

Oct. 11 de 1982. 3

(Artículo publicado en la
sección "Nueva Política").

Por MANUEL BUENDIA.

Uno de los signos más deprimentes de la actual crisis es la incapacidad del gobierno para enfrentar las demandas de opinión pública con una adecuada estrategia de comunicación colectiva.

Efecto multiplicador de problemas para la administración que concluye ha sido, desde el inicio de ésta, la falta de una verdadera política de comunicación social, o siquiera de estrategias generales ... si se vale el pleonismo.

Al comenzar el gobierno de López Portillo, los otrora predilectos reporteros de Presidencia, fueron puestos literalmente de patitas en la calle. Ellos --y todo el gremio-- recuerdan los episodios de "la esquina de la ignominia", como llamaron al cruce de calles desde donde cazaban la salida de personajes-noticia que llegaban a Palacio.

Unos meses después, ocurrió un accidente. Centenares de niños resultaron envenenados con un desayuno escolar del DIF.

El asunto puso de cabeza a la casa presidencial, cuyos portavoces se lanzaron a ofrecer justificaciones contraproducentes y cayeron en el error final de pagar inserciones de primera plana. Desde entonces, perspicaces editores y reporteros comenzaron a tomarle la medida al equipo del Presidente ... y más adelante a él mismo.

Al correr del tiempo, ya no fueron incidentes de consecuencias más o menos limitadas, sino que la ausencia de aquella política comenzó a afectar a ciertas acciones del Estado mexicano.

Si en cualquier sentido la polarización del poder es un fenómeno que debe preocupar al político y al gobernante, adquiere un carácter casi explosivo en un segmento tan sensible de la organización social, como es la comunicación colectiva.

Resulta evidente que la gestión democrática de la sociedad --fin último del gobierno republicano y de su instrumento, la comunicación-- no es posible cuando se oponen fuerzas subvertidoras de ese mínimo orden legal que es el habitat natural e insustituible de las acciones del Estado. Si falla eso que es entorno y base de sustentación al mismo tiempo, el Estado cede terreno ante otros poderes apócrifos --pero dinámicos y audaces hasta lo impredecible-- y deja de ser leal a los intereses sociales mayoritarios. Estos sectores perciben rápidamente lo que ocurre ... y ahí tenemos ya los trazos de un Estado débil, un gobierno

abdicante y un Presidente que no parece encarnar el liderazgo nacional.

Un diagnóstico inservible.

En agosto de 1978 se hizo un diagnóstico para el Presidente. De nada sirvió entonces y menos ahora que está a punto de concluir el sexenio. Repasar algunos aspectos de ese documento tendría, sin embargo, una utilidad: ver si es posible que el próximo gobierno cometa los mismos errores.

He aquí una parte de ese diagnóstico cuya inutilidad sería la razón de su persistencia:

Si no hay acciones tácticas congruentes, es porque faltan las estrategias a mediano y largo plazo; y si éstas no son posibles, es porque se carece de aquella política de comunicación social que había comenzado a definirse en la declaración del 28 de diciembre de 1976, y que supuestamente sería realizada por una clásica estructura vertical de decisiones en cuyo extremo más alto se hallaría el Presidente, seguido por un colaboradora que sólo de él dependería en línea corta, sin mediatizaciones y sin tener que desgastar su esfuerzo en una lucha contra las multiplicaciones y las fragmentaciones del quehacer profesional, de la responsabilidad y del mando.

Y como en nuestro sistema todo dimana, lo que ocurre en el círculo del Presidente ha "fertilizado" el crecimiento de un aparato de comunicación, todavía más desordenado y cuestionable, en casi todas las secretarías de Estado, organismos descentralizados y empresas.

En mi opinión esto es lo que se observa:

- * Desorden hasta los extremos de las frecuentes contradicciones;
- * dilapidación de recursos para la autoalabanza y, peor aún, para las agresiones de unos contra otros;
- * formación de "equipos" con intenciones futuristas;
- * desatentada producción de medios audiovisuales, de eficacia tan dudosa que a veces se vuelven en contra del emisor;
- * prácticas viciosas a base de filtraciones de información manipulada.

