

Tapar el sol con un dedo

RAYMUNDO RIVA PALACIO

Si la primera prueba de una relación más transparente con la prensa mexicana fuera la honestidad intelectual del gobierno mexicano, los voceros de la Presidencia de la República hubieran sido reprobados y enviados al rincón castigados.

En septiembre pasado la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia anunció que a partir del siguiente viaje internacional del primer mandatario los periodistas que quisieran hacer la *cobertura* de la gira tendrían que pagar su transporte, hospedaje y alimentos.

Perfecto.

Un vocero de la Presidencia, en lo que Los Pinos consideró como la posición oficial, abundó la explicación de la medida en una entrevista con la revista *Proceso*: "En el fondo se responde a un requisito de credibilidad que exige la opinión pública. Esta medida está diseñada para traer como resultado el hecho de que todos salgamos ganando..."

"...El gran ganador de todo esto será el lector, el radioescucha, el televidente de toda la república, porque llegará a sus manos un producto sano que no tendrá sospecha de contaminación propagandística, y además recibirá un producto fruto de la mayor competencia profesional. Es decir... uno de los efectos de la medida será que se incrementará la competitividad entre los comunicadores".

Ojalá las cosas fueran tan simples, y que una medida diminuta en el contexto de las relaciones prensa-gobierno fuera suficiente para cambiar las formas y los procedimientos, la práctica y los vicios de la prensa mexicana. Pero nada es automático, como quedó demostrado durante la gira del presidente Carlos Salinas de Gortari, en la primera semana de octubre.

En la primera *prueba de fuego* para la prensa y los comunicadores oficiales, la ceremonia de *inicialización* del Tratado de Libre Comercio el 7 de octubre en San Antonio, las palabras se hundieron en la realidad.

Cuatro de los diarios considerados entre los *principales* de México: *Excélsior*, *El Universal*, *El Sol de México* y *El Heraldo de México*, entregaron a sus lectores la mañana del 8 de octubre un total de 15 informaciones.

Excélsior y *El Sol de México* publicaron, cada uno, una nota del discurso del presidente Salinas, otra con el del presidente George Bush, y una más con el discurso del primer ministro canadiense, Brian Mulroney.

El Heraldo de México publicó en una nota sola las palabras de Salinas, y las de Bush y Mulroney las juntó en otra información. *El Universal* editó los tres discursos en una sola.

Tanto *Excélsior* como *El Universal* y *El Heraldo* publicaron las palabras que pronunció el secretario de Comercio, Jaime Serra Puche. Adicionalmente, *Excélsior* publicó un recuento de lo que es el pacto trilateral, y *El Universal* y *El Heraldo* complementaron sus primeras planas con dos crónicas para reflejar el ambiente.

¿Qué recibieron los lectores mexicanos?

Salvo las crónicas y el recuento, palabras. Es decir, discursos. O sea, retórica. El tipo de cobertura que imaginaron los voceros presidenciales en la entrevista con *Proceso* se manifestó en el mismo tipo de cobertura, esquema y práctica de las giras presidenciales que cuando la Presidencia cargaba con todos los gastos.

Ninguna diferencia. No hubo antes y después, sino continuidad.

Como comparación, los periódicos estadounidenses *The New York Times*, *Los Angeles Times* y *The Washington Post*, publicaron una sola información en sus primeras planas. El diario especializado *The Wall Street Journal*, muy en el tono de su línea editorial, le dedicó 11 líneas en la parte superior de su primera plana.

Más significativo aún, la prensa estadounidense se alejó de la retórica, la declaración, y priorizó los hechos, los datos, la contextualización.

En la entrevista con *Proceso* el vocero de la Presidencia dijo también que uno de los beneficios de que los periodistas pagaran sus gastos sería "el mejoramiento en la calidad de la información".

Una vez más, se quedó en buenos deseos.

