



El papel de los medios de comunicación en la consolidación de la democracia mexicana

RUBÉN AGUILAR VALENZUELA

Coordinador general de Comunicación Social y portavoz de la Presidencia de la República.

La relación entre política y sociedad está cambiando a raíz de dos fenómenos recientes en México. Uno es la democracia como un sistema de vida y de gobierno y el otro es la activa participación de los medios de comunicación como actores sociopolíticos y, a su vez, como una de las más importantes arenas públicas de deliberación y confrontación de la clase política. La nueva realidad, democracia y *mass media*, exige que se formen nuevas reglas del juego para generar los incentivos correctos; demanda también que se construya una cultura política-mediática con base en los valores democráticos, que permita a los ciudadanos reflexionar sobre cómo actúan y deciden los medios y los políticos.

Con la alternancia y la activa participación de los medios de comunicación han cambiado, también, las formas de relación entre políticos y ciudadanos. La transición a una sociedad democrática y abierta a los medios está transformando la actitud de los políticos y de los ciudadanos frente al poder. Para los ciudadanos la política es cada vez algo más cercano, en gran parte gracias al flujo de información que permiten los medios. Para los políticos es cada vez más importante persuadir y ganarse la confianza ciudadana, gracias a la democracia, y los medios son una variable estratégica para lograrlo o no.

¿Cómo pensar el papel de los medios de comunicación en el proceso político de democratización en México? El papel de los medios en una democracia es una cuestión que tiene que analizarse desde una perspectiva en la que se contemplen la cultura concreta que prevalece en la sociedad y la forma particular en que se vive la democracia.

En este ensayo pretendo ofrecer algunas cuestiones que ayuden a ordenar el debate sobre el papel de los medios de comunicación en el proceso de consolidación democrática en México a partir de tres considera-

ciones: la reflexión sobre la necesidad de una nueva relación entre medios y democracia; el papel de los medios y su importancia en el proceso de cambio político mexicano; la forma en que el gobierno ha delineando un modelo de comunicación social en el que se fomente la cultura democrática.

Una nueva relación entre medios y democracia

Nuestro joven régimen democrático necesita de una cultura política y mediática que tenga como ejes la discusión de las prácticas y los valores democráticos. Para ello es indispensable que los actores políticos y los medios eleven la calidad del debate público; que presenten información relevante para la ciudadanía; que reflejen la pluralidad de ideas y la tolerancia ante la diversidad. La democracia exige que los medios cumplan con una autorregulación fundada en la responsabilidad social y en altos estándares de ética profesional.

El proceso para consolidar a cabalidad esa cultura es largo y México se encuentra en el inicio del trayecto. Apenas estamos experimentando la capacidad de los medios para incidir en la agenda de debate público y de la ciudadanía para llamar a cuentas a los servidores públicos.

Si bien es cierto que los medios se están constituyendo como actores relevantes en el debate público, también hay que anotar que lo hacen sin una clara orientación de sus fines y sus medios.¹ En lugar de privilegiar el interés público; de aspirar a ofrecer a sus receptores una información relevante, objetiva y formadora de juicios veraces, se le da prioridad al “escándalo político” y a las declaraciones que son rentables por su atractivo mediático.

Como en todo proceso de transición democrática, es razonable pensar que los medios, como los demás



actores públicos, necesitarán de más tiempo para redefinir su papel. “La democracia no traspasa inmediatamente a los medios”² –ni a los políticos–, y lo que se observa hoy en nuestro país es que los medios de comunicación, al salir de un régimen autoritario, están redefiniendo sus códigos de conducta y compitiendo por crear un mercado de lectores que les permita hacerse de prestigio al servir como fuentes de información y análisis del acontecer social.

Cómo pensar el papel de los medios

Es imprescindible que se estudien con cuidado las repercusiones que tienen los medios en nuestro proceso de democratización. Así, una primera cuestión a tratar es la ética profesional y responsabilidad social que debieran asumir los periodistas y los medios de comunicación en México.

