



Marco Lara Klahr. Profesor normalista y licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM, con mención honorífica). Ejerce el periodismo desde 1980, especializándose en temas de crimen organizado, violencia y marginación. Ha realizado coberturas en México, Centroamérica, Estados Unidos, Canadá y países europeos, e historias suyas han sido traducidas al inglés, portugués e italiano. Obtuvo el Premio Nacional de Periodismo (2000, por reportaje) y un estímulo de la convocatoria Vidas para Leerlas, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (1996). En la actualidad publica, entre otros, en el diario *El Universal* y las revistas *Día Siete*, *Gatopardo* y *etcétera*, e imparte talleres y charlas sobre periodismo de investigación y narrativo. Es autor de *Días de furia. Memorial de violencia, crimen e intolerancia* (Plaza&Janés, 2001), y coautor de *Viento rojo. Diez historias del narco en México* (Plaza&Janés, 2004), entre otras obras.



Marco Lara Klahr

APUNTES PARA UN
PERIODISMO [NEGRO] CONSCIENTE

Eso que en el habla coloquial se denomina *nota roja* o *periodismo negro*, en realidad constituye una de las vías históricas por las que los medios han servido al poder —y en particular a un atrofiado sistema de procuración de justicia— demonizando ciudadanos y grupos sociales. Existen, no obstante, nociones deontológicas y metodológicas que permiten, desde el desempeño del reportero, abordar las temáticas sobre seguridad pública con oficio, responsabilidad y profesionalismo. ¿Tiene sentido informar sobre accidentes, homicidios, violencia, desastres, crimen organizado o corrupción policial? El referente para asumir esta pregunta ineludible tiene que ver con uno de los considerados fines mayores de la empresa mediática: garantizar el derecho de la sociedad a saber

Una pelea de burdel en el trópico puede tomar cualquier cauce. Y esta medianoche de sábado, de aguacero incontenible, dos hombres riñen a golpes estimulados por sus mujeres de paga, una de ellas muda y pependenciera. Ambos sangran ya y sobre la pared pajiza del fondo dejaron una mancha escarlata chorreante. Es previsible que tanto ímpetu se contagie al resto de las mesas; sólo hay que ver a quienes

Marco Lara Klahr

beben y conversan atropelladamente en torno a ellas, hombres jóvenes y vigorosos de piel morena, tatuados, de rostros severos y miradas destellantes, que habitan en Cantarranas y otros barrios con mala imagen pública.

En este pueblo hay seis policías, incluyendo, digamos, la oficialidad. Forman el cuerpo de seguridad pública un comandante, un cabo y cuatro agentes, todos de uniformes negros y raídos, y botas lodosas; con sus escopetas calibre .12 —en un lugar donde los traficantes de cocaína y combustibles, y las gavillas de asaltantes pueden costearse las letales AK-47—, sin radios ni patrullas —en una palabra, como dice Aurora, la mujer con el cargo civil de mayor autoridad, “policías de a pata”.

Suena a mentira, pero a los 20 minutos de comenzadas las hostilidades en este antro, después de sortear la lluvia cerrada, irrumpe aquella desaliñada fuerza policial y conjura la violencia. Todo mundo dice que quienes comenzaron la pelea se han marchado. Pero es mentira, porque ahora mismo ocultan sus heridas besando a las mujeres tras la penumbra. Los seis hombres de negro merodean entre las mesas y, cuando un calor vaporoso sucede a la tormenta, aceptan de las muchachas sorbos de cerveza tibia.

Con seguridad, a lo largo de la noche esta gente había estado preguntándose qué hacían dos tipos con facha de ciudad en una de las mesas del rincón, conversando a tramos, hurgando en cada rostro a través de la atmósfera cargada de humo de cigarrillo, internándose en un territorio tan impredecible, donde la balanza puede inclinarse de manera brusca contra un desconocido. La llegada de la policía permite que sea revelado el misterio: son reporteros.

Se sabe porque uno de ellos extrae de entre sus ropas una cámara digital y el otro una libreta: hacer fotos, levantar historias en la madriguera es el sueño casi siempre irrealizable de un reportero, y de este prostíbulo de mala muerte se conoce que salen de madrugada los *habitué* para desahogar sus negocios

subrepticios, en los giros del asalto a mano armada, el tráfico de cocaína o de combustible ordeñado a los gasoductos de Pemex y el ajuste de cuentas.

Aún en estos confines, los agentes, de manera inesperada, caen seducidos por la cámara. Con inusitada oportunidad mediática, el comandante ordena a sus desastradas huestes poner en marcha lo que enseguida llamará *un operativo*. Tres recorren las mesas, revisando a uno por uno, aunque otro prefiere permanecer en la barra, atraído por la botella de cerveza amarga que alguien le puso en la mano. Entretanto, no cesan los destellos del *flash*.

Pero la concurrencia no es candorosa; en particular, un muchacho obeso y afeminado, vestido de amarillo, al que los agentes trataron con calculada caballerosidad a la hora de la revisión física, que parece resuelto a impedir lo que considera un atropello. Primero, como para sí, dice: “Pinche gente, ¿a qué viene al pueblo?, hay que matarla”, “Perros malditos, hay que matarlos”. Luego, lo suyo se convierte en una arenga apenas contenida: “¡Vamos a chingarlos, pinches periodistas mierdas!”, “¡Vamos a matarlos a los hijos de la chingada!” La gente comienza a ponerle atención y, a juzgar por ciertas miradas, a estas alturas quizás algunos estén pensando que no es mala idea.

El fotorreportero no se ha dado cuenta de ello, exultante por la inesperada presencia policiaca que le permitió hacer unas fotografías que de otra manera no habría conseguido. Tanta es su gratitud, que pregunta a su compañero: “¿Qué, les invitamos una ronda de cerveza, no?”, señalando al comandante, quien satisfecho, saborea la posibilidad de un trago gratis.

El “no” seco que obtiene por respuesta confunde sólo un segundo al reportero gráfico, quien sin embargo comprende enseguida. Todavía en plena retirada de aquel burdel, el asunto sale a la conversación y él mismo despeja la ecuación implícita en el “no” de su compañero de reporte: “Es cierto, un reportero

Marco Lara Klahr

no debe involucrarse con los personajes, porque entonces se vuelve parte de la historia y, eventualmente, cómplice”. Fue como si estuviera tratando de convencerse, de hacerse cargo de una certeza ética que de pronto le llegó, le tomó por asalto y en la que nunca había pensado.

En el desempeño de un reportero de la *nota roja* esto sucede todos los días.

No es que no haya disponibles en el mercado laboral periodístico instrumentos referenciales o normativos (deontológicos) acerca del comportamiento del periodista en una circunstancia dada. Es que una cosa es el mundo del papel, del discurso, y otra el de los intereses, la incompetencia profesional, la ignorancia y los prejuicios que entran en juego a la hora de concebir, planear, reportear, plantear, editar, jerarquizar y publicar los contenidos mediáticos sobre seguridad pública, entre los profesionales que intervienen en ese largo y sinuoso camino dentro de un medio de comunicación (reporteros, diseñadores, editores, jefes, directores, dueños).

Y está otro aspecto: el de los actores y los emisores de la información que constituye la materia prima para formular dichos contenidos. La distorsión está en el origen. Si no hay transparencia en la información institucional ni profesionalización de los comunicadores sociales. Si la administración y la procuración de justicia tienen defectos que las convierten en arenas movedizas para el ciudadano y el periodista. Si ni siquiera existen un desempeño y una investigación policial y pericial profesionales. Si la policía sigue siendo un cuerpo de analfabetos obesos, mal pagados y peor tratados, que no se especializa ni es fiscalizada, y que funciona más como regulador o gestor de las relaciones entre la sociedad y el crimen organizado, que como garante del estado de derecho. Si los académicos o los activistas considerados expertos suelen ser, a su vez, reproductores de enfoques de un determinado proyecto de poder o centrar sus investigaciones y análisis en

contenidos mediáticos. Y si además los ciudadanos, al fungir como fuentes de información, adulteran también la realidad. ¿Qué emisor puede ser considerado fuente confiable? ¿Cómo discierne el medio de comunicación entre esta maraña? ¿Cómo un periodista o un medio pueden llegar a ser capaces de garantizar el derecho de la gente a saber —que es su fin último?

