

# El rol de los medios de comunicación en el régimen democrático. El proceso de la comunicación en el ámbito político

María de los Ángeles Favela Martínez

## Introducción

Los medios masivos de comunicación fueron necesarios para facilitar el proceso de la comunicación entre grupos, el crecimiento de la población, aunado a la actividad económica y política de los pueblos fue llevando a buscar la manera de acortar distancias. En la actualidad, gracias a estos medios podemos sentirnos informados de todo lo que pasa a nuestro alrededor y comunicados con personas, grupos, instituciones y gobiernos.

Cada mañana la mayoría de nosotros no podemos salir de nuestros hogares sin sentirnos *informados*, ya sea dándole un vistazo al noticiero en la televisión, una rápida hojeada al periódico o como mínimo sintonizando alguna estación local de la radio. Es importante analizar hacia qué tipo de información nos inclinamos. ¿Nuestro repertorio incluye temas de índole política?

El círculo de la información se hace cada vez mayor: estados, países y continentes, abarcando prácticamente todo el planeta. En esta época de la globalización las empresas de los medios de comunicación tienden a querer dominar un mercado cada vez más importante. Esto hace que los grupos que antes eran locales y nacionales, hoy tiendan a ser por lo menos regionales, continentales o a veces planetarios. Un vivo ejemplo de esto es el

caso de la CNN<sup>1</sup>, que en los últimos años ha venido incrementando su objetivo de dirigirse prácticamente a todo el mundo. Ampliar la cobertura no tiene nada de malo, mientras exista la firme misión de informar y educar. El peligro está en agrandar la ambición para querer así manipular a la audiencia, inculcando o quitando valores de acuerdo a conveniencias internas o propias de los grupos empresariales.

Telesur por su parte, quien aspira a convertirse en la CNN latinoamericana, ya ha puesto en su agenda, para la corresponsalía en México, temas de interés como el proceso electoral 2006, la inseguridad, el narcotráfico, la corrupción, la migración, realidad indígena y el medio ambiente, entre otros. Este canal se proyecta como contrapeso a la hegemonía y oferta informativa de las grandes cadenas de televisión.

Nos encontramos en la era de la comunicación e información; es cierto, comenzó hace años, pero en la actualidad estamos totalmente inmersos en ella. Habrá que hacer un esfuerzo por pasar de la etapa de la información nuevamente a la etapa del conocimiento. Hoy los medios pertenecen a poderosas empresas, a tal grado que ya no sabemos distinguir entre cultura de masas, publicidad e información. En algunos casos no sólo son grupos de comunicación importantes, sino grupos empresariales extremadamente influyentes y que tienen la capacidad de aprovechar las oportunidades que les da la globalización para instalarse en muchos países, para tener influencia sobre muchos dirigentes políticos y finalmente sobre la opinión pública.

Gracias a los avances tecnológicos este proceso se vuelve tan rápido, que no es difícil caer en la trampa y convertirnos en meros espectadores de lo que pasa a nuestro alrededor, espectadores en ocasiones pasivos. Las ideas y la capacidad crítica se ven mermadas ante la avalancha de noticias que se nos viene encima. Todos hemos sentido en algún momento que no le alcanzamos el paso a toda la información que diariamente recibimos. De manera inconsciente tratamos de ir haciendo más pequeño el círculo antes mencionado, y nos vamos adentrando a cuestiones meramente personales, familiares o de trabajo, descuidando en gran parte el rol de ciudadanos.

---

<sup>1</sup> Cable News Network.

El filósofo Pierre Bourdieu se refiere a esto como la ausencia de preferencias políticas, lo que muchos otros sociólogos denominan *sociedad light*, donde no hay tiempo para pensar en la política, en la pluralidad cultural o en la globalización y sus aspectos políticos, económicos y culturales. El poder de los medios se alimenta de la despolitización del individuo, promoviendo que a la sociedad no se le perturbe con ningún tipo de agitación racional.

