



Toda gente

La crisis del periodismo

Armando Martínez Orozco

Escuela de Periodismo Carlos Septién García

Resumen

El periodismo del siglo XXI está en crisis. Al menos el que conocemos de forma tradicional. Las salas de redacción desaparecen y también los grandes edificios de imprenta, los cuales han mutado —ya sea por necesidad o por la economización de costos— a la internet. Es así que nos preguntamos, el periodismo de nuestros tiempos: ¿sufre una crisis?, ¿llegó la hora de su derrota?, ¿o simplemente cambiará sus espacios?

Palabras clave

Periodismo, reportero, crisis, información, posmodernidad.



Amparo Topete

The crisis of journalism

Abstract

The XXI century journalism is in crisis. At least we know the traditional way. Newsrooms disappear and printing large buildings, which have mutated -whether by necessity or economization of costs- the Internet. We question whether journalism of our times: suffer a crisis?, is defeated?, or simply change their spaces?

Keywords

Journalism, reporter, crisis, information, postmodernism.

La caída del imperio informativo

La tangible desaparición de las salas de redacción, el caos triple potenciado de la célere y efímera noticia contemporánea, las ancestrales amenazas de muerte a los periodistas críticos, el deterioro constante de la salud del reportero y una innegable necesidad informativa con calidad profesional intrínseca, nos hacen preguntarnos sobre el rumbo del periodismo del siglo XXI... o sobre su probable muerte, si seguimos visualizándolo en su arcaica forma clásica.

Ya vemos cómo la vieja escuela informativa —sus enormes máquinas industriales y las prodigiosas memorias, sustituidas ahora por facilidades tecnológicas— han sido derrocadas por la diosa internet y la tecnología celular, nuevas rémoras del hombre contemporáneo. Ahora, para bien o no, surge la noticia: un *tuit* de un funcionario público; una fotografía en *Facebook* del hijo de algún narcotraficante que presume lujos, fiestas y mujeres; o un video en *Youtube* de un anónimo transeúnte que grabó con su teléfono móvil el pleito de un diputado.

La compra del *The Washington Post*, en el 2013 por el dueño de *Amazon*, por 250 millones de dólares —la misma cantidad con la que Carlos Slim Helú, el segundo hombre más rico del mundo, salvó al *New York Times* de la bancarrota— hace que cualquier otro medio informativo tiemble en su angustia posmoderna y se vuelque al vértigo y a la desesperación inevitable.

Sigmund Freud (s.f.) explicó en su ensayo: *Inhibición, síntoma y angustia*, que la neurosis de angustia en las personas surge gracias a sus traumas sexuales infantiles. Es por eso, creo yo, que el dolor evidente de los medios de comunicación masiva, la inmadurez a la que estaban acostumbrados (léase, mentira) a vendernos, surge porque se confiaron enriqueciéndose con la blasfemia y la corrupción, y fueron ególatras dioses de una única verdad. El mundo cambia muy rápido y para su malestar, también sus monárquicos puestos. Esto ocurre gracias a que se negaron, como un pensamiento reprimido, a una simple cuestión: la honestidad.



Apabullados ahora por proyectos más interesantes (¡oh, por *El Faro!*), frescos y económicos, corren por sus oficinas, como caballos desbocados y llenos de desesperación y no hay exclusividad noticiosa que colme sus ánimos. La soberbia gloria de los vetustos medios de información, ha quedado atrás. Lo peor: también la de aquellos que se forjaron una leyenda y se hicieron de dignidad a base de grandes investigaciones periodísticas.