Los medios ejercen un papel privilegiado en el cambio y esto les obliga al ejercicio de una ética de las responsabilidades sociales. No es deseable que en una democracia el periodismo político se acerque cada vez más al sensacionalismo y a la trivialización de la política; que se aleje del periodismo de investigación, del trabajo necesario para dimensionar la diferencia entre los hechos y los dichos. La política puede presentarse de muchas maneras, y la elección de la nota es un ejercicio de autonomía profesional dirigida a formar opinión pública; esto genera un nexo de responsabilidad entre el emisor de la noticia y los receptores.

Entiendo el debate público como un espacio de deliberación política, en donde cada parte va exponiendo intencionalmente sus razones para tomar una decisión o justificar el rumbo de su acción. Cuando este debate es presentado a través de especulaciones y confrontaciones, el espectador percibe a la política como un espectáculo nada provechoso, muy lejano a lo que sería un verdadero diálogo en torno a los intereses públicos.

En la democracia, acercar el poder público al escrutinio ciudadano es una de las misiones de los medios de comunicación. Esto debe hacerse a través de un ejercicio de información respetuoso, objetivo, equitativo y crítico; de una tarea basada en la difusión de la verdad.

El buen periodismo, el que exige códigos éticos y de responsabilidad social, sigue siendo un desafío para los medios de comunicación en México.

Otro gran reto es superar la idea de que el ciudadano es un receptor pasivo de la información, y por

tanto complaciente con sus emisores. Si bien estamos en una situación de pluralidad política y contamos con un mayor número de espacios de difusión, no se percibe claramente una competencia entre todos los medios por afianzar un mercado de información pública de calidad para un receptor activo. Todavía no se ve que los medios de comunicación incorporen a su lógica de acción la idea de que la información tiene un valor de utilidad para el ciudadano; que es a partir de ella que se puede formar una opinión o tomar decisiones.

Si los medios masivos exacerbaban las asimetrías de la información, porque ésta no es objetiva o imparcial, entonces poco pueden aportar a despertar un interés ciudadano respecto a la política. Tampoco aportan un valor agregado al público para que desarrolle su opinión más allá de sus propias preconcepciones o de un escenario de información limitada.

En este sentido, sería benéfica una reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión que integre incentivos para un mejor desempeño de los medios. Esto sería posible si se promueve la competencia y se otorgan mayores garantías de transparencia en las concesiones; si se afianza la capacidad reguladora y se orientan las reglas a la promoción de sistemas de autorregulación; si se establecen procedimientos para el derecho de réplica y exigir el respeto a los derechos individuales; si se crea un marco de equidad sobre la publicidad y el acceso a medios por parte de los partidos políticos.

Como tercer punto está el debate sobre cuáles son los límites que en una democracia tienen los derechos de libertad de prensa y de libertad de expresión. No es válido pensar que los medios al ejercer las libertades de prensa y de expresión lo pueden hacer de manera absoluta. Definitivamente, existen otros derechos fundamentales que ocasionalmente entran en tensión ante el hecho de que la libertad de expresión se ejerza de manera irresponsable: tal es el caso del derecho a la intimidad de las personas. La libertad de expresión y la libertad de prensa encuentran sus fronteras en el respeto a la dignidad, la vida privada y la paz pública.

Si los medios no ejercen mecanismos de autorregulación, entonces es muy probable que se propicie una cultura en donde, aparentemente, no hay otros derechos que puedan operar como razones válidas contra los excesos o sesgos en la información que se publica o difunde.

Es necesario que, frente al respeto a las libertades, se considere la perspectiva del receptor: el derecho a



información cierta. El derecho a la información, como afirma Ferrajoli, es precondition de la democracia. Se trata de un derecho individual y social que debe hacerse efectivo en todo régimen democrático, y esto no es tarea exclusiva del gobierno, sino una actividad en la que comparte esta responsabilidad con los medios de comunicación.

