

INCERTIDUMBRE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cristián Zegers Ariztía
Universidad de los Andes
16 de abril de 2019.-

Valoro y agradezco el honor de ocupar esta tribuna en una ocasión tan significativa. La Universidad de Los Andes lleva a cabo un ambicioso proyecto académico, realizado con el sello admirable y persistente de las tareas bien hechas. Aquí debo hablarles de la crisis que engloba a los medios de comunicación, algo que podría ser negativo en nuestra sociedad futura, y que reclama preocupación de todos, en especial de académicos y estudiantes. Sus incertidumbres actuales son realidades complejas, algunas amenazantes, a cuyo respecto se entremezclan causas propias y otras del entorno social.

La crisis de los medios está a la vista: se desvaneció la ilusión de la gratuidad universal. Definitivamente, Internet no sustenta el periodismo de calidad. El modelo de negocios de diarios y revistas, radio y televisión abierta, basado en publicidad, aparece agotado y sin reemplazo convincente. La televisión sufre su mayor trastorno desde su invención, con efectos ostensibles entre nosotros. La prensa, si bien mantiene su alcance e influencia, no financia sus operaciones en Internet. La radio conserva su penetración popular, aunque con resultados económicos muy estrechos. Las grandes marcas periodísticas mundiales se han visto obligadas a establecer “muros de pago”, antipáticos desde su mismo nombre a lectores acostumbrados a la gratuidad. Muchas revistas no adscritas a periódicos han sido las primeras en hacerse inviables, y los diarios se configuran en espacios más acotados por la declinación del avisaje.

Son cambios profundos, y en menos de diez años. Pero, ¿qué factores influyeron más? Intentaremos esbozarlos por separado, si bien es difícil aislar cada uno de los que presionan a los medios.

POsverdad E INFORMACIÓN

La primera percepción dominante es la extendida irrupción de la posverdad. Para el Papa Francisco, ella expresa “una cultura que ha perdido el sentido de la verdad y somete los hechos a intereses particulares”. El fenómeno afecta al orbe entero, a los gobiernos, la actividad económica, la sociabilidad y las relaciones internacionales, y el único frontón que las detiene son los medios

de comunicación fiables. Para estos últimos, desvanecer infundios, aún los más absurdos, les significa recargarse con un cúmulo de verificaciones.

Cuando no pudo asimilar la posverdad a las mentiras clásicas, la Real Academia Española consumió horas y horas de deliberación hasta dar con palabras adecuadas para ilustrar la complejidad del término. Al fin, la posverdad quedó establecida como la “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”. Los maestros de la posverdad son los demagogos, dijo la RAE.

Además, quien propaga una vivencia ajena a hechos objetivos, a menudo se autoconviene de que es una verdad basada en “visiones alternativas”. Pero, al igual que las mentiras, las posverdades incrementan la desinformación. En las redes sociales, se suman a las noticias falsas que, según los estudios internacionales, tienen 70 por ciento más de posibilidades de ser retuiteadas que las verdaderas. En Facebook y Twitter, se comparten más noticias falsas que aquellas procedentes de fuentes legítimas y fundadas en hechos reales. Los algoritmos por los que se manejan tales plataformas responden a intereses puramente comerciales, y por eso hemos visto la dificultad de Google o de Facebook para establecer barreras efectivas contra las noticias falsas o los contenidos delictivos, intento fracasado pese a numerosos esfuerzos.

Las posverdades se universalizaron en la elección del Presidente Trump, pero el fenómeno había ido ya muy por delante: la Unión Europea, por ejemplo, estima en 25 mil los operadores que posee Rusia para intervenir los sistemas digitales, y en verdad no contamos con una comprensión actualizada del virus que así manipula las conciencias y el proceso democrático.

Desde acá, nos sentimos todavía algo distantes de lo que sucedió con el Brexit o con las elecciones catalanas, alemanas o brasileñas, pero será una cuestión de tiempo que llegue a nosotros, como ya ocurrió con los asaltos cibernéticos a la banca.

Los ataques digitales resultan complejos, porque no todos tienen finalidades ideológicas. A veces se trata de generar confusión entre bandos variados y aún opuestos, de modo de ir borrando gradualmente las fronteras entre verdad y mentira. Otros persiguen confirmar prejuicios de sectores poco informados. Entretanto, la incredulidad aumenta, y más entidades, al comunicarnos con ellas, exigen probar que no somos un robot. El clima general de incertezas incide en la atmósfera que respiran los medios de comunicación.

