los que sentimos que hay una batalla global entre los comunicadores y los hegemónicos nos juntamos más, podemos ingresar a la tercera década del Siglo como parte de una realidad. Realidad más equitativa, más ecológica (tema que a muchos nacidos en la mitad del siglo XX se nos había escapado), más cuidadosa del desposeído y menos basada en la siniestra posverdad. Tendremos diferencias de enfoque, seguro. Pero lo que le pedimos a los líderes políticos y sociales, unidad, nos obliga a ejercitarla. Yo tengo mucho que aprender de Ustedes. Pero juro dar de mí lo que a Ustedes les sea útil. Un abrazo.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Pressenza

Fecha de creación

2021/03/13