

LES BONS VIVANTS O LOS JEFES DE PRENSA

Raymundo Riva Palacio

Cuando el presidente Miguel de la Madrid viajó a Europa en 1985, su jefe de prensa, Manuel Alonso, tuvo un singular forcejeo con un reportero mexicano.

En Madrid, durante una visita a un centro industrial, a escasos metros del presidente De la Madrid, Alonso introdujo un fajo de billetes de dólar en la bolsa del saco del reportero. Este se lo sacó y lo devolvió. Alonso repitió la acción. El reportero se negó.

La operación fracasó, pero Alonso no desistió.

Ya en Londres, la segunda etapa, el vocero presidencial envió a uno de sus ayudantes a perseguir al reportero para ofrecerle la compra de un corte inglés. El reportero se negaba, y el ayudante insistía. Terminó la etapa por Londres, y en Bélgica continuaron los coqueteos.

El reportero había propuesto algo diferente desde un principio. "Mejor denme información", le dijo a Alonso. Pero ésta nunca llegó.

Este *modus operandi* no es inusual en la prensa mexicana. La anécdota refleja la filosofía y la mecánica con la que operan los jefes de prensa en México. Muchos utilizan el dinero como un recurso para esconder sus deficiencias informativas. Para una gran parte es más importante distraer y entretener a los y las periodistas, que ejercer la función de comunicadores, de intermediarios entre el funcionario y la prensa, de cumplir cabalmente como los pistones de ese vehículo de comunicación entre gobernantes y gobernados.

Recientemente, un hombre de buen corazón e intenciones, Carlos Zapico, mostró esa vieja escuela de los jefes de prensa, en la cual fue educado y estimulado, cuando al tomar posesión de la importantísima Dirección de Comunicación Social de Petróleos Mexicanos, exclamó ante la prensa:

"Ya basta de viajes a las plataformas (petroleras). Vamonos a Cancún".

Los jefes de prensa, o como se han autodenominado, directores de Comunicación Social, se han ganado a pulso la fama de ser *bons vivants*, expertos en vinos y casas de citas en las grandes metrópolis, mercaderes de mujeres para periodistas, funcionarios omnipotentes para quienes la palabra "límite" desapareció de su vocabulario.

Antes y ahora los métodos no han cambiado.

Durante la campaña presidencial de Carlos Salinas de Gortari, el hombre cuyo lema ha sido la modernización, el jefe de logística de la oficina de prensa del candidato, Cuauhtémoc Lazcano, cerró un prostíbulo en Culiacán y lo puso a disposición de los periodistas.

En Nayarit, ya Salinas de Gortari como presidente, un jefe de prensa local siguió las viejas líneas de la comunicación que ha tejido sólidamente el gobierno mexicano: rentó una suite en un hotel y la llenó con viandas y prostitutas, para que cada periodista interesado pudiera pasar a escoger lo que mejor le acomodara en el momento.

Hay un reportero que tiene asignada la fuente de la Presidencia para su medio, y quien en poco menos de tres años se hizo de tres automóviles y mantiene a dos familias. "Cuando muy mal me va -confió, al hablar sobre las giras donde acompaña al presidente de la República-me traigo entre 3 y 5 millones de pesos".

Otto Granados Roldán, quien era jefe de prensa del presidente Salinas de Gortari, solía decir que de su oficina no salía dinero en efectivo para periodistas. Técnicamente estaba en lo correcto. No corrumpían, pero cerraban los ojos cuando funcionarios de prensa de Los Pinos recorrían estados solicitando dinero para la *fuerza* de la Presidencia.

Si bien la corrupción es prácticamente un sinónimo de jefes de prensa, sería injusto señalar que todos los que manejan relaciones con la prensa, ya sea en el gobierno o en el sector privado, se valen del dinero para manipular las mentes de los y las periodistas. La corrupción es sólo una faceta en ese campo. Aunque tiene que ver con la ética y la incompetencia, no se dan por esta vía los mejores ejemplos de la falta de profesionalización de los jefes de prensa. Esconder la información es algo en lo cual muchos de ellos se especializan. Apenas hace unas semanas, una reportera se comunicó con la oficina de prensa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para solicitarles información sobre cuántas concesiones tenía Televisa. Después de varios días de llamadas telefónicas, un funcionario de la dependencia le dijo que era información que no manejaban. Esa Secretaría, valga la referencia, es la que autoriza o rechaza concesiones.

Un reportero sigue esperando las biografías del equipo negociador del Tratado de Libre Comercio. Su petición fue formulada a la Secretaría de Comercio a principios de 1991.

Los secretos de Estado se extienden a niveles absurdos. Por ejemplo, prácticamente nunca se informa cuando el presidente se enferma. Hasta el sexenio pasado se comenzó a informar que el presidente -como cualquier ser humano-descansaba uno o dos días por semana. Una intervención quirúrgica de un alto funcionario es mantenida con hermetismo y rara vez se llega a filtrar a la opinión pública.