En suma, alejamiento del verdadero servicio a la opinión pública; falta de apoyo inteligente a las acciones del Primer Mandatario; desinformación que contribuye a la despolitización; y, a contrapelo, buena ayuda para los intereses que permanentemente tratan de socavar la credibilidad del gobierno.

En tal contexto, medran muy a gusto dos clases de parásitos cuya acción contribuye a complicar, a empobrecer y a falsear aún más las relaciones de comunicación entre el gobierno y los ciudadanos.

a) Los vendedores de "espejitos mágicos". Aventureros de las relaciones públicas, incorporan a su vocabulario unos cuantos "slogans" de algún libro en inglés, y luego, mediante el "bluff" personal, logran llegar hasta el ministro o el director general de una riquísima descentralizada; para venderle proyectos de publicidad consumista y enajenante. Se entregan a ellos los recursos económicos que con frecuencia se niegan o regatean a las oficinas de prensa institucionales ... y henos aquí frente a otra de esas campañas millonarias que "promueven" la imagen del gobierno como si fuera una nueva marca de refrescos o de cosméticos, y que en unos pocos días de agobiante martilleo en la televisión, la radio y la prensa, destruyen lo poco que --en años, quizá, de tenaz labor educativa-- se había logrado avanzar en la edificación de una conciencia cívica.

b) Los negociantes clandestinos de la información "confidencial" que convierten a los periodistas --especialmente a los que escriben artículos y columnas-- en temibles francotiradores. Por sumas de dinero cada vez más grandes estos condotieros arrojan ácido sobre la fama pública de cualquier persona o salen en defensa de quien se les indique. Los funcionarios pueden acudir al dueño de uno de estos "fideicomisos" lo mismo a comprar protección que a encargar ataques contra el adversario. Quien tenga el suficiente dinero puede estar seguro que

obtendrá lo que busca. Por ahora --y esto ya es más que suficiente para preocupar-- la acción de estas mafias secreteras afecta las relaciones entre políticos y funcionarios; pero dentro de un par de años, cuando comiencen a desatarse las ambiciones futuristas, ni siquiera el Presidente de la República podría considerarse a salvo de esta larvada acechanza. Esto ya sucedió durante el gobierno del licenciado Díaz Ordaz, quien, sin embargo, hizo a tiempo una amputación.

A veces, funcionarios del gobierno que no proceden por su cuenta, sino "por razones de Estado", pueden llegar a creer que esas organizaciones semiocultas sirven como "mano negra" para atacar a adversarios del régimen, que de otra manera no se apaciguan. Pero tales funcionarios --una vez cumplido, bien o mal, el encargo--, acaban siendo víctimas de una extorsión apenas disimulada.

El gato, dueño de la mano que supuestamente alquilaría sólo por el tiempo necesario para sacar las castañas del fuego, de pronto se niega a que lo echen de la casa y termina por aposentarse en ella, reclamando para sí un trato privilegiado, que incluye el disimulo frente a todas sus trapacerías contra los vecinos, los moradores o visitantes de la casa ... y eventualmente contra el propio dueño de ésta.

Si no se extirpan estas tumorações en el ya de por sí dañado aparato de comunicación social del gobierno, me parece que no será posible instrumentar --pero ni

siquiera plantear-- ningún esfuerzo serio hacia una estrategia de difusión que sirva a los intereses legítimos del gobierno. Simplemente no se puede ejecutar un concierto en una sala donde, aparte de otras incomodidades, un bufón insiste en reclamar para sí mismo la atención del público; y en su inverecundia, llega hasta permitirse cambiar por otras, ciertas líneas de la partitura.

Como los tumores malignos, estos laboratorios clandestinos de información manipulada se reproducirán casi al ritmo que nos sean cancelados. Por esto se hace indispensable que sea el Presidente quien, con un gesto personal y no sujeto después a caprichosas interpretaciones, exprese su disgusto ante ese tipo de actividades. Esto desalentaría a los funcionarios que actualmente alimentan con dinero a estos "fideicomisos" pardos. Si por un lado el gesto presidencial les quita eficacia política, y, por otro, se les acaba el suministro de fondos, los tales negocios se derrumbarán.

(La proliferación de columnas es signo de los tiempos y prueba de cuan deleitosamente pueden estar dispuestos, periodistas y editores, a recorrer el camino de la corrupción, resultado neto de todas estas injerencias, complicidades, incongruencias, vacíos de poder, etcétera. Existen ciento dieciocho columnas "especializadas" en los 16 principales diarios de la capital, y salvo 15, las demás inciden, de un modo u otro, en el campo político.

