

I. EL NUEVO ESCENARIO	13
1. LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN EL CONTEXTO ACTUAL	13
2. ENFOQUE POLÍTICO DE LA INFORMACIÓN	16
3. EL IMPACTO SOCIAL	18

I. EL NUEVO ESCENARIO

1. LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN EL CONTEXTO ACTUAL

La información política en la actualidad no puede verse al margen de la transición política nacional ni fuera del contexto internacional que está caracterizado, entre muchas otras situaciones, por un nuevo orden geopolítico internacional (resultado del fin de la Guerra Fría), el impulso de un modelo mundial con nuevos perfiles liberales, la necesidad de la articulación económica entre países y por una tendencia hacia la denominada globalización, en donde nuevas tecnologías juegan un rol determinante e impactan en las comunicaciones.

El tema de la reforma del Estado es parte integral del debate que se desarrolla en torno a la modernización del país. Este hecho confiere al debate un contenido distinto tanto por sus implicaciones como por las consecuencias políticas que de él emanan.

La crisis de la década de los ochenta hizo posible el surgimiento de una reconstitución de orden interno. Distintas medidas de índole económica explican un reordenamiento que se expresa en las políticas de ajuste, liberalización, apertura comercial, privatización, desregulación y descentralización.

En el espacio político, el desafío de la modernización tiene una complejidad distinta, ya que la reforma del Estado no sólo se traduce en un proceso de readecuación de las distintas instancias del sector público, sino que significa también la emergencia de un periodo de tránsito hacia un nuevo significado de la democracia. Esto quiere decir que nuestro sistema no puede continuar como antes sino que se ve obligado a entrar en fases de renovación total y profunda, las que, de hecho, irán marcando el rumbo por el cual deberá transitar el sistema.

La representatividad, el interés de clase o sectorial, la voluntad colectiva y las alianzas políticas asisten a un proceso de redefinición en un escenario en que el Estado y todas sus fuerzas institucionales (gobierno, partidos, organizaciones

empresariales, obreras, campesinas y ciudadanas) asumen formas distintas al relacionarse con la sociedad.

No hay duda de que el efecto más visible de esta transición se está reflejando en una renovada, dinámica y vigorosa relación entre el Estado y los diversos actores e instituciones políticas que lo conforman, y entre éstos y la sociedad en su conjunto. El país asiste a un momento político que se caracteriza por la transformación y el cambio constante. La evolución que este hecho representa ha traído como consecuencia una mayor participación de la sociedad en los asuntos políticos, una ampliación de los cauces de expresión social y, por supuesto, el fortalecimiento del pluripartidismo.

En el nuevo escenario nacional, la comunicación social se ve obligada a reencauzar todas sus actividades y a hacerlas parte prioritaria de la acción política. Ya no es posible entender la política al margen de la comunicación ni la comunicación alejada de la política. Una y otra no sólo se *confunden* sino que se *funden* en forma tal que parece imposible considerarlas separadas. Todos y cada uno de los rasgos de esta transición están afectando nuestra forma de entender los medios de comunicación y los procedimientos que resultan efectivos cuando son utilizados como intermediarios entre la clase política y la sociedad. El impacto se percibe en todos los ámbitos: económico, político y social. En cada uno de ellos, la comunicación social se ha visto afectada por cambios de diversa índole. Para incrementar nuestra capacidad de comprensión y análisis sobre estos fenómenos es necesario reflexionar sobre los puntos más relevantes.

De las múltiples consecuencias que los cambios en la economía han generado en la comunicación política, basta señalar algunas de las más significativas:

- a) La libre competencia entre una mayor cantidad de opciones en prensa, radio y televisión, hecho que amplía la gama de ofertas para encontrar en ellas nuestras necesidades de entretenimiento, cultura e información.
- b) La desaparición de las fronteras comunicacionales, lo que ha hecho posible tener en medios nacionales y en forma directa mensajes diversos producidos desde otros lugares del mundo. Esto, no cabe duda, ha generado nuevos dilemas políticos, pero también ha ampliado nuestros horizontes y la forma en que entendemos el entorno. Somos parte ya de lo que se ha denominado, con gran acierto, la *aldea global*.
- c) La posibilidad que tienen los medios de comunicación nacionales (hecha realidad ya por varios de ellos) de contar, aunque sea en forma minoritaria, con capital extranjero para la operación de sus actividades; el soporte económico de éstos, que va acompañado, en muchos casos,

de capacitación y producción no necesariamente relacionadas con nuestra idiosincrasia, todo ello con un significado político evidente.