Rodolfo F. Peña, uno de los periodistas mexicanos de izquierda más luminosos de finales del siglo XX, lo veía como un asunto de condición humana; decía que particularmente en los escenarios de transgresión cada uno de los actores se empeña en mantener en un territorio de opacidad, de grisura, la porción de la verdad que no le favorece legal o socialmente.

Si leídas estas ideas despiertan una sensación de inmovilidad, de “bueno, y ahora, hacia dónde”, tal estado de ánimo es mayor cuando el reportero debe salir a la calle cada día consciente de que es uno de los eslabones profesionales que permite que los medios de comunicación contemporáneos funcionen de manera fatal como sucedáneos del auto de fe inquisitorial y en particular de ese rasgo preponderante de *vindicta pública* inherente a él —en el sentido de ser el recurso para exhibir al [supuesto] culpable, a modo de escarnio y lección edificante, convirtiéndose en apéndice del sistema [torcido] de administración de justicia.

El reportero no sólo tiene sobre sí el peso de su medio específico, incluyendo los vicios internos y las malas condiciones laborales. Tampoco debe hacer frente sólo al hecho de aventurarse en las marismas de la administración y procuración de justicia, o recoger información distorsionada por un conjunto de arreglos sociales. Además tiene que hacer padecer al lector con sus propias limitaciones profesionales, intereses y prejuicios.

En una perspectiva amplia, se trata de un problema estructural. En una perspectiva específica, el problema es ético, pero también técnico-profesional. De alguna manera los códigos de ética de las empresas mediáticas y el hecho de que cada vez más reporteros posean el grado de licenciatura, aparte

Marco Lara Klahr

de que exista una creciente presión social y legal, los ha obligado a ser más cautelosos y sensibles (aunque quién sabe si más responsables y éticos). En cuanto al problema técnico-profesional la precariedad es alarmante. Ni las universidades ni los medios están dotando a los reporteros de nociones, de conocimientos sistematizados que les permitan desempeñar su labor con un cierto método para equilibrar, relativizar y profesionalizar, en este caso, los contenidos mediáticos sobre seguridad pública, en beneficio de la colectividad a la que sirven y que constituye su *nicho de mercado*.

Estos “Apuntes para un periodismo [negro] consciente” son motivados por la preocupación ante dicha precariedad. Ciertamente empíricos, se basan en la experiencia reporteril, pero también en intercambios de ideas con colegas periodistas y con académicos del país y del mundo, la impartición de talleres y conferencias, y la lectura de historias periodísticas y fuentes teóricas. Sin mayor pretensión que la de compartir reflexiones, en última instancia están dirigidas a quienes cada día van a la calle y dedican su vida a la pasión por encontrar historias para mostrarle a su colectividad contextos, episodios de condición humana abordados con una visión holística.

La noción es: el ejercicio de un periodismo profesional (especializado, ético, responsable y con calidad narrativa) empieza por ser un periodismo consciente. En un ámbito como el mediático mexicano, donde predominan la improvisación, la corrupción y el autoritarismo, la explotación y la incomunicación al interior de las redacciones, muchos factores se dejan a la intuición del reportero. Ordenar las ideas; identificar cada uno de los aspectos implícitos en la cadena de la que se es eslabón; clarificar cuál es el papel que se quiere jugar racionalmente; fijar posiciones éticas y profesionales que mejoren las coberturas reporteriles, y, en particular, poseer el instrumental metodológico básico para producir contenidos mediáticos sobre seguridad pública es útil —desde la posición

del reportero— para alcanzar ese periodismo interiorizado, asumido, consciente.