Por numerosos casos recientes, sabemos que es más fácil engañar a la gente que convencerla luego de que ha sido engañada. Baste recordar el caso de aquellas figuras artísticas cuyas páginas piratas en la red son más exitosas que las verdaderas. Como fuente de hechos comprobables, el periodismo de referencia queda obligado más que nunca a diferenciarse.

MEDIOS Y POLÍTICA

Un segundo plano que altera la información tiene que ver con la adscripción ideológica de algunos periodistas. No alude esto a medios de comunicación propiedad de partidos políticos, como ocurrió hasta avanzado el siglo veinte, sino a un sesgo pertinaz de compromiso ideológico personal. Parapetados en la entrega de contextos interpretativos, especialmente en los medios audiovisuales y aún en los revestidos por marcas globales, actualmente se hace alarde de la opinión particular, en calidad casi de fuero.

La falacia de esta “imparcialidad inclinada” no se remedia con atajos. Es pueril el recurso de usar periodistas de sesgos distintos, o repartir minutos cronometrados del espacio televisivo. Porque ser imparcial es distinto de ser equidistante. Al explicar el contexto de los hechos noticiosos, toca a los periodistas aplicar una subjetividad honrada y no comprometida de antemano. Ser neutral significa entender al que está al frente y evitar ser arrastrado por mareas ideológicas.

Recientemente, el diario “La Vanguardia” de Barcelona planteó una tercera vía entre el inmovilismo y el separatismo, durante los últimos y desgraciados acontecimientos de esa región española. ¿Qué se puso en juego allí? Pues, nada más y nada menos que la frialdad necesaria para ponderar los hechos con rigor independiente, incluso en medio de la pasión exacerbada.

Los medios periodísticos —la gran plaza ciudadana— son bien consustanciales a la democracia representativa, y naturalmente resultan impactados por la baja valoración de la política y la desconfianza en las instituciones del Estado y los partidos políticos. El auge de los populismos y extremismos impulsa a algunos a pensar que estamos en vísperas de un cambio de época —y hasta de civilización, se llega a decir—, por el cual la democracia no sería ya el paradigma a seguir. Sin duda, puede tratarse de vaticinios exagerados, pero hay en curso tendencias innegables: así China, sin una organización democrática siquiera anticipable, en el lapso de pocas décadas podría ser la primera potencia económica y tecnológica del mundo.

Hablamos de cambios relevantes en el modo como el poder político se relaciona con la ciudadanía, e igualmente los medios periodísticos necesitan recrear su trato con las autoridades. Por una parte, la tensión propia del oficio periodístico los llama a colaborar y armonizar con éstas cuando hay envuelto un interés ciudadano. Pero, por otra, simultáneamente les exige ser siempre incómodos respecto del poder, única vía para ejercer la fiscalización y el contrapoder que bien describe Ansón.

Una cuota de la operación política siempre tendrá lugar fuera de los ámbitos públicos. Por ejemplo, los gobiernos, y también los partidos, pueden entregar primicias exclusivas, como contraprestación a tratos benevolentes de los medios. Pero más grave que estas tentaciones viejas es el hecho de que si los órganos periodísticos hoy se encuentran más limitados por razones económicas para chequear la información en terreno o en países distantes, y si disminuye la comprobación de sus fuentes, también sufrirá, y mucho, el ejercicio democrático, más expuesto entonces a populistas de tónica demagógica.

Si alguna duda cabía sobre su papel en la formación de la opinión pública, en especial de la prensa, ahí están los empeños de los Trump y los Putin para saltársela y no concurrir al debate razonado que ésta provoca. Una sociedad democráticamente sana está lejos de poder informarse por píldoras voluntaristas de unos pocos caracteres, aunque las emita el líder de una primera potencia mundial. El tuit apenas introduce un titular polémico, pero habitualmente deja en la oscuridad la raíz de los acontecimientos.

Solo los medios periodísticos asentados contrastan, ponderan y —rasgo diferencial— jerarquizan la información, rol esencial este último por el casi inmanejable torrente noticioso. Hoy se recela de cualquiera intermediación, pero construir una primera página de calidad es un servicio inestimable de orientación. Solo con una experiencia decantada de reflexión y análisis es posible elaborar los significados plausibles del hecho informativo. La pregunta, por tanto, se la formulan en Europa: ¿qué pasaría si la crisis de los medios como hoy los conocemos finalmente aventara su existencia?

¿Qué efecto tendría en la salud democrática de las sociedades occidentales? Ninguna respuesta es fácil y segura.