En todo ese alud de informaciones publicadas no sólo por esos cuatro diarios mexicanos, sino por el resto de la prensa de la ciudad de México, se soslaya un punto importante que no dejan pasar por alto los medios estadounidenses: que la *inicialización* del pacto comercial en San Antonio fue utilizada por el presidente Bush como parte de su campaña en busca de la reelección, en un estado donde se siente amenazado por el candidato independiente Ross Perot.

The New York Times publicó en el primer párrafo de su información:

"Tratando de obtener la ventaja de los temas de política exterior que han estado ausentes en su campaña, el presidente Bush voló hoy la mitad del país para promover un acuerdo comercial que sus consejeros

esperan mejorará su fortuna en el crucial estado de Texas, aún si lo pudiera herir en otras partes del país". *The Washington Post* reportó desde San Antonio al comenzar su información: "El presidente Bush mostró su compromiso con el Tratado de Libre Comercio en la ceremonia de *inicialización*, aunque podría haber sido hecho con menos fanfarria en la oficina de la representante comercial Carla Hills".

Y *Los Angeles Times* señaló en el tercer párrafo de su información:

"...Pero el escenario adornado con banderas proveyó a Bush con una nueva fase de campaña, mientras acuñaba elogios para sus vecinos e, indirectamente, cuestionaba las objeciones de sus rivales demócratas al pacto".

El ocultamiento casi sin excepciones en la prensa mexicana del contexto electoral de la visita a San Antonio, echó una vez más por la borda la expectativa del vocero de Los Pinos, quien dijo a *Proceso*: "(Los medios) ya no tendrán sobre sí la sombra de la sospecha de que están coartados en su libertad de expresión o que están manipulando la información por el hecho de que fue recogida en un viaje que fue pagado por el gobierno". Para efectos de mejoramiento de la calidad de información de la prensa mexicana, es irrelevante la medida tomada por Los Pinos. La comparación entre la prensa mexicana y la estadounidense y las deficiencias resultantes de esa analogía pueden reproducirse casi siempre en un análisis frente a la prensa en otras naciones.

La forma como se hace periodismo en México ha llevado a la profesión a uno de los últimos lugares de calidad en el continente: quizás la mala calidad de los medios en México sólo sea comparable con la de Perú, pese a que en este país sí hay periodistas de gran talla y nivel para trabajar en medios internacionales.

El problema de la prensa en sí misma, y de las relaciones prensa-gobierno, no se resolverá por decreto o con declaraciones. La retórica, muy propia de la cultura política mexicana, carece de consistencia y seriedad, y no conduce por ningún buen camino.

Por lo que respecta a los usos y costumbres en el ejercicio periodístico, hay que admitir que las técnicas de redacción periodística no se modificarán con las palabras huecas de los voceros oficiales, sino con la aplicación de las técnicas periodísticas en el quehacer diario.

Modificar los mismos usos y costumbres en las relaciones prensa-gobierno no es labor de un día, ni de una gira, ni de una medida por ahora limitada. Es una tarea colosal que va, inclusive, más allá del ámbito de las relaciones prensa-gobierno y se inserta en la lucha por la democracia. No existirá transparencia en las relaciones entre ambas instituciones si las reglas están fuera de los marcos jurídicos y constitucionales, y si continúan siendo permeadas por la corrupción y las canonjías.

Los discursos triunfalistas pueden guardarse para la sobremesa, pero si se quiere evitar el engaño a la sociedad habrá que meditar bien las palabras antes de pronunciarlas. Las palabras, sin los hechos, son demagogia. Pretender que el cambio de las relaciones prensa-gobierno tiene un arranque firme por el solo hecho de que los periodistas pagaron sus gastos de viaje, es como querer tapar el sol con un dedo.

Menos frases hechas, más acciones por parte del gobierno y prensa, tienen que llevarse a cabo. Si la Presidencia ha decidido acabar con las simulaciones no estaría mal que comenzaran con ellos mismos.