

La comunicación política en la nueva realidad mexicana

La experiencia del portavoz presidencial*

Rubén Aguilar Valenzuela

COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA MEXICANA

124

El ensayo aborda las nuevas maneras de hacer comunicación política la Presidencia de la República en la democratización actual, a partir de una desacralización de la figura y el discurso presidencial y su sustitución por una presidencia democrática y más próxima a la gente. Reconoce como esta nueva estrategia y lenguaje han provocado en algunos nostalgias por las viejas formas y rituales; sin embargo, a cinco años, este tipo de críticas no han logrado trascender la simple descalificación. Estos cambios de forma revelan cambios de fondo, cambios profundos en la concepción y ejercicio del poder político. (Palabras claves: democratización, política de comunicación, presidencia, portavoz presidencial, México).

No existe verdadera democracia si no se garantizan las libertades de expresión y de prensa. En democracia, la sociedad exige información objetiva, veraz y oportuna. Además, demanda rendición de cuentas por parte del gobierno y de todos los actores públicos. Ésta es una realidad incuestionable de los tiempos que hoy se viven en México. Estas exigencias se fundan en una nueva concepción del poder, así como en una nueva concepción del gobierno de la sociedad y de las relaciones entre ellos. La nueva realidad política de México está caracterizada por el fin de un régimen autoritario y la consolidación y avance de prácticas democráticas. También conlleva la construcción de una nueva cultura

* Texto inédito leído durante el III Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, UIA, México, D. F., IX-2005.

política, en la que la ciudadanía demanda una relación distinta entre la sociedad y el gobierno. Hoy la ciudadanía exige que el gobierno informe de sus acciones y resultados: que sus autoridades expliquen los objetivos de la gestión pública; que se aclaren los argumentos tanto del gobierno como de los otros actores políticos; que sus representantes definan con claridad el rumbo que le están dando al país; que expliquen y convenzan sobre las propuestas y medidas para resolver los grandes problemas nacionales. En suma, los ciudadanos exigen que sus gobernantes rindan cuentas claras de su encomienda.

LA NUEVA REALIDAD

125

En estos cinco años de mandato del presidente Vicente Fox, sociedad, gobierno, actores sociales y políticos, así como los medios han contribuido, a través del diálogo, a veces acalorado, a definir y crear una relación inédita entre política y sociedad, entre sociedad y gobierno, entre actores políticos y gobierno y entre todos éstos y los medios. Este proceso se ha efectuado conforme a prácticas y reglas que no estaban definidas de antemano y, por tanto, ha sido necesario crear nuevos y mejores escenarios de comunicación. La alternancia en México no fue precedida de un pacto o un acuerdo; se dio en el marco de reglas surgidas en la etapa del autoritarismo; ocurrió en un contexto en el que todavía prevalecían una estructura y una cultura políticas que hoy podemos definir como tradicionales y arcaicas; que se correspondían con un régimen no democrático.

A pesar de los indudables avances para conquistar cada vez mayores espacios para expresar libremente las ideas, en el pasado reciente la presión, la censura y el control seguían ejerciéndose, y muchos de los actores y algunos de los medios, no se animaban a transgredir los límites que pensaban eran infranqueables. La inhibición y el control sobre los medios no era necesariamente producto de la represión o la censura directas, sino más bien el reflejo de relaciones clientelares, de viejos vínculos entre las élites de la política, la economía y los medios; del tradicional cortejo mutuo y la búsqueda de beneficios recíprocos entre los titulares

del poder y los comunicadores. Esta realidad se ha transformado, por el empuje de la sociedad, por los cambios en el sistema político —que se han radicalizado y profundizado con el arribo de la alternancia— y también por la ampliación del espacio de acción que ahora tienen los medios así como por su proceso de profesionalización. La nueva política de comunicación Los avances democráticos que ha experimentado la sociedad mexicana, desde luego, no empezaron en el año 2000. Se trata de un proceso que se venía gestando desde tiempo atrás, y que conocemos como la transición democrática mexicana que va del año 1997 al 2000. Dicho proceso tiene su culminación con el triunfo de la ciudadanía el 2 de julio de ese año.