- d) Las múltiples facilidades que la apertura comercial ha permitido para que los consorcios y medios de comunicación nacionales puedan hacer alianzas con grupos y medios de otros países, lo que les otorga un carácter estratégico y de mayor competitividad internacional tanto en el nivel económico como político.

En el campo de la política, las transformaciones son múltiples y de impactos irreversibles que habrán de marcar con honda huella las tendencias del próximo siglo. Destacan las siguientes:

- a) Es evidente que toda transición política exige al Estado un nuevo protagonismo. El cambio hace imprescindible una adecuación en los símbolos, el discurso y las formas de comunicación entre el político y el ciudadano. En otras palabras, el Estado se ve obligado a mostrar un *nuevo rostro*, acorde con el nuevo escenario.
- b) El proceso de mayor democratización ofrece la posibilidad de una competencia más amplia entre los partidos políticos. Todos enfrentan ya la necesidad de establecer nuevos mecanismos de comunicación más agresivos, eficientes y convincentes para conquistar la confianza, la simpatía y el voto del ciudadano. La comunicación de los partidos con la sociedad a través de los medios de comunicación masiva se convierte, entonces, en una de las principales herramientas de su trabajo político.
- c) El gobierno y las autoridades electorales, actores centrales del proceso político de transición, mantienen su obligación de permanecer imparciales y objetivos, así como de ofrecer información suficiente, clara y transparente de todo lo que está ocurriendo dentro del proceso de reforma del Estado.

La sociedad en general y el ciudadano en particular tienen el derecho de estar bien informados y de que la autoridad refuerce todos los elementos que sean necesarios para poder ejercer, en forma responsable, su libertad de expresión.

La sociedad no permanece ajena a los cambios. Los efectos de las transformaciones que se viven en el país han tenido diversas repercusiones. La prolongada crisis económica y los conflictos políticos que se han vivido durante los últimos años (toda transición tiene sus costos) muestran una evidente evolución en el comportamiento político del ciudadano.

Primero, porque en el escenario político-comunicacional asume un rol más activo. La abundante oferta de espacios noticiosos es clara muestra de que la información política adquiere un alto valor simbólico, sin precedentes en la historia reciente del país. Segundo, porque están cambiando las formas de organización de varios grupos sociales, muchos de los cuales ya no buscan adherirse ni comprometerse con las organizaciones, ya sea porque desconfían de la autoridad, los partidos, los liderazgos de toda índole (sindicales, campesinos, populares) y los representantes vecinales, o porque no se sienten identificados con los intereses de clase o de sector que fueron funcionales al sistema en el pasado. Por eso, la forma de relacionarse de los individuos se ajusta a nuevas reglas y procedimientos, en donde el ciudadano adquiere roles más activos e influyentes, muchas veces al margen de las organizaciones tradicionales. Tercero, porque el vertiginoso y acelerado proceso de cambio está sentando las bases para la conformación de una nueva cultura política, en donde símbolos y valores viven un importante proceso de transformación, que orienta no sólo las nuevas tendencias que afectan la vida cotidiana de todos y el modo en que nos interrelacionamos, comunicamos y convivimos, sino también nuestra percepción de la actividad política nacional, regional, estatal y local (lo que incluye una amplia gama de instituciones, medios de comunicación y actores políticos).

2. ENFOQUE POLÍTICO DE LA INFORMACIÓN

El proceso de reforma del Estado, que garantice un orden pactado y que estimule el cambio en forma concertada, requiere de un *ajuste múltiple*: desde abajo y desde arriba, entre Estado y sociedad, al interior de los partidos y entre ellos mismos. También necesita la conformación de una *nueva cultura* de la sociedad y del poder.

El nuevo enfoque democrático ha traído consigo grandes cambios en lo que se refiere a los parámetros de la acción política. Con la ampliación de los espacios y medios de acción políticos empiezan a emerger nuevos espacios locales y regionales. Éstos no son la extensión de lo estatal a lo municipal o regional en ellos; se juegan intereses y lógicas de funcionamiento distintos, favorecidos por la apertura y la mayor diversidad de opciones que se abren con el pluripartidismo.

Los cambios que se están produciendo plantean problemas de modos de acción, intervención, articulación de demandas y estilos o estructuras de representación, que ahora tienen una gran importancia dentro de las estrategias partidistas. Con ello, la opinión pública adquiere una nueva dimensión.

Incorporadas en la percepción gubernamental y de los partidos políticos, las estrategias consideran ahora sus efectos sobre ella y sobre el voto. De esta manera, el estado de ánimo de la opinión pública ejerce una influencia en la acción política y es una de las fuentes más importantes de la estabilidad en dicha materia.

