México: Abstinencias de corruptos

Por: Fernando Buen Abad Domínguez
Globalizacion, 22 de mayo 2020
alainet.org 21 mayo, 2020

Región: América Latina, Caribe
Tema: Política

IMAGEN: El expresidente de México, Felipe Calderón.

"Se acabó lo que se daba", dice una voz popular, y así les fue a los "periodistas", "comunicadores" y demás camuflajes ideológicos derechistas, en la Guerra Mediática de México. El gobierno de Andrés Manuel López Obrador decidió, en el marco del movimiento para la Cuarta Transformación, terminar con la "tradición" corrupta de inyectar dinero, en la lengua de algunos "comunicadores", para engordar halagos, alentar cegueras y sostener una pachanga de corrupción ebria de impudicias e impunidades. Y comenzaron los estertores de las abstinencias. Sálvense las excepciones.

Algunos vieron derrumbarse sus "castillos de naipes" mediáticos. Se esfumó el "rating", despareció el glamour de la petulancia "periodística" farandulera y se vieron en la necesidad de "reconvertirse", es decir, trabajar de verdad. Otros aferrados a sus oropeles y sus finanzas de compadres, no terminan de creerlo mientras hierven en berrinches, aquí y allá, empecinados en recuperar el altar del ego que se fabricaron para auto-adorarse. En público. Y están, claro, los más perversos que recibieron fortunas a raudales y ahora intentan "organizarse" para derrotar y derrocar a López Obrador. Cueste lo que cueste. Lo nuevo no es que chillen, que vociferen o que bravuconeen.

Lo nuevo es que, por vez primera en mucho tiempo, un gobierno se decide a frenar, de tajo, uno de los vicios más terribles en la relación Estado-Comunicación infectada por intereses mercantiles y mafias secuestradoras de poderes. Lo nuevo es que se destapa una cloaca delincuencial que ha desviado, durante décadas, los recursos del Estado (dinero del pueblo) para mantener a zánganos disfrazados de "periodistas", para traficar falsedades y venderlas como "información", para endiosar peleles amaestrados en las "malas artes" de fabricar "opinión pública". Lo nuevo es que queda abierto un campo de investigación científica, jurídica, comunicacional y ética para extirpar de raíz un cáncer ideológico que hizo metástasis a sus anchas, convenciendo a la "audiencia" de que nos "informaban" con lo mejor, a tiempo, con la verdad y con credibilidad intachable. Lo nuevo es que ha sido derrotado un bastión de la ideología dominante. Ahora hay que transformarlo.

Estando como está esa batalla, es inconveniente (por ahora) poner nombres y apellidos, aunque todo mundo sepa quiénes son, donde "trabajan" o dónde "trabajaron". (https://www.forbes.com.mx/revelan-lista-de-36-periodistas-con-contratos-con-gobierno-de-epn/) No obstante una lista oficial tomó estado público y está (o debería estar) en marcha un procedimiento legal, económico y político para esclarecer, hasta el último centavo, dónde están las fortunas invertidas por los gobiernos de la plutocracia caciquil mexicana. Pero, principalmente, debe estar en marcha un movimiento de la Cuarta Transformación Comunicacional para extirpar, desde los huesos, las miles de artimañas y jugarretas convertidas en parte del "paisaje" y que se repiten diariamente como parte del "sentido común" del comunicador. Eso implica una revisión crítica y exhaustiva sobre qué se enseña

en las aulas, qué autores y tendencias teórico-metodológicas se privilegian y qué otras se esconden, se persiguen o, de plano, se linchan en la plaza pública de la muy manoseada "libertad de cátedra".

Una "Cuarta Transformación" comunicacional implica extirpar los vectores ideológicos del mercantilismo acendrados en el estilo de redactar, en el modo de hablar, en las poses y en los estereotipos periodísticos que campean impunemente incluso en las cabezas de los más "progres". Implica una revisión crítica y auto-critica, hasta la médula, que saque de nuestros métodos de trabajo las manías semánticas y sintácticas de los "jefes de redacción", el palabrerío de quien presume saber qué es "lo que vende", qué es lo que "le gusta al público", qué es lo que "se consume". Necesitamos una revolución de los vocabularios, una profilaxis de la semántica, de la sintáctica y de la dialógica en un sistema de producción informativa que ha sido desconectado de la realidad de los pueblos. Una revolución de la comunicación.

Estamos es la fase del berrinche exhibicionista. Unos alientan "golpes de Estado" ¡públicamente! Manotean todo tipo de adjetivos y todo género de exageraciones, para inflar de "importancia" sus lamentos por el soborno perdido. Hacen como que les preocupa la democracia, hacen como que estamos al borde del abismo, hacen como que sin ellos el Apocalipsis es inminente. Se reúnen, declaran, agitan, insultan y lloriquean (en público y en privado) ante un pueblo que no les cree, que los considera enemigos de la verdad y de la ética y que no da por ellos "un centavo" de solidaridad. Simplemente porque ni lo merecen.

México tiene una oportunidad extraordinaria para producir una autopsia minuciosa de esa forma de corrupción incubada en los "medios de comunicación. Desentrañar sus orígenes, sus alcances, sus consecuencias y sus beneficiarios. Hacer visibles y comprensibles los hilos del poder comunicacional que secuestraron la información durante décadas suplantando nuestro derecho a estar informados, verazmente, con negocios de falacias informativas e ideología chatarra.

Ahora es cuando nos toca convertir el "valle de lágrimas" de los dolientes por el síndrome de abstinencia, en muestrario general de lo que no debe volver a ocurrirnos... de lo que nunca debió ocurrirle a la humanidad en medio de una "infodemia" global infestada por "fake news", operaciones de linchamiento mediático y desfiguraciones de la realidad impuestas desde los laboratorios de guerra psicológica que financia el imperio. Como bien lo saben Vargas Llosa, Krausse, Aznar, Felipe Gonzales... y una larga lista de sirvientes intelectuales. Por lo pronto en México "se acabó lo que se daba". Terminar con la corrupción en una batalla económica, cultural, política y semiótica. Hay que poner a su disposición toda ciencia, todo arte, todo talento. Se trata de rescatar un derecho Humano, el derecho a estar informado críticamente, con verdad, con calidad y sin chantajes. Sin sobornos.

Fernando Buen Abad Domínguez

Fernando Buen Abad Domínguez: *Director del Instituto de Cultura y Comunicación y Centro Sean MacBride Universidad Nacional de Lanús.*

La fuente original de este artículo es alainet.org
Derechos de autor © Fernando Buen Abad Domínguez, alainet.org, 2020

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook

Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Fernando Buen Abad Domínguez**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca