

México - “Chayotes” y publicidad pagada

Por: [Eduardo Ibarra Aguirre](#)

Globalización, 29 de mayo 2019
alainet.org 28 May, 2019

Región: [América Latina, Caribe](#)

Tema: [Comunicación](#)

Sorprende sobremanera la insuficiente reacción de los colegas aludidos en la siguiente afirmación presidencial hecha en la mañana del jueves 22, en Palacio Nacional, a propósito de la presunta o real escasez de medicamentos, trabajadores de la salud y equipo médico en el ámbito público, debido a los programas y políticas de la austeridad republicana -traducida por sus críticos como draconiana-, en los siguientes términos: “No se está despidiendo a nadie, es propaganda para afectarnos... Es el hampa del periodismo, se usa mucho que la calumnia cuando no mancha tizna... Ayer tuve una reunión con el sector salud y no hay despidos”.

Colegas como Álvaro Cueva criticó en Milenio y Canal 22.1 (televisión abierta) reflexivamente la afirmación del *hampa* del periodismo (Conjunto de personas que viven de forma marginal cometiendo acciones delictivas de manera habitual), pero es del todo insuficiente comparada con la airada reacción de los involucrados en la lista sumamente parcial de periodistas y medios “chayoteros” que, según el diario Reforma, dio a conocer una oficina del gobierno federal, al entregarla al Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, para satisfacer solicitudes de reporteros formuladas hace meses.

La lista y su parcialidad es más que evidente -apenas el 3% de lo gastado por Peña en seis años y sólo 36 periodistas-, sobre quién y para qué fue “filtrada”, ocupa buena parte del no debate, el monólogo que realizan los mencionados en ella, algunos subrayando su respeto y hasta admiración al presidente Andrés Manuel, otros envolviéndose en la bandera de la defensa intransigente de la libertad de expresión, lo que no hicieron en los sexenios del PRIAN (Carlos Salinas, Ernesto Zedillo, Vicente Fox, Felipe Calderón y Enrique Peña), más bien se mantuvieron muy cerca del *príncipe* y éste los recompensó, otros reaccionaron rasgándose las vestiduras cuando el silencio era la mejor respuesta debido a la pésima fama pública.

Tan simple como explicar que no son *apoyos*, como informó López Obrador. Y subrayar que son pagos por servicios publicitarios y que éstos no son sinónimo de “chayotes disfrazados” como le llaman algunos extorsionadores del gremio, y que tales ingresos no condicionaron la línea editorial del portal, periódico, canal o radiodifusora, ni de sus dueños o directivos.

Como lo explicó muy bien Denise Maerker en el noticiero En Punto: “Sin duda existen periodistas que han recibido dinero y que eso ha determinado su línea editorial. Qué bueno que se sepa. Pero también es cierto que en esta línea hay portales que hacen uno de los mejores periodismos del país. Mezclar a unos con otros, manejar esta información sin

pulcritud... equivale a ensuciar a toda la profesión y desde luego enoja, y lo digo a título personal: No, no todos somos iguales. Pero va más allá, porque el desprestigio de todos los periodistas no le sirve a la sociedad. A la larga, mata la posibilidad de la crítica, indispensable en una sociedad crítica y plural”.

El debate pendiente es qué hacer para transparentar la pauta publicitaria, hacerla horizontal en relación directa con el medio y su audiencia, de ponerle “punto final” a lo que Genaro Villamil denominó “era neoliberal del periodismo”. También de entrar a una etapa de transparencia donde se inviertan mejor los recursos públicos que son de todos los mexicanos. Y de que los trabajadores de los medios no se vean precisados a jugar a las vencidas, en nombre de intereses plutocráticos, con el gobierno de AMLO.

Eduardo Ibarra Aguirre

La fuente original de este artículo es alainet.org

Derechos de autor © [Eduardo Ibarra Aguirre, alainet.org](http://alainet.org), 2019

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: **[Eduardo Ibarra Aguirre](#)**

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