

Sheinbaum y los medios: retos compartidos

Por: Gerardo Albarrán de Alba. 12/07/2024

Hay quien la ve fría, seca, distante. Yo la prefiero así a visceral, estridente y demagoga. Me preocupa la incertidumbre de su talante, mimetizado como ha estado su discurso con el presidente, pero quiero creer en que el perfil científico de Claudia Sheinbaum –técnico, que no tecnócrata– la dota de un pensamiento estructurado y sistémico, ideal para la toma de decisiones racionales que la prevengan de tentaciones propias y ajenas.

Son muchos los desafíos que encara la primera presidenta de México, y ya cada tribuna especializada está dando cuenta de ellos. Aquí me ocupo de una de las interrogantes que Sheinbaum deberá despejar y que cruza todos los ámbitos: los términos en que establecerá su relación con los medios.

Personalmente confío en que habrá de alejarse de los excesos en que incurre el todavía presidente Andrés Manuel López Obrador (entendibles muchos de ellos, pero todos injustificables) al denostar a periodistas y comentaristas específicos que no son referentes deontológicos del periodismo profesional (el problema es que, para ello, hace constantes generalizaciones que incluyen a todo el gremio, algo que –por lo demás– ha hecho con casi todos los grupos sociales, organizados o no).

Apuesto a nuevas formas desde la Presidencia de la República. Mi optimismo parte del hecho de que Sheinbaum no ha acumulado agravios mediáticos en su contra como los sufridos por López Obrador en las últimas tres décadas; no arrastra cuentas por cobrar que condicionen su percepción y trato. Este positivo permite esperar una relación abierta con todos los medios.

Una primera señal de aliento sería retomar la necesidad de una ley general de medios que parta del reconocimiento de los agentes informativos como organizaciones de interés público y, a partir de esta categoría, fije reglas transparentes y verificables de distribución del gasto en publicidad gubernamental y de estímulos fiscales, como ocurre en varios países de Europa y Norteamérica; además de reconocer el valor democrático de los órganos constitucionales autónomos como el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y

Protección de Datos Personales INAI) y del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), así como de una Suprema Corte de Justicia que proteja el constitucional derecho a la información de la sociedad.

De paso, esto sentaría las bases para que el gobierno de Sheinbaum tuviera una Vocería dedicada a la comunicación social, no a la propaganda.

Oposición embozada

Por su parte, la derecha mediática enfrenta el desafío de mirarse al espejo y reconocer su descomposición.

Intelectuales, periodistas y académicos que integran la comentocracia de este país salieron del clóset al firmar el llamamiento a votar contra la candidatura de Claudia Sheinbaum. Tienen derecho a hacerlo, faltaba más. Yo desconfiaría de una derecha que no defiende sus ideas, pero tengo más recelo de una derecha que denosta y miente en lugar de argumentar, que manipula en lugar de demostrar.

Lo que preocupa y alarma es la posibilidad de que insistan en ser una prensa militante, en que pasen de ser un necesario contrapeso social en una democracia liberal a ser una cada vez menos embozada oposición política que protagonice asonadas golpistas, como ya se ha vivido en varios países latinoamericanos.

La prensa tradicional mexicana apostó a una estrategia goebeliana de contrapropaganda, repitiendo miles de veces mentiras, exageraciones, tergiversaciones, descalificaciones e insultos contra el gobierno de López Obrador, sin reparar en que les era contraproducente: los receptores a quienes se dirigían (un supuesto electorado), abrumados por las repeticiones, terminaron en un estado de asco y náusea, y advirtieron la operación de manipulación. Fatigados, buscaron otras voces y las encontraron en el extremo contrario, en la propaganda oficialista; o, en el mejor de los casos, en ejercicios cada vez más abundantes y afortunados de periodismo independiente.

En suma, fracasó la tarea permanente del poder mediático oligopólico para eliminar las visiones disidentes, aquellas que no se someten a la unicidad del mensaje del *status quo* desplazado este sexenio. Fracasó esta vez, pero el poder es el poder, como apuntaba el filósofo argentino José Pablo Feinmann: cada proceso electoral significa para ellos una nueva oportunidad de recuperar lo perdido.

