



**VANESSA
ROMERO ROCHA**
 @vannessarr



El antídoto que debía democratizar la conversación pública se ha destilado en veneno. La muerte del debate a manos del algoritmo.

Las benditas redes

Que la democracia es una conversación, apunta Yuval Harari. Una charla constante donde intercambiamos ideas. Que, en esa conversación, el periodismo cumple un rol clave: custodiar lo verificable. Que no toda información es verdad o conocimiento.

La inquietante investigación de Carmen Aristegui sobre el empleo de bots para empujar a ciertos personajes al corazón del debate público, sumada a la obscena campaña mediática emprendida desde hace semanas en favor de un aspirante a togado, revela las entrañas de la bestia: la muerte del debate a manos del algoritmo.

Lo que en su origen fue instrumento popular para arrinconar a los viejos medios –las benditas redes sociales– hoy se vuelve contra el maestro. El antídoto que prometió democratizar la conversación pública se ha destilado en veneno.

El necio de Macuspana anunció su cruzada: los Grandes Mentirosos se esfumarían. Y algunos –por fortuna y efecto– lo hicieron. Pero la tierra no quedó limpia: por cada simulador, germinó un simuladorcito.

Agentes de propaganda con credencial de periodistas avanzan la máxima de Goebbels. Bajo el disfraz reluciente de los *trending topics* han revestido las viejas mañas: su lealtad no es con la verdad.

Se valen de la confianza que Andrés Manuel López Obrador dejó en custodia para hablar en su

nombre: representar a los últimos para colarse entre los primeros. Deciden quién merece la luz y quién la sombra. Bendicen y excomulgan. Se dicen pueblo, pero son industria.

En tiempos en que hacer periodismo puede costar la vida, se afirman reporteros. Quieren la fama sin el riesgo.

Los viejos montajes usados hoy como arma contra el Poder Judicial y que tanto nos avergüenzan –pienso en Cassez, pienso en Wallace– tendrán pronto un retorcido espejo: los audios que, dicen, implican a Nilda Patricia Velasco con el crimen organizado. Un monstruoso circo mediático, meticulosamente dosificado, al servicio de una oscura campaña judicial.

Se tildará a quien esto escribe de defender a Zedillo. Este tiempo es de absolutos.

Con asombro e incomodidad, observamos en tiempo presente una falsa narrativa en donde los comunicadores son, al tiempo, peritos, digitalizadores, jueces y parte. Sus piezas noticiosas transportan evidencia contra la esposa de Zedillo, mientras colocan convenientemente a su candidato a juzgador al centro del encuadre.

Advertidos estamos.

Si la Unidad Técnica de Fiscalización del INE lo advierte –si decide tener ojos y ver–, habrá de sancionar. Sus lineamientos son claros: no se permite destinar recursos a potenciar contenidos o contratar publicidad pagada en el marco de

la elección judicial.

Y esto, apenas, es la fiebre; la infección ha llegado al hueso. El daño es sistémico.

En medio del debate sobre la nueva Ley de Telecomunicaciones, convendría centrar la mira en un derecho básico de las audiencias: el derecho a no ser engañados. A conocer cuándo lo que circula en redes sociales con ropaje editorial, periodístico o noticioso es, en realidad, contenido publicitario o propaganda pagada.

En ese sentido, el informe *Vigilar a los vigilantes*, de Artículo 19, pone sobre la mesa propuestas meritorias: regular las plataformas sin asfixiar la libertad de expresión, exigir transparencia, rendición de cuentas y claridad en la forma en que los medios toman sus decisiones. Que el poder –también el digital– responda por su señorío.

El circo mediático desatado recientemente no solo amenaza a la Suprema Corte que pronto estrenaremos. También envenena la discusión pública y pone en entredicho nuestra salud democrática. La revolución de las conciencias.

Aunque Yuval Harari advierte que el impacto de la desinformación sobre los resultados electorales es incommensurable, en este caso resulta previsible. Si antes un puñado de empleados de una televisora encumbró a un ministro, hoy una cuadrilla de simuladores disfrazados de medios alternativos se prepara para ungrir a otro. Vaya relevo generacional.