La fortuna —por ejemplo— del *The Washington Post*, que llevó a la dimisión de su cargo al reelecto presidente estadounidense Richard Nixon un 8 de agosto de 1974, al comprobarle que sus hombres cercanos utilizaban métodos de espionaje en las oficinas del Partido Demócrata. Los mismos símbolos internos y hasta *esnobs* del periodismo, caen ante los asombrados ojos de los abades tiritantes de sus representantes internacionales. La antigua algazara, digamos, de jardín de niños de las salas de redacción, ahora es reconocida por un ambiente frío e hiperinformado, con televisiones inteligentes por doquier, con un aire gélido como de desierto nocturno que pareciera más apropiado para las oficinas de los ejecutivos de Wall Street, donde hay redactores discretos y ensimismados en sus computadoras.

Se llevaron los cigarrillos, las largas y enriquecedoras pláticas reporteriles también. Todo tropieza. Y ahora, quienes intentamos un espacio en este nuevo y duro camino, somos menos que unos simples blogueros (así nos dicen) y nuestras salas de redacción suceden desde casa, con equipos de no más de tres personas.

Así se encuentra el periodismo de nuestros días, como un loco perdido en una calle de asaltantes. Esporádica desventura en *Twitter*, pasajera casualidad de *Facebook*. Lloremos, todavía que podemos, sobre el olor a vida nueva de la tinta sobre el papel periódico que se despide de la existencia como una anciana olvidada por sus hijos bastardos.

Periodismo del siglo XXI: El camino incierto

Acaso exageramos quienes pretendemos una profecía del periodismo en el siglo XXI. Tal vez, como el libro, no se agote la existencia de los medios impresos; quizá la información en radio y televisión siga el mismo rumbo y, de una u otra forma, las noticias de internet sólo sean una novedad pasajera, interesante, claro, pero que tendrá probablemente, y según mi parecer, más valor por su excentricidad tecnológica.

Al menos eso vislumbraríamos en el caso mexicano porque, de acuerdo con *La explosión del periodismo* (2011) de Ignacio Ramonet, pareciera indicarnos lo contrario a nuestra predicción, al mencionar que la digitalización del mundo está transformando a gran velocidad el "biotipo informacional". Consecuencia: decenas de diarios se encuentran al borde de la ruina o han quebrado.

Este *nuevo periodismo* nos obliga adaptarnos, queramos o no. Las nobles y viejas prácticas quedan a un lado por nuestra necesidad de idolatrías. La internet acontece entonces como el mejor de los porvenires, no se trata ya de originalidad, de hipermemoria, de ensuciarse los pies en la búsqueda de una crónica o un reportaje, más bien cambian, como los usos y costumbres en que recibimos los aconteceres del día, también nuestra sangre debería inclinarse al mismo rumbo. Así lo afirma el experto en nuevos medios Ramonet, al señalar que si el ADN de la información ha cambiado, hay que cambiar también el ADN de los periodistas.

La revolución tecnológica es evidentemente científica, claro, pero no sé si estamos realmente en un paradigma. Creo que se producen más noticias basura, chatarra, mejor dicho, que se digieren rápido y que lo dejan a uno con esa sensación de vacío, de no haberse acercado a ninguna certeza y el mundo es entonces confuso a la tercera potencia. Sí, es una revolución que avanza a grandes sacudidas, con violentas aceleraciones y pausas frecuentes, pero eso no alterará la necesidad intrínseca de la sociedad por informarse.

No ha muerto y jamás perecerá el periodismo. Pienso, su supervivencia, y esto aplica más que nada para los medios tradi-



cionales, depende de cómo se acoplen a las tecnologías que hoy nacen y mañana ya nadie las recuerda. No sé cuántos individuos todavía utilizarán *Hi5* o *Myspace*. Eso que antes fuera garantía de actualidad tecnológica, información espontánea y socialización eficaz, ya no es más que una luz de desmemoria en nuestro universo de citas.