## 1. Democracia y comunicación

En un régimen democrático como el que pretendemos tener en nuestro país, las fuentes de información a través de los medios masivos de comunicación tienen un impacto importante en la construcción de los hechos. Aunque bien debieran apearse a una verdad objetiva y con precisión, proporcionando así las herramientas necesarias para que el receptor pueda integrarse a un papel activo en este complejo proceso de la comunicación.

Lo menciona José Quiroga, en su artículo publicado en la *Revista Latina de Comunicación Social*:

Es posible afirmar que los medios de comunicación no se ciñen exclusivamente a decir lo que pasa, sino que construyen la realidad social y la expresan en un discurso hecho de enunciaciones y estrategias que se pueden estudiar y que constituyen el discurso de la información.

Mucho se ha hablado de la reforma, del cambio, en fin, del proceso para lograr un Estado más democrático, pero creo que es necesario en primera instancia trazar un camino. La palabra democracia como antónimo del autoritarismo nos da la pauta para pensar en un Estado social, política y económicamente sano. Se reforma el Estado porque sabemos que la sociedad democrática necesita ser gobernada y, algo muy importante, gobernable, desarrollándose ordenadamente, haciendo posible la comunidad de ciudadanos libres, responsables y solidarios.

La verdadera democracia que todos queremos es en definitiva una democracia responsable. Las partes representadas deberán operar con eficiencia, donde medios y fines sean

equitativamente proporcionales, de modo que el Estado cumpla como un instrumento para asegurar el bien común.

El desarrollo de la democratización viene a ser un *proceso*, no puede darse como un acto voluntario del Estado. Es una receta, con ingredientes que únicamente se consiguen a voluntad expresa y totalmente consciente de las personas que forman parte de una sociedad. Para que se dé esta conciencia deberá existir información y conocimiento de causa.

Ramón Aveledo<sup>2</sup> lo menciona:

Los medios pueden ser el mejor amigo del cambio democrático. Una sociedad democrática es necesariamente, una comunidad informada. Las tantas veces ponderadas y con razón, revoluciones en las comunidades y su efecto en la transformación de los medios de comunicación social, son facilitadores por excelencia de la dinámica democrática de la cultura y la cultura de la democracia.

Gobernar es educar, es comunicar la verdad. Es acercar al ciudadano con la realidad que vive el Estado y su gobierno, sin tener intermediarios entre lo que pasa y cómo se difunde. Un Estado más expuesto, personas atentas y bien informadas, así como una sociedad más unida ante diversas problemáticas, son la única llave para la verdadera democratización.

Por otra parte, los medios de comunicación pueden ser también, dicho en palabras del mismo Aveledo, los peores enemigos del cambio democrático: “Hoy podemos como nunca, estar bien informados pero ¿sabemos más? Eliot<sup>3</sup> decía que la humanidad pasó de la sabiduría al conocimiento y del conocimiento a la información”.

Expertos en la materia aseguran que en la actualidad se produce tanta información, que sería imposible para una sola persona asimilarla a lo largo de toda su existencia. Por lo que es importante adoptar una posición crítica e imparcialmente depuradora, con el fin primordial de mantener una mente lúcida y reflexiva.

---

<sup>2</sup> Ramón Aveledo. Presidente de Venezolana de Televisión, autor de varios libros y ensayos y columnista semanal de diversos diarios venezolanos.

<sup>3</sup> Eliot, (1888-1965) poeta, crítico y dramaturgo. En 1948 se le concedió el Premio Nobel de Literatura.

Cuando adoptamos esta posición selectiva estamos también emprendiendo una batalla que hoy es necesaria: la lucha contra la extrema comercialización de los medios. Más adelante comentaré al respecto.

## **2. La presencia de los medios de comunicación es necesaria**

En el proceso de la democracia y en el sano funcionamiento político y social de los Estados, necesitamos la presencia de los medios de comunicación. Pero los necesitamos libres e independientes, que proporcionen a los ciudadanos información auténtica y oportuna.