126

En este contexto democrático, el presidente Fox asumió una nueva concepción del poder y del gobierno. Para él, el poder es para servir a la gente e impulsar el bien común. Gobernar implica más participación de la sociedad en los asuntos públicos, nuevos equilibrios entre los órdenes de gobierno, transparencia y rendición de cuentas, así como una acción gubernamental más eficiente, que hace más con menos.

Sobre la base de esta nueva concepción del poder, el Presidente Fox, con absoluta convicción, tomó la iniciativa de establecer una nueva política de comunicación, basada en una relación inédita entre el gobierno y la sociedad, y también entre el gobierno y los medios. Optó por una comunicación directa con los grupos sociales, a través de un contacto permanente, cotidiano y personal con todos ellos. Sobre esta base se ha logrado una de las transformaciones más importantes y, tal vez, menos valoradas de la alternancia mexicana: la desacralización de la figura y el discurso presidenciales y su sustitución por una presidencia democrática y más próxima a la gente.

Como parte de ese proceso, se ha construido una nueva forma comunicativa entre la Presidencia y los ciudadanos, mediante el uso de un lenguaje presidencial directo, sencillo, fresco y comprensible, que abandona el abuso de la formalidad. Las nuevas maneras de hacer política, la desacralización de la figura presidencial y el nuevo lenguaje han provocado en algunos nostalgia por las viejas formas y rituales que en

mucho se parecían a las prácticas de los países del socialismo real o de las viejas y anquilosadas monarquías. A cinco años de la alternancia, este tipo de críticas no han logrado trascender la simple descalificación. Cambiar y renovarse cuesta mucho. Estos cambios de forma revelan cambios de fondo; cambios profundos en la concepción y ejercicio del poder político. Vicente Fox como candidato y, sobre todo, en su calidad de Presidente ha sabido mantener una comunicación directa y cercana con la gente.

Esta capacidad comunicativa explica, en buena medida, no solamente su triunfo en el 2000, sino también la muy notable aceptación y simpatía de las que sigue gozando. Este logro es más significativo, considerando el desgaste de cinco años de gobierno, en condiciones de minoría parlamentaria y con una férrea y, a veces, obstinada oposición partidista. La forma de ejercer el poder por parte del presidente Fox y el estilo de su discurso siguen siendo altamente valorados por la mayoría de la gente, a pesar de la descalificación y de las críticas de algunos analistas, de la oposición política, de algunos comentaristas de radio y televisión y también de algunos medios. La valoración positiva del Presidente no sólo se debe a un nuevo discurso y a una nueva forma de ejercer el poder, se funda, sobre todo, en la respuesta que ha dado a las demandas ciudadanas en materia de vivienda, salud, educación y combate a la pobreza. A ello hay que agregar también la apreciación de la gente sobre el gobierno de Vicente Fox como claramente más democrático que los anteriores, lo que incluye entre otras cosas la transparencia y rendición de cuentas de su gestión.

127

Al respecto, la ley de transparencia y acceso a la información pública gubernamental y el Instituto Federal de Acceso a la Información han sido instrumentos insustituibles para hacer efectivo el derecho a la información, en lo relativo a todos los actos del gobierno federal. Los tiempos del pensamiento único se han ido para dar lugar a la pluralidad. La brecha entre la opinión pública y una parte de la opinión publicada, que se ha hecho evidente en estos cinco años, es expresión de la nueva democracia. La crítica de la opinión publicada se ha centrado más en lo que, desde sus propias agendas y expectativas, el Presidente ha dejado de hacer. Por su parte, la opinión pública favorable al Presidente puede

deberse, entre otras cosas, a los beneficios de la acción del gobierno y al impacto positivo de ésta sobre la vida de la gente.