En este marco, el proceso electoral adquiere un nuevo sentido, ya que es el mecanismo que regula al sistema en su conjunto, según reglas y especificaciones propias. Son las elecciones las que fijan a los partidos el camino legítimo y legal para acceder al cumplimiento de su objetivo básico, que es el ejercicio del poder. De esta manera, la fuerza de y en la política ya no se debe medir simplemente por el control de posiciones estratégicas de poder sino también por la capacidad de las estructuras partidarias de producir consenso en la población. Dicho de otro modo, su práctica no sólo se mide en términos de producción ideológica sino de resultados.

Estamos, pues, en presencia de avances de la democracia que es necesario reconocer y valorar, pues no se puede hacer política sólo con modelos tradicionales. Esta afirmación vale también para las estrategias de comunicación de las autoridades gubernamentales, electorales y de los partidos políticos.

Una campaña electoral es, antes que nada, un acto de comunicación política. Todo lo que se diga o haga antes, durante o después de una elección deberá ser, en el nuevo contexto, funcional a la transformación y a la reforma del Estado, de manera que su alcance supere los límites electorales, para reflejar lo propio del cambio:

- a) Nueva relación entre el Estado y la sociedad.
- b) Formas nuevas de participación política.
- c) Expresión responsable de la sociedad civil.
- d) Prácticas electorales renovadas.
- e) Escrutinio confiable, transparente y veraz.
- f) Voto *razonado* como sinónimo de adhesión al proceso de reforma del Estado.

En el momento actual, las elecciones tienen más de un destinatario: la ciudadanía nacional, la opinión pública nacional e internacional y los gobiernos y organismos regionales e internacionales, entre otros. El espacio nacional internacionaliza la problemática a la vez que se internaliza el contexto global. Crea, por lo mismo, un *nuevo compromiso* y representa una situación límite, que lo conduce a ubicarse en el futuro si no quiere simplemente mantenerse en el umbral de la modernidad. El proceso electoral se constituye, así, en la expresión *ante el mundo* de la decantación de viejas prácticas y actitudes

políticas, para adecuarse a un escenario de apertura, pluralismo y competitividad partidaria. Dicho de otra manera: los viejos esquemas, pautas, prácticas corporativas, clientelismo, valores y símbolos tradicionales pueden acentuar los conflictos y obstaculizar la nueva racionalidad política que se busca impulsar.

Dentro de este marco, los procesos electorales se convierten en los espacios donde se destacan y traducen los programas partidarios en propuestas programáticas, que plantean opciones a favor de la modernización o, por el contrario, que apuestan por la subsistencia de posturas tradicionales. De esta manera, las campañas políticas para una elección estarán en posibilidad de contribuir al mantenimiento de la estabilidad política al institucionalizar la contienda electoral y ponerla al servicio de la nueva razón de Estado.

Para adecuarse a las nuevas necesidades se exige no sólo el perfeccionamiento institucional que se está llevando a cabo, sino una nueva forma de concebir nuestras estrategias de comunicación política. El propósito central es garantizar e incrementar la adhesión, participación y responsabilidad de la sociedad civil en las tareas globales.

La información política que se analice y se difunda en el marco de las instituciones vinculadas con el proceso electoral debe partir de una perspectiva que tenga claridad en los objetivos estratégicos primordiales desde el punto de vista de la reforma del Estado. En otras palabras, se debe tener presente que el espacio electoral, en todas y cada una de sus fases, es el lugar en donde tiene que ser transparente y visible la innovación institucional y la redefinición de comportamientos e identidades políticas y sociales.

3. EL IMPACTO SOCIAL

En las sociedades modernas, cada persona tiene necesidad de conocer lo que sucede en su entorno para poder actuar con libertad. La verdadera libertad sólo se da en el individuo cuando dispone de información que le permita elegir entre varias opciones. De esta manera, cuando la información es incompleta, insuficiente, tergiversada o inexistente, el individuo sigue teniendo esa capacidad de elegir, pero de una forma parcial y limitada.

El impacto social de la información generada por las diversas instituciones, actores políticos y medios de comunicación dista mucho todavía de acercarse a los niveles deseables que requiere la reforma del Estado. Sin embargo, sería injusto negar que el país ha presenciado en los años recientes avances inobjectables.