Se supone que sólo 17 de ellas tienen un importante número de lectores ... ¡y habría que ver la calidad detestable de por lo menos las dos terceras partes de este grupo supuestamente selecto! Pero cualquiera que fuese la calificación que merezcan, lo cierto --y lo grave-- es que el columnismo representa una polarización de poder. Es un poder dentro del cuarto poder. Hay aquí un fenómeno político en el que vale la pena profundizar).

Dentro de este cuadro --dibujado insuficientemente, con groseras pinceladas--, y habida cuenta de la manifiesta aversión del Presidente a repetir esquemas del pasado que tampoco probaron su eficacia, ¿qué sugerencias se pudieron presentar como punto de partida para crear un sistema de comunicación social que sirva al Ejecutivo, pero sin caer en controles fascistoides, ni manipulación interesada, ni en el riesgo de satisfacer sucios y ajenos apetitos de poder?.

Otro costal de sugerencias.

Este es el tiempo en que un hombre enfilado hacia el poder recibe la más abrumadora cantidad de sugerencias. Unas, a petición suya; otras, fruto de la espontaneidad. Y entre unas y otras, aquellas que dictan la ambición, la experiencia, la ignorancia, la buena fe, la ansiedad ...

en fin, todos los motores de la conducta humana.

¿Qué hacer en el caso presente? Creo que lo más sencillo: ofrecer al futuro Presidente de México algunas ideas prácticas que él pudiera considerar aplicables o no; pero que desde ahora sabe que son resultado de la experiencia --definida como acumulación de errores cometidos y vistos cometer-- y de una larga reflexión sobre el comportamiento de los medios en este país.

1. Hacer explícita, por el Presidente, una política de comunicación social, me sigue pareciendo el punto más importante. Trazar metas ideales; señalar los procedimientos y justificarlos conforme a la ética de los principios republicanos; precisar líneas generales y objetivos por etapas; acopiar recursos materiales, económicos, políticos y humanos para hacer perfectamente posibles las acciones programáticas: eso es lo que yo entiendo por política de comunicación social. Existe una ciencia y un desarrollo técnico. Pueden estar al servicio de la gestión democrática. Pero sin el "qué queremos" y el "cómo lo podemos lograr" expresados por el conductor del gobierno, nada ordenado ni coherente se puede alcanzar en el vastísimo y complejo aparato estatal.

No se trata --por supuesto-- de crear una camisa de fuerza para nadie. Tampoco es un juego de organigramas y gráficas. Es pensamiento y conducción políticos, en el más puro y racional de los sentidos, y también en la acepción más pragmática.

Hacer explícita la política de comunicación social por el jefe del gobierno, no cancela la imaginación de los colaboradores. Antes bien, convoca y estimula las aportaciones más variadas. El quehacer concreto y las realizaciones prácticas se enriquecerán con la frescura de las ideas provenientes de los rumbos más diversos, y la propia teoría se perfeccionará.

Una política obviamente presupone buenos sistemas de evaluación, que son una garantía contra errores de índole mayor. Dentro de la libertad creadora en que podrían desenvolverse los organismos del Estado, habría, sin embargo, la capacidad de descubrir a tiempo desviaciones respecto a las líneas fundamentales.

2. Se impone la urgencia de revisar la organización, los recursos, el grado de eficiencia y las perspectivas de cada uno de los organismos y medios en que la Presidencia y Gobernación mandan o influyen directamente: La Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia, las oficinas de prensa de todas las dependencias, RTC, "El Nacional", Notimex, los canales de televisión 11 y 13, Radio Educación, etcétera.

No corresponde a la brevedad de estos apuntes hacer una referencia particular a cada uno de esos medios. Pero juzgo muy importante hacer este señalamiento: No ha formado el gobierno comunicadores aptos --más adelante volveré sobre el problema general de los recursos humanos--, y menos aún ha sabido inculcar en ellos una mística.

"Patriotismo", "Mística revolucionaria", "Espíritu de servicio público", "Lealtad al Estado mexicano" ... son conceptos que muchos calificarían como pasados de moda y terriblemente cursis. Pero ¡ay de nosotros, como pueblo, si no las revalorizamos y los hacemos retomar su original y elevado sentido!