Es relevante hacer notar que, no obstante la desconcentración del poder que ha generado la democracia, el Presidente sigue siendo el centro del debate político por lo que hace y por lo que deja de hacer. Como en el pasado se le sigue atribuyendo toda la responsabilidad sin que tenga ya todo el poder. La cultura política mexicana actual se desarrolló bajo un sistema, que duró más de siete décadas, en el cual el Presidente ocupaba un lugar central y un peso desproporcionado en la vida política. Para la opinión pública es difícil entender una nueva realidad de separación y equilibrio entre poderes y de atribuciones distintas entre diversos niveles de gobierno. Más aún, muchos analistas políticos mantienen esquemas formados en el antiguo sistema para juzgar la realidad actual.

LA NUEVA RELACIÓN CON LOS MEDIOS

La relación de este gobierno con los medios ha sido no sólo nueva sino también distinta. Ésta es reflejo de la actual realidad democrática de México, promovida y asumida plenamente por el gobierno del Presidente Fox. Esta relación parte del reconocimiento al papel central que han tenido los medios mexicanos en la construcción de la democracia. Nadie puede escatimar su valiosa contribución en este proceso y su importancia estratégica para consolidar estos avances y para construir una nueva cultura política y ciudadana. En los tiempos de la democracia mexicana, su función cobra aun mayor relevancia. La nueva y distinta relación con los medios se basa en el respeto absoluto a la libertad de expresión y de prensa, en la eliminación de todo tipo de censura o medida de presión, y en el convencimiento de que el ejercicio libre y crítico del periodismo informativo y los muy diversos programas de opinión, representan una contribución fundamental para el arraigo y el enriquecimiento de la democracia mexicana. Además de que se han eliminado las prácticas de presión y censura por parte del gobierno federal, se ha puesto fin al clientelismo tan propio de los regímenes autoritarios, a las componen-

das y al favoritismo. Igualmente se han suprimido todas las formas de coacción que caracterizaban las relaciones del poder con los medios. Hoy el gobierno federal ofrece a todos ellos un trato respetuoso que pone a disposición de todos la misma información.

La publicidad gubernamental no es ya el instrumento de presión que buscaba un sesgo informativo y una opinión favorable a la acción del gobierno. El respeto a la línea editorial de cada uno de los medios es total, se esté o no de acuerdo con ella. Este respeto, sin precedentes en la historia del país, ha permitido que los medios puedan cumplir su función informativa y formadora de opinión sin cortapisas, y que se haya generalizado un ambiente intenso de discusión, de polémica y de crítica, en donde la voz del gobierno ya no es, como antes, *La Voz*, sino una más junto a la de los otros actores sociales y políticos y a la de los propios medios.

Igualmente, la nueva realidad ha abierto el espacio a una mayor competencia entre los medios que deben buscar incrementar sus auditorios y sus nichos de mercado. Con ello han ganado tanto los propios medios como los ciudadanos. Este proceso, a su vez, ha dado pie, entre otras cosas, a una mayor descentralización y desconcentración del poder entre los medios. Por su parte, el gobierno federal se ha preocupado por superar el centralismo informativo de la ciudad de México y por dar mayor atención y reconocimiento al importante papel que tienen los medios impresos y electrónicos regionales.

Esta relevancia se acrecienta en la medida en que el federalismo se hace una realidad. Desde luego que la nueva relación con los medios no es un proceso acabado e irreversible; está en construcción y tiene todavía que madurar y consolidarse, para que no haya marcha atrás. Existen todavía gobiernos locales y actores políticos que, con la aquiescencia de algunos medios, no sólo ven con nostalgia los viejos patrones del régimen autoritario, sino que además siguen reproduciendo la relación de sujeción de los medios al poder, a cambio de beneficios económicos y prebendas. Para cancelar definitivamente las prácticas del pasado y dar solidez a los cambios alcanzados, es necesario que se superen desafíos

fundamentales. Un reto central es construir una cultura de respeto, de tolerancia, de libertad y de responsabilidad, que se refleje, en el ámbito de la comunicación política, en una práctica guiada por la objetividad, por la veracidad y por una ética de responsabilidad social.