Desde principios del siglo XIX, en el que comienza a adquirir rostro el periodismo mexicano propiamente dicho, los sucesos de la llamada *nota roja* han sido el mejor ingrediente para la crónica. De manera recurrente, en todas las épocas periodistas y medios han aprovechado las historias de transgresión para dibujar una faceta de lo idiosincrático mexicano —que es, sin duda, una de las responsabilidades sociales de los medios—. La complejidad, riqueza e intensidad de los casos de *nota roja* permiten recreaciones periodístico-literarias que difícilmente podrían hacerse de otros fenómenos sociales.

Por desgracia, al recoger esas historias, la empresa mediática y los periodistas —en el papel de sus personeros— han supurado prejuicios no sólo hacia los transgresores, sino hacia inocentes acusados de manera indebida, habitualmente pobres o miembros de minorías (niños de la calle, opositores, homosexuales) o segmentos sociales marginados (mujeres, indígenas, ancianos). Pero también evidencian su parcialidad y abyección ante determinadas expresiones de poder. Así, el manejo de contenidos sobre seguridad pública es uno de los síntomas más descarnados de discriminación —y construcción de estereotipos.

No obstante la recurrencia a la crónica y que sea ésta el género más oportuno para abordar la temática de seguridad pública, desde el surgimiento de la industria mediática en México, a finales del siglo XIX, hasta hoy, la nota informativa ha sido el género periodístico preferido de las noticias sobre transgresión, y en ella se reproducen y radicalizan los vicios xenófobos manifiestos en la crónica, porque en virtud de su brevedad y sus cartabones es mayor el riesgo de simplificación, banalización y parcialidad informativas.

Eso no ha cambiado gran cosa en el periodismo mexicano del siglo XXI. Los medios de comunicación impresos mantienen su

Marco Lara Klahr

política de ocupar una vasta porción de sus espacios con notas *de policía* mal enfocadas, pésimamente escritas, con información poco rigurosa y proveniente casi de manera exclusiva de fuentes oficiales. La radio y la televisión han encontrado en el tema una veta comercial que explotan poniendo a sus contenidos algo de *picante*, habilitando a reporteros y conductores como payasos locuaces que exhiben, delatan o denuncian a supuestos transgresores; que llegan a arbitrar pleitos en vivo, recrean escenas para hacerlas pasar por reales o se habilitan como policías, agentes del ministerio público y jueces bufonescos. Al mismo tiempo, en internet están disponibles los boletines de las instituciones policiales y de procuración de justicia sobre detenciones y consignaciones, que terminan siendo compendios de vejaciones verbales, prejuicios y acusaciones hacia presuntos responsables.

Revertir esta *cultura* de manejo de contenidos mediáticos sobre seguridad pública es un reto que debe ser asumido también por los reporteros. Quizás haya que empezar por ir desterrando la nota informativa, transformando la arquitectura de los medios de modo que las noticias de la *nota roja* no tengan más que tres vías de salida: el reportaje, la crónica y las pequeñas notas (*micronotas*, les llaman, o *breves*). Desde un percance vial hasta un homicidio o un delito de cuello blanco pueden *informarse* en no más de tres párrafos (si hay buena imagen, tendrían que limitarse a un pie de foto), siempre que hacerlo tenga una utilidad específica (lo cual exige jerarquizar la información adecuadamente), en el contexto de una política editorial definida.

En lo que al reportero concierne —y si acaso consigue liberarse de las cinco notas informativas diarias que le exige su editor—, procurará controlar dos órdenes de variables interactuantes que le permitirán potenciar cualitativamente el ejercicio y el resultado de su profesión: las variables de carácter general (responsabilidad, veracidad y ética) y las de carácter *metodológico*.

En el primer caso:

a) el reportero, como su medio, tiene una **responsabilidad social** (garantizar el derecho ciudadano a saber), en tanto que su materia primera es la información pública (que, a propósito, no es de su propiedad) y desempeña un rol específico en su colectividad (*intermediar* entre las fuentes emisoras de noticias y la gente). Esa responsabilidad social tiene también una dimensión histórica, porque los contenidos mediáticos son, desde que existe el periodismo, fuente de primera mano para analistas de la actualidad e historiadores y otros académicos dedicados al estudio e interpretación del pasado;