En un escenario de demandas complejas sería ingenuo pensar que el gobierno es el único actor que debe asegurar se cubran las necesidades de información de la población. La sociedad en su conjunto, y especialmente los medios, juegan un papel fundamental en el acceso y flujo de la información.

Los medios de comunicación son el vínculo más cercano para que los ciudadanos accedan a la información pública. Solamente bajo esta lógica de cooperación es que se podrá constituir una cultura política que perciba, en su justa dimensión, el valor de la política y los beneficios de un sistema democrático. Es imprescindible que los medios se comprometan a ejercer mecanismos de control de calidad sobre la información que brindan a la opinión pública.

La decisión de autorregulación no es solamente una cuestión individual sino de gremio. Como señala Trejo Delarbre: "aunque la responsabilidad última en estas cuestiones corresponde a quienes toman decisiones en el uso de medios de comunicación, hay que decir que en una democracia, ninguna decisión se toma en solitario".³

La importancia de los medios

Los medios de comunicación asumen un papel vital en la sociedad, porque a través de lo que se ve, se escucha o se lee en ellos se crean puentes de cercanía o lejanía entre los ciudadanos y la política.⁴ La arena mediática genera espacios públicos a través de los cuales las personas integran o rechazan en su vida valores y percepciones con respecto a la política.

El valor de los medios es también pedagógico. La información que se transmite puede ayudar a integrar las experiencias cotidianas de la gente como algo significativo para la convivencia democrática de los ciudadanos.⁵ El ejercicio de la tolerancia en las opiniones políticas es uno de los valores más inmediatos que las personas pueden aprehender a través del debate mediático, por ejemplo. Creo no exagerar si afirmo que los medios de comunicación pueden contribuir a hacer del ciudadano un personaje activo en la política del país. El desafío para los actores que intervienen en la toma de decisiones, incluyendo los

medios de comunicación, es crear y afianzar una cultura política que respalde y consolide la democracia en la amplia acepción de la palabra.

Los medios no son sólo el espacio para colocar datos que responden a los intereses políticos o particulares, su incidencia en la agenda del debate público es cada vez más importante. Los medios tienen su propia agenda y, además, deciden la forma en cómo presentan los datos, dichos o hechos de la política. Al ser actores directos de este quehacer, deben asumir un compromiso con la calidad del bien que ofrecen como información.

En suma, los medios, al incidir en la definición de la agenda de discusión, al mismo tiempo que ejercen su tradicional tarea informativa, se convierten en un contrapeso al poder político. Esta función tiene un incentivo negativo,⁶ pues los políticos podrían caer en el extremo de gobernar para los medios. La búsqueda de los reflectores mediáticos puede llegar a difuminar las responsabilidades públicas, sobre todo cuando se busca persuadir sobre las virtudes personales antes que comunicar la acción pública. Ante esta situación se corre el peligro de que el debate público se convierta en una práctica retórica y demagógica.

Un modelo de comunicación social

Como ya lo he señalado, la difusión y promoción de una cultura democrática es corresponsabilidad de todos los actores públicos. Políticos, empresarios y líderes de opinión, están obligados a elevar los estándares de calidad del discurso, del análisis y de su comportamiento en medios. No se trata de erigir un gobierno mediático o una democracia de opinión, se trata de que en el debate público la deliberación esté guiada por argumentos, por datos sólidos y por información transparente.

Tenemos que reconocer que, en la actualidad, los estándares impuestos por los medios y la clase política no son los que exige una democracia. Mientras la ciudadanía no reproche este déficit, los políticos no asuman un actuar realmente democrático y los medios privilegien el escándalo, es difícil diseñar un modelo de comunicación pública que sirva como motor para la consolidación de una cultura democrática.

En un modelo de comunicación política y social para la democracia la ciudadanía es un actor activo; es el centro que cohesionan los vínculos entre los responsables de crear y difundir la agenda pública. El desempeño gubernamental es evaluado no sólo según el bienestar logrado; su respaldo electoral depen-



de asimismo de un relato que brinde las claves para interpretar lo realizado.⁷ La opinión pública es un importante parámetro de la forma en que se evalúa al gobierno y a la política en general.