Todos los actores, incluidos por supuesto los medios, deben definir y asumir una ética de la información y de la comunicación. Como parte de esto, es preciso diseñar esquemas que garanticen que los medios difundan información objetiva y veraz. Asimismo, es indispensable que la agenda de los medios considere de manera relevante su papel como formadores de ciudadanía y opinión pública.

130

Por su parte, los consumidores de los productos que generan los medios de comunicación deben elevar las exigencias respecto a la calidad de la información y los servicios que estos les proporcionan. La sociedad debe lograr que los medios cumplan con el papel histórico que tienen en la construcción de la gobernabilidad democrática, y que el gobierno en turno y el Estado en su conjunto garanticen y amplíen las libertades de expresión y de prensa, sin más límites que los que establecen la ética y la preservación del interés público y siempre con la capacidad de distinguir entre las esferas de lo público, lo privado y lo íntimo.

Sin censura del poder y autocensura de los medios, se debe construir un espacio amplio de la responsabilidad y defender los verdaderos intereses de la comunidad y la ciudadanía, por encima de los intereses particulares.

EL PAPEL DEL PORTAVOZ PRESIDENCIAL

La creación de la figura del portavoz presidencial fue una de las innovaciones en la estrategia de comunicación del gobierno federal, acorde con la convicción democrática del Presidente de informar directa y cotidianamente a la ciudadanía de los objetivos, acciones y resultados del gobierno. Durante los seis primeros meses de la administración, la responsabilidad de ser portavoz del Presidente recayó en la señora Marta Sahagún. Después, la función del portavoz no se ejerció de manera permanente sino hasta abril de 2005. Las nuevas tareas que el Presidente

asigna al portavoz surgen de su decisión clara de retomar la estructura inicial, dándole mayor fuerza, con la conciencia de que la sociedad demanda mayor información y, de manera particular los medios, que ahora, más que nunca, juegan un papel fundamental en la construcción de la opinión pública sobre los principales temas de la agenda nacional. Esta iniciativa partió también de constatar que en la sociedad democrática en que vivimos, existe una pluralidad de voces que expresan las distintas posturas y proyectos de una multiplicidad de actores.

La voz de la Presidencia, si bien importante, es sólo una de ellas. La figura del portavoz, además de retomar la experiencia de otros gobiernos democráticos en los cuales tiene ya carta de ciudadanía, respondía primariamente a la necesidad de contar con una instancia de interlocución directa de la Presidencia con los medios y, a través de éstos, con la sociedad. La demanda de información coyuntural por parte de los medios ratificó la necesidad de la figura del portavoz, permitiendo al Presidente concentrarse en las definiciones estratégicas y de largo alcance. Luego de poco más de 4 años de gobierno, se replanteó la estrategia de comunicación de esta administración, para incrementar su eficacia. En el diagnóstico se consideró importante ampliar la presencia de la Presidencia de la República en los medios; mejorar su capacidad de generar noticias y la imagen del gobierno en el imaginario colectivo; incrementar la capacidad de respuesta inmediata a los temas de la coyuntura.

131

Con base en este análisis, se tomó la decisión de restablecer la figura del portavoz, de modo que tuviera una presencia más activa, a través de un foro cotidiano, que permitiera a la Presidencia rendir cuentas, de manera transparente, e informar con oportunidad a la ciudadanía sobre los principales temas de interés nacional, así como dar respuesta a las demandas de información por parte de los medios.

OBJETIVOS DE LA OFICINA DEL PORTAVOZ PRESIDENCIAL

En el marco de esta nueva estrategia se definieron cuatro objetivos centrales para la oficina del portavoz.