Pero ante ese secreteo existe otro tipo de perlas. En junio pasado, la oficina de prensa de Los Pinos envió a los medios un boletín de prensa donde informaban que el presidente Salinas de Gortari realizaría una gira de tres días por Sinaloa. El pequeño error de los comunicadores del Ejecutivo fue que nunca dijeron cuándo serían esos tres días.

Otra perla la dio el boletín 734 del 29 de mayo pasado de la oficina de prensa de la Cámara de Diputados, que comienza su retórica:

"Actualmente la integración de la región se concibe no como un proceso para conformar una fortaleza comercial, sino como el método para consolidar la identidad latinoamericana, y como medio para la preservación de la especificidad dentro de un mundo cada día más correspondiente".

¿Qué quiso decir?

No conforme con esa exploración intelectual, añadió en su segundo párrafo:

"Por ello, la estabilización económica es condición necesaria para garantizar procesos de integración que sean sostenibles en el tiempo; mientras que el buen funcionamiento de los mercados es condición indispensable para que dicho esquema de integración sea exitoso".

O intérpretese el siguiente boletín, el número "CFE/BP/190-92" de la Comisión Federal de Electricidad, del 25 de junio, que dice textualmente en su primer párrafo:

"De acuerdo al Programa Nacional de Modernización Industrial la Comisión Federal de Electricidad (CFE), lleva a cabo un Proyecto Institucional de Calidad Total en todas sus Centrales de Generación Eléctrica, con el fin de promover el mejoramiento del servicio de energía en beneficio de los usuarios del mismo".

Y añade enseguida:

"Cabe señalar, que en 1991 entró en vigencia el 'Acuerdo de Desconcentración de la Función del Abastecimiento'. Mediante este instrumento, se transfieren o se amplían en algunos casos, las facultades de adquisiciones y suministros a las unidades administrativas regionales dependientes de las Subdirecciones Operativas de la entidad".

Estas joyas para la clarificación de las ideas son comunes. La sintaxis no es un requisito, puesto que la estructura del lenguaje es inexistente. Peor aún es el contenido, ya que igualmente la estructura de un lenguaje político en la comunicación social del gobierno no existe.

Una buena parte de los boletines de prensa están dedicados al culto a la personalidad, donde se traslada la importancia de los hechos a las declaraciones. Ciertamente es que la otra parte del problema es que hay periodistas y medios que reproducen de manera casi íntegra esos boletines de prensa, lo cual deberá ser motivo de reflexión en otro texto.

Pero en los boletines de prensa los comunicadores del gobierno y del sector privado, en su mayoría, reflejan el sub-desarrollo político-cultural en que se encuentra la sociedad mexicana. También son espejo del centralismo gubernamental, acrecentado en los tres últimos años.

En la oficina de prensa de Los Pinos se redactan o se revisan los boletines relacionados con el Tratado de Libre Comercio. En ese mismo despacho se han llegado a elaborar boletines en nombre de la Secretaría de Hacienda, cuando en ocasiones ésta ni siquiera está enterada.

El control que se quiere ejercer toca, a veces, situaciones histriónicas en un marco de maximato. Eso se dio recientemente cuando desde Los Pinos se nombró como director de Notimex a Rubén Álvarez. El joven director fue puesto ahí por su falta de méritos profesionales -no se le recuerda ningún trabajo periodístico de alta calidad-, y morales -como corresponsal en Washington sirvió de francotirador contra críticos del gobierno, actitud de la cual fueron víctimas principales Adolfo Aguilar Zínzer e incluso el autor de esta columna-. La designación fue correcta: no hace nada en lo que no puedan estar de acuerdo quienes ahí lo pusieron.

Notimex ya puede ser considerada una oficina anexa de la Presidencia, encargada de actividades de propaganda -que es una de las labores primordiales que hacen las oficinas de prensa en México.

Cuando venían las elecciones para gobernador en Baja California, los responsables de la comunicación de Los Pinos convocaron a una reunión de orientación en el PRI, presidida por el entonces dirigente nacional, Luis Donaldo Colosio, para encontrar fórmulas que pudieran dar el triunfo a ese partido.

Después de una serie de propuestas, uno de los participantes preguntó:

"¿Si quieren ganar, por qué no detienen a los responsables del *Gato Félix*?".

Cuando hizo la propuesta de detención de los homicidas del que fuera querido columnista del semanario *Zeta* de Tijuana, todos los voltearon a ver.

"No -dijo uno-, así no son las cosas".

Efectivamente no lo eran. El PRI perdió Baja California y los comunicadores gubernamentales siguen igual. O quizás peor, pues su desprestigio va en aumento.