Frente a sus propios medios, el gobierno --hablo del actual y de todos los anteriores, hasta donde mi conocimiento alcanza--, se comporta como una especie de madrastra, cicatera e ignorante, que los condena a una existencia precaria, tarada ... pero se pasa las horas mirando por encima del cerco a los hijos del vecino, renegando de ellos "sotto voce" y envidiando cómo crecen y se fortalecen.

Resulta explicable entonces que por no haber sabido crear e inculcar una mística, el gobierno corra ahora el riesgo de que, al emprender una intensa acción para el robustecimiento de esos medios, se formen en ellos élites y mafias que eventualmente sólo buscarán satisfacer --con dinero del erario-- intereses aún contrarios a los propósitos que se fije el Estado.

Hay sin embargo, en varios de los organismos y medios una base humana para edificar lo que a mediano plazo podría ser el grupo de comunicadores que necesita el Estado. Hablo de unos cuantos individuos --adultos, jóvenes, experimentados y con excelentes calificaciones profesionales-- que por sí mismos han desarrollado la teoría y práctica de un periodismo de Estado digno, interesante, creíble.

Todo cuanto ellos demandarían del gobierno sería un trato inteligente y leal. (Suenan raro --¿verdad?-- pedir al gobierno lealtad; pero él debe tener presente que nadie obtiene lo que no está dispuesto a dar, y menos en este nivel de conducta política. Una muestra de lealtad del gobierno hacia sus propios comunicadores consistiría en no entregar la dirección de los organismos y medios a personas que reprobarían su examen de admisión en el periódico más modesto, o a individuos que parecen ser quintacolumnistas enviados por el adversario. Relegar al verdadero profesional, al hombre con oficio, ha sido la práctica corriente desde tiempos inmemoriales ... y así se han ido pudriendo las relaciones entre los "periodistas de Estado" y las administraciones sucesivas. Los presidentes de la República van descubriendo que son servidos cada vez de peor manera; que no le funcionan --ni siquiera medianamente bien-- sus propios medios al gobierno, y que hay disturbios e infidencias hasta dentro de la propia casa. En este juego de relaciones humanas, el gobierno --como continuidad-- cosecha, pues, estrictamente lo que ha sembrado).

3. En el diseño de estrategias a mediano y largo plazo, el gobierno haría bien en tomar en cuenta este principio: nada se llevará a buen término si no es con los periodistas.

Para no pocos funcionarios, los periodistas somos un insoluble acertijo y jamás atinan a llevar el mejor tipo de

relaciones con nosotros. Unos tratan de someterlos; otros de arrearnos, y los más de corrompernos.

El gobierno --como continuidad-- es el principal corruptor del periodismo.

4. Sería aconsejable que el Presidente revaluara su relación personal con los periodistas. No me refiero a los empresarios --que se manejan con otro lenguaje-- sino a los verdaderos periodistas: a los reporteros y a los que hacen el comentario. Una revaluación que tome en cuenta el feroz individualismo y que se apoye cautelosamente en aquellas pocas --poquísimas-- organizaciones gremiales que no estén corrompidas. El Presidente posee dotes de personalidad que seguramente serán su auxilio más valioso en este empeño. En la medida que él dé confianza, la promoverá; y si pide ayuda, la obtendrá, durable y desinteresada. No es que él deba ponerse en campaña y tenga que ganar votos. No. Me refiero a la posibilidad de hacer un bien al país y entregar el ejemplo de una superior calidad humana.

5. En el gremio, de tarde en tarde se revive el anhelo de colegiar la profesión para depurarla y elevar su calidad. Muchas veces se ha frustrado el intento, por insolidaridad, y por desconfianza hacia quienes suelen encabezar el esfuerzo; y, en fin, porque salen a la luz todas nuestras incapacidades para actuar de consuno. Que el Presidente se preocupara por esto ¿no sería acaso un buen punto a su favor? Promover la

idea, mostrar simpatía por ella, pero no imponerla ni siquiera amablemente. Sería un error.