Actualmente existe una voraz competencia entre los mismos medios, pero ya poco a poco cada uno se ha ido posicionando. Resultaba una lucha inútil. Cada cual es cada quien; prensa, radio y televisión, cada uno tiene su lugar y su momento. Hoy la lucha es entre los gigantes consorcios de la comunicación, dueños de televisoras, canales de radio y revistas, quienes siguen en su afán de modelar a la sociedad de acuerdo a sus propios intereses.

No podemos cerrar los ojos ante la realidad de que los medios más importantes están abiertamente ligados a la política y así controlan y manipulan al poder. Algunos medios simplemente toman partido y casi hasta toman decisiones por la misma sociedad, es decir, son juez y parte; por un lado representan a la sociedad, manipulan información y deciden por todos. Se está perdiendo el sentido de responsabilidad de los medios; quienes debieran ser los ojos críticos para ayudar a la audiencia a analizar, hoy son quienes actúan, por lo tanto la pérdida de credibilidad está latente y también lo está en el otro extremo el peligro inminente de la credibilidad absoluta.

Miguel Ángel Granados Chapa llama telecracia al ejercicio de un grupo en México como lo es Televisa. Esta empresa recientemente llevó a cabo en el palacio de las Bellas Artes (espacio cultural), un magno evento llamado *Celebremos México* donde además de reforzar su imagen como un potentísimo emporio financiero, y como atinadamente Granados Chapa la nombra, resulta obvia su ambición por ser la edificadora del alma mexicana. Hubo para el evento un elenco artístico, añadiendo con igual o

más importancia un amplio elenco político y social, empezando por el propio Presidente de México, Vicente Fox Quezada y el de Televisa, Emilio Azcárraga Jean, hasta pasar por dirigentes de grandes empresas mexicanas, aspirantes políticos, y ex presidentes, entre una larga lista de personalidades. Observando la magnitud de tal celebración con más tintes económicos y políticos que otra cosa, el pintor mexicano Gilberto Aceves Navarro, uno de los oradores invitados, decidió a última hora no sumarse al festejo, rompió su discurso y simplemente preguntó a la audiencia si teníamos los mexicanos algo que celebrar.

Siempre que existan intereses de por medio, surge el doble filo de la navaja. Como medio de comunicación no se puede, ni se vale ser parcial ante ningún partido político, no se puede apoyar a ningún candidato, la responsabilidad de los medios va más allá. Está de por medio el crecimiento democrático de una nación, está comprometido el avance social y cultural de una sociedad. Muchos medios no se han dado cuenta que tienen en sus manos a nuevas generaciones, por lo tanto tienen en su poder el futuro de México. En medio de la tormenta, no todo está perdido, unos cuantos seguirán siempre en la lucha por el derecho a la libre información.

Hablando de democracia, algunos medios también han venido a ser excelentes canales de comunicación entre sociedad y Gobierno. El intercambio de preguntas y respuestas en ambas direcciones se puede dar cuando las partes que intervienen tienen la disposición y el conocimiento mutuo. No en vano el Gobierno en turno es elegido por la sociedad misma. Pero, ¿qué tanto conocimiento previo existe? Me refiero a conocimiento de ambas partes.

Siendo candidato a la presidencia de México, Vicente Fox Quezada logró una enorme popularidad, llegó en el momento justo al lugar adecuado. Fue algo así como un Mesías político, rápidamente enamoró a gran parte de la población.

Pero después del *boom* democrático que se vivió en nuestro país durante las elecciones presidenciales del año 2000, las cosas han venido de más a menos. La transición corre un gran peligro de revertirse, existe poco o ningún interés del ciudadano común hacia la política. Nos encontramos en momentos de desencanto.

