

La percepción ciudadana sobre el portavoz

Rubén Aguilar Valenzuela

La figura y la función del portavoz presidencial eran nuevas. Había, pues, que conocer cuál era la percepción que la ciudadanía tenía de su tarea, para saber si en términos de su diseño, como instrumento de comunicación de la Presidencia con la ciudadanía, se cumplía con los propósitos o era necesario hacer ajustes y cambios.

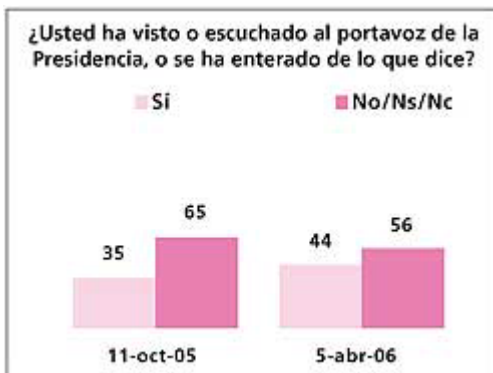
Desde el primer día que empezaron las conferencias matutinas, a partir de abril de 2005, la cobertura que alcanzaron los mensajes emitidos por el vocero fue muy alta. Los instrumentos que se diseñaron para registrar los tiempos de cobertura y el contenido de la información que retomaban los medios daban cuenta que las conferencias tenían un gran impacto.

Se medía también con precisión si los medios daban un tratamiento positivo o negativo a la información que emitía el portavoz. Había que ir más allá para conocer cuál era la percepción que la ciudadanía tenía de la persona, la función y los mensajes que emitía el vocero. A continuación se presenta un primer trabajo en relación con algunos de los indicadores

que se utilizaron para conocer la percepción ciudadana de dicha gestión.

I. El instrumento

Para conocer la opinión ciudadana en torno a la labor cotidiana del portavoz presidencial, la Coordinación General de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República realizó tres sondeos o estudios de opinión. El tiempo que medió entre uno y otro fueron seis meses. Los estudios se realizaron el 2 de junio de 2005, el 11 de octubre de 2005 y el 5 de abril de 2006.¹



¹ En los tres casos el instrumento que se utilizó fue el de una encuesta telefónica nacional con 400 entrevistas. El margen de error fue de $\pm 7\%$ y el de confianza de 95%.

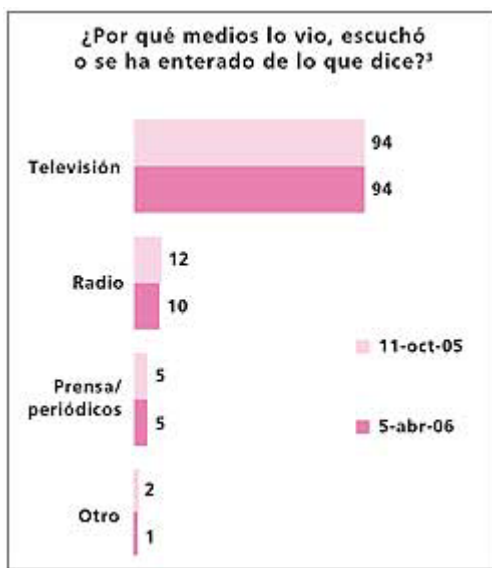
El instrumento se enfoca a saber cuál es la percepción que tienen los ciudadanos del quehacer cotidiano del vocero, más allá de su efectividad respecto de los medios de comunicación. De las variables que tiene el instrumento aquí se presentan las seis que tienen mayor relevancia: a) el conocimiento que se tiene de la figura del portavoz; b) los espacios informativos en los que se escuchan sus mensajes; c) el nivel de aceptación; d) la utilidad de su tarea; e) la percepción sobre el apoyo que brinda a la gestión del Presidente; f) el tipo de apoyo que brinda al Presidente. A continuación se hace una sintética descripción de ellas.²

II. Los resultados

a) El conocimiento de la figura del portavoz presidencial. Este indicador arroja información sobre el nivel de conocimiento que tiene la ciudadanía del vocero presidencial. Su información resulta útil para evaluar si los mensajes están llegando a su destinatario final y si éste, a su vez, los relaciona con la figura y el quehacer cotidiano de un funcionario que identifica como el portavoz presidencial.

² En este trabajo se toman los resultados de las dos primeras encuestas telefónicas. En otro artículo se trabajará un comparativo más acabado de la información que arrojan las tres encuestas.