Los medios de comunicación masiva desempeñan un papel sobresaliente en el marco de los procesos político-electorales. Su importancia es fundamental en el comportamiento y actitud políticos que asume la mayoría de los ciudadanos

antes, durante y después de cualquier jornada electoral. Este hecho se acentúa si se consideran algunos de los factores característicos del actual momento, muchos de los cuales contrastan notablemente con lo que sucedía en materia de información política en las décadas pasadas:

- a) Asistimos a la inevitable pero saludable apertura de los medios de comunicación hacia las distintas fuerzas políticas. Aunque aún con ciertos problemas, la mayoría de las voces políticas con fuerza y representatividad social ya tienen su espacio en todos los medios, tanto impresos como electrónicos.
- b) Se ha generado una enorme atención a los procesos electorales por parte de la mayoría de los medios informativos (lo que ha redundado en grandes volúmenes de noticias en espacios destacados, sin importar si se trata de elecciones federales y locales).
- c) Se detecta un incremento notable de la información que se genera desde el gobierno, las autoridades electorales y los partidos políticos. Esta situación ha contribuido a saturar el espectro comunicacional, lo que produce, en ciertas ocasiones, un efecto contrario al esperado. Más aún, si no se logran encontrar fórmulas de mayor eficacia que equilibren el legítimo derecho a la libertad de expresión y que, al mismo tiempo, eviten los resultados adversos y el desconcierto que suele provocar la saturación en el ciudadano.
- d) En el marco de la mayor competencia que se da entre los medios de comunicación es notorio que algunos de ellos están en un proceso de búsqueda para incrementar sus auditorios. Por esta razón, la *noticia* asume en ciertas ocasiones un tinte *espectacular* que le resta objetividad. Por momentos, se deja la impresión de que noticia es todo lo malo y rara vez lo bueno. La percepción que persiste en el ciudadano, en consecuencia, no refleja en forma objetiva la complejidad (con sus avances, obstáculos y contratiempos) del proceso de reforma del Estado.
- e) Muchos medios están poniendo especial atención a la difusión de encuestas político-electorales. El ciudadano, al menos desde una perspectiva *cuantitativa*, ocupa ya lugares centrales dentro de los espacios de información política. A pesar de los avances que se han registrado durante los últimos años, todavía se da cabida a estudios cuyo fin no es presentar una *radiografía objetiva* de la opinión ciudadana.

Frente a este conjunto de hechos, es necesario destacar que se han ampliado los espacios por los que fluye cotidianamente la información política, que los medios calificados como tradicionales se están adecuando a las nuevas necesidades del sistema político y que actores e instituciones están redefiniendo el uso político que hacen de los medios de comunicación.

En contraste, llama la atención que estos cambios no estén considerando todavía algunos de sus efectos sociales. El más importante es la confusión. No es posible pensar que un ciudadano común de cualquier parte del país tenga la capacidad, disposición y tiempo para asimilar los grandes volúmenes de información que se difunden día a día.

De alguna manera esto significa que aún falta mucho camino que recorrer para lograr que la comunicación política cumpla con las exigencias de la nueva democracia en el marco del proceso de reforma del Estado.

Si la falta de información es razón para cuestionar la efectividad en la comunicación, el exceso de ésta podría recibir la misma crítica. Un ciudadano mal informado (por carencia o abundancia de discursos o datos) no podrá comprometerse con los objetivos de la reforma estatal, porque su visión será, muy posiblemente, distorsionada y alejada de la realidad.

Cuando se habla del impacto social de la información política, es obvio que se hace referencia al efecto que produce en la percepción que tiene el ciudadano de sus instituciones. El avance sólo será posible si se mantienen los más altos márgenes de gobernabilidad, legitimidad y credibilidad, y en ello tiene mucho que ver la información política que se genera todos los días.

Sólo con información completa, confiable y creíble (no excesiva, insistimos), el mexicano podrá elegir y apoyar a los actores e instituciones políticos en forma verdaderamente libre. Su libertad no puede ser arbitraria, esto es, no basta con que elija a ciegas entre una opción y otra. Se trata, en suma, de que la información contribuya a impulsar una libertad responsable y con sentido, para elegir una opción para y por algo.

A nadie que esté interesado en impulsar el proceso de reforma del Estado parece convenirle un escenario en el que la sociedad cuente, predominantemente, con información excesiva, desarticulada y *amarillista*. El problema no es exclusivo de los medios (que sí tienen cierta responsabilidad que debe reconocerse) sino de todos los que de una forma u otra estamos involucrados en los procesos de comunicación política.

La sociedad exige información confiable, clara, suficiente y de calidad. Para lograrlo es indispensable que exista una mayor voluntad política por parte de los principales responsables de impulsar el proceso de reforma del Estado.

Se requiere de nuevas y mejores reglas que permitan la corresponsabilidad institucional. El fin político es claro: hacer de la sociedad el mejor aliado para que la modernización política cumpla con sus más altos objetivos.

El camino ya se ha iniciado, pero aún falta mucho por recorrer.