

Retos del periodismo en tiempos de la cólera social

Por: Jorge Zepeda Patterson. 16/05/2021

Los tambores de guerra entonados todas las mañanas por López Obrador son un ruido ambiental que prende fuego a la pradera y desfavorece el ejercicio periodístico imparcial y profesional

Al periodismo en México le llueve sobre mojado. Un Presidente que lo ataca todos los días y un mundo digitalizado en el que nadie quiere pagar por la información, que ahora es gratuita. Lo primero, la belicosidad presidencial ha hecho trizas el supuesto espíritu de imparcialidad y equilibrio que el periodismo tendría que profesar; lo segundo, la blogosfera y las redes sociales han puesto en jaque la noción misma del oficio periodístico (ahora todos “lo practican”) y, sobre todo, han colapsado el modelo de negocio que funcionó dos siglos, durante los cuales la información periodística fue un producto con valor en el mercado y, por ende, éste remuneraba al profesional dedicado a producirla.

La doble crisis, la polarización política en México y el desplome en los presupuestos destinados a la producción informativa profesional, ha provocado lamentables cambios cualitativos y cuantitativos en la forma de hacer periodismo en nuestro país. Por un lado, se empobreció, y por otro se frivolizó y politizó. Hoy las redacciones de los periódicos y de los noticieros de radio y televisión son una fracción de lo que fueron y la inversión en reportajes y personal calificado se ha desplomado.

Hacer investigación de fondo, ofrecer distintas versiones de una noticia, verificar contra la realidad un dato, darse el tiempo y los recursos para construir contextos que ayuden a entender un fenómeno se convirtieron en lujos excepcionales. Y no solo porque son prohibitivos para los exiguos presupuestos de medios que luchan simplemente para ver el día siguiente. También porque a nadie parece importarle. “Vende” más una nota sensacionalista cargada de adjetivos y hecha sobre las rodillas que un reportaje de fondo (más caro de producir). Tiene más éxito una columna de opinión nutrida de descalificaciones sumarias que empatan con odios y pasiones que otra que intente matizar o entender la verdadera naturaleza de esas pasiones. Es mucho más viral el insulto que la reflexión, el infoentretenimiento que la realidad documentada, el periodismo partisano que el periodismo profesional.

Se me dirá que este fenómeno no es privativo de México. En mayor o menor medida está sucediendo en todo el mundo y es un subproducto de la sociedad digitalizada e

interconectada. No obstante, estas tendencias se exacerban y distorsionan de fea manera en nuestro país por dos factores locales: el cambio en la asignación de partidas de publicidad oficial y, sobre todo, por la batalla explícita y cotidiana entre el Presidente y buena parte de los medios.

Lo primero, la disminución y reasignación del gasto publicitario del gobierno federal es, en principio, una medida sana. Grosso modo, la 4T gasta la tercera parte que la administración anterior; la mayor parte de estos recursos estaban destinados a las grandes empresas de comunicación y a una élite de periodistas millonarios convertidos en empresarios facturadores a través de blogs personales y agencias de servicios (una versión moderna del llamado “chayote”). Los motivos pueden haber sido legítimos, pero en la práctica el retiro de la publicidad representó para los grandes medios un golpe devastador, porque eran ingresos que ayudaban a compensar el desplome económico que venían padeciendo desde hace lustros las salas de redacción de diarios y noticieros. No estoy apelando al regreso de tales transferencias de dineros públicos, simplemente dando cuenta de un fenómeno que afectó de la noche a la mañana la vida misma de las principales fuentes de trabajo para los periodistas.

Los tambores de guerra entonados todas las mañanas por López Obrador son un ruido ambiental que prende fuego a la pradera y desfavorece el ejercicio periodístico imparcial y profesional. El Presidente ha argumentado que, a diferencia de otros mandatarios, él tiene en su contra a una prensa que combate su proyecto social y, en esa medida, distorsiona, miente y hace propaganda para dinamitar a su gobierno. Bajo esa premisa, él considera legítimo e indispensable “su derecho de réplica” para exhibir tal propaganda y evitar el engaño de la opinión pública. A estas alturas dilucidar cuál de ellos comenzó el pleito es tan ocioso como encontrar el origen del huevo y la gallina. Es decir, si el criticismo de prensa, comentaristas y columnistas está influido por los ataques verbales de López Obrador y sus decisiones presupuestales, o viceversa, si el mandatario se cree obligado a parar los golpes que todos los días le propinan sus críticos “mal intencionados”.

Los insultos y descalificaciones del Presidente están a la vista, pero también lo están las portadas completas de diarios nacionales dedicadas no a informar sino a inventariar solo aquello que pueda perjudicar a su rival. Y tampoco podemos ser inocentes al respecto. El periódico Reforma eligió hacer política abiertamente desde el momento en que decidió quitar de la dirección a un periodista, René Delgado, y entregársela a un activista político, sin experiencia en prensa pero conocido por su oposición al obradorismo, Juan Pardinas (a quien respeto por razones ajenas al periodismo, aunque lamente su incursión en esta causa). Una decisión que, a mi

juicio, compromete lo mucho que le debemos a un diario que tanto hizo para profesionalizar y refrescar la prensa de la capital.

¿Hay condiciones para hacer un periodismo auténticamente profesional en México en tiempos de tanta cólera social? Fácil no resulta, pero justamente porque existe esta cólera es que nunca como ahora se han requerido puentes para comunicar a una parte de la sociedad con la otra. Hay dos proyectos de nación en disputa y quienes los detentan quieren convencernos de que el otro es inadmisibile. La polarización no acepta medias tintas ni toma heridos ni prisioneros. El problema es que las dos tienen enormes actores sociales que no están dispuestos a renunciar a su idea de país. Y como una de las partes no podrá echar del territorio a la otra, más nos vale entender que estamos condenados a compartir la nave. Mal sería alternar gobiernos en los que el entrante destruya lo que hizo el anterior una y otra vez o, peor aún, que una de las partes intente por la fuerza acallar a la otra.

Es allí donde resulta clave el periodismo capaz de contextualizar, enriquecer y hacer posible la tolerancia, comunicar por encima de las diferencias, ofrecer distintos puntos de vista, explorar las soluciones que anidan en la sociedad para resolver conflictos y problemas. Quizá sea imposible convencer a una de las partes en favor de la otra, pero al menos podríamos intentar que ambas respeten las razones por las cuales piensan de manera diferente. Y eso solo se consigue si salimos de la polarización, de las descalificaciones, de las visiones maniqueas y de la satanización del contrario y propiciamos la necesidad de aceptar a los muchos Méxicos que existen, además del nuestro, pese a que no nos guste lo que piensen. No se trata de hacer un periodismo cómodo al Presidente, pero tampoco de hacer el periodismo satanizador y partisano que ahora prolifera. De eso sobra en las redes sociales. Se trata de hacer el viejo y buen periodismo sometido a los códigos que hicieron de esta tarea una profesión digna y socialmente necesaria.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Percepción

Fecha de creación

2021/05/16