6. Pero también hay otras varias acciones que el gobierno puede emprender para elevar el nivel profesional de los periodistas, que es evidentemente uno de los proyectos más sólidos y de mayor trascendencia. Por ejemplo,

- * promover cursos de capacitación general, en el país y el extranjero;
- * apoyar las especializaciones.
- * instar a las escuelas de periodismo a fundar cursos para comunicadores sociales.

El apoyo a las especializaciones puede convertirse en el primer paso rápido hacia el establecimiento de relaciones distintas entre los periodistas y el nuevo gobierno. Sería necesario y recomendable un estudio particular de este asunto tan prometedor. En el gremio ya están desarrollándose proyectos concretos. Por ejemplo, la asociación de periodistas y economistas; otro, los cursos de periodismo científico que desarrolla la UNAM.

Si el nuevo gobierno ve con respeto y sin paternalismos esta clase de esfuerzos y si a través de su propia política de comunicación social, establece mecanismos de enlace, no sólo pondrá un segundo piso --ajeno al "embute"-- en sus relaciones con los periodistas, sino que ayudará a que tales impulsos de superación profesional se canalicen también al servicio de los intereses superiores del Estado.

La formación de comunicadores sociales debiera ser una de las más altas prioridades del próximo gobierno. En tanto sobran periodistas evidentemente, faltan comunicadores sociales para los sindicatos, las asociaciones de profesionales, las organizaciones de campesinos, los partidos políticos, las entidades del gobierno, etc. Y las universidades populares no los están formando. Sí, en cambio, las universidades de élite, donde el gran capital tiene sus almácgos de servidores. Aquí, en este aspecto concreto de la comunicación social, existe y se agrava una de las grandes fallas del Estado.

7. Finalmente, quisiera poner el mayor énfasis en la siguiente proposición: A falta de una mejor Ley de Imprenta, pero aún suponiendo la existencia de tal ordenamiento, es urgente que el Presidente y su secretario de Gobernación lleven a los editores al compromiso público de una declaración de principios.

Atado frecuentemente por su propia decisión de respetar la libertad, el gobierno tiene que tolerar el libertinaje. Poco es lo que puede hacer por medios compulsivos, ni siquiera ante evidencias de que algunos editores atentan contra el bien de la sociedad, tergiversando habilidosamente o mintiendo con descaro; agrediendo a los ciudadanos, a quienes no conceden el derecho a la rectificación; o entregándose al servicio de las causas más destructivas de los principios republicanos.

Pero ya es tiempo de que se pida a los señores empresarios de la prensa escrita que lleguen a la firma de una declaración que los comprometa irremisiblemente ante sus lectores, ante la nación entera, ante la opinión de otros países.

Una declaración que saldría de ellos mismos. Podría basarse en los postulados de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y contendría compromisos congruentes con la realidad mexicana y perfectamente exigibles por los lectores de los propios diarios y revistas.

Una declaración que cada quien podría modificar, en lo sustancial y lo adjetivo --si es que no se llega al consenso--, pero que al publicarla en el propio periódico, en un acto libérrimo, expresamente señalado así, no admitiera otra salida que su estricto cumplimiento ... o la demanda consecuente por parte de la opinión pública movilizada por las fuerzas políticas del país, en las que tiene injerencia el gobierno.

Me interesa, sin embargo, destacar enfáticamente este punto de vista: no puede tolerarse que un grupo social --así se trate de este poderoso grupo de empresarios-- se aparte de las leyes que gobiernan a la sociedad y acabe rigiéndose por unas leyes de excepción. Eso no sólo es profundamente antidemocrático, sino el verdadero principio del fascismo.

Por tanto, habrá de decirse claramente a los barones de "la gran prensa" y la televisión, que el nuevo gobierno no abdicará frente a ellos ni frente a ningún grupo; que el Presidente no está para pactar alianzas sino para respetar y hacer respetar las leyes generales del país, apoyado por una amplia base popular.

Hacer que los empresarios de medios de información vuelvan a respetar la ley y los principios del Estado mexicano que consolidó la sangrienta revolución popular de 1910, será una de las empresas más difíciles del próximo gobierno. Sin duda.

La idea de este estatuto (que se manejó durante la campaña) debiera proponerse ahora como una perfección en el cumplimiento de la ley y de los principios democráticos. De ninguna manera como un sustituto.

México, D. F., a 11 de Octubre de 1982.