b) la objetividad es un valor anacrónico. En México se le ha esgrimido como garrote dentro y fuera de los medios contra quienes pretenden impugnar al poder. En el caso de la era posrevolucionaria, los medios eran *Objetivos*, o sea, depositarios de la Objetividad, en tanto reproducían con fidelidad el discurso de la Revolución, que equivalía a la Verdad porque emanaba del Poder Revolucionario. Quien no se ajustara a esa Verdad era enemigo de la Revolución y, en ese caso, culpable también del pecado antirrevolucionario de *subjetividad*. En el contexto global, es un fenómeno mediático equiparable al provocado por la estrategia del Pentágono para crear una atmósfera de emergencia utilizando a los medios, exaltando a través suyo supuestos valores democráticos que había que defender a cualquier costo, incluso el de devastar países y diezmar pueblos, y satanizando las voces discordantes.

En vez de la objetividad, la **veracidad** parece ser un valor aprehensible y legítimo. Si la verdad depende habitualmente de enfoques, la veracidad obliga al reportero a aproximarse a los hechos desde diversas perspectivas, incluyendo el contexto, los *datos duros*, la diversidad y relativización de posiciones de los actores y sus testimonios, así como los intereses y pasiones en juego.

Pero existen también valores universales que sirven de nociones al enfocar un tema: en el caso de la información

Marco Lara Klahr

sobre seguridad pública están, por ejemplo, el respeto a la dignidad humana, los derechos humanos y las garantías constitucionales;

c) la **ética** no se reduce a no exigir o recibir privilegios de las fuentes (dinero, obsequios, empleos), sino que demanda una actitud coherente frente al editor (en particular, cuando éste pretende ordenar que se “golpee” o “dé calorcito” a alguien) y frente a los hechos: cuanto mayor sea la visión de campo del reportero para abordar un tema, mayor respeto tendrá por los hechos y sus actores, y mayor la veracidad del producto final: su historia.

En el segundo orden expuesto, las variables de carácter metodológico están implicadas por los aspectos anteriores (responsabilidad social, veracidad y ética), pero exigen un esfuerzo distinto, que tiene que ver también con la formación intelectual.

El reportero debe ser capaz de atenerse a lo que podría considerarse un método de trabajo que le permita mantener los estándares de calidad de su obra periodística —si es que esto no suena demasiado pretencioso.

Puede resumirse en una pregunta simple: ¿cómo construir una historia periodística (“historia” es la manera en la que el periodismo estadounidense clasifica a lo que en el mexicano se conoce como “crónica-reportaje”)? Enseguida se enlistan las variables metodológicas que pueden dar eficacia a esta tarea:

a) un **enfoque adecuado** es el primer paso. En los medios, no sólo no hay un ambiente profesional que favorezca la creatividad para concebir temas, sino que se dan “órdenes de trabajo” demasiado generales cuando son por escrito o ambiguas cuando son verbales. El autor de la idea debe exponerla por escrito, con brevedad y precisión, puesto que el enfoque equivale a la hipótesis (en el método científico), no sólo en lo tocante a la exposición del tema, sino a la delimitación temporal y espacial, y a las fuentes posibles.

Apuntes para un periodismo [negro] consciente

El enfoque es también el mejor instrumento de negociación, porque ayuda a resolver distorsiones en la comunicación entre el editor y el reportero. Además, empresarialmente contribuye a la optimización de recursos en la medida en la que hay un *testigo* documental acerca del trabajo específico que fue encomendado; b) no puede irse a la calle sin **base documental** y **claridad respecto de las fuentes potenciales**. La primera obliga al reportero a hacer una búsqueda rápida (para lo cual internet es una herramienta invaluable) acerca de lo que se ha publicado sobre el tema, quién y en dónde. La segunda hace menos azaroso el trabajo reporteril, lo torna más certero y eficaz; c) en periodismo, el trabajo de campo es el **reporteo**, que constituye una especialidad. Hay aquí algo interesante que tiene que ver con aptitudes y actitudes. El mejor reportero no es sólo el más sagaz y ágil, o el que dispone de las mejores fuentes para obtener la información lo más pronto posible (según la exigencia de su medio y la complejidad del tema), sino el de mayor capacidad para convertirse en un personaje secundario en una coyuntura. Podría decirse que la manera más eficaz de reportear es desaparecer, hacerse invisible, convertirse en alguien incidental en el que, por tanto, nadie repara. Esto exige, es verdad, modestia, pero también valor y astucia. Si el reportero es invisible, puede ir por todas partes. Y esto es particularmente válido —y útil— en los escenarios de *nota roja*, donde todo mundo es hipersensible a las miradas: el transgresor y la víctima, los actores en pro o en contra de aquellos, y los ineficaces y corruptos policías, fiscales, jueces y carceleros.