Formar opinión pública desde la óptica de la democracia es el gran desafío que hoy tenemos en el Estado mexicano. Por esto, un primer paso ha sido el hacer efectivo el derecho a la información; porque acercar la información pública a la sociedad y a los medios es una forma de participación imprescindible en la consolidación democrática. En este reto, los medios son fundamentales para hacer que la información se presente de manera clara, asequible, bien interpretada y que sea valorada en su justa dimensión.

Para garantizar el derecho efectivo de los ciudadanos a la información pública, se han impulsado nuevas formas de comunicación. A esta dinámica responde el hecho de que la figura del portavoz presidencial funcione desde el inicio del gobierno del presidente Fox.

Las principales funciones que ejerce el portavoz son las de informar sobre la agenda pública del presidente, dar a conocer la razón de las decisiones y acciones de la presidencia; así como presentar a la ciudadanía los mensajes que marcan la posición del gobierno con respecto a algunos asuntos de interés para la vida política nacional. En suma, la vocería es el medio de interrelación entre los medios y la presidencia a fin de canalizar un ejercicio democrático de rendición obligatoria de cuentas a la opinión pública.

La importancia de institucionalizar la figura del portavoz como una de las tareas prioritarias de la Coordinación General de Comunicación Social es que permite generar vínculos de comunicación eficientes entre gobierno, medios y ciudadanos. El contacto transparente y permanente con los periodistas, las conferencias de prensa y los diversos instrumentos de información que se generan de forma cotidiana, contribuyen a enriquecer el análisis político y el juicio ciudadano.

Conclusiones

El desafío de la agenda de comunicación e información en un gobierno democrático es contribuir a que el ciudadano esté mejor informado, que integre a su vida valores y normas democráticas, y que exija información de calidad. En este sentido se dirige la actual política de comunicación social en la presidencia.

El reto es hacer de la política democrática y de las acciones del gobierno un referente cotidiano para el

ciudadano. Tal tarea es sumamente compleja y sus mejores resultados se observarán en el largo plazo, pero bien vale la pena buscar que sea la información de calidad la que prevalezca en el espacio público y no sólo aquella que presenta un espectáculo o un escándalo.

Sin duda, el papel de los medios de comunicación fue determinante en la transición a la democracia en nuestro país. Sin embargo, es preciso que los medios adecuen su funcionamiento a una dinámica tendiente a la consolidación de las reglas y las instituciones que garanticen la permanencia de un régimen democrático.

Sociedad, medios y gobierno deben contribuir a elevar la calidad del debate, la ética profesional, la responsabilidad colectiva, la deliberación y el entendimiento de los argumentos con los que deliberan los tomadores de decisión en torno a los asuntos del interés público.

Para que un modelo democrático de comunicación social tenga viabilidad, e impulse la formación y consolidación de una cultura política democrática, es necesario que los actores políticos y los medios de comunicación practiquen los valores de la democracia en su ejercicio cotidiano de informar. Desde nuestras posibilidades y espacios podemos pugnar por establecer un modelo de comunicación entre gobierno, medios y sociedad, que privilegie la objetividad, la tolerancia, la pluralidad; el respeto; la equidad, y el diálogo democrático.

1 Cfr. Jorge Medina Viedas, *Los medios en la política*, Ed. Cal y Arena, México, 2000.

2 *Idem*.

3 Raúl Trejo Delarbre, "Responsabilidad y poder en los medios", en *Nexos*, México, p. 34.

4 En el artículo de Leopoldo Gómez, "¿Qué papel han jugado los medios de comunicación en la transición política de México?", diversas encuestas demuestran que la exposición a los medios de comunicación sí está relacionada con el conocimiento político de la gente. *Nexos*, enero de 2005.

5 Norbert Lechner, "Déficit de la pedagogía democrática", en *Nexos*, octubre de 2002.

6 Raúl Trejo Delarbre, "Gobernar para los medios", *op. cit.*

7 Norbert Lechner, *op. cit.*