Si antes la libertad del periodismo enfrentaba básicamente al Estado y los gobiernos, y ahora a enemigos tan poderosos como la corrupción o el narcotráfico, o la presión de los intereses económicos, está al frente, además,

una dictadura sinuosa y que a muchos intimida: el dictado de lo políticamente correcto. Sus fallos de gestación anónima aplastan, a veces con ferocidad, hasta el menor atisbo de libre examen, y convierten en verdades absolutas los prejuicios más tópicos. Sin duda, el medio periodístico autónomo es el mejor resguardo del ciudadano para no sumirse, también él, en la ola de unas pocas tendencias monopólicas en boga.

EL DESAFÍO DIGITAL

No podemos abundar aquí en las oportunidades inmensas que brinda el mundo digital, característico de la escena contemporánea. No solo se trata del acceso casi ilimitado a información y conocimiento, sino de que gracias a las nuevas tecnologías todos podemos hablar y ser escuchados; contenidos de mucha calidad están disponibles para siempre en el minuto que cada cual quiera verlos. Frente a todas estas capacidades —porque ciertamente Internet estimula el desarrollo de las personas y de los países—, todos estamos o deberíamos estar conscientes de la otra cara de la medalla.

En la Web no se distingue lo bueno de lo malo, ni lo verdadero de lo falso. Es territorio abierto a la manipulación y el fomento de prejuicios y odios, hasta llegar a la violencia o la explotación de las personas en sus formas más repugnantes, como la pornografía infantil.

Como es obvio, nada de esto puede ser indiferente a los medios periodísticos. Para controlar los dichos irresponsables de políticos y autoridades de variada naturaleza, la mayoría de los grandes periódicos ha ido estructurando —también en Chile— valiosos equipos de verificación de datos, e incluso existe un día mundial dedicado a destacar esta tarea, que contribuye a elevar los estándares. Cómo, entonces, no va a ser igualmente necesario comenzar a emplear esfuerzos similares para hacer más luz en la navegación por Internet.

Los grandes monopolios mundiales son hoy los digitales. Ya se ven las iniciativas de varios gobiernos europeos para regular sus excesos; y en las calles se expresan los reclamos de los creadores, y no solo de los periodistas, por una Web que les arrebató el fruto de su trabajo. Sin embargo, antes de que se imponga cualquier regulación imperativa, que probablemente tardará en llegar —y cuyas eventuales deficiencias podrían resultar terribles—, los medios deben negociar unidos acuerdos inteligentes.

Lo peor es lo actual, ya que cada medio informativo es copiado varias veces en Internet, y esta moderna piratería se disimula bajo la bondadosa

denominación de “agregadores” de información. Sin elaborar un solo contenido, Facebook ha ido absorbiendo una cuota significativa de la publicidad. Cientos y cientos de miles de personas le entregan además gratuitamente sus perfiles personales, reduciendo a polvo su propia privacidad.

Punto de fondo es que la fragmentación de los mercados de la comunicación obliga a una reconversión para renovar la médula de un periodismo interesante y útil al ciudadano, teniendo muy presente que los atajos para ganar o retener audiencias no solo terminan anulándose, sino que significan costos inmensos. Por ejemplo, ¿cuánto se gastó, décadas atrás, para vender diarios y revistas con el señuelo de otros productos? ¿Cuánto no ilusionó la mentada integración de las redacciones, antes de advertirse que se empobrecía el carácter propio de los distintos medios integrados, proceso distinto al de su necesaria convergencia? ¿Cuánto no estamos deteriorando ahora mismo la credibilidad por una información a veces plagada de escándalos artificiosos, de “amarillismo”, como se dice, y convertida en un mero espectáculo?

De esta crisis, solo emergerán marcas periodísticas con mucha calidad profesional y ascendente. El reto es poseer valores intelectuales que ganen la confianza para una marca. Clave, en consecuencia, es obtener aquella fidelidad por la cual las personas sientan tener “su” diario o “su” radio. Lealtad que, aunque posible de alcanzar en Internet, es allí más difícil, ya que los internautas hacen incursiones más breves y a menudo no registran la procedencia de lo que vieron o escucharon.

El periodismo futuro debe apelar más, mucho más, a la inteligencia crítica de sus audiencias, con apego a unas pocas ideas fundamentales, pero —y esto será decisivo— guardando respeto a las personas, en contraste con la degradación de ciertos blogs en las redes sociales, plagados de insultos y descalificaciones. Se nos ha querido hacer creer que los medios de comunicación gestionan la reputación de las personas e instituciones, como si esta responsabilidad primaria no fuera de las propias personas e instituciones. Lo cierto es que los medios deben respetarlas siempre, especialmente en los casos en que el interés de aquéllas se confronta con el propio interés periodístico. Administradores del derecho a informar, que es dominio de los ciudadanos, también les corresponde procurar el horizonte más amplio para la libertad de expresión y de información, sin perjuicio de los demás derechos constitucionales.