Ramonet, aparece ante nuestros ojos demasiado preocupado por estos asuntos al interrogar que en estas condiciones: ¿qué garantía de supervivencia tiene el periodismo de calidad? ¿No le queda acaso más remedio, para seguir existiendo, que recurrir a subvenciones de mecenas, de fundaciones o del Estado? Es el mismo Ramonet quien responde a sus cuestionamientos al referir que de entre los doscientos sitios *web* de información online más visitados de Estados Unidos, los medios tradicionales representan un 67% del tráfico. Así que el 33% restante procede de agregadores de contenidos como *Google News*, *Yahoo News* y las *webs* llamadas *pure players*; es decir, presentes únicamente en la internet.

Tan sucede todo casi como antaño, que 80% de los enlaces que encontramos en las *webs* informativas, los *blogs* o las redes sociales norteamericanas, remiten a los medios de comunicación tradicionales. El propio Ramonet afirma que cuando la *blogosfera* comenzó a crecer, hacia 2003, un buen número de profesionales de la prensa, desde la cima de su soberbia, miraban a los *web-actores* con cierta condescendencia. No veían venir el cambio y esta relación ahora se ha invertido. Gozar hoy de ventajas profesionales protegidas sin estar presente en las redes y sin someterse al veredicto de internet, es por así decirlo, imposible.

Al respecto, considero que el periodismo de los *blogs* y de las redes sociales, probablemente y en la mayoría de los casos, no sea un producto profesional debido a que encontraremos defectos retóricos y ortográficos, ausencia de fuentes fidedignas y un largo etcétera como cola de tortillas. Pero son ellos, estos nuevos transeúntes de la internet, quienes se han convertido en una masa crítica, espectadora, atenta y vivaz de lo que sucede en su sociedad y en los medios de comunicación que observan.

Por ello Ramonet, ausente de dubitaciones, explica que en la actualidad, cuando hablamos de internautas ya no estamos hablando de individuos aislados sino de ciudadanos que forman parte de un organismo vivo pluricelular planetario; y al respecto comprendemos que la exigencia de Ramonet es, muchas veces pertinente y, por tanto, necesaria de descontaminar la información y exigir un decrecimiento de su volumen. Menos información pero mejor información. “Mentirosos compulsivos”, los llama Ramonet en referencia a aquellos medios de información que tergiversan la verdad para adecuarla a una simple mitomanía o a ciertos intereses empresariales. De esa forma, acusa —en abstracto— a algunos periodistas, por aferrarse a un pensamiento en donde solo ellos saben y conocen los dilemas políticos, económicos y sociales del mundo contemporáneo. Este autor cree que las mentiras, la manipulación, la información que se oculta o se minimiza, o simplemente el fraude, no han hecho más que aumentar y lo que es peor, estas derivas han alcanzado a los diarios de calidad.

Cita que en Estados Unidos, el caso Jayson Blair —un periodista estrella que falsificaba hechos, plagiaba artículos de internet y que inventó decenas de historias— causó un daño enorme a *The New York Times*, que a menudo publicaba en portada sus fabulaciones. Rememora además Ramonet el caso de Jack Kelley, exreportero estrella de *USA Today*, quien entrevistó a gran parte de los jefes de Estado de occidente y que había viajado por el mundo como corresponsal de guerras, a él se le descubrió que era un auténtico embustero y un mentiroso compulsivo.

Jack Kelley, como por arte de magia, siempre se encontraba en el lugar de los acontecimientos de los que volvía con historias apasionantes. Narraba historias, como las que, parafraseando a Ramonet, asegura que fue testigo de un atentado suicida en una pizzería de Jerusalén, en el que describía como los cuerpos de tres clientes que almorzaban a su lado habían salido despedidos por la explosión cayendo decapitados ante sus ojos, mientras sus cabezas rodaban calle abajo. Casi gana un Pulitzer por la anterior anécdota seudoperiodística.