Como puede apreciarse en la gráfica, la evaluación de abril de 2006 muestra que crece de manera considerable el número de personas que sabe de la existencia de la figura del vocero. Se reduce también, hay una relación directa, el número de personas que no sabe de su existencia. De esta manera se eleva en 9% el número de los ciudadanos que saben que el gobierno cuenta ahora con una figura cuya labor es mantenerla informada de lo que él realiza y se reduce en 10% el número que lo desconoce.



b) *Medios donde se transmiten sus mensajes.* Una vez dimensionado el conocimiento que tiene la ciudadanía en materia, es útil saber a través de qué medios informativos, electrónicos o impresos, recibe la información que le permite reconocer el quehacer de aquella figura. Los encuestados

señalaron a la televisión como el principal canal a través del cual han escuchado o visto al portavoz.

La televisión es con mucho el medio donde la ciudadanía ve y escucha al vocero. Le sigue la radio y luego la prensa escrita. Los porcentajes no variaron entre una y otra encuesta. Al comparar esta información con la de instrumentos que dan seguimiento y medición a los mensajes del portavoz, los datos contrastan con las cifras referidas al tiempo y número de notas destinadas a la cobertura de la radio que es la que en números absolutos presenta la mayor proporción.³

Esto puede explicarse por la gran penetración que tiene la televisión en los hogares mexicanos, aunado a la mayor recordación que el recurso visual posee frente al auditivo. Asimismo, con estas cifras es posible confirmar que en nuestro país prevalece la tendencia mundial en la cual las prácticas de información política ubican a la televisión como la principal fuente de noticias.⁴

c) Valoración del quehacer del portavoz. Este indicador busca información de orden cualitativo sobre la labor del vocero. Referentes de este tipo resultan de suma utilidad para

³ Respuestas múltiples. Los porcentajes no suman 100%, pues se permitía a los entrevistados dar más de una respuesta.

⁴ Fritz Plasser y Gunda Plasser, *La campaña global. Los nuevos gurúes del marketing político en acción*, Buenos Aires, Temas, 2002, p. 220.

identificar las percepciones que la ciudadanía tiene en torno a la imagen proyectada por la propia institución; advertir las fortalezas de la dinámica de trabajo establecida, así como para valorar las posibles debilidades en algunos aspectos de la estrategia de comunicación.

Los datos arrojan que tiende a crecer el número de personas que les gusta lo que dice el portavoz. De la primera a la segunda el crecimiento de esta variable es de 6%. Lo que resulta más relevante es que de manera permanente disminuye el número de ciudadanos a quienes les disgusta lo que dice el vocero. De la primera a la tercera de las encuestas hay una reducción de 5%. Para el grupo que se demuestra indiferente ante lo que dice el portavoz, que es el mayoritario, hay una fluctuación menor entre una y otra de las encuestas.

La investigación permitió determinar los retos que la oficina del vocero enfrentaba en torno a las percepciones de indiferencia y rechazo. En este punto, la falta de interés y la desconfianza a los mensajes expresada por los encuestados no se entendieron simplemente como un rechazo a la información proporcionada por el portavoz presidencial, sino como una falta de interés por parte de la ciudadanía en general a todo tipo de expresiones políticas.



d) *Utilidad de los mensajes que emite el portavoz.* Otro indicador cualitativo es el de la utilidad que los encuestados dan a los mensajes del vocero y a su papel institucional. Resulta interesante observar que buena parte de las respuestas indican que la oficina del portavoz está cumpliendo con los objetivos para los que fue creada.

La pregunta era abierta y de quienes respondieron se puede observar que el vocero es visto como un actor eminentemente informativo (24%), que representa al Presidente (22%), así como una figura que rinde cuentas (15%). Las respuestas arrojan también datos sobre cómo se le percibe. Se le ve como alguien que dice la verdad (11%), que tiene seguridad en lo que dice (8%) y que es claro en lo que comunica (5%). Esta información resultaba muy útil para evaluar la estrategia comunicativa y derivar lo que se debía hacer. Resultaba

también útil, para determinar la manera en que el portavoz debía transmitir la información.