Aun así, la derecha mediática tiene opciones: hacer un periodismo profesional, riguroso, intelectualmente honesto, dirigido a la sociedad y entendiendo las nuevas formas de consumo informativo, que no se agotan en formatos y plataformas, sino que exigen valores democráticos claros. Un periodismo que también sea escrutado por la sociedad y a la que le rinda cuentas.

Es difícil que la prensa tradicional se aleje de las posturas polarizantes que sirven a grupos de interés (de los que ella misma forma parte) y de los poderes fácticos (de los que es aliada estratégica), pero no es imposible (y empezamos a ver ejemplos esperanzadores, como lo que hacen ya en la Organización Editorial Mexicana, la vieja OEM). Más le vale, está en juego su sobrevivencia, sumida como está hoy en la irrelevancia política y social.

Retos compartidos

Tanto los grandes medios corporativos como el futuro gobierno de Sheinbaum deben renunciar a la construcción mediática del enemigo político que les caracterizó este sexenio. El desafío para la prensa tradicional es reconvertirse en lo que históricamente no ha sido: un motor de los procesos democráticos, ágora de la pluralidad, agente de inclusión social y verdadero contrapeso de

todos los poderes, no sólo del político. Para el gobierno federal (y, por extensión, los gobiernos estatales y municipales), el reto es desarrollar una mirada incluyente que reconozca el derecho a las diferencias y sume sus potencialidades. Son condiciones indispensables para el establecimiento de un debate público sano, diverso y fructífero.

El futuro gobierno de Sheinbaum necesita una crítica honesta, particularmente desde la derecha mediática, que tiene la oportunidad de demostrar que es capaz de proponer y construir, en lugar de denostar y destruir, como lo hizo a lo largo del gobierno por terminar. Pero la presidenta Sheinbaum necesita aún más de una

crítica puntual desde su propia corriente ideológica que le signifique referentes para contrastar sus ideas y para valorar las consecuencias de sus decisiones. Sobre todo, que le impida obnubilarse desde el poder. Para eso se requiere de la honestidad intelectual de una prensa profesional que sea verdadero contrapeso,

por más que tenga algunas (o muchas) afinidades (y entre la que yo mismo me cuento) con una visión social del ejercicio gubernamental y de la administración pública (o precisamente por eso).

Este ejercicio exige humildad desde el poder para escuchar y entender, para ponderar y resolver en consecuencia.

A partir del 1 de octubre, Sheinbaum tendrá todo el poder, algo que no se vivía desde las elecciones legislativas federales de 1985, última vez que un partido tuvo la mayoría calificada para modificar por sí solo nuestra Constitución.

Ese poder debe servir para resolver todos los rezagos sociales, económicos, políticos y culturales que lastran al país desde hace décadas, más los que se acentuaron en este sexenio, entre los que destacan feminicidios, desapariciones forzadas, crímenes contra ambientalistas y personas defensoras de derechos humanos, ataques y asesinatos contra periodistas, así como la escalofriante impunidad que los alientan.

Insisto en mi optimismo. Tener a nuestra primera mujer presidenta debe humanizar la política y sus 23 formas, poniendo en el centro los derechos humanos y la perspectiva de género.

Esto no se trata de cambiar un Tlatoani por una Tonantzin. En la construcción de un nuevo régimen deben primar todas las virtudes de un Estado Democrático y Social de Derecho. Ojalá la presidenta Claudia Sheinbaum construya, sí, un nuevo régimen en México: un régimen de libertades y derechos para toda nuestra sociedad.

Este texto se publicó originalmente en el número 293 de la revista Zócalo y se reproduce con autorización del autor.

**Gerardo Albarrán de Alba es periodista desde hace 46 años. Actualmente es defensor de la audiencia de la Alianza de Medios de Periodistas de a Pie, luego de ser News Ombudsman en MVS Radio y defensor de las audiencias de Radio Educación, de Radio Universidad de Guadalajara y su canal 44 de televisión, y de Ibero 90.9, la radio de la Universidad Iberoamericana. Estudió una Maestría en*

Comunicación y un Doctorado en Derecho de la Información. En (eX)Twitter es @saladeprensa.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Oaxaca media

Fecha de creación
2024/07/12