

Veinte años, veinte

Luis Hernández Navarro

La jornada

14 de septiembre de 2004

En la larga caravana de vehículos que acompañó la marcha zapatista de febrero de 2001, los medios de comunicación se diferenciaron del resto del grupo colocando sobre los parabrisas de sus coches y camionetas improvisados letreros que decían: prensa.

La señal de identidad, necesaria para abrirse paso, no siempre resultó conveniente. Invariablemente, cuando el convoy se detenía en pueblos y ciudades de entre la multitud surgían quejas y denuncias. "Prensa vendida, digan la verdad", se escuchaba una y otra vez.

Curiosamente, cuando sobre el improvisado rótulo de "prensa" los reporteros de *La Jornada* pusieron otro que anunciaba al periódico, la situación cambió drásticamente. Los abucheos se convirtieron en aplausos y expresiones de simpatía. Los reclamos no desaparecieron, pero modificaron su naturaleza: exigían que llegaran más ejemplares del diario a sus localidades y a buena hora.

La anécdota no es una excepción, sino un hecho bastante común. Los he escuchado frecuentemente a lo largo de estos últimos años en foros, conferencias y encuentros en el interior del país y el extranjero. Distinguidos intelectuales progresistas estadounidenses, europeos y latinoamericanos dicen con cierta nostalgia y no por cortesía: ¡ojalá tuviéramos un periódico así en nuestro país! Muchos lo leen diariamente, e incluso es su página de inicio en Internet.

En un mundo globalizado, *La Jornada* se ha convertido en un periódico internacional. El año pasado su sitio web tuvo más de 537 millones de consultas, y de ellas más de la mitad provino de países como Estados Unidos, Italia, España y Francia. Esta cifra no incluye los cientos de notas y artículos publicados en el diario que diversas páginas de Internet incorporan a su programación. Los navegantes buscan informarse del conflicto de Chiapas, pero también de cómo ha cambiado el mundo a raíz del 11 de septiembre y encuentran en este medio un canal creíble.

Y es que en las páginas de *La Jornada* pueden leerse lo mismo reportajes de sus corresponsales en ciudades clave, con un enfoque muy difícil de encontrar en otros medios, que artículos de escritores como Noam Chomsky o Robert Fisk, que no pueden leerse en la prensa escrita de Estados Unidos. Ello no es casualidad. No en balde una parte de quienes dirigen y hacen el diario

se formaron como corresponsales de guerra en los conflictos centroamericanos y como reporteros del México de salario mínimo.

La relación de los lectores de *La Jornada* con el diario es viva y de intercambio recíproco. Quienes lo consultan son, o han sido además, parte de movimientos sociales y políticos. Así ha sido desde su nacimiento. No es gratuito que su audiencia haya crecido al calor de grandes conflictos sociales: los sismos de 1985, el movimiento del CEU, las guerras del Golfo, el fraude electoral de 1988, el levantamiento zapatista, el asesinato de Colosio, el conflicto de Atenco, etcétera. Ante el reciente conflicto en el IMSS, los trabajadores y médicos colocaron en sus unidades médicas y administrativas fotocopias de artículos y reportajes aparecidos en el periódico.

El diario ha dado también especial relevancia a la fotografía y al cartón político. Sus imágenes han recorrido el mundo y obtenido premios internacionales. Con frecuencia, los cartonistas elaboran en unos cuantos trazos los mejores y más eficaces editoriales.

Esta fidelidad de sus lectores ha permitido al periódico sobrevivir, a pesar de la diaria competencia, a los boicots publicitarios que en ciertos momentos se han orquestado en su contra -por ejemplo, alrededor del caso del padre Masiel- o a las presiones gubernamentales.

En no pocas ocasiones esta relación adquiere tonos pasionales. No son pocas las *tribus* perredistas que se indignan con el periódico cuando éste informa de las incongruencias del partido, y que desearían que el diario fuera una especie del viejo *Pravda*, sujeto a los lineamientos del instituto político. Les desagrada no poder manejar los contenidos informativos del medio que más leen sus miembros y simpatizantes.

No son pocos los asuntos informativos en los que *La Jornada* fija la agenda de los medios de comunicación. Con frecuencia, su cobertura va a contracorriente de la del resto de la prensa nacional. La versión que difundió en casos como el de la matanza de Acteal o la agresión policiaco-militar al municipio autónomo del Bosque fue, en sus orígenes, absolutamente contrapuesta a la divulgada por la mayoría de los otros medios. Con el paso de los días su versión se convirtió en la más creíble para la opinión pública nacional e internacional. Lo mismo ha sucedido ante hechos tan diversos como el Fobaproa o los intentos de privatización eléctrica.

La Jornada es una publicación hecha por periodistas, no por empresarios ni políticos. Su dirección y muchos de los puestos de mando están en manos de mujeres, hecho poco frecuente en la prensa nacional. Su estructura accionaria horizontal impide que un accionista -en su mayoría involucrados en la factura del diario- pueda tener el control de la empresa, y, por esta vía, que intereses privados influyan en la política editorial.

Este 19 de septiembre *La Jornada* cumple sus primeros veinte años. Nació en una reunión de iguales. Quiso ser "un diario que consigne en sus páginas el movimiento de la sociedad". Dos décadas después sigue siendo un periódico de iguales, un instrumento central para entender al México de hoy.

Twitter: [@lhan55](#)

Fuente: <https://www.jornada.com.mx/2004/09/14/023a1pol.php?origen=opinion.php&fly=>