

Medios

«Opinión Pública»

Por Alejandro
Gil Recasens

30/11/82

Aunque faltan todavía tres meses para que termine el sexenio, se pueden adelantar algunas apreciaciones sobre lo que ha sido la política de comunicación social de López Portillo. Lo que primero resalta es que no ha habido realmente una política, sino una serie de medidas aisladas y de proyectos incongruentes o inacabados. Desde luego hay que anotar avances importantes, como el aumento del tiempo de transmisión para los programas de los partidos políticos en radio y televisión, o las «comparecencias» de los secretarios de Estado en la Cámara de Diputados —que no sólo deben continuarse, sino multiplicarse, deseablemente sin el aparato y la solemnidad poco republicana con la que hasta ahora se han efectuado. Así como hubo adelantos en algunos renglones, en otros hubo estancamientos y hasta retrocesos; esto es especialmente cierto en lo que se refiere a las relaciones entre la prensa y el gobierno.

Se recuerda, por ejemplo, que a principios de 1977 la entonces subsecretaría de Evaluación produjo unas declaraciones desconcertantes acerca de la «política de comunicación social» que ese organismo se proponía formular. Insinuó la doctora Rosa Luz Alegría que uno de los objetivos de esa «política» sería evitar que cada periódico tuviera su propia versión de los hechos, lo que —aseguró sonriente— no debía considerarse como una pretensión de uniformar la información. De la misma manera, al anunciar que el gobierno le entregaría a los periodistas la información ya «preparada», aseveró que con ello no se quería manipular a la prensa, sino tan sólo ahorrarle trabajo a los periodistas...



En el marco de su tercer Informe y ante las críticas por el descontrol del pozo Ixtoc I, el Presidente hizo un diagnóstico de los antiguos y reiterados vicios de la relación del gobierno con la prensa. «No nos comunicamos bien» dijo, y reconoció «rezagos, vacíos y aun ocultamientos de información; temor a quedar en evidencia o ponerse en entredicho... funcionarios que emplean la influencia o los recursos de su cargo, para solventar sus querellas, desahogar sus rencores, alimentar su vanidad o apoyar su ambición, a través del manejo de información y de medios de comunicación». Al mismo tiempo acusó a la prensa de crear desconcierto, de exage-