Pero hay otro elemento: la sensibilidad social. En su búsqueda de historias, el reportero tiene todos los sentidos al servicio del periodismo, lo cual le permitirá no sólo reparar aun en escenarios, personajes, hechos y datos en los que nadie que no sea experto fijaría su atención, sino en abusos y violaciones a los derechos humanos, con énfasis particular en los más desposeídos;

d) cuando en las redacciones se dice que “se le fue la nota”, significa que el reportero se perdió en la maraña de apuntes

Marco Lara Klahr

y, al cabo, no expuso —o no de la manera adecuada— el asunto noticioso o de mayor interés periodístico de su encomienda. En parte, esto obedece a que es poco habitual la costumbre de crear una **base de datos** para cada historia. El reportero va escribiendo guiado por su libreta de apuntes y su memoria, y en el camino puede llegar a olvidar información relevante. Si al final de cada día de reporteo se vacían apuntes, datos, recuerdos y reflexiones en un procesador de palabras, al final se tendrá una base de datos que no sólo impedirá que “se vaya la nota”, sino que permitirá que el reportero se concentre en la escritura y no en descifrar anotaciones o recordar, además de que será su acervo para nuevas historias más ambiciosas y un capital que reunido le permitirá, por ejemplo, escribir libros. La premura no es un argumento contra lo anterior, porque se pierde más tiempo hojeando una libreta con garabatos o reconfirmando datos que ya se tenían pero que se olvidaron, o padeciendo la inseguridad de falsear información por haberla confiado a la memoria. Un reportero habituado a hacer esta suerte de fichero o base de datos para cada texto salvará esos obstáculos y tendrá una disciplina mental que le permitirá sistematizar, valorar y exponer adecuadamente la información conforme la va encontrando y al escribirla. Adicionalmente, la base de datos facilitará, de ser necesario, reenfocar el tema. No siempre el planteamiento original de una historia se cumple, sino que puede variar según los resultados de la búsqueda de información y el reporteo. En ocasiones las expectativas crecen porque se obtuvo mejor información que la esperada o se modifican, cuando la realidad mostró que no era como se suponía originalmente. Podría decirse que la hipótesis se reformula una vez expuesta a la realidad;

e) es difícil dar recetas acerca del **planteamiento** literario-periodístico o narrativo de la historia. Pero sirve decir lo que *no* es una historia. No es “lo que sentí” o aquello que “me produjo” un hecho. Tampoco es necesariamente lo que “vi” o lo que “me contaron”. Mucho menos es “colorcito” o una “crónica de color”. Esta es la manera en la que se ha



Apuntes para un periodismo [negro] consciente

subvertido el periodismo narrativo y el arma a través de la cual dueños, directores y editores de medios, así como cronistas políticos o de cultura, espectáculos, deportes y policía, se han congradado con el poder, vengado de adversarios o de quienes se niegan a pagar para que se les de un trato clemente. En el caso particular de la nota roja, es la vía para supurar prejuicios, sobre todo contra cierto tipo de transgresores o presuntos responsables, así como indígenas, huelguistas, mujeres, indigentes, homosexuales y personajes públicos *caídos en desgracia*.

Cuando se hace el trabajo de campo se recurre a todas las fuentes implícitas no sólo por un principio elemental de equidad periodística, sino porque es la única manera de relativizar las diferentes *verdades* recogidas. En tal sentido, el planteamiento debe basarse en contraposiciones, de manera que aparezcan en la trama todas las voces, todos los pareceres, equilibrados en lo posible.

