

LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LUCHA POLÍTICA*

Pablo GÓMEZ ÁLVAREZ**

La libertad de expresión es una de las grandes conquistas políticas de la humanidad. Podría decirse que sin ésta no sería posible el ejercicio de otros derechos, como el de asociación y el del sufragio. Sin embargo, la libre expresión tiene limitaciones que podrían considerarse estructurales. A diferencia de la asociación libre y el voto universal, que fueron conquistas políticas que podríamos llamar materiales, la expresión siempre ha tenido limitaciones que tienen que ver con los medios, es decir, para alcanzar su objeto se requiere algo más que la voz o la escritura: es indispensable la difusión de las ideas.

Los medios de expresión surgieron siempre como elementos ligados a partidos u otros intereses organizados. Ya se ha discutido hasta el cansancio que tales medios no son neutrales ni pueden serlo por más que informen algo sobre lo que dicen los principales protagonistas de la lucha política.

La apertura política en México, hacia finales de los años setenta, se acompañó del derecho de los partidos a expresarse a través de los canales de televisión y estaciones de radio del país. Quince minutos al mes, en programas producidos por cada partido y con el costo cubierto por el gobierno. El horario de transmisión era entre las ocho y nueve de la noche. Fue entonces cuando empezó la lucha de los concesionarios de esos medios contra la expresión libre de los partidos en radio y televisión. Fue también cuando empezó el repliegue del gobierno y los partidos ante los poderes de la comunicación social hasta llegar a cinco minutos a medianoche y una lluvia de spots pagados en las temporadas electorales, de tal manera que el más fuerte se anunciaba más y quien tenía el apoyo del medio lograba triplicar su cobertura en forma ilegítima e, incluso, podría decirse que ilegal, pues jamás se respetaron las tarifas mínimas de las que habla la ley.

La crisis poselectoral de 2006 arrojó una reforma que contiene importantes modificaciones en la comunicación social.

* Ponencia presentada en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 18 de octubre de 2010.

** Senador de la República por el Partido de la Revolución Democrática.

El primer punto es la prohibición de que los servidores públicos utilicen recursos del erario para pagar publicidad de carácter personalizada, por cualquier medio, es decir, que se hable del funcionario o sencillamente se presente su imagen. A los pocos meses, el Congreso autorizó una excepción, evidentemente inconstitucional: los días cercanos a la presentación de los informes de gobierno o de gestión. Y a los pocos meses también, muchos gobernantes empezaron a comprar publicidad en radio, televisión y prensa escrita de manera subrepticia e ilegal, presentando la propaganda directa y promovida a través de noticias falsas en tanto que éstas eran pagadas y no producto de la actividad periodística propiamente dicha. Además, las entrevistas de radio y televisión, las cuales siempre se han cotizado como parte del mercado, aumentaron tanto su valor político como su precio comercial. El Congreso se ha abstenido de emitir la ley sobre publicidad oficial a pesar de que existe una norma que lo obliga a legislar en esta materia.

El segundo punto es que no puede haber publicidad gubernamental en periodos electorales, lo cual ha sido violado mediante el subterfugio de hacerla a nivel nacional y en canales que no pueden o no quieren bloquear la señal en las entidades con procesos comiciales.

El tercer punto es la prohibición para comprar tiempo de transmisión para mensajes políticos, lo cual también ha sido violado mediante la emisión de *spots* de publicaciones escritas. Tales revistas están ligadas por lo general a los dueños de medios electrónicos, lo que indica con toda claridad que se trata de promociones a favor de ciertos políticos amigos del concesionario.

El cuarto punto —muy importante— es el uso de publicidad de los partidos exclusivamente a través de tiempos oficiales en radio y televisión, pero por desgracia esto llevó a pasar de los *spots* pagados de 20 segundos a los *spots* gratuitos del mismo tiempo sin que se lograra un cambio en la forma de comunicar ideas y, por tanto, sin que el público alcance a conocer lo que en verdad proponen los partidos. Este cambio se produjo como consecuencia de una competencia entre los candidatos por estar en pantalla o en emisiones de radio el mayor tiempo posible, por lo cual se recurría a un financiamiento, legal e ilegal, de carácter privado, y al mayor robo de bienes nacionales. En el año 2000 tuvimos dos sistemas conocidos de este tipo: los *Amigos de Fox* y el *Pemexgate*, ambos sancionados por las autoridades electorales con elevadas multas, pero sin trascendencia en el campo penal a pesar de la evidente comisión de delitos.

