

Lo que importa no está aquí

JORGE ZEPEDA PATTERSON

Lo que verdaderamente importa no está en esta sección del periódico, sino en otra. Es en las páginas llamadas de negocios o de economía, y no en las de política, en donde se decide el destino de la gente. Su empleo, la velocidad a la que se dispara su tarjeta de crédito, la posibilidad de ser desalojado de su casa, lo que sus hijos ven, oyen y actúan, como tantas otras cosas importantes de la vida no las va a decidir Peña Nieto, ni un gobernador. Lo definirán operadores anónimos frente de una pantalla con gráficos en Nueva York, Londres, Madrid y, ocasionalmente, en México.

Las políticas de los gobernantes ayudan o perjudican en la misma medida en que una gabardina hace alguna diferencia en un domingo de tormenta. Pero es la lluvia la que decide si la jornada es de picnic y recorridos en bicicleta, o de encierro apertrechado en casa o en un cine. Eso es justamente lo que están viviendo los españoles y los griegos, y hace dos años los norteamericanos. Y con menos dramatismo el resto de los habitantes del planeta, por ahora.

Y esto apenas comienza. Capitales internacionales están comprando la tierra de cultivo en África y partes de América Latina; el servicio del agua para abastecer las ciudades se está concentrando en un puñado de transnacionales; el valor de los alimentos depende en gran medida de las operaciones de futuros que realizan los especuladores en los mercados de Chicago. El estado de los mares y los bosques no lo decide precisamente la Semarnat ni sus equivalentes internacionales.

Los capitales financieros están fuera de control por parte de los gobiernos. Generan burbujas inmobiliarias artificiosas que terminan por pincharse solas. La calificación de Standard & Poor's convierte en impagable la deuda de un país. En resumen, hay una enorme transferencia de valor a escala internacional del capital productivo al capital financiero, por no decir especulador. Y no hay Estado nacional capaz de hacerle frente. Ni siquiera las mejores intenciones del G-20 o el G-8 han servido de mucho para frenar las veleidades de la globalización financiera (los grupos G-algo, como el punto G, parecen ser más una leyenda urbana que una realidad).

Los periodistas nos hemos obsesionado con los políticos, al grado de convertirnos en una especie de subclase política. Las columnas describen con mínimo detalle con quién comió Manlio Fabio Beltrones y los chistines de Felipe Calderón, pero en el proceso nos hemos olvidado de lo que están haciendo los verdaderos amos del planeta. Es en los consejos de BBVA en Madrid o de CityGroup (Banamex) en Nueva York donde se definen las posibilidades de que usted o su empleador reciban el crédito para sobrevivir o expandirse, y es en el Deutsche Bank, que financia a las armadoras alemanas, donde se decide el empleo de muchos poblanos. Un especulador ruso puede ser el factor que determine si el exportador de tomate sinaloense tenga ganancias o pérdidas este año. Y es un consejo de empresa de Bailleres (el dueño de El Palacio de Hierro y Peñoles) el que definirá en última instancia la calidad del agua que beberán los cancenenses y los capitalinos.

El problema es que los periodistas no estamos cubriendo estos temas. A muchos lectores pueden parecerles agresivas las investigaciones de Jenaro Villamil sobre Televisa, pero eso lo que tendríamos que estar haciendo muchos colegas con otras compañías. No se trata de satanizarlas, pero sí de transparentar el impacto que sus decisiones tienen en la vida de los mortales.

Por desgracia la cobertura de negocios en prensa y noticieros suele ser la más obsequiosa. El nivel crítico que se lee en la sección de deportes o en la de política no existe en las páginas de economía.

El dueño de un diario argentino solía exigir a sus periodistas que fuesen de izquierda en temas sociales, de centro en materia política y de derecha en asuntos de negocios. No sé lo primero, pero esta última parte es universalmente obedecida. No es casual que los periodistas y columnistas de negocios no sólo sean los mejor vestidos en toda redacción; son también los que terminan con las mejores remuneraciones.

No necesariamente significa que estén vendidos (ciertamente no todos). Pero son muy comunes los viajes internacionales pagados por empresas, la atención que reciben de los P.R. con oficinas en las Lomas y la enorme efectividad de los boletines de prensa de los consorcios (mucho más profesionales que los del sector público). En todo caso, los medios de comunicación suelen pensárselo dos veces antes de cuestionar a un anunciante. Lo que importa está en otro lado y no lo estamos viendo.