Hoy más que nunca es indispensable entregar un cuadro inteligible de la realidad, capaz de ser compartido por gentes de pensamientos muy diversos. Por eso es tan preocupante la polarización en Estados Unidos, donde cada sector alimenta su mayor extremismo. La sociedad humana no puede perder el debate fructífero, cuyo signo es la buena disposición y una plaza común. Nuestro periodismo también tiene que hacerse cargo de ello desde el inicio: por ejemplo, desde los que hablan hoy de precariedad del trabajo, y de aquellos otros que, en la vereda opuesta, ven eso mismo como flexibilidad laboral.

Especialmente importante es el vínculo de los medios con los jóvenes. El reciente documento del Papa “Christus vivit” resulta iluminador. En él, Francisco señala la extraordinaria oportunidad de diálogo, encuentro e intercambio entre personas que representa la web y las redes sociales, pero llama a no confundir la comunicación con el mero contacto virtual. Para los jóvenes que pasan mucho tiempo en el entorno digital, es objetivo el riesgo de tornarse cautivos de su aislamiento, sumidos en un mundo propio con pérdida de la realidad, a menudo más compleja y más incómoda. El medio periodístico profesional necesita por su parte rejuvenecer sus lectores, y éstos necesitan contar con visiones socialmente abiertas.

QUÉ HACER ANTE LA CRISIS

En respuesta a la crisis, la prensa escrita está abocada a reorganizar su modelo de negocios, racionalizando sus estructuras y definiendo con sutileza cuáles contenidos serán gratuitos y cuáles de pago, y cómo alcanzarán redes y alianzas para otorgar servicios en línea. Probablemente será irreversible aquella evolución que indica desde hace varios años ingresos mayores provenientes de la circulación que publicitarios.

Antes del trastorno económico de 2008, parte significativa de la prensa estadounidense y europea vivió una orgía de bienestar, que impulsó una descontrolada adquisición de otros medios y de marcas digitales que a la postre resultaron carentes de valor. Por reacción pendular, hoy se acentúa el pesimismo, aunque las manifestaciones de la crisis sean muy diversas, y no todas negativas, ciertamente.

El legendario New York Times, que tantos errores cometió, muestra resultados por primera vez alentadores. Se ha detenido la caída de ingresos de su edición en papel, y simultáneamente obtuvo casi tres millones de

suscripciones digitales. También el Wall Street Journal y el Washington Post superan el millón de suscriptores. Del mismo modo, mientras buena parte de la prensa escrita europea debilitó su independencia al contraer abultados préstamos o integrar su propiedad a los bancos, o depender de fundaciones o de subvenciones gubernativas más o menos disimuladas, la prensa escandinava, por ejemplo, conserva su vigor, y los diarios en la India y China avanzan con pujanza, mientras en Japón mantienen su buena salud.

Tras una etapa en que Internet sobresaturó la instantaneidad en línea —y fuera entonces con la reflexión y la ponderación de la entrega noticiosa—, muchas marcas de diarios han recuperado lo propio de su jerarquización al entregar, como máximo, dos ediciones digitales actualizadas por día, además de su edición en papel.

Ahora bien, en muchos sitios la crisis es aguda. La prensa española ha perdido en diez años más del 50 por ciento de sus ingresos, y la circulación en papel de sus cuatro principales periódicos es ahora igual a la del diario líder hace una década. Los medios periodísticos han constatado que los instrumentos de medición de audiencias son defectuosos, y los perjudican en beneficio de las redes sociales o de la vía pública.

La televisión abierta en Chile, dependiente total de la publicidad, está consciente de que ésta no puede sustentarla en solitario. Los grandes canales afrontan duros procesos de reducción de costos y externalización de funciones, pero su verdadero desafío es restablecer los ingresos, lo que intentan con nuevas plataformas y negocios. Desde el punto de vista público, el tema es muy central porque un cuarto de la población no tiene sino TV abierta, dos tercios declaran verla todos los días, y sigue siendo el principal medio para informarse de las noticias de Chile y del mundo. Televisión Nacional, por su parte, sufre el desgarramiento de su propio modelo, muy criticada como bastión -que debería ser- de la información pluralista y de calidad; acosada por los que quieren su control político, y con la tarea pendiente de ser un factor integrador unitario de los chilenos, por su carácter de medio público.

