“Mea culpa”: los medios después de la victoria de Trump

Prejuicios, “pensamiento mágico”, aires de superioridad… Estos son los pecados que el periodismo norteamericano ha aceptado tras la victoria del candidato republicano. Los medios hicieron una cobertura muy amplia de Trump tanto en las primarias republicanas como en la carrera hacia la Casa Blanca. No obstante, nunca creyeron *de verdad* que pudiera ganar las elecciones presidenciales y tendieron a menospreciar a sus votantes. La analista de medios del *Washington Post*, Margaret Sullivan, asume la culpa: “Aunque muchos periodistas y organizaciones periodísticas hicieron historias sobre la frustración y la privación de derechos de estos estadounidenses, no nos los tomamos suficientemente en serio” En la misma línea escribe Jim Rutenberg, columnista del *New York Times* sobre medios, cuando dice: “Retrataron a los seguidores de Trump que aún creían que tenía posibilidades como fuera de la realidad. Al final, resultó que era justo contrario”.

A estos americanos –dice Rutenberg– todas las mentiras que pusieron de manifiesto los *fact-checkers* les importaban menos que “la percepción de los males nacionales que Mr. Trump señalaba y prometía arreglar”. ¿Cómo es que no se dieron cuenta los medios? ¿Cómo no detectaron la ola de indignación contra el *establishment*, que Trump pretendía capitalizar? Quizá la clave esté en que los mismos medios forman parte de la clase dirigente. Las palabras de Sullivan parece que van en esta línea: “Trump –que llamó a los periodistas escoria y corruptos– consiguió que nos ofuscásemos de tal forma que no vimos lo que teníamos delante de los ojos. Seguimos tranquilizándonos con nuestras webs de predicciones favoritas a pesar que todo el mundo sabe que los resultados de las encuestas no equivalen a votos”. “Los periodistas no cuestionaron los datos de las encuestas cuando confirmaban su intuición de que Mr. Trump no lo conseguiría ni en un millón de años”, admite Rutenberg.

La búsqueda del efecto de refuerzo –la selección de medios e informaciones que apoyan las ideas preconcebidas del ciudadano– no afecta exclusivamente a los públicos: los periodistas también están expuestos. Así, la primera realidad que se habían negado a afrontar los medios *yankees* era la suya propia: formar parte de una élite trasnochada que se cree infalible. Si la victoria de Trump consigue que los periodistas reaccionen, quizá ya habrá traído algo bueno.

@miquel_urmeneta