USA Today publicaba el diez de marzo de 2000 un reportaje de Kelley sobre Cuba, quien fotografió a una empleada de un hotel a quien llamó Jacqueline. Ella, según su opinión, huyó de Cuba probablemente en lancha —no especifica Ramonet— hacia Estados Unidos y en el camino de ida murió, encontrándola en el estrecho de Florida. Pero también, estábamos como audiencia —así asegura Ramonet— ante una falacia, debido a que en realidad, la mujer, cuyo verdadero nombre era Yamilet Fernández, estaba viva y nunca había vivido semejante desgracia, como lo pudo demostrar Bake Morrison, un investigador del propio *USA Today*, quien la entrevistó para evidenciar que Kelley había mentido. Por estos fraudes, y uno de los mayores escándalos del periodismo estadounidense, le costó el puesto a la directora de la redacción, Kate Jurgensen, y a otros dos altos cargos: Brian Gallagher, su adjunto y Hal Ritter, responsable de la información.

Como medio de comunicación sobresaliente en la sociedad norteamericana, después de los acontecimientos del 11 de septiembre en las Torres Gemelas, la cadena noticiosa *Fox News*, se transformó en una de las principales voceras de los intereses políticos de la Casa Blanca. Los conductores de los programas del mencionado canal, afirmaban una y otra vez, lo mismo: el gobierno de Saddam Hussein tenía armas de destrucción masiva en Irak. Entonces la mayor parte de los periódicos no verificaron ni pusieron en duda las falsas afirmaciones de la administración de Bush.

Ramonet recuerda varios ejemplos:

En la portada de *The New York Times* se podían leer titulares como los siguientes: "Arsenal secreto (de Irak): en busca de las bacterias de la guerra", "Un desertor describe los progresos de la bomba atómica de Irak".

Pero, lamentablemente para unos y en beneficio de otros, la verdad siempre obtiene su cantidad necesaria de luz. Un *e-mail* publicado por el *The Washington Post*, la primordial periodista de *The New York Times*, evidencia que su fuente primaria de información descansaba en las palabras de Ahmed Chalabi, quien era un exiliado iraquí y prevaricador, condenado por la justicia y que ha-

bía dirigido el Congreso Nacional Iraquí (CNI), organización con sede en Washington y financiada por la CIA (Agencia Central de Inteligencia, por sus siglas en inglés).

Robert Baer, quien fuese policía en la CIA, narró cómo se desempeñaba ésta: El CNI recogía la información de falsos desertores y la suministraba al Pentágono, después el mismo CNI se la pasaba a los periodistas con siguiente conjuro: “Si no nos creéis, llamad al Pentágono”.

El círculo informativo, oficialista, se cerraba —para las intenciones de Bush, de su agenda y de sus colaboradores— de una forma perfecta. De este modo, *The New York Times* podía decir que la información sobre las armas de destrucción masiva procedía de dos fuentes distintas. Eso, para los medios de comunicación, era suficiente para considerarla confiable. Los periodistas no trataban de averiguar más al respecto y, por otra parte, los jefes de redacción les pedían que por patriotismo apoyaran al gobierno.

El jefe de redacción de *The Washington Post*, Steve Coll, renunció a su cargo el 25 de agosto de 2004, tras una investigación que puso de relieve el poco espacio concedido a los artículos que cuestionaban la tesis del gobierno antes de la invasión de Irak. *The New York Times* también entonó su *mea culpa*. En un editorial publicado el 26 de mayo de 2004, reconoció su falta de rigor en la representación de los acontecimientos que condujeron a la guerra, y se lamentaba de haber publicado informaciones erróneas.

En el inicio del cuarto capítulo de *El periodismo es noticia. Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI*, Pascual Serrano (2010) reconoce que tal vez una mínima parte de la juventud no sabría para qué es útil una computadora si ella no tiene acceso a internet. Por primera vez en la historia los jóvenes saben más que los mayores, dijo Michel Quatrepoint y según cita Serrano. Hay quienes reconocieron su gran utilidad muy pronto y otros que no. Todavía en México, en 1994, pocas empresas utilizaban la internet, pero para el primero de enero, en la toma de San Cristóbal de las Casas, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) enviaba sus demandas y comunicados mediante la red de redes desde la Selva Lacandona.