Un factor crucial en la recuperación de los medios será el cuidado que se aplique en reclutar periodistas con vocación auténtica, más impulsados por la curiosidad infatigable que por la legítima aspiración a la calidad de vida personal. Porque ciertamente no trabajarán en cualquier profesión, y su entereza debe ser coherente con la integridad del que aspira más a encarnar un valor que a una situación laboral desahogada, como aquella que el Estado

chileno ofrece a más de dos mil periodistas, elenco comparable o incluso superior a la suma de los planteles profesionales de los medios nacionales.

Será necesario, asimismo, revisar algunas prácticas entronizadas en las redacciones. Es recomendable, por ejemplo, que solo una mínima parte del reporte se haga por teléfono, ya que eso excluye la averiguación física y emocional del entorno noticioso y de sus aristas insospechadas. Igualmente inconvenientes parecen ser aquellas asociaciones fácticas de quienes cubren los mismos frentes noticiosos; la evidencia demuestra que, en general, no son conciliables con la exclusividad de un golpe periodístico.

UNA ÉPOCA DIFERENTE

El mundo de la información —lo decíamos al comienzo— está impactado por el violento cambio de época que debe reflejar. El afán de los medios, en consecuencia, no puede limitarse a la búsqueda del nuevo modelo de negocios ni a la absorción de las nuevas tecnologías, sino que debe abordar un cambio de contenidos; pero detengámonos antes en el instrumento de la comunicación. Porque transmitir las percepciones y opiniones, a veces complejas, y el denso conocimiento de nuestros días, hace necesario contar con un lenguaje más limpio y convincente, tal como hace años se renovó el diseño de los periódicos para hacerlos más accesibles.

El español, felizmente expandido en 550 millones de personas, segunda lengua madre del mundo, y con cuarenta millones de hispano hablantes en EE.UU., cifra que no deja de crecer, ha generado un orbe gigantesco de cercanía local y afectiva, gran oportunidad para los que estamos situados en él.

A nuestro idioma, sin embargo, lo maltratan innecesarios anglicismos técnicos y publicitarios; el lenguaje en las redes sociales, más bien expectorado que reflexivamente escrito, y el castigo del buen decir en los mensajes de texto. Su suerte futura depende de las pequeñas y grandes pantallas, y no tanto como antes del hogar o la escuela.

En efecto, todo ingresa en la retina visual y auditiva, hasta los “memes” o los relatos descoyuntados de la final deportiva, o la transmisión en directo del caso policial. Se suma a ello el deterioro de lectura en la educación media, difícil de remediar. Por añadidura, los ajustes económicos han cercenado los planteles de correctores de pruebas, y a menudo los periodistas, constantemente apremiados por los plazos de entrega, son emisores sin segunda corrección. Sin un cuidado preferente —ojalá intransigente— del

instrumento con que nos expresamos, será imposible ganar la batalla de su legibilidad unitaria.

Los medios de comunicación escritos necesitan renovar su lenguaje con corrección gramatical pero a la vez con sencilla expresividad; un habla más natural para los menores de cuarenta años, formados en otra realidad educacional, en varios aspectos promisorio, pero pobre en riqueza del idioma.

Y atención también al hecho de que la revolución de los contenidos periodísticos deberá conciliarse en los mismos espacios existentes. Indispensable como es mantener la amplitud alcanzada por la cobertura política y económica; internacional y científica; deportiva y educacional; judicial y social, ¿cómo dar relevancia a los nuevos temas? Solo con mejor jerarquización noticiosa, lo cual, de paso, será ventajoso para lectores, auditores y telespectadores.

LAS NUEVAS PRIORIDADES

Al avizorar algo del panorama futuro de los diarios o de los informativos audiovisuales, surge un foco prioritario inmediato: restaurar confianzas en todos aquellos ámbitos en que sea posible hacerlo con una visión más equilibrada de la realidad.

Como se escuchó en el último Davos, la población mundial se atemoriza por los efectos de la digitalización en sus puestos de trabajo, la acechan múltiples inseguridades, y su desconfianza es general respecto de las instituciones y su funcionamiento. Frente al optimismo de los grupos más educados, vastos sectores creen contar con menos herramientas para el mundo que ya llegó, e impregnan la calle con su frustración, y vuelcan hacia el Estado un hondo malestar, desde los “chalecos amarillos” hasta cientos de movimientos de inclasificable naturaleza.