Otra noción es que mientras más vulnerables socialmente sean los personajes de las historias mayor atención y espacio ameritan. En un escenario dado, la correlación de fuerzas favorece a quien tiene mayor poder político o económico. El periodista no tiene por qué ser funcional a esta lógica de suyo inequitativa, sino contribuir a revertirla dando voz a quienes por su condición socioeconómica menos posibilidades tienen de hacerse escuchar.

El planteamiento narrativo exige un acervo básico de conocimientos. Un reportero que no lee (ésta es la única vía para adquirir lenguaje) y no tiene intereses intelectuales no sólo no podrá ser un verdadero cronista, sino que tendrá una mirada estrecha, un campo visual limitado que le impedirá exponer a su colectividad los hechos con la riqueza de matices debida.

En una historia, cada párrafo debe ser una construcción concisa que ensamble armónicamente con las demás atendiendo a por lo menos dos aspectos: 1) la dinámica narrativa, y 2) el equilibrio óptimo entre información —*datos duros*— y precisión descriptiva. Esto es porque debe apelarse, en igual proporción, a la

Marco Lara Klahr

inteligencia y a la emoción del auditorio. Sólo información no es más que una nota extensa. Sólo descripción no es más que un chantaje o una crónica literaria que vendida como periodismo resulta fraudulenta. La veracidad es posible si la información sirve de móvil y materia prima para contar; puesto que se trata de una historia periodística, su peso informativo (no necesariamente noticioso) es lo que la valida. Puesto que fue concebida para informar, la dinámica y los recursos narrativos deben ser puestos al servicio de la eficacia. A saber, en los contenidos para medios sobre seguridad pública la eficacia de una historia se logra si el ciudadano se entera y sensibiliza.

En la práctica de todos los días, los editores y los reporteros suelen funcionar movidos por un impulso en el que no reparan, del que no son conscientes. No se preguntan, por ejemplo, “¿para qué doy noticias, todos los días, sobre accidentes, eventos naturales, riñas, homicidios, violaciones, asaltos, fraudes, crimen organizado?” Y si lo hicieran, seguramente se responderían, “Porque es lo que a la gente le gusta”. Es la respuesta de alguien atrapado en su atmósfera burocrática, que se conduce por una cómoda visión autorreferencial.

Responder a esta pregunta es un reto y ahora no es el caso. Pero si el periodismo de *nota roja* no es ejercido para informar al ciudadano acerca de lo que ocurre en su entorno, su país, su continente y su planeta; sensibilizarlo sobre lo que los fenómenos económicos, políticos, sociales, culturales y naturales producen en el mundo en el que vive; y permitirle tomar decisiones para interactuar y transformar su entorno, entonces dicho periodismo no tiene sentido, se convierte en una actividad hueca.

Siempre los escenarios de transgresión o sufrimiento humano son un *súmmum*, pura condición humana, y eso es lo que los vuelve fascinantes a los ojos de todos y tan propicios para plasmarse en historias periodísticas. Pero el efectismo no es el sentido último de esas historias, sino la sensibilización. A la larga (y eso es lo que han conseguido los medios de



Apuntes para un periodismo [negro] consciente

comunicación y la consecuente saturación de mensajes), el efectismo por sí solo *anestesia*, mientras que una buena historia periodística aproxima a los seres humanos, los pone en contacto, los involucra, independientemente de que los hechos narrados no les afecten de manera personal o directa; crea ciudadanos.

Bien construida, una historia periodística se posesiona del interlocutor, le produce, por igual, reflexiones y estados anímicos. Es en ese sentido que para el periodismo no existen temas agotados. Cada reportero puede aportar un nuevo elemento que permita a la sociedad aproximarse a un suceso y formarse un punto de vista. Y eso vale de manera especial para la nota roja, donde, como se ha expuesto, cada uno de los actores, por conveniencia, mantiene parte de la realidad en un territorio de grisura que el periodismo debe aspirar, en lo posible, a desentrañar.