Pascual Serrano, rememora que los medios alternativos comenzaron a funcionar mediante páginas web antes que los grandes periódicos. Era lógico, estos últimos ya tenían el monopolio de la información, operar en un nuevo soporte que no proporcionaba ingresos económicos no tenía interés para ellos. Y agrega que cuando nació *rebelión.org*, en septiembre de 1996, en España los grandes diarios no tenían todavía página web.

Según Serrano, los movimientos sociales y los medios de comunicación llegaron a internet primero que los ministerios europeos. Cuestión de humildad, opina Serrano. Por eso, sindicatos de alcurnia y partidos políticos ultrareconocidos tardarían más en llegar a la *web* y lo harían casi obligados a ello. Teóricos del neoliberalismo, los llama Pascual Serrano, y ellos, comenta, concentran sus estudios en lo necesario que son para el periodismo, cuestiones como la imparcialidad, la objetividad, la independencia, la neutralidad. Solo en las escuelas de periodismo y comunicación, sigue afirmando Serrano, estas nociones tienen tanta voz como no en la práctica cotidiana del mismo periodismo. No existen la imparcialidad y la objetividad, como no existen los apolíticos, o quienes afirman defender propuestas o proyectos para el bien de todos.

Contundente, Serrano (2010) asegura que desde el momento en que un jefe de información o el mismo reportero selecciona la noticia, atenta contra la entronada neutralidad. En su momento, a un medio informativo hubiera podido parecerle pertinente el secuestro de, inventemos, Gabriel García Márquez, para que esto hubiera sido nota de primera plana; pero para otro periódico, que Alemania gane el mundial de fútbol será su principal noticia para el mundo; incluso, tras la publicación de (un) informe anual de Amnistía Internacional, destacar como noticia el capítulo de Cuba o el de Colombia, también implicaría un posicionamiento ideológico.

Vale muchísimo, en oro informativo, una anécdota que Pascual Serrano nos señaló al decir que siempre recordará sus sensaciones durante su estancia con simpatizantes de la guerrilla del EZLN en una comunidad indígena de Chiapas, en el sur de México.

Era el año 1996 y llevaba semanas conviviendo con aquellas mujeres mayas que pasaban toda la jornada cortando maíz, recogiendo leña y cocinando; aquellos niños infestados de parásitos que no habían conocido ni médico ni maestro; y sus padres, que se habían echado a la selva para levantarse en armas al histórico grito de tierra y liberad. También refirió que mientras compartía sus frijoles, su barro y sus mosquitos, todos los días les sobrevolaban los aviones del Ejército Mexicano intentando ubicar sus campamentos guerrilleros para bombardearles, él se preguntaba: ¿qué periodista puede ser tan miserable para ver en esa situación dos fuentes informativas antagónicas sobre las que hay que informar de modo imparcial y neutral?

Si como afirma Pascual Serrano, los medios que hablan a viento en popa de su imparcialidad y objetividad son aquellos que de mejor forma sirven al neoliberalismo, como: *El Imparcial*, *Informaciones*, *ABC*, *La Nación*, *El Mundo*, *El País* o *La Razón*, tenemos que entender que algo hacemos mal como audiencia de estos magnates de las noticias. Esgrime Serrano que la celosía de estos medios de comunicación por mostrar rostros democráticos a sus lectores, les hace incluso formular manuales para sus trabajadores donde les dice cómo debe ser su comportamiento en las redes sociales: En septiembre de 2009 se supo que el diario estadounidense *The Washington Post* entregó una guía a los periodistas de sus plantillas donde les advertía cómo tenían que comportarse en redes sociales como *Facebook* o *Twitter*. Entre las medidas se encontraba que, con objeto de no poner en duda con sus opiniones *la imparcialidad* de las noticias del periódico, no debían escribir o subir ninguna imagen que pudiera sugerir que tenían algún prejuicio político, racista, de género o religioso.

