

Los Medios

Los medios de comunicación como conciencia social

• Mercedes Charles •

Una vez más sucedió y, aún así, no dejó de tomarnos por sorpresa. El anuncio de la devaluación de nuestra moneda provocó un sobresalto colectivo, así como mucho enojo en prácticamente todos los sectores de la sociedad. ¿No que ahora era el momento de obtener la recompensa por tanto sacrificio?

Durante doce años nos pidieron apretar el cinturón, y en la gran mayoría de los hogares mexicanos se vivieron fuertes recortes presupuestales, y las mujeres, estira y estira el gasto, haciendo chambitas por todos lados para poder satisfacer sus necesidades más elementales. Y el desempleo aumentó y con él, la pobreza y la delincuencia, la enfermedad y la muerte de muchos niños.

Parecía que la situación iba a terminar en poco tiempo. Los integrantes del gabinete del sexenio pasado prometieron que era el último empujón y que, en poco tiempo, el país despegaría. Lo que habían logrado en términos positivos a nivel macro: parar la devaluación, reducir el déficit del sector público, incrementar las exportaciones, manejar presupuestos más austeros, etc., etc., pronto se iba a reflejar en el bienestar de toda la población. A los empresarios con mayores ganancias y disminución de impuestos, a los trabajadores con mayores sueldos y mejor poder adquisitivo, a los jóvenes con la posibilidad de contar con trabajo en un futuro cercano.

Ellos hicieron la promesa de que, poco a poco, veríamos los beneficios del modelo económico que, hasta entonces, hizo muy ricos, demasiado ricos, a unas cuantas personas a costa del empobrecimiento de 40 millones de mexicanos, de los cuales 25 millones viven en condiciones de completa miseria.

Como siempre sucede, los miembros del nuevo gabinete se lavaron las manos. Ellos parecían que eran víctimas, al igual que toda la población, de un mal manejo de las finanzas públicas, en las que el déficit de la cuenta corriente tenía grandes proporciones. Lo curioso fue que olvidaron con una rapidez sorpren-

dente que la mayoría de ellos ocupaban puestos de alta responsabilidad en la administración anterior. Por tanto, no eran completamente inocentes de la situación económica que encontraron.

¿Qué fue lo que pasó?, ¿dónde quedaron los miles de millones de dólares que conformaban las reservas del país?, ¿a dónde se fue el dinero que se obtuvo con la venta de las paraestatales? Estas interrogantes pueden encontrar varias respuestas posibles, entre las que se encuentran las siguientes: estábamos siendo gobernados por un grupo de incompetentes financieros que se escondían en títulos de maestrías y doctorados proporcionados por universidades extranjeras y en un manejo un tanto mañoso de la información; o el saqueo y el robo fueron una constante durante el sexenio, y fueron acciones que se ocultaron con cifras completamente maquilladas, con omisiones y silencios; o bien, los inversionistas perdieron completamente la confianza en un país con serios problemas políticos, con funcionarios incapaces de hablar con la verdad, teniendo como resultado una gran fuga de capitales y divisas. A lo mejor sucedió un poco de cada una de estas tres respuestas posibles.

En cualquiera de los casos, la administración pública está imbricada. Entonces me pregunto por qué en un país que se dice moderno, como el nuestro, no podemos pedir cuentas a los funcionarios públicos. Cuentas en el sentido económico sobre el uso de los recursos durante su gestión, pero también una evaluación de sus acciones.

Y es aquí donde, mirando a otros países, los medios de comunicación juegan un papel muy importante. ¿Por qué los reporteros y periodistas mexicanos no pueden cuestionar a los miembros del gabinete para que en los medios de comunicación se difundan ampliamente los resultados y las acciones de su gestión? ¿Por qué ahorita no están Salinas y Aspe dando explicaciones sobre lo que pasó? Este debería ser el papel de los medios de comunicación, principalmente de la televisión por ser el medio al que tiene

acceso toda la población, y no solamente el de adular a los funcionarios, mostrar las inauguraciones de obras que tienen que ver con su dependencia o reportear los desayunos y comidas a los que asisten.

Si queremos ser un país realmente moderno, entonces los medios de comunicación deberían de servir como un verdadero enlace entre gobernantes y gobernados, pero un enlace de dos vías que permita a los gobernantes hablar sobre su gestión, sobre sus resultados, sobre los problemas que tienen que enfrentar, pero también que se constituyan en un foro que posibilite a los ciudadanos exigirles limpieza, honestidad, trabajo, con la responsabilidad de poder juzgar si están cumpliendo cabalmente con las responsabilidades que se les han encomendado y, en el caso de no hacerlo, pedir su destitución.

Los medios especialmente la televisión, deberían de ser conscientes de que tienen la responsabilidad social de informar en forma veraz y oportuna a sus públicos. En muchos países, los medios de comunicación actúan como conciencia social, por tanto, son un espacio para el debate plural, para la exigencia de una ética y una moral que permitan al país tener una mejor administración y contar con mejores funcionarios que actúen como verdaderos servidores públicos.

Ahora, el gabinete tiene un gran reto: recobrar la credibilidad de los ciudadanos mexicanos y de la comunidad financiera internacional quien, al igual que los mexicanos, se sintió francamente engañada. Los acontecimientos políticos que sucedieron durante 1994 (léase guerrilla, asesinatos irresueltos y elecciones poco transparentes) ayudaron a perder la credibilidad que quedaba en el régimen, pero el asunto del manejo informativo sobre la devaluación vino a deprimir aún más el asunto.

El presidente Zedillo apareció ante los medios de comunicación para hablar a toda la nación, ahora sí, con la verdad. Durante su discurso reiteró varias veces la palabra verdad, como si sólo con decirla todas sus palabras logran ser veraces. Uno de los objetivos de

esta comparecencia ciertamente fue recobrar la confianza perdida y hablar sobre el programa económico de emergencia que permitirá enfrentar la situación de crisis por la que atravesamos. Parece que no logró cabalmente el objetivo propuesto. Una vez más, el manejo de la comunicación sobre el programa económico no convenció a muchos y, menos aún, cuando se mandaba información paralela y con diferente contenido a la comunidad financiera de los Estados Unidos.

Por otra parte, vale hacer notar que en su discurso, Zedillo olvidó claramente su lema de campaña: para el bienestar de la familia, porque sabe que ahora ese bienestar se ha transformado en malestar, ya que mayor número de familias tendrán miembros desempleados, las mujeres tendrán que continuar estirando el gasto y haciendo aún más trabajos adicionales para ayudarse un poco, y mayor número de niños y, sobre todo, de niñas, tendrán que dejar la escuela.

En su discurso televisivo, Zedillo manifestó que los problemas pueden convertirse en oportunidades. Pero los mexicanos no tenemos claro cómo realizar esta transformación, cómo tener ingerencia en lo que sucede en el país, cómo exigir a los funcionarios limpieza y trabajo honesto, información veraz sobre la situación del país. Las palabras no son suficientes, necesitamos acciones.

Ojalá durante este sexenio los medios puedan asumir un papel protagónico como representantes que son de la sociedad y dejen de ser manejados como negocio redituable de sus dueños, en el que la información se transforma en una mercancía que contiene verdades a medias e información manipulada. Los medios tienen la responsabilidad de ayudar a la sociedad a establecer menores niveles de impunidad a los servidores públicos, quienes considerarán que estos medios actúan como debieran, como los ojos de la ciudadanía; ojos que están atentos a su gestión y que representan a grupos de ciudadanos que quieren y exigen limpieza en lugar de corrupción, que esperan que los impuestos que pagan regularmente tengan un uso adecuado. 