La prensa de calidad se levanta, pues, como uno de los escasos contrapesos de visiones que, de tanto ser emocionalmente negativas, se hacen falsas. Un piso menos crispado es imprescindible para que la incertidumbre no sea la tónica absorbente. Los medios ciertamente no pueden desatender su foco en temas vitales de empleo, de salud, vejez precarizada o inseguridad en las calles. Pero tampoco pueden tener miradas tuertas. Bajo un mismo contexto deben figurar las inmensas manifestaciones de progreso, algunas más subterráneas pero no por eso menos reales.

Un segundo aspecto se refiere a los problemas del largo plazo. Los gobiernos modernos se resisten a gastar su capital político en ellos. Con independencia de la importancia intrínseca de estas demandas, las ven carentes de efecto electoral. Mientras tanto, por ejemplo, el cambio climático sigue su marcha implacable, y el mundo físico cambia más rápido de lo que directamente sentimos. Una extensión mayor que la de Francia y Alemania ha emergido del hielo, sube el nivel de los océanos, y nuestros propios glaciares y el aumento de temperatura en la Antártica son señales cercanas inquietantes. El reclamo de la naturaleza, pleno de consecuencias porque pone freno a la arraigada noción del progreso indefinido, sin duda debe reflejarse en un lugar prominente de la atención periodística.

Si en verdad deseamos aminorar los efectos del deterioro del medio ambiente, necesitamos un tejido ciudadano efectivo, lejos del aprovechamiento ideológico. En la formación de una conciencia más estable o menos tendenciosa, los medios de comunicación pueden ser decisivos. Las bolsas de supermercados son casi anecdóticas frente a la envergadura de las medidas pendientes de adoptar, que son dolorosas, restrictivas y costosas para nuestro legítimo proceso de desarrollo. La conexión de los medios con las audiencias y lectorías jóvenes, entendiblemente obsesionadas por este tema, es un vínculo de enorme sugestión futura.

Pero no habrá en ello avances significativos sin antes persuadirnos de que nuestra contribución a resolver el problema representa una cuota justa. El orbe industrializado con desarrollo integral tiene una deuda de culpa no cancelada, y China, que recién comienza a cambiar su contaminación pavorosa, debería contribuir a la solución, por ejemplo, con porcentajes obviamente superiores a los nuestros. A partir de la conferencia mundial de diciembre próximo en Santiago, tendremos una mejor ventana y ojalá una mayor conciencia de esta prioridad. Definitivamente, crecimiento y sustentabilidad son compatibles.

Durante más de cuarenta años del siglo pasado, los medios periodísticos prestaron un servicio inigualable al enfatizar que, sin dominar la inflación, vano era todo intento de construir la economía sobre bases firmes, lucha que finalmente se ganó en Chile, porque así lo entendió la gente más sencilla y que peor sufría sus efectos. Pues bien, un clamor tan fuerte como éste corresponde elevar en nuestros días ante otras urgencias que, por ser más inaparentes, se viven en cierto modo lejanas. Mencionamos algunas:

—Primero, el desafío demográfico. El envejecimiento alarmante de la población chilena distorsiona las pensiones, la educación y especialmente la familia. Debemos incentivar los nacimientos como tantos países que así lo hacen, porque decrecemos igual o peor que ellos. La migración, el paliativo inmediato, es de efecto restringido y habrá que seguir buscando la mayor calidad posible en los que llegan, pero a la vez cuidándonos de no alterar nuestra red de beneficios sociales. El impacto del migrante en la política resulta muy difícil de atenuar cuando él se alza en cuestión dominante. Los esquemas europeos se han visto igualmente radicalizados ante la inmigración de dos millones de personas anuales, hace algún tiempo, que ante la actual de 150 mil. Y ocurre así porque ese tema ya está arraigadamente instalado en el imaginario colectivo.

—Lo segundo se refiere a la pobreza extrema, hoy en 8,6 por ciento medida por ingresos, que sigue estando ahí, acusando nuestra falta de voluntad para resolverla del todo. Lo peor es que ha quedado más invisibilizada como demanda social, luego del pujante surgimiento de la clase media.

Respecto de esta última, digámoslo de paso, los medios periodísticos no hemos conseguido mostrar bien el abismo de diferencias entre el país de US\$ 3 mil per cápita, de hace más de tres décadas, y el de US\$ 26 mil de hoy. El “relato” político del que tanto se habla, tampoco se ha levantado del plano meramente económico para hacerse cargo de lo que es una gigantesca y pacífica revolución social. Este logro prodigioso por el lapso en que se alcanzó no ha llegado a ser aún vivencia de la mente de los chilenos.