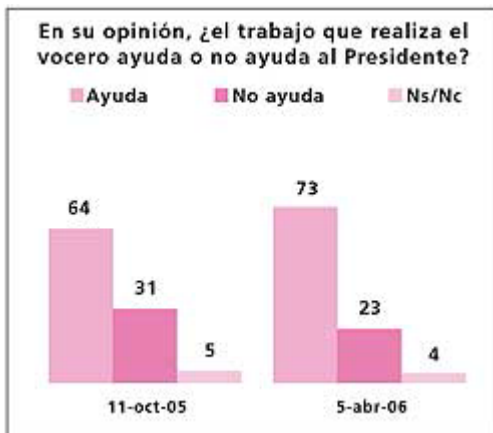
¿Por qué le gusta?	
	%
Porque informa lo que está pasando / Para estar informado de lo que dicen	24
Es la voz del Presidente / Es el que da la cara a la opinión pública / medios de comunicación	22
Para ver lo que hace el gobierno / Ver lo que van a hacer	15
Porque habla con la verdad / Habla derecho / Es verdad lo que dice	11
Porque da buenos temas / Por los temas de actualidad	8
Porque tiene seguridad en lo que dice / Se expresa bien	8
Porque es entendible / Claro en lo que dice	5
Por el trabajo que desempeña / Merece respeto el trabajo que desempeña	3
Porque me gusta oír las noticias	3
Otro	1
Total	100

e) *Apoyo a la gestión del Presidente.* Un elemento central para evaluar la utilidad que tiene la función del portavoz es la labor que realiza en apoyo y seguimiento a los mensajes del Presidente de la República.

La ciudadanía reconoció desde un principio que esta figura ayudaba al Presidente. La percepción creció en 9% de una encuesta a otra. Desde un principio también fue menor el número de personas que consideraban que la figura no ayudaba. La tendencia fue a la baja y en el mismo tiempo disminuyó en 8%. En la media que pasó el tiempo la

ciudadanía percibía, cada vez con mayor claridad, que el portavoz era un colaborador que estaba para ayudar al Presidente.

f) Tipo de apoyo que el portavoz presidencial brinda al primer mandatario. Aún más ilustrativa resulta la apreciación de por qué el vocero ayuda al Presidente. Estas valoraciones dan cuenta de los objetivos, que a juicio de la ciudadanía, cumple el quehacer cotidiano del portavoz presidencial.



La pregunta era abierta. El 53% percibe con claridad que su tarea es informar lo que dice el Presidente (38% lo expresa así y el otro 15% como que el Presidente le delega esa tarea). El 31% percibe que su función es hacer frente a las crisis de comunicación (16% lo expresa como que corrige al Presidente, 10% como que protege al Presidente y 5% como

que da la cara a los problemas). La ciudadanía percibió siempre que la figura del portavoz ayudaba al Ejecutivo y pudo identificar con cierto nivel de precisión en qué. Aquella visión coincidía con los objetivos que se proponía cumplir esta estructura institucional.

Conclusión

En la etapa del gobierno de la alternancia, que en cada país tiene características particulares en relación con otros momentos de su historia, la figura del portavoz y la conferencia de prensa matutina dieron respuesta a una necesidad real de comunicación que demandaba la ciudadanía. A partir de ellas se estableció una mejor interlocución de la Presidencia con los ciudadanos.

Éstos no sólo entendieron bien cuál era el papel del vocero sino que valoraron su acción e identificaron su tarea como de apoyo a la gestión del Ejecutivo. La creación de la oficina del portavoz y el cambio en la estrategia de la comunicación del gobierno operó de manera eficaz para que la Presidencia hiciera llegar a la ciudadanía la información y los mensajes que quería transmitir. Se comprendió que la figura del portavoz se inscribía en la obligación que tiene un gobierno democrático de rendir cuentas y transparentar su acción.

¿Por qué ayuda?	
	%
Porque informa lo que dice el Presidente / Explica la opinión del Presidente	38
Porque en ocasiones corrige al Presidente de algunas declaraciones	16
Porque el Presidente tiene muchas cosas que hacer / Le delegan compromisos	15
Porque es su trabajo / Es su función / Para eso le pagan	14
Porque protege al Presidente / Lo cubre / Lo tapa	10
Porque es el que da la cara a los problemas / Es el que da la conferencia	5
Otro	2
Total	100

En los últimos dos años y medio de gobierno el diseño estratégico de la comunicación presidencial partió de dos premisas: la primera, propia de todo gobierno democrático, es que el poder público debe ejercerse en público, y la segunda es la obligación de los servidores públicos de mantener una relación fluida con los ciudadanos y con los medios. La figura del vocero y la conferencia matutina adquirirían sentido en el marco de este diseño estratégico.