



Medios y democracia: 2019-2024

Por

Jesús Reyes Heróles G.G.*

La semana pasada, en los EUA se dio un hecho sin precedente. A convocatoria del Boston Globe, más de 350 editores y consejos editoriales publicaron su rechazo a que el Presidente Trump les llamara “el enemigo del pueblo”. Esto es por demás relevante debido a que constituye una potente defensa de la libertad de expresión, que ha sufrido embates desde que Donald Trump era candidato a la presidencia, y ahora desde ésta misma.

La relevancia del hecho es que representa una fuerte reacción frente al gobierno estadounidense actual, por su descalificación explícita de los medios de comunicación, y su afirmación sobre “noticias falsas”. El presidente Trump recurre frecuentemente a las redes sociales, en especial Twitter, para comunicarse con el pueblo estadounidense en general, y en particular con sus seguidores, que por perfil y filiación son afectos a los mensajes de su “admirado” Trump.



La embestida del gobierno de EUA contra los medios no es única. En otros países se presentan acciones similares, muchas propias de regímenes autoritarios.

Para México, lo sucedido en EUA motiva una reflexión profunda. Debido al avasallante triunfo del presidente electo López Obrador y de Morena en las urnas, así como por su sobrerrepresentación en el Congreso, la democracia mexicana vive una situación inédita a partir de 1997: un gobierno con amplios márgenes de control político. De ahí que se requiera que otros actores cumplan su función y, al hacerlo, constituyan mecanismos de contrapeso de las políticas y propuestas de la nueva administración. Destacan el Poder Judicial, en especial la Suprema Corte de Justicia, los órganos autónomos del Estado, y los medios de comunicación.

Para que los medios cumplan ese papel, existen dos obstáculos principales. El primero se refiere a los cuantiosos recursos que éstos reciben del gobierno, lo que le da amplio margen para manipularlos. AMLO ha anunciado que reducirá sustancialmente los recursos que se dediquen a “comunicación social” lo que, por sí mismo, reconfigurará los medios mexicanos. Sin embargo, al igual que para otras políticas, no ha señalado los criterios que utilizará al reasignar dichos recursos. Esa



discrecionalidad representa un riesgo de manipulación política y de actos de censura contra la libertad de prensa y de expresión.

El segundo obstáculo es el extraordinario activismo de las redes sociales, que en mucho perfilan la agenda pública, al influir sobre los medios de comunicación “tradicionales”. Dichas redes no expresan opiniones neutrales, desde un punto de vista político. Durante su campaña, AMLO manejó magistralmente las redes sociales, apoyándose en sus simpatizantes y también en la operación de un ejército de *bots*. Lo hizo mejor que quienes no lo preferían. Ese numeroso contingente y su fuerza no se han desarticulado, y sigue en intensa actividad, antes de la elección contra quienes no favorecían a AMLO, y ahora contra quienes manifiesten dudas o desacuerdos con sus propuestas y proyectos. Esas expresiones están llenas de epítetos y descalificaciones personales.

Esos dos obstáculos principales constituyen un gran riesgo para los medios de comunicación de México. En caso de materializarse, se requerirá la acción de todos, ciudadanos, lectores, medios informativos, columnistas, y comentaristas. Es pertinente recordar que, para el ciudadano, “freedom of the press is not free” (la libertad de prensa



no es gratis). En esto, los hechos en EUA resultan un valioso precedente, que merece reconocimiento de todos.

Es normal que en las democracias los medios, al cumplir su misión informativa y ejercer la libertad de expresión, causen molestia o irritación a los gobernantes, en especial a la cabeza de gobierno. Eso no será diferente; lo esencial es que quienes gobiernan respondan conforme a las reglas de la democracia.

La obligación de todos quienes colaboramos en los medios es informar puntualmente, así como opinar sobre los hechos con plena libertad. Siguiendo una reflexión de José Woldenberg, habremos de continuar haciéndolo, al informar y opinar sobre lo bueno y lo malo de las acciones de la administración, reconociendo lo primero y señalando lo segundo. Ésa es la misión de los medios de comunicación, que debe reafirmarse por el cambio de gobierno, debido a la gran concentración de poder político que resultó de la elección de julio 1.

** Presidente de GEA Grupo de Economistas y Asociados / StructurA*