Por lo tanto el *debate* y los *espacios* públicos con los que pudiéramos establecer contacto entre Gobierno y ciudadanos son en su mayoría desaprovechados. En nuestro estado se está estrenando la Comisión de Acceso a la Información Pública de Nuevo León, con el siguiente lema: *Conoce tu información y mejora tu decisión*. Espacios como éste hay muchos, lo importante es la difusión que reciban y la cultura que se vaya creando entre la población. ¿Qué podemos hacer al respecto?

Ciudadanizar será lo que pudiera venir a nuestra mente, ciudadanizar pero en el buen sentido de la palabra. Hay quienes proponen que ciudadanos sin instituciones sean quienes manejen el país. ¿Qué pasaría si esos ciudadanos no logran cumplir su misión? ¿Qué pasa si resultasen personas falibles ante la corrupción actual?

No podemos sino estar exagerando cuando pensamos por un lado que ciudadanos individuales son ciudadanos limpios y virtuosos y que políticos y partidos equivalen a corrupción. Resulta por demás absurdo querer separar política y ciudadanía. Los candidatos son indiscutiblemente ciudadanos y los partidos están conformados por ellos mismos.

Tal parece que la moda política en nuestro país son las candidaturas independientes. Los candidatos sin partido son válidos pero en algunos casos son ofertas meramente personales. Movimientos sin reglas ni procedimientos regulares cuya única función es respaldar a un personaje. Ya los medios de comunicación harán lo suyo, ofrecer al público la mejor cara del artista del momento, lo que viene a ser mercadotecnia pura.

En definitiva son necesarias las instituciones como tales en nuestro país, e independientemente de qué ciudadanos las integren, éstas deberán establecerse con políticas y lineamientos que aseguren su buen desempeño.

Por otra parte, la participación ciudadana es importante si se quiere recuperar el sentido de la democracia, pero deberán existir siempre los organismos reguladores. La igualdad en derechos y la corresponsabilidad de obligaciones exige cabida en nuestra sociedad.

En los resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP 2003) realizada por el Gobierno federal, sobresalen algunos puntos preocupantes.

Se percibe un clima de desinterés hacia los temas relacionados a la política. La mayoría de los entrevistados, ya sea por apatía o insatisfacción, consideran que no estamos viviendo una verdadera democracia.

El panorama es crítico. La democratización puede bloquearse por la frustración de expectativas y el surgimiento de alternativas populistas o la restauración de algunas facetas del autoritarismo. Aquí desemboca un punto importante: ¿Están los medios cumpliendo realmente su misión? ¿O a través de ellos simplemente se nos vende toda clase de productos, incluyendo sin escrúpulos la política y los políticos? Nos vienen condicionando con democracia al estilo de tal o cual gobierno.

Parecerá una aberración el siguiente comentario pero vale la pena que usted y yo nos lo cuestionemos: ¿Será posible que nos encontremos inmersos en una especie de *dictadura democrática*?

### 3. Medios poderosos

El poder de los medios va en aumento. Donde debiera percibirse un ambiente de movimiento de ideas y de acciones sólo se respira un ambiente dictatorial en medio de una diversidad. Sencillamente me atrevo a llamar a la nueva *dictadura democrática*, un espacio donde para unos la tarea es mandar y para otros lo es obedecer; claro, lo anterior paradójicamente dentro de un marco de *libertad e información*.

Es importante que los medios de comunicación reflexionen acerca de su función como educadores sociales. Por otra parte las instituciones educativas y padres de familia como tales deberán darle la suficiente importancia a la educación del análisis y criterio de sus educandos. Ese punto será la única plataforma para la base de una mejor y más preparada sociedad.

Carlos Monsiváis, con su reciente participación en la reunión previa a la entrega del Premio Nuevo Periodismo CEMEX-FNPI que tuvo lugar en Monterrey durante el mes de agosto de 2005, asegura que el rigor, el debate, la interpretación, el contexto y la investigación que deben acompañar a la información periodística han sido sustituidos en los medios electrónicos latinoamericanos por un sensacionalismo dictado por el dios *rating*.