Al final, creo que ningún periodismo logrará jamás la perfección. O al menos, la complacencia total de sus audiencias. Puede aspirarse a un mejor trabajo informativo y eso dependerá de qué tan bien lo califiquen a uno las perspectivas. Algo es cierto: nadie será nunca dueño de una verdad definitiva. Así como podríamos salvarle la vida a miles de personas en la denuncia de un banco que lava dinero del narcotráfico, a veces olvidamos que a



otras tantas familias ya las dejamos sin alimento porque él o los proveedores del hogar ya están en la cárcel.

Como reporteros, como editores, como directores o dueños de una empresa informativa, creo, debemos tener en cuenta que vale lo mismo la voz del Donald Trump, quien concedió una entrevista exclusiva, que la del recogedor de basura, hombre del cual, si no fuera por el mismo periodismo, desconoceríamos su nombre y las vergüenzas a que lo somete la vida.

No aspiremos a ser un cuarto ni un quinto poder; más bien, deseemos la profesionalidad de nuestro oficio y una buena literatura para sustentarlo. Profesión, prefieren llamarla algunos. Y eso está bien. Las respuestas ya podemos bajarlas del aire, si nos gustan las contradicciones al estilo de Bob Dylan: están en la academia y en el mismo ejercicio reporteril que a pesar de las inmensas tecnologías, todavía nos exige —por el bien de nuestra salud y de nuestro ego— ensuciarnos los zapatos, botas o tenis en nuestro cotidiano reportear.

Conclusiones

Eso sí, con la llegada de la internet, quienes detentaban el cuarto poder, aquellos periodistas de copa y sofá, intelectuales de prominentes debates, están en crisis. Antes que los mismos medios de comunicación, son sus principales figuras las que menguan como élites consabidas de la información. Y no solo ahora gracias a la red de redes pueden ellos ser cuestionados inmediatamente, Ramonet afirma que la época en la que sólo ellos podían escoger y publicar información, ha concluido. La Red les está despojando de su estatus de “curas seculares”.

A esos líderes de opinión fantasma, vacua, vendida, se les agota el tiempo de gloria periodística. Simplemente, gracias a las redes sociales y a eso que algunos han llamado medios alternativos, podemos ya darle nuestro adiós, indiferencia, desprecio o crítica directa, a personajes como Joaquín López Dóriga, Carlos Loret de Mola, Adela Micha, Carlos Marín, Ciro Gómez Leyva y Denisse Maerker. Que, es cierto, están dentro del mismo costal;

platican, en ocasiones discuten, pero poco aclaran los problemas políticos y sociales de nuestra contemporaneidad.

Bibliografía utilizada

- Bernestein, Carl y Woodward, Bob (1974). *El escándalo de Watergate*. España: Editorial Euros.
- Freud, Sigmund (s.f.). *Inhibición, síntoma y angustia*. México: Editorial Iztaccihuatl.
- Ramonet, Ignacio (2011). *La explosión del periodismo*. España: Editorial Clave Intelectual.
- Serrano, Pascual (2010). *El periodismo es noticia. Tendencias sobre la comunicación en el siglo XXI*. España: Editorial Icaria.

Sitios web consultados

- <http://www.elimparcial.com/>
<http://www.abc.es/>
<http://www.elmundo.es/>
<http://www.razon.com.mx/>

Recepción: Septiembre 15 de 2014

Aceptación: Noviembre 5 de 2014

Armando Martínez Orozco

Correo electrónico: rumblesfish2011@hotmail.com

Mexicano. Egresado de la licenciatura en Letras Hispanoamericanas por la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima. Actualmente estudia la maestría en Periodismo político en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Ha sido columnista, articulista y reportero en el periódico Diario de Colima. Se especializa en temas periodísticos como el análisis de los medios informativos y la cobertura de los problemas de seguridad nacional e internacional.



Berenice Dueñas