Nuestra vasta clase media teme “tropezar con el desamparo”, como bien lo aseveró un destacado columnista, y la razón es que el nivel de la pobreza extrema es tan posible hoy como en los días del Padre Hurtado, y espera inmediatamente abajo a los que caen. Y no es solo indigencia material sino cultural: el niño pobre maneja con suerte 75 vocablos frente a los mil de quienes vienen de otros grupos socioeconómicos, y el analfabetismo funcional se estima arriba del 40 por ciento.

—Una tercera evidencia de los desafíos periodísticos futuros se vincula al despliegue del feminismo, el cual, aunque en sus aristas más extremas posea algo tal vez de ráfaga pasajera, contiene un reclamo muy esencial y permanente de igualdad, que modifica profundamente nuestras estructuras. Bajo su extraordinaria convocatoria se cobijan muchas banderas. Es prudente aplicar suma delicadeza para separar lo mayor y esencialmente legítimo de

una lucha que partió a mediados del siglo XIX, de aquellas otras consignas mal agregadas, algunas grotescas, que pueden quitarle a esta cruzada su eficaz transversalidad.

TRANSPARENCIA, GLOBALIZACIÓN Y COMUNIDAD

La revolución de los contenidos periodísticos hace deseable alcanzar una segunda fase en transparencia, aquello que modificó nuestro periodismo hasta un punto que nadie vaticinó. Estamos conscientes de que sin transparencia no hay sociedad democrática moderna posible, como si a ésta le faltara, por ejemplo, nada menos que la libertad de expresión.

En varias áreas del Estado debe completarse la vigencia de las normas ya en uso; pero más allá de eso, el consumidor, el contribuyente, aquel situado en cualquier marginalidad, reclama a los medios de comunicación entregar transparencias específicas desatendidas.

Por citar apenas dos ejemplos: debería ser posible obtener, con un solo click digital, el total y la explicitación hasta el detalle necesario de las subvenciones, donaciones y excepciones mensurables en dinero que el Estado chileno otorga directamente, o bien a través de sus empresas y reparticiones descentralizadas, datos a los cuales ya se accede en algunos países europeos. Llevamos también no menos de treinta años tratando de que se note en la respectiva boleta de compraventa el pago del IVA, sin lo cual no hay conciencia tributaria completa, ni consiguiente responsabilidad política al imponer tributos, porque disimulamos el pago del principal impuesto y, justamente, el que recae y pesa más sobre los sectores desfavorecidos.

Pero las leyes de transparencia no bastan por sí solas. Gradualmente deben superarse aquellas conductas que esquivan el deber de rendir cuentas, tanto en el sector público como en el privado. Muchas de las rendiciones actuales son solo estadísticas (Carabineros), y otras puramente ceremoniales. En coherencia con lo anterior, el periodismo independiente tendrá que sopesar, desde luego, el seguir concurriendo a supuestas “conferencias de prensa”, en que se niegan las preguntas y simplemente se emite un comunicado, un sinsentido que no resiste prolongación. Como parece evidente, el tuit de un Trump, de un ministro o de un empresario de éxito, pueden ilustrar aspectos anecdóticos de sus propias imágenes, pero nunca los confundamos, entendiéndolos como si fueran parte de la información que debe rendir quien ejerce autoridad o hace negocios que tratan con el público.

El periodismo de investigación, uno de los artífices de la transparencia, necesita alcanzar nuevas cotas. Debe existir certeza de que cada investigación se justifica de acuerdo con la ética y el bien social, más allá de cualquier sensacionalismo. Un porcentaje de él, en consecuencia, debe parar en el basurero cuando no se verificó la pauta inicial y nada de interés público equivalente surgió durante las pesquisas.

Cambio formidable para el Chile del siglo XXI es la incidencia más veloz del mundo externo. Ciertamente, seguiremos teniendo las mismas preocupaciones vecinales de siempre, pero tal vez nunca habíamos experimentado la concurrencia de fenómenos con tanto alcance directo para nosotros, como las condiciones cambiantes de la economía estadounidense, la evolución del crecimiento chino y la estagnación pasajera o más permanente de Brasil y Argentina. Putin nos muestra que se pueden cambiar fronteras sin guerra, y el caso sirio, entre otros, confirma la relativa irrelevancia de los organismos internacionales.