En su ponencia “La búsqueda de la calidad en los medios audiovisuales y las nuevas demandas sociales en América Latina” critica la manera superficial, improvisada y manipulada en que se presentan las noticias. Menciona que lejos de informar clara y verazmente, el periodismo televisivo ofrece una visión parcial del panorama real. Opinó que el sensacionalismo es el método predilecto de quienes se niegan al reportaje de investigación.

Además, agrega que a través de la selección de imágenes, sucesos y de alianzas entre gobernantes y medios, se incurre en la censura. Por eso no se transmiten imágenes que propician la inconformidad, se ocultan o se minimizan en extremo los hechos represivos, los conflictos sociales, la emergencia de las minorías; en fin, la extensión y la profundidad de la desigualdad.

Existe una reflexión del historiador norteamericano Arthur Schlesinger: “La interactividad fomenta las respuestas instantáneas, desalienta la reflexión y ofrece vías para la demagogia. En una política mal manejada un pueblo puede dejarse llevar por acciones emocionales y mal consideradas”.

Efectivamente, la velocidad del trayecto de la información es tan rápida, que en el mismo momento que está sucediendo un hecho nos es transmitido en vivo, y en un segundo nos son presentados algunos antecedentes y conclusiones, si fue tal el impacto desencadenará algunas reacciones del momento y si no, estamos listos para pasar a la siguiente noticia.

Aveledo comenta al respecto que “ningún gobierno del mundo solucionará tan rápido un problema; ningún parlamento legislará al instante. Ningún tribunal juzgará en tan poco tiempo. La carrera estará perdida antes de que suene el disparo de partida”.

Viéndolo desde otra perspectiva, gracias también a la velocidad, podemos como individuos críticos formar y compartir nuestra opinión sobre el tema y por qué no, emprender una acción al respecto. Todo esto casi al momento del hecho.

A los medios masivos de comunicación como son la prensa, radio y televisión, se les ha venido sumando con gran fuerza, tanto de cobertura como de rapidez, la Internet. En ésta se apoyan por igual las imágenes, el sonido y las letras de una forma tan apabullante como ilimitada, al alcance prácticamente de cualquiera. Por la fácil interacción a través de este medio, las

encuestas de opinión están desarrollándose rápidamente. Para la contienda electoral del año 2006, los partidos políticos y los candidatos disponen de espacios y medios que esperamos utilicen hasta donde les sea posible con imparcialidad y mesura. Es lo mínimo que por el bien común, esperamos todos los ciudadanos.

#### 4. El verdadero precio de la democracia

Para las próximas elecciones los partidos políticos estarán recibiendo un 12 % más en cantidades de dinero para sus campañas que en las elecciones pasadas. Entre los ocho partidos que estarán en la lucha política se repartirán 5 mil millones de pesos.

El financiamiento aprobado con el Consejo General del IFE, de acuerdo a los criterios establecidos por la Ley, quedó de la siguiente manera: PRI, mil 265 millones 600 mil pesos; PAN, mil 146 millones 800 mil pesos. El PRD recibirá 744 millones; el Verde Ecologista, 393; el Partido del Trabajo, 278 millones; Convergencia, 275 millones y 82 millones tanto para la Nueva Alianza como para Alternativa Socialdemócrata y Campesina.

La asignación de partidas se encuentra dentro del marco legal, por lo que será de gran importancia el papel de la sociedad, el de los candidatos y el del Gobierno actual, así como el de todas las instituciones involucradas en este próximo proceso electoral. Habrá que dar cuentas claras y propuestas creativas de principio a fin de la contienda.

Actualmente las televisoras privadas están acaparando en un 70 % el financiamiento público hacia los partidos políticos y existe la negativa de los concesionarios a admitir que sea el IFE, en un esquema provisional, el que negocie en nombre de los partidos, los términos y las tarifas de televisión que estarán vigentes durante las próximas elecciones del año 2006.

Los más beneficiados serán por lo tanto los medios de comunicación. Como nunca, veremos campañas costosísimas. Tormentas de *spots* en radio y televisión, reseñas y anuncios pagados en prensa. Pendones en todas las calles de los estados, tratando de acaparar clientes, ofreciéndoles el mejor candidato y su mejor discurso. Frases llenas de buenas intenciones y de ahora sí, *un verdadero cambio*.

Con esto confirmamos lo que en los últimos años hemos venido observando: La vertiginosa caída del viejo modelo de subordinación de los medios al poder político, dando cabida a un nuevo modelo de subordinación de los políticos y sus partidos hacia los medios. Francisco Escobedo<sup>4</sup> nos aclara este proceso adjudicándole dos razones principales:

1.- La aproximación que empieza por aclararnos que el proceso de transición del autoritarismo a la democracia en México coincide con el desarrollo y arraigo de la denominada democracia de audiencia. Esto significa que cualquiera que sean las formas que adopte la democracia electoral y representativa, éstas no podrían prescindir fácilmente de sus rasgos mediáticos.

2.- La debilidad e ineficacia de los poderes públicos, y en general del Estado de Derecho, que han allanado el camino a los medios para compensar la insatisfacción que suscita el bajo desempeño de los poderes, especialmente de los que deben procurar, impartir y administrar justicia. La democracia de audiencia le otorga una enorme influencia y capacidad a los medios para hacer visibles procesos, actos y decisiones que no lo serían en otras circunstancias.

Dentro del contexto económico-político los medios han adoptado como función principal convencer a las personas de que es necesario ese *verdadero cambio*, así como lo es también el convencerlas de votar por aquéllos que estén supuestamente dispuestos y capacitados para lograrlo. Obviamente los medios como grupos industriales y económicos buscan ser beneficiados de alguna manera.

## 5. Mercadotecnia política

Por lo tanto la influencia y el poder que los medios ejercen en la opinión pública, nos plantean los siguientes cuestionamientos: ¿Votamos libremente? ¿Es nuestra libre decisión elegir a tal o cual candidato, o en realidad es porque nos han vendido de tal forma una serie de ideas que nos hacen pensar que la mejor opción es aquella que ellos mismos han decidido por nosotros?

---

<sup>4</sup> Escobedo, Francisco. Doctor en Ciencia Política y Sociología. Coordinador del postgrado en comunicación de la UIA.

A través de los medios se puede caer en la corrupción comunicacional, Ramón Aveledo nos comparte tres tipos de situación que vale la pena mencionar:

- a) La primera es la nacida entre los actores políticos y medios de comunicación.
- b) Otra es la demagogia espectacular, la explotación de la imagen como forma demagógica; es decir, la política del espectáculo.
- c) Y una tercera forma de corrupción comunicacional en los políticos, es la del miedo, cuidan su imagen a costa de cualquier cosa.

Por mi parte agregaré que, opuesto a lo que sucedía con la histórica y subordinada relación de los medios de comunicación hacia el régimen político que alentó el aumento de titulares, páginas, noticieros y programas de análisis con información y contenidos, en su mayoría sobre los asuntos del Presidente y de las élites políticas contrario a seguir con sus costumbres de sometimiento ante el Gobierno y sus gobernantes, hoy los medios masivos de comunicación se están dando permisos nunca antes vistos. Somos espectadores de un *reality show* político. Lo peor y más preocupante de todo es que hay una gran audiencia para el espectáculo. ¿Es ésa la información con la cual nos entretienen?

En nuestro país la historia, en principio rosa y la actualmente casi roja, de la pareja presidencial ha venido acaparando planas y portadas de revistas desde el inicio del sexenio. Actualmente casi todos los miembros de la familia presidencial libran una batalla con los medios nacionales, argumentando que se han sobrepasado los límites de su intimidad.