El quinto punto es la prohibición de expresiones denigratorias y calumniosas en los mensajes políticos exclusivamente de los partidos, lo cual ha abierto toda una polémica sobre diversas interpretaciones al respecto. La experiencia de la acusación contra López Obrador, en el sentido de que él

era un peligro para México, entre otras que se dieron en 2006, repercutió en normas sobre la propaganda partidista, pero tal práctica se ha instalado en la propaganda no partidista; no está por lo regular en *spots* de radio y televisión, pero se encuentra en programas informativos y de comentarios. Esta situación se observa en especial a través del método de decir la noticia junto con la opinión sobre la misma, de tal manera que una cantidad creciente de personas escuchan informaciones sobre lo que ocurre y, al mismo tiempo, lo que opina el conductor del programa —o el dueño del medio— sobre lo que se está informando; es como si, por sistema, cada nota periodística de los diarios fuera acompañada de un editorial.

El sexto punto es el derecho de réplica, que ya está contemplado para las publicaciones en la muy vieja Ley de Imprenta, la cual, por lo visto, carece de vigencia en los hechos. Como el Congreso no ha querido expedir la ley reglamentaria, debido a fuertes presiones de los medios de comunicación más poderosos, las cosas se encuentran en la misma situación que antes.

Las reformas políticas recientes abarcan otros puntos, pero tal vez los anteriores son los de mayor trascendencia.

Existe un común denominador de las nuevas normas aquí referidas: todas son violadas. El más astuto, el más poderoso, es quien viola las nuevas normas con mayor frecuencia e impunidad. Es muy difícil, bajo estas circunstancias, hacer un balance de la nueva normatividad. Lo que sí es claro es que las televisoras y las radiodifusoras dejaron de vender tiempo-aire en las recientes elecciones de 2009, pero el *spoteo* siguió como si no hubiera ocurrido nada, es decir, la calidad de la propaganda electoral siguió siendo de forma comercial.

Los medios de comunicación, tanto escritos como hablados, han adquirido una influencia mayor como entidades políticas, aunque la han perdido como entidades comerciales. Ahora, los políticos tienen que ceder más ante las pretensiones de los medios de mayor cobertura para lograr la difusión más amplia de sus personas y lograr menos ataques. Como se compra de manera subrepticia, se compra menos que antes, pero el mercado político ha crecido, y los grandes medios tienen mayor poder.

Esta situación se pudo observar en ocasión de la ley que pospone por dos años el pago de derechos por el uso de las nuevas frecuencias de telecomunicaciones, lo cual ahorrará a los nuevos concesionarios unos 6 mil millones de pesos. Una mayoría del Congreso votó esta indebida e inconstitucional concesión ante la simple presión de Televisa. El otorgamiento de la concesión —acto posterior al legislativo— fue algo de la hechura del gobierno, pero forma parte de la misma trama.

Pero volvamos a la libertad de expresión. Cada quien puede decir lo que quiera, pero no por ello lo puede divulgar. Entre el comercio de la difusión y la expresión de las ideas existe una contradicción, que sólo podría resolverse de alguna manera y hasta cierto punto bajo un sistema de comunicación social totalmente nuevo. Se trata, en efecto, de acabar con el monopolismo en la televisión, de lograr una mayor apertura de la radiodifusión, de tener medios públicos no partidizados, de contar con una legislación efectiva que regule bien el derecho de réplica, de expedir leyes operables en materia de propaganda gubernamental y de crear las condiciones para una nueva ética de los gobernantes y de los medios mismos. No tendríamos que esperar a que el internet resolviera poco a poco el problema del monopolismo de los grandes medios, lo cual finalmente ocurrirá, pues el invento del internet es semejante al de la imprenta, y se va a imponer en el mundo entero, pero —como ocurrió con la imprenta y la existencia entonces de una mayoría iletrada— el internet no va tan rápido como quisiéramos.

En cuanto a las autoridades electorales y el enorme poder que se les ha conferido, habría que decir que lo más notorio resulta ser el cúmulo de contradicciones, titubeos y falta de consistencia en las resoluciones tanto administrativas como jurisdiccionales. Lo mismo se resuelve una cosa que la contraria; lo mismo se fija un criterio que otro. No existe profesionalismo —digámoslo así— en el tribunal electoral, como tampoco en el IFE. El comercio político es ya tan fuerte como el otro, el mercantil, lo cual crea un ambiente de falta de certeza. Podría dar centenares de ejemplos al respecto y no tendría hoy y aquí tiempo para eso.

México vive una fuerte lucha política, porque la crisis que le aqueja es mayúscula. La acción de los partidos y de los demás organismos políticos, formalmente mercantiles e informalmente políticos, se va a ir haciendo cada vez más fuerte y se utilizarán toda clase de instrumentos para atacar al contrario y fortalecer las posiciones propias.

El cambio que México necesita es muy grande y profundo. La crisis en la que se ha sumido al país no es remontable con reformas simples, sino con un cambio radical en la manera de hacer la política, realizar la discusión, divulgar las ideas, tomar las decisiones y cumplir con la ley. Las derechas dominantes (PRI y PAN) no quieren grandes cambios, como no los quieren tampoco los integrantes de la oligarquía representada por esos mismos partidos. Esto tiene que romperse; tal debería ser el propósito de quienes desean un cambio verdadero.