El mundo globalizado incide más en nosotros, tanto en lo favorable —la integración y el libre comercio— como en lo negativo de sus desbalances y restricciones. Así, la cobertura internacional de nuestros medios periodísticos se ha hecho particularmente compleja. En muchos aspectos, la política latinoamericana pasó a ser una dimensión casi local; en el caso venezolano se confrontan valores esenciales en nuestro propio acontecer, y la elaboración a escala regional de una posición común respecto de China es un imperativo indispensable, mucho más cuanto que está abierta su confrontación con Estados Unidos.

En correlato con el desinterés por la política y la pérdida de su ascendiente, ha surgido la preocupación por nuestros déficits de comunidad. Sin duda hay que facilitar el despliegue comunicacional de las entidades intermedias que a veces atraen la misma dedicación prodigada antes a la ideología dura y la política. El deseo de participación es hoy más específico que general, pero refleja cierto desbalance de la comunidad frente a la expansión incesante del Estado y del mercado modernos. La soledad propia del individualismo extremo encuentra su mejor salida en la participación en entes y organizaciones de culturas e identidades afines, que pueden vitalizar luego, todas reunidas, la gran comunidad nacional. Se trata de un proceso que debe correr en paralelo con la reconexión de la política con los ciudadanos, ya que a la larga no es viable una gobernanza con políticos que, según las encuestas y

con el valor que ellas tengan, concentran por ahora el mayor enojo de las personas.

Ahora bien, cada momento histórico impone énfasis distintos en la acción periodística. El “contrapoder” de los medios frente al Estado es una alerta positiva en ámbitos muy vastos, especialmente en aquellos en que el bien social exige ir contracorriente de lo políticamente correcto.

Conviene hoy detenerse pues, ante todo, en el deterioro del principio de inocencia, la base misma de una ley ecuánime para todos. Y, de modo similar, en la renovación periódica de iniciativas que afectan a nuestro reto permanente de mantener la disuasión militar en un nivel adecuado. Finalmente, siempre será necesaria una ilustración oportuna frente a los pertinaces intentos para borrar o distorsionar identidades y realidades históricas, y en fiebre reciente, además, de petición de perdones milenarios. Colón, Cortés y luego Valdivia, o quien sea, son nada más que símbolos fetiches de obsesiones ideológicas frustradas. Con suma liviandad, la historia se convierte en piedra arrojadiza universal.

Finalmente, y para bien de la justicia, los medios de comunicación han iluminado recientemente las caras oscuras de miembros indignos de la Iglesia católica, pero el indispensable relieve informativo de esta penosa coyuntura, paradójicamente ha mostrado la precariedad informativa del hecho religioso como visión fundamental de la existencia humana.

UNA LUZ DE ESPERANZA

Al cierre de estas palabras, cabe reafirmar el optimismo. No es igual, por ejemplo, el odio de clases que exacerbó el marxismo, que la punzante queja de hoy respecto de cualquier desigualdad que no sea fruto del esfuerzo personal. Las vocaciones por los trabajos solidarios, sobre todo de la juventud, son abundantes, y los valores éticos han logrado colocarse más al centro del debate contingente, denotando los periodistas, de paso, una verdadera ansia de formación continua. Los focos informativos futuros tienen mucho de positivo donde apuntar.

Sin embargo, para el éxito de esta tarea, aparte de las rectificaciones ya aludidas, es preciso recrear el apoyo ciudadano que todo medio periodístico requiere tanto para desenvolverse con estabilidad económica, garantía de su independencia, como para un efectivo respaldo social a su misión. En el

primer aspecto, algunos diarios digitales dan experiencias valiosas con miles de accionistas y el levantamiento de capitales suficientes para existir por varios años, esperando la anhelada rentabilidad.

Como es evidente, este apoyo debe asumir formas muy distintas a como se sostenía la prensa del siglo XIX, pero el principio es el mismo: entender y aceptar que la actividad periodística no es una “industria” más. Hay que interesarse por conocer cómo funcionan los diarios, las radios o las estaciones de televisión en sus hilos de decisión, gobierno y financiamiento. La estructura real de la libertad periodística es sobremanera frágil y sutil, y nos concierne a todos como miembros responsables de la sociedad democrática.

Más allá de poder seguir operando, y para superar su actual incertidumbre, los medios de comunicación necesitan que los propios ciudadanos —y especialmente los jóvenes universitarios, elite del mañana— se persuadan de que son indispensables para el funcionamiento de la democracia representativa y para la vigencia del estado de derecho y la libertad económica. En otras palabras, que ellos son algo propio y necesario de la convivencia social. Sin duda, el público deberá acompañar y estimular la transición compleja hacia el cambio de sus contenidos; pero confío en que el periodismo emergerá renovado y pujante de la crisis actual.