Mientras esto se maneja dentro de los juzgados y ante la luz pública, la historia sigue tomando matices que dejan perplejo a cualquiera. Existen algunos casos de periodismo ético que no estarán exagerando, pero también habrá quienes mezclen de manera poco seria los diferentes géneros literarios, confundiendo más que informando a sus lectores.

Con ese nivel de amarillismo y manipulación de la información, los medios también pueden falsificar la democracia. Está probado que la credibilidad de la información sobre todo en la televisión es más elevada en la medida en que el nivel socioeconómico y cultural de los espectadores es más bajo. Para

gente de los estratos sociales menos favorecidos que no tienen casi acceso a medios como la prensa, reciben la información a través de la televisión como una verdad incuestionable. La televisión tiene una gran importancia política, ya que manipula más fácilmente a los que menos defensa cultural tienen.

Patricia Mercado, aspirante a la presidencia de la República a través de Alternativa Socialdemócrata y Campesina, enfatiza que los candidatos, valiéndose de los medios, difunden sus propuestas irresponsablemente, ya que no mencionan el cómo hacer realidad esos proyectos. Existe una mercadotecnia política tan bien presentada que difícilmente el ciudadano común puede distinguir realidades.

## **6. Los medios pueden reforzar o entorpecer la democracia**

Dice un conocido refrán que el fin justifica los medios, pero más bien hoy debería ser que: los medios justifican el fin.

Mucho se ha hablado de la libertad y la censura hacia los medios de comunicación, Ignacio Ramonet<sup>5</sup> nos recuerda que esta última no necesariamente tiene que ser una censura ostentosamente visible.

Hoy la censura ya no funciona por restricción o por supresión, como se hace en los países donde se mata, se encarcela a los periodistas o se cierra un periódico, etcétera. En las grandes democracias como la de nuestro país eso prácticamente ya no ocurre. Lo que sí ocurre es que hay mucha información que no circula, porque hay sobreinformación. Es decir, lo que aquí en México está ocurriendo es la censura por omisión.

Nos ofrecen y consumimos tanta información, que ya no nos damos cuenta de alguna que no está. La ocultación y la disimulación en esa masa de información que se consume, es la censura de hoy. Creemos que por el hecho de tener más información, tenemos más libertad, cuando en realidad, tenemos mucho menos que en otros momentos.

El presidente Vicente Fox nos ha presentado ya el Quinto Informe de Gobierno, estamos obligados a leer entre

---

<sup>5</sup> Ramonet, Ignacio. Una de las figuras mundiales más destacadas en temas de geopolítica y medios de comunicación.

líneas y escuchar entre frases para poder analizar a fondo todo lo que nos está presentando. Habrá que ver tras el maquillaje de las palabras y cifras, cuánto realmente hemos avanzado en materias de suma importancia para todos como lo son: la seguridad pública, la economía nacional, la tasa del desempleo y la educación. Es importante correr la cortina que con el talento creativo de los *spots* en radio y televisión pretenden tapar la realidad de este quinto año de gobierno.

## Conclusiones abiertas

No todo está perdido. El papel que los medios de comunicación han venido desempeñando a través del trabajo de periodistas realmente comprometidos con el desarrollo de su país y no con los diferentes candidatos y partidos políticos, tiene importantes repercusiones en la democracia.

Dependemos de la calidad de la información y por consecuencia las condiciones para el libre ejercicio de la libertad de expresión en las que actúa el periodista, tienen también una gran influencia en la sociedad. Requerimos de periodistas, quienes no los hay buenos o malos, simplemente se es o no periodista en toda la extensión de la palabra. Hay quienes con su desempeño distan mucho de serlo. El buen periodismo no es un imposible, siempre y cuando sus hacedores se dediquen a trabajar con ética, investigar a fondo y mantener un fuerte y único compromiso con sus audiencias.

Como ciudadanos no podemos recibir toda la información como una verdad absoluta, es necesario también exigir garantías y valernos de medios confiables. Existen algunos que a través del tiempo siguen respetando la premisa por la que fueron creados: la verdad de su palabra. Hermenegildo Sábat, caricaturista argentino mundialmente reconocido, resume de manera sencilla la labor del periodista: “Lo central es no sentirse más importante que la noticia y comportarse con la mayor dignidad posible”.

Habrá que apostar por aquellos medios que valoran la inteligencia y el sentido crítico de su audiencia. Y también por aquéllos que contribuyen honestamente a la formación de nuevas generaciones, asumiendo con madurez su importante responsabilidad social. La democracia hoy nos está costando mucho a todos y a costa de muchos. Estamos pagando caro por ella.

Una propuesta concreta es retomar con seriedad la idea de que la democracia no es meramente un producto, es una actitud, es una o más acciones individuales. Es preciso desarrollar la aptitud de comunicarse, tanto para informar como para ser informados.

Los ciudadanos debemos entrar al debate, mantener con las instituciones una relación interactiva para que cada cual tenga oportunidad de formar su opinión. Y a través de la educación en la libertad y responsabilidad procurar la propia cooperación y alentar la de otros.

No podemos sino utilizar a los medios de comunicación convirtiéndolos en aliados para el fortalecimiento de nuestra sociedad. No podemos sino vivir con este privilegio que es la libre democracia.

---

## Obra consultada

- Abril, Gonzalo. *Teoría general de la información*. 1998.
- Aveledo, Ramón. *El derecho de la información*. México: Universidad Iberoamericana, 1998.
- Becerra, Ricardo; Pedro Salazar y José Woldenberg. *La mecánica del cambio político en México*. México: 2000.
- Coca, César. *Modelos de los medios de comunicación social*. Bilbao: 1998.
- Colomer, Joseph M. *Cómo votamos*. España: 2004.
- Chabolla, Manuel. *Vehículos de la lengua*. 1997.
- Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*. Gobierno Federal. México: 2003.
- Escobar, Guillermo. *Estatutos de los periodistas*. Madrid: 2002.
- Fernández Christlieb, Fátima. *La responsabilidad de los medios de comunicación*. Barcelona: 2002.
- González Ramírez, José Francisco. *Aprende a comunicarte*. México: Editores Unidos, 2001.
- Habermas, Jürgen. *Teoría de acción comunicativa*. España: Taurus, 2001.
- Loreti, Damián. *El derecho a la información*. Argentina: Paidós, 1995.
- Masi, Oscar Andrés, De. (Comp.). *Comunicación gubernamental*. Argentina: Paidós, 2001.
- McLuhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación*. España: Paidós, 1996.
- Montagut, Teresa. *Política social*. España: Ariel, 2000.
- Mouchon, Jean. *Política y Medios*. España: Gedisa, 2001.
- Periódico El Norte*, edición diaria Julio-Agosto 2005.
- Programa de TV, CNN Carmen Aristegui, Agosto 16, 2005.
- Quiroga, José. *Revista Latina de Comunicación Social*. (Abril 1999).
- Qualter, Terence. *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. Barcelona: Paidós, 1994.
- Rubio, Luis. *La democracia verdadera*. México: Cal y Arena, 1998.
- Sánchez Guzmán, José Ramón. *Teoría de la publicidad*. Madrid: Tecnos, 1999.
- Schrank, Jeffrey. *Comprendiendo los medios masivos de comunicación*. Chicago: 1989.
- Sinclair, John. *Televisión: Comunicación global y regionalización*. Estados Unidos: 1999.
- Tubau, Iván. *Periodismo oral*. Barcelona: Paidós, 1993.
- Varela Ortega, José. *Elecciones, Alternancia y Democracia*. España: Biblioteca Nueva, 2000.
- Verón, Eliseo. *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 1985.