Primero: informar todos los días sobre las principales acciones, programas, estrategias y logros de la acción gubernamental. Se propuso crear una tribuna para informar directamente sobre los temas más relevantes, a juicio de la Presidencia. Para ello, el portavoz convoca a los miembros del gabinete presidencial o a otros funcionarios para que presenten la posición del gobierno federal en los asuntos de su responsabilidad.

Segundo: posicionar ante los medios los temas que la Presidencia considera de interés nacional. Para la Presidencia era importante hacer escuchar su voz, tomar posición no sólo ante los temas dominantes en la coyuntura, sino también tratar de colocar en la agenda de discusión nacional temas de interés nacional.

Tercero: dar respuesta inmediata a los temas y opiniones que se generan a lo largo del día, y ofrecer a los medios la posición de la Presidencia, cerrando así las puertas a posibles especulaciones.

Cuarto: coordinar los mensajes de las distintas dependencias del gobierno federal, dentro de una estrategia integral, con la finalidad de minimizar las discrepancias en la información y las opiniones emitidas por diversas oficinas y funcionarios del gobierno. La oficina del portavoz se ha abocado a poner en marcha una estrategia única y coordinada entre todas las dependencias; a consensar posiciones y a establecer una división del trabajo entre todas ellas y la propia oficina del portavoz, para que el mensaje que se transmite a los medios sea uniforme, claro y oportuno.

Finalmente, el quinto objetivo consiste en ejercer la función de "control de daños" sobre los temas de coyuntura que afectan al gobierno.

FUNCIONES DE LA OFICINA DEL PORTAVOZ PRESIDENCIAL

Para llevar a cabo estos objetivos, se realizó una reorganización del área de comunicación social. Se integró un grupo staff de apoyo directo al portavoz con siete personas especializadas en ciencia política, economía, derecho, historia, lingüística, antropología y política internacional. Ellos son los encargados de dar seguimiento a la información que aparece en los medios impresos y electrónicos durante el día; de preparar la infor-

mación y los temas que el portavoz decide posicionar en la conferencia que ofrece todos los días, así como de adelantar las posibles preguntas de los medios y las respuestas.

En la conferencia que ofrece el portavoz a las 7:30 de la mañana, éste presenta la agenda presidencial del día; luego posiciona los temas importantes para el gobierno y, a continuación, se abre una sesión de preguntas y respuestas con los periodistas de la fuente, que representan a 30 medios nacionales y a cuatro agencias internacionales de noticias. Su duración va de 30 minutos a una hora. Esta conferencia se transmite en tiempo real por Internet.

Una hora después, la versión estenográfica es distribuida a más de mil quinientos receptores en todo el país, incluyendo medios, comentaristas, analistas y actores políticos. Estas conferencias matutinas requieren de una cuidadosa preparación en la que interviene el equipo interdisciplinario, organizado para cumplir dos tareas fundamentales: efectuar una revisión en las primeras horas del día de la prensa nacional y los noticieros electrónicos, la cual determina la pertinencia de los temas planteados en la tarde noche del día anterior.

El equipo se reúne con el portavoz para revisar los materiales preparados, sugerir los cambios pertinentes y proponer nuevos temas y preguntas. A lo largo de todo el día, el portavoz se mantiene en comunicación con los titulares de las dependencias así como con el Presidente de la República, para dar seguimiento a los temas, coordinar las respuestas y fijar la posición de la Presidencia. Luego de cada conferencia, se realiza una reunión para evaluar su impacto y prever cómo subirá a los medios la información presentada. En dicha reunión, el equipo hace también un ejercicio de anticipación de los temas que se abordarán al día siguiente, y se esbozan posibles respuestas.