Como es claro, estos apuntes se enfocan en el papel del reportero, una figura clave del mercado mediático, en tanto que documenta personalmente los hechos de cada día. Pero no es un profesional aislado, sino que depende de una fuente, un editor y del medio mismo visto como empresa y producto (la sección de un diario, un segmento informativo radiofónico, un noticiero televisivo, un diario virtual de internet, los cables de una agencia de noticias).

Con las reticencias previsibles de haber formado parte de una sociedad corporativizada por más de siete décadas, las empresas mediáticas se han visto obligadas a profesionalizarse y *dibujarse*, a adquirir un *estilo* propio, presionadas por la sociedad y los retos de un mercado crecientemente globalizado y complejo.

No es sólo que hayan tenido que invertir en tecnología y reingeniería empresarial, y mediante el diseño y la tecnología *envuelvan* mejor sus productos para seguir vendiéndolos. Sino que han ido definiendo *agendas editoriales* cada vez mejor perfiladas.

Marco Lara Klahr

Históricamente, la agenda de cada medio la definían las necesidades de los grupos en el poder y en particular, cada seis años, el priismo. Quizás el surgimiento sucesivo de medios impresos como *Proceso*, *Unomásuno*, *El Financiero*, *La Jornada* y *Reforma* (independientemente de los cauces que pudieran haber tomado con el tiempo) en un largo periodo entre mediados de los setenta y mediados de los noventa; y la relativa modernización de medios impresos como *El Universal* y los noticieros radiofónicos y televisivos, hayan contribuido a profesionalizar el mercado mediático, construir medios con personalidad propia (al margen de la agenda política que motive a cada uno) y crear los cimientos de una verdadera competencia de mercado.

Sin duda ha habido mayor inversión para la actualización tecnológica y la profesionalización de los reporteros. Sin duda hay una apuesta por invertir recursos y espacio en historias y definir instrumentos de referencia (como *códigos de ética*) para respetar a los protagonistas de la información, al auditorio y las reglas del mercado. Tampoco puede negarse que las reivindicaciones sociales por los derechos humanos, el activismo de grupos organizados y la legislación sobre transparencia de la información pública han surtido efecto. Pero no ha bastado. Los medios y quienes los hacen se obstinan en los cartabones de un periodismo decimonónico, obsoleto, donde predominan la discriminación y los prejuicios hacia lo distinto; proclive a la *vendetta* contra expresiones diferentes a los poderes que los financian, y que hace de La Verdad, La Objetividad, La Independencia, La Pluralidad y La Valentía frases mercadotécnicas vacías.

En la *nota roja* (que se ha complicado por la presencia creciente de personajes poderosos que, muy a tono con el entorno global, han consolidado las redes entre el poder político y económico, y el crimen organizado) sigue vejándose a los ciudadanos, violándose sus derechos humanos y sus garantías constitucionales, reproduciéndose las versiones institucionales

sin mayor verificación y sin considerar todas las voces. Aquí está la mayor deuda de los medios y los periodistas con la sociedad mexicana.

La actualización de los medios tendría que ser, en este sentido, efectiva. No puede seguir vejándose a grupos sociales de por sí marginados o a ciudadanos que violan la ley real o presumiblemente. Con la sociedad civil, los medios deben presionar por información pública de calidad, crear estándares de manejo de contenidos que obliguen a reporteros y editores a contextualizar y recurrir a todas las voces implícitas.

En particular, los medios impresos —*la prensa*— viven una crisis empresarial y de credibilidad que se ha prolongado por más de cuatro décadas. Hoy, en pleno declive de tirajes y comercialización de espacios publicitarios, mejores y más completas historias, y el ejercicio de un periodismo consciente, a cargo de periodistas especializados, pueden permitirles remontar la adversidad del mercado. Profesionalizarse, respetar los derechos, la dignidad y la inteligencia de los ciudadanos, y reflejarlos de manera veraz, sobre todo cuando éstos protagonizan sucesos relacionados con la violencia y la seguridad pública; narrar las historias que los medios electrónicos y virtuales no podrían —por razones técnicas y financieras—, parece ser su única opción de sobrevivencia y, por supuesto, un desafío apetecible.