

El portavoz presidencial

Rubén Aguilar Valenzuela

En las sociedades democráticas la transparencia, la rendición de cuentas y el derecho a la información son obligaciones del gobierno. La ciudadanía tiene derecho a saber cómo se invierten los recursos públicos y cómo se toman las decisiones políticas, económicas y sociales que le conciernen.

La administración federal pasada decidió crear la figura del portavoz presidencial. Su surgimiento se sustenta en dos principios democráticos básicos: el derecho a saber del ciudadano y la obligación de informar por parte de las autoridades.

Las necesidades de información de la ciudadanía y de los medios han hecho que la figura del portavoz o del vocero del gobierno se convierta en una instancia necesaria y fundamental de los gobiernos democráticos.

El portavoz presidencial citó a una conferencia de prensa diaria para informar de la acción del gobierno de abril de 2005 a noviembre de 2006. Fueron 20 meses. La creación de esta figura provocó todo tipo de reacciones. Unas en favor y otras en contra.

A continuación se da cuenta de esta experiencia de comunicación política que era nueva para México, pero que

constituye una práctica común en las democracias consolidadas.

I. Los fundamentos

El gobierno democrático siempre debe considerar la perspectiva de la ciudadanía en su derecho a una información cierta, oportuna y suficiente. ésta no es tarea exclusiva del gobierno, sino una responsabilidad que comparte con los medios.

Lo que se espera de un gobierno que se asume como democrático es que cumpla con un esquema de comunicación activa. Si un gobierno quiere usar la comunicación para gobernar y debe hacerlo, pues la comunicación le permite gobernar mejor resulta indispensable que logre comunicar bien los problemas que lo ocupan y, más aún, que sea muy claro sobre su estrategia para solucionarlos.

La comunicación política fomenta un contacto permanente entre el ciudadano y su representante, haciendo de los medios el mecanismo habitual para someter a evaluación las acciones de este último. Aquí radica la importancia de los medios, pues se convierten en el espacio para colocar datos que responden al interés general.

La visión del gobierno de la alternancia en materia de comunicación política fue la de fomentar y propiciar una

nueva cultura política-mediática, con fundamento en los valores democráticos, que permitiera a los ciudadanos conocer las razones de las decisiones y políticas públicas. Se rompía así con viejas prácticas y maneras. No todos aceptaron y entendieron esta nueva realidad. Sigue siendo un punto de discusión y debate.

En el marco de esta visión surge la figura del portavoz que se establece como el canal de comunicación entre la Presidencia y los medios. él se hizo cargo de emitir y también de aclarar la información sobre las actividades gubernamentales, además de proporcionar los datos necesarios para que el ciudadano pudiera, a través de los medios, evaluar el quehacer cotidiano del Presidente y del gobierno federal.

El portavoz presidencial se convirtió, también, en eje y coordinador de la comunicación de las distintas dependencias del gobierno. Finalmente, al dar respuesta a los asuntos de la coyuntura, la labor del portavoz se propuso evitar que el Presidente tuviera que pronunciarse sobre esos temas que, por su naturaleza, son los que provocan el mayor desgaste.

II. Los objetivos

La Presidencia de la República realizó a fines de 2004 un diagnóstico sobre la comunicación del gobierno que concluyó era necesario establecer la figura del portavoz, para responder a la creciente demanda de información de la sociedad sobre la gestión pública. También identificó la conveniencia de responder a la necesidad de los periodistas de la fuente presidencial, impuesta por sus propios medios, de buscar la opinión del Presidente sobre los temas de la coyuntura.

Otro de los aspectos evaluados fue la pertinencia de ampliar la presencia de la agenda presidencial en los medios. Para ello, se requería mejorar la capacidad de generar noticias; fortalecer la imagen del gobierno ante la opinión pública, y hacer más eficiente la respuesta inmediata de la institución ante los temas de coyuntura.

La creación de la figura del portavoz presidencial pretendió, desde un inicio, facilitar la tarea de los periodistas de la fuente presidencial al existir una estructura que todos los días respondiera a sus preguntas y que, a su vez, atendiera de manera institucional las necesidades de información de los medios nacionales e internacionales.

Concebida como una estructura institucional diseñada en función de la realidad mexicana, la oficina del portavoz presidencial se estructuró a partir de cuatro objetivos:

1) Informar sobre las principales acciones, programas, estrategias y logros de la gestión del gobierno federal

Lo común es que los gobiernos tengan una oficina especializada de comunicación que difunde información cotidiana y permanente a los medios. Lo nuevo era el cumplimiento de este propósito a partir de una conferencia diaria. En ella se abrió el espacio para que el portavoz presidencial, junto con los secretarios de Estado y otros funcionarios del gabinete, explicaran la estrategia y las acciones del gobierno federal y, al mismo tiempo, presentaran los resultados más relevantes en las áreas bajo su responsabilidad.

2) Posicionar temas de la mayor relevancia para la Presidencia ante la opinión pública

En una arena en la que prevalece la competencia por el espacio mediático entre los distintos actores, la tarea de hacerse presente en la agenda de los medios y agencias de información es un hecho que los gobiernos no pueden omitir.

Se requiere que la agenda del gobierno tenga la misma o mayor notoriedad que la de los otros actores políticos y la de los propios medios. Sin un trabajo de comunicación política que difunda su agenda, lo más seguro es que en los medios sólo predominen los temas de coyuntura y las

diversas agendas posicionadas por los partidos, legisladores, representantes de los otros poderes públicos u otros actores de la sociedad civil. Bajo ese esquema, los temas estratégicos del gobierno ocuparían un segundo plano.

3) Coordinar el mensaje gubernamental de las distintas dependencias del Poder Ejecutivo a través de una estrategia unificada

Una crítica reiterada al inicio de la administración fue la falta de una línea de información homogénea entre las dependencias gubernamentales y de éstas con la Presidencia. La conferencia de prensa matutina se propuso dar una dirección única a la comunicación política del gobierno, así como tratar de evitar la percepción de la existencia de contradicciones entre los diferentes emisores de información pública.

El trabajo de coordinación de la oficina del portavoz presidencial se enfocó a procesar y resolver las dificultades de articulación y homogeneidad en el mensaje gubernamental. Por ello se establecieron múltiples y permanentes mecanismos de comunicación, muchos de ellos novedosos para la cultura política mexicana, que permitieron el intercambio cotidiano no sólo de información sino también de valoraciones políticas entre los titulares de las dependencias y el portavoz. Esto permitió que, en su

conjunto, la información y el mensaje político del gobierno estuvieran cada vez mejor coordinados.

4) Manejo de crisis y control de daños

La experiencia de los gobiernos muestra la necesidad de contar con una oficina de reacción inmediata al más alto nivel, para responder ante situaciones críticas relacionadas con momentos particularmente difíciles o, también, para hacer frente a eventuales errores de comunicación del propio gobierno.

La oficina del portavoz debía actuar, en consecuencia, como una oficina de manejo de crisis, pero también de control de daños. El fin era desactivar y neutralizar las crisis, así como dar respuesta clara y contundente desde la Presidencia a las necesidades de información de los medios, en particular en los temas de coyuntura que exigían una posición del gobierno.

III. Las acciones estratégicas

La oficina del portavoz presidencial operó en el marco de cinco acciones estratégicas que resultaron fundamentales, la práctica lo corroboró, para desempeñar con eficacia la tarea:

1) Debe estar bien informado

Tiene que ser un funcionario con la mejor información sobre las acciones del gobierno y el acontecer nacional.

El portavoz debe estar en contacto directo y permanente con el Presidente. Lo debe acompañar a las reuniones de trabajo con los distintos gabinetes de gobierno. Así, el portavoz recibe de primera mano información sobre el contexto de las decisiones y de la postura del gobierno frente a todos los temas.

Tienen que estar también en contacto directo y permanente con los secretarios de Estado. La comunicación con ellos debe ser fluida y cotidiana. Los miembros del gabinete legal y ampliado son una fuente privilegiada y única de información.

Otra información que debe manejar el portavoz es: a) el sustento legal de las acciones de gobierno; b) la información de los programas públicos y sus resultados, así como de las acciones diarias de las dependencias y las paraestatales; c) las noticias que diariamente manejan los medios y los comentarios de sus principales editorialistas; d) las noticias internacionales y los informes de las principales organizaciones mundiales sobre México.

2) Debe construir los mensajes de manera periódica

Los mensajes, por buenos que sean, no van a ser considerados por los medios si éstos no se construyen en la lógica que les interesa y en el marco de su propia sintaxis. Las respuestas del portavoz deben ser construidas con anterioridad. Nunca y bajo ninguna circunstancia pueden ser respuestas espontáneas. Hay que analizar a detalle lo que se va a decir y las palabras exactas que se van a utilizar.

Los mensajes del gobierno serán de interés para los medios si: a) responden de manera clara y precisa a seis preguntas básicas: qué, dónde, por qué, cómo, cuándo y quiénes; b) no son explicaciones complicadas o llenas de expresiones técnicas que sólo las comprenden los expertos; c) se estructuran de manera que puedan ser útiles para los *inserts* de la radio, los *teasers* de la televisión o los titulares de la prensa; d) los logros que resalta el mensaje se traducen en beneficios concretos para la ciudadanía; e) se presenta una evaluación objetiva del tema con respecto a los resultados de las acciones del gobierno.

3) Debe posicionar la agenda del gobierno en la dinámica informativa

La agenda es el conjunto de asuntos que se llevan a la arena pública ya sea como respuesta a un plan deliberado de quien la diseña o como reacción a la coyuntura. En el caso de la agenda presidencial, ésta tiene como principales

objetivos difundir el proyecto político del Presidente y hacer partícipe a la sociedad de las acciones públicas del gobierno.

La construcción de la agenda presidencial es producto de un proceso complejo en el que convergen propósitos de muy diversa índole. De manera general ésta incluye la posición del gobierno ante los grandes temas de interés nacional (agenda estratégica); los valores en los que funda su administración (la agenda democrática); las acciones de política pública que se quieren difundir sobre un tema en específico (agenda temática), y los eventos que forman parte del día a día del quehacer presidencial (agenda cotidiana).

a) La agenda estratégica. En ella se entrelazan las definiciones políticas y líneas de acción de gobierno con los intereses que se mueven en el espacio público. Este tipo de agenda estratégica se guía por las grandes directrices del gobierno (planes y programas de acción); las posiciones ante los asuntos de Estado, y los códigos generales de la acción gubernamental (lineamientos de buen gobierno).

b) La agenda democrática. Todo gobierno democrático tiene la obligación de defender los valores que le dan sustento. Debe garantizar que éstos se hagan realidad, pero también tiene que impedir que cualquier ciudadano o actor político pueda desconocerlos tratando de imponerse sobre los

demás, de una manera autoritaria. La promoción de los valores democráticos fue asumida por el portavoz como una de sus tareas. Cada vez que se hizo necesario defender los valores de la democracia ante planteamientos que pretendían negarlos, el portavoz presentó posicionamientos para reivindicarlos.

c) La agenda temática. El Presidente realiza una gira o acude a un evento como parte de la estrategia gubernamental. Su agenda contiene actividades precisas que, en conjunto, están enfocadas a poner en marcha o dar seguimiento a los programas y a las acciones gubernamentales que sustentan y dan cumplimiento a un plan de gobierno. Para tratar de posicionar esta agenda a las conferencias acudían los responsables del eje temático sobre el cual gira la agenda presidencial de la semana para explicar los propósitos, los alcances y los resultados de la política pública.

d) La agenda cotidiana. Las actividades cotidianas de los personajes públicos, sobre todo del Presidente, resultan de gran interés para la opinión pública y, por ende, para los medios. Hay que valorar con mucho cuidado qué información se da a conocer. Debe respetarse de manera absoluta la vida privada, pero sobre todo la intimidad.

4) Debe tener una estrategia definida ante la coyuntura

La eficacia de una estrategia comunicativa depende, en buena medida, de la capacidad de responder adecuadamente ante la coyuntura que domina la discusión en los medios. Una respuesta informada que fija de manera clara la posición ante los temas de la coyuntura será de gran interés para los medios. La información que el portavoz difunde es, en la mayoría de los casos, de gran utilidad para los periodistas que siguen los temas de la coyuntura y buscan presentar en sus notas los diversos puntos de vista u opiniones al respecto.

5) Debe diseñar instrumentos para medir y dar seguimiento a sus mensajes

Un minucioso registro de la manera en que los medios asumen los mensajes del gobierno y del sesgo que imprimen a la noticia fortalece o debilita las tareas de la oficina del portavoz de transmitir, adecuadamente, los mensajes de gobierno a los medios. Es muy importante tener plena conciencia que el portavoz mismo es fuente de información; éste es, sin duda, su principal valor.

IV. El seguimiento y la evaluación

¿Cómo saber si la labor del portavoz presidencial está cumpliendo con los objetivos propuestos? ¿Cómo captar la percepción que tienen los medios y la ciudadanía sobre su labor? La oficina del portavoz utilizó una serie de

herramientas que permitieron evaluar el alcance y la difusión que daban los medios a los mensajes que se emitían en las conferencias de cada mañana.

Para esto se implementaron tres acciones: a) medir la cobertura que recibían los mensajes del Presidente y de su portavoz en los principales espacios informativos; b) evaluar permanentemente el impacto de la estrategia de comunicación de la oficina del portavoz; c) analizar la opinión que tenía la ciudadanía sobre lo que decía y hacía el portavoz.

Con estas herramientas fue posible evaluar dos aspectos fundamentales de la labor del portavoz: a) la efectividad comunicativa de sus mensajes (interés y cobertura mediática); b) la percepción de los ciudadanos en torno al papel y desempeño de esta nueva figura institucional.

Si bien la tarea del portavoz es parte fundamental del proceso de rendición de cuentas a la población, esta tarea resultaría imposible sin la intervención de los medios. Al ser éstos los agentes mediadores de los mensajes, resulta imprescindible observar su quehacer, prestando especial atención al tipo de información que privilegian, cómo lo hacen y en qué proporción.

Para este obligado análisis de la cobertura que dan los medios a los mensajes del portavoz se utilizaron tres

instrumentos básicos: a) un análisis externo sobre el tratamiento y la difusión de los mensajes que se emitían desde la Presidencia en los principales noticieros de radio y televisión. Esto para contar con parámetros objetivos que permitían evaluar el alcance, los logros y los retos de la estrategia comunicativa; b) una serie de análisis internos de tipo cuantitativo y cualitativo para ver el impacto de las conferencias y sus resultados en términos de posicionar la agenda presidencial; c) estudios de opinión sobre las conferencias y la actividad del portavoz para conocer con precisión la percepción ciudadana sobre los mismos.

V. Reflexiones finales

La creación de la oficina del portavoz de la Presidencia de la República y el cambio en la estrategia de la comunicación del gobierno, cuyo origen, desarrollo y resultados se han compartido en estas páginas, pueden ser de utilidad para quienes tienen entre sus responsabilidades comunicar o están interesados en el estudio de la comunicación política.

Si bien es cierto que este primer ejercicio de transparencia y rendición de cuentas se caracterizó por el fuerte interés que los medios mostraron por los temas de la coyuntura, es muy probable, eso es lo deseable, que a medida que se vaya consolidando la democracia los medios muestren un mayor interés por la acción gubernamental orientada a resolver las grandes problemáticas del país. Esto, sin lugar

a dudas, permitiría elevar la calidad de la demanda de información hacia los planes, programas y estrategias de diseño de las políticas públicas.

La estrategia y el diseño de la oficina del portavoz presidencial partió de dos premisas: a) el poder público debe ejercerse en público; b) la obligación de los servidores públicos de mantener una relación fluida con los ciudadanos y con los medios de comunicación. Esta última implica que cada una de las dependencias pueda ser capaz de explicar los motivos de las medidas que adopta y las razones que se encuentran detrás de la toma de decisiones.

Una buena comunicación presidencial debe ampliar el contacto entre la Presidencia y los ciudadanos, a través de un diseño institucional que tome en cuenta, ante todo, que el Presidente y los miembros de su gabinete deben ser conocidos por su manera de actuar por lo que es necesario que se difunda la forma en la que desempeñan su trabajo.

En la medida en que esta dinámica se fortalezca, la sociedad y los medios irán asumiendo una mayor responsabilidad en los asuntos públicos, al tiempo que habrán de abandonar su posición como receptores pasivos de la acción del gobierno para convertirse en partícipes y constructores de la democracia mexicana.