La otra tarea del grupo consiste en monitorear la forma en que los medios electrónicos y las páginas en línea de los diarios retomaron los temas de la conferencia y en detectar, dar seguimiento y elaborar los temas relevantes y las posibles preguntas de la agenda que van construyendo los medios en el transcurso del día. Asimismo, el equipo busca

e integra la información requerida y mantiene contacto con las dependencias federales, para tener los materiales de apoyo que sirvan de base a los textos y a las respuestas que se ofrecerán el día siguiente. La labor del equipo interdisciplinario se apoya en el área de comunicación social de la Presidencia, que tiene a su cargo el monitoreo diario de todos los medios nacionales, estatales e internacionales, sobre los principales temas de la coyuntura.

Dicha área coordina el mensaje presidencial con las otras áreas de comunicación social del gobierno federal. Esto garantiza una posición unificada de todas las dependencias, lo cual es una parte medular del trabajo del portavoz. Asimismo, su oficina mantiene una coordinación permanente con el área de discursos, para estar en sintonía con el mensaje central del Presidente, así como con las áreas de agenda y de giras. Todas estas tareas se han ido estructurando sobre la marcha, en un proceso de aprendizaje, haciendo ajustes, en función de la evaluación del trabajo y de los resultados obtenidos.

UN PRIMER BALANCE DE RESULTADOS DE LA OFICINA DEL PORTAVOZ PRESIDENCIAL

Han pasado cinco meses de este ejercicio inédito que se realiza en la oficina del portavoz presidencial y ya se tiene una primera evaluación de sus resultados. Un primer balance permite constatar que, a partir del arranque de la oficina del portavoz, el mensaje presidencial permea más en los medios y se retoma de manera más objetiva y menos valorativa. Igualmente, la figura presidencial se ha alejado de la batalla mediática de coyuntura, y su presencia en los medios es con mensajes de largo alcance e interés nacional.

Es notorio cómo en la cobertura de medios del mensaje presidencial predominan ahora las notas informativas, neutras y positivas. Además de este resultado general, se ha avanzado en el cumplimiento de los cuatro objetivos mencionados. Respecto de la función informativa, se ha logrado uniformar la información de la Presidencia y de las áreas del gobierno

federal, al comenzar a fijar la percepción de que hay una postura unificada y de que se genera información oportuna y confiable todos los días. De manera especial, se ha logrado ofrecer información directa a los medios internacionales, lo que antes no se hacía. El portavoz se ha convertido en una fuente obligada de información para los medios, en un punto de referencia para las demás dependencias federales y ha logrado ocupar un importante espacio en los medios, particularmente los electrónicos.

Los mensajes que transmite el portavoz tienen una presencia en medios nacionales de alrededor de 10 horas a la semana, de las cuales 9 son en radio y una en televisión. Por cuanto a la relación con las dependencias federales, se ha logrado avanzar en una mayor coordinación y en un mayor flujo informativo. Ha habido una mayor presencia de esas dependencias en los medios, desde que utilizan el foro de la conferencia matutina y el espacio que la oficina del portavoz ha ganado en ellos.

Aunque de manera todavía incipiente, se ha logrado también posicionar temas que, a juicio de la Presidencia de la República, son de interés nacional, particularmente los relativos a seguridad, presupuesto, transparencia y política social. Así se supera una cobertura informativa concentrada exclusivamente en la coyuntura. Finalmente, como ya se señaló, la oficina del portavoz ha sido un instrumento eficaz para dar respuesta a las preguntas de carácter coyuntural, evitando así que sea directamente el Presidente quien tenga que atender esos asuntos. Al mismo tiempo, el portavoz ha contribuido a mejorar la capacidad del gobierno federal para enfrentar problemas de comunicación que antes se escalaban, por carecer de una instancia de control de daños inmediato. Así, se ha podido desactivar problemas de manera más rápida y efectiva que antes.

Ésta ha sido, en términos generales, la experiencia de un portavoz presidencial en tiempos democráticos. Esta figura debe consolidarse e institucionalizarse, como un espacio permanente que permita a la Presidencia de la República participar más activamente en el debate nacional. Igualmente, es indispensable que se fortalezca como una instancia que satisfaga la necesidad de información de los medios.