

Reinventar el periodismo

RAYMUNDO RIVA PALACIO

Si los planes se empatan con los deseos, en el otoño de 1993 un nuevo periódico estará circulando por las calles de la ciudad de México. Sin nombre aún, ese diario será resultado del esfuerzo combinado de dos organizaciones periodísticas serias y responsables: *El Norte*, de Monterrey, y *The Wall Street Journal*, de Nueva York.

Sus intentos no están solos. *El Universal*, que inició contactos para vincularse con la televisión por cable Multivisión, también está buscando una asociación con un diario de Estados Unidos para iniciar la publicación de un periódico en inglés en la ciudad de México, a fin de hacer la competencia a *The News*, el único medio en ese idioma que circula diariamente en este país.

Emilio Azcárraga, quien recientemente adquirió la mayor parte de las acciones de *Ovaciones*, comenzará al frente de Televisa en diciembre una revisión cuidadosa de los cambios que harán en Univisión, la cadena de televisión hispana más grande en Estados Unidos, de la cual son dueños de un porcentaje importante. Y tampoco han perdido la esperanza de vincularse al diario londinense *Financial Times*, para editar una versión en español del influyente periódico.

En efecto, la estructura de los medios de comunicación mexicanos se está moviendo aceleradamente por primera vez desde las elecciones presidenciales de 1988, cuando ante los reajustes que se hicieron a las diversas instituciones del país, ésta fue la única que permaneció estática. Sin embargo, los cimientos de esos edificios corporativos, el cuerpo y el alma que les han permitido erigirse en lo que son, se encuentran en una dinámica de conflicto.

Hacia el interior de las redacciones mexicanas, salvo unas cuantas excepciones, no se han venido tomando medidas correctivas que permitan hacer frente a los retos que presentan las nuevas tecnologías en la información, donde nada es lejano ni extraño, donde los acontecimientos son conocidos en cuestión de segundos, con todos los detalles gráficos posibles. Los receptores tienen mayores niveles de información procedente de distintas fuentes y adquirida a gran velocidad, lo que los convierte en una clientela demandante y exigente, que obliga a un replanteamiento o, se podría decir, una *reinención* del periodismo escrito.

En la prensa no bastó informar, por ejemplo, que el transportador espacial *Challenger* explotó, pues 24 horas antes de que alguien leyera esa noticia, ya era historia: la televisión se encargó de repetir la escena de la explosión una y otra vez, y de recoger el drama y el horror con que concluyó un vuelo de 75 segundos. Tampoco fue suficiente sólo informar que asesinaron a Anwar El-Sadat en Egipto, pues la misma televisión mostró minutos después del crimen cuántas personas lo cometieron, las armas que usaron, los movimientos que realizaron, a quién victimaron o quiénes se salvaron.

Con las nuevas tecnologías, el periodismo escrito ya no puede limitarse a la primitiva descripción de comunicación de Condillac, que dice que por la necesidad de comunicar sus pensamientos a través de sonidos el hombre ha sentido la necesidad de hacerlos conocidos a personas que estuvieron ausentes en el momento en que se dieron los acontecimientos. Consignar en la prensa escrita un hecho, frente a la velocidad de la radio y la fuerza de la televisión, obviamente ya no basta; hay que ir más a fondo.

Por ejemplo, en Alemania los jefes de redacción están señalando a los periodistas empíricos que las informaciones que producen no tienen el suficiente contexto ni los antecedentes necesarios para atrapar a sus lectores y arrebatarlos a la televisión. La crítica que les hacen es que ya no están logrando explicar adecuadamente un fenómeno. En el fondo, los alemanes, al igual que los estadounidenses y los españoles, por mencionar dos puntos periodísticos de referencia en México, hablan de competitividad. ¿Cómo tener la calidad suficiente para hacer que los periódicos se sigan leyendo, pese a las desventajas de los estímulos audiovisuales que dan los medios electrónicos? Ese debate desarrollado en diversos países, donde la prensa escrita está buscando encontrar los mejores caminos para llegar a sus lectores, no se está dando, lamentablemente, en México -pese a que la baja circulación de los periódicos refleja un sistemático alejamiento de los potenciales lectores que pudieran tener. Uno, ciertamente, puede encontrar las razones del fenómeno mexicano en la negligencia o ignorancia de los editores para con sus reporteros o reporteras, a quienes les dan una carta de impunidad para burlarse de los lectores, a quienes les muestran las mismas deficiencias.

Por ejemplo, el corresponsal en Washington de un importante diario mexicano, no tiene ningún prurito ético para *empaquetar* informaciones varias y darle un *ángulo mexicano* aún cuando esto signifique la tergiversación de la información. Tampoco se detiene para inventar declaraciones a importantes personalidades de Estados Unidos, pues su objetivo no es informar a un público, sino conseguir los principales titulares. Este fin lo ha logrado a costa, claro, de una dosis de credibilidad personal y del medio al que representa.

En el otro extremo, había un director de periódico que solicitaba a su corresponsal en Estados Unidos información *algo* escandalosa, para que pudiera atrapar el morbo de sus lectores, una práctica que se refleja cotidianamente en la prensa mexicana, como en una ocasión que una reportera viajó a

Centroamérica y le dijo al corresponsal del mismo diario: "Si quieres que tu información se vaya a primera plana, debe llevar sangre en la entrada".

La combinación de la irresponsabilidad y la falta de ética con la poca preparación de un buen número de periodistas mexicanos es alarmante. En una ocasión, un periodista que acompañaba al presidente Carlos Salinas en una gira por Colombia, gritó en el autobús de prensa que los transportaba del aeropuerto al hotel: "¿Sabe alguien cómo se llama el presidente colombiano?". En otra reciente, un cronista quiso mostrar su acervo informativo en un texto sobre la monarquía británica, para lo cual se apoyó en las descripciones de la revista *Ola* -el problema para quienes lo leyeron en México es que la revista a la que se refería era *Hola*.

Han habido otras anécdotas antológicas. Una fue la de aquel reportero, en activo y en la cima, que no cumplió su orden para cubrir una conmemoración a Federico García Lorca, por lo que decidió, para evitar el castigo, *entrevistar* al poeta que había muerto décadas atrás. Otro más, que quiso mostrar erudición política, escribió sobre "los filósofos Ortega y Gasset". Y no fue sólo terrible que hayan cometido esas erratas, sino, peor aún, que se hayan publicado.

Un periodismo planteado con esa superficialidad, no podrá hacer frente a ningún desafío serio que se le presente. Se requiere un mayor rigor en los medios, ya que la ética y el profesionalismo son las primeras víctimas de la prensa. El reto es dar el salto a la competitividad, y depurar el gremio y los medios en su conjunto.

Hay y ha habido en México periodistas de gran calidad y reconocido talento y capacidad. Se tiene la vena, el ímpetu, la pasión. No es justo que por la miopía de unos se perjudique la mayoría. La prensa mexicana tiene el derecho y la obligación de crecer. Un debate sobre el rigor profesional, la preparación técnica y de conocimientos, además de una revisión sobre ética, sería bienvenido y saludable para la sociedad en su conjunto.