

EL COMUNICADOR PÚBLICO NECESARIO Y CRISIS DE CREDIBILIDAD EN EL GOBIERNO MEXICANO



Por: Miguel Ramírez-Vergara

A los comunicadores y periodistas en los municipios de Iberoamérica, integrantes de la “Declaración de Granada 2014”.

Después de unas semanas de estar fuera de circulación por un viaje aleccionador que ya tenía pendiente por realizar (y del cual ya les platicaré poco a poco), los extrañé mucho, ya estoy de regreso y con más temas para compartir con ustedes, agradezco mucho la venia de nuestro director editorial por su apoyo. Manos al teclado.

A poco más de dos años de gobierno de Enrique Peña Nieto, nos encontramos en una de las crisis de credibilidad más graves de los últimos tiempos en nuestro país, pero esta crisis no es espontánea queridos

lectores, se da por el cansancio de la sociedad mexicana ante la ausencia de un plan de país, ante la tolerancia política hacia los poderes fácticos que moldean las decisiones en Los Pinos desde los años 40 y se da porque se ve, cada vez más lejano, el sueño de la Revolución Mexicana de tener el acceso y contar con los mejores niveles mundiales en educación, en salud y un trabajo bien remunerado.

Esta crisis de credibilidad y, de reputación para dar un paso más en nuestro terreno, ha tocado rápidamente a cada uno de los sectores más representativos de nuestra sociedad, muestra del interés social para que los cambios sucedan, pero ya..., en tiempo real.

Se trata de la primera crisis política en la era de la **sociedad de la información** de México, y como principal característica de esta era los medios tradicionales como la radio, la televisión o los diarios impresos, pasan a un segundo plano como medios informativos.

Casi de manera simultánea, la crisis estalla con los siguientes protagonistas: Un presidente municipal y a su esposa; estudiantes normalistas desaparecidos y sus padres organizados; un ejército mexicano –otro símbolo de orgullo- sospechosamente ausente a pesar de estar a unos metros del suceso estudiantil; partidos políticos no representativos, muy caros e involucrados cada vez más con el narcotráfico; una desencajada esposa del presidente, envuelta en un escándalo por no saber (¿o no querer?) responder por qué diseñaron, remodelaron y

construyeron una mansión de la mano de una empresa contratista constantemente beneficiada en las licitaciones en los gobiernos de Peña; movilizaciones en las principales ciudades del mundo en solidaridad con el pueblo mexicano.

México ha despertado a aquellos sectores tradicionalmente apáticos hacia los movimientos sociales como la clase media alta (veladoras en las banquetas de Polanco, Lomas), sectores religiosos (el Papa en oración por “la legalmente desaparición, pero que saben que es el asesinato de estudiantes”) y artistas populares beneficiados por las televisoras (Calle 13, Adal Ramones, Claudia Lizaldi, Robert Schenider, “Chicharito” Hernández, Ana de la Reguera, Tania Rincón, entre otros), quienes han marcado su postura y ésta coincide con el resto de la sociedad: **#Yamecanse.**

Bajo este gran contexto, **¿cuál es el rol del nuevo “comunicador público”?** la respuesta se antoja bastante utópica en estas coordenadas donde el encargado de la Comunicación Social realiza un papel de “pararrayos”, como lo ha hecho estoica e insuficientemente, Eduardo Sánchez vocero del gobierno de la República Mexicana; pero **no es papel del comunicador defender..., lo indefendible**, sino convencer al político o al funcionario de tender puentes de comunicación efectivas, de manera inmediata y de frente al pueblo, así como cuando se buscó su voto.

De acuerdo con datos de la Unión Iberoamericana de Municipalistas y de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, sede Granada, la presencia del comunicador y de periodistas en los gobiernos locales de Ibero América, ha ido creciendo, pero habrá que resaltar que ha sido de manera lenta, pues la profesionalización en temas de manejo de crisis, el desconocimiento de las redes sociales, la ausencia de una estrategia para evangelizar y crear un gobierno abierto y, sobre todo, por seguir la agenda e intereses personales del presidente municipal, funcionario público o gobernador, los han alejado –también- de la misma sociedad.

El comunicador público necesario en estos momentos en los municipios de México, y en no pocos de Ibero América, debe profesionalizarse y **ser un paladín tanto de la transparencia, como de la rendición de cuentas** de los gobiernos y/o funcionarios que busca comunicar, ya que ese será el primer y principal puente de acercamiento en una fase de reconcilio social tan necesario en estos momentos.

De ahí la trascendencia del pasado **2º. Encuentro Iberoamericano de Comunicadores Públicos** en la ciudad de Granada, España, donde se dieron cita periodistas y comunicadores de Uruguay, Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador, República Dominicana, España y, un numeroso grupo de profesionales de México, quienes firmaron la **“Declaración de Granada”**, tan necesaria para nuestra profesión en estos momentos, resaltaré algunos puntos que quiero compartir –en resumen- con ustedes y espero hacer una justa interpretación:

1. La comunicación ha tenido y tiene un preponderante rol en la construcción de la democracia, especialmente jugó un rol esencial en **la participación activa ciudadana**, donde los gobiernos dictatoriales tuvieron presencia.

2. La comunicación es también un instrumento para el desarrollo de los pueblos, por lo que en su actuar, debe ser transversal y facilitar las identidades locales, para la construcción de significados compartidos, espacios de participación ciudadana, **generar información y datos accesibles y entendible para los ciudadanos**.

Por otro lado, la declaración busca estrechar la relación entre los comunicadores y periodistas de Ibero América, en un momento histórico en nuestros países para:

- a) Incidir en la difusión o creación de reformas que garanticen los derechos humanos y, por ende, la libertad de expresión y el derecho a la información en los respectivos países y sus municipios.
- b) Luchas contra toda forma de violencia y censura.
- c) Fortalecer la capacitación sostenida y humanista, incluyendo el seguimiento de sus resultados.
- d) Evitar el partidismo que dañe la Red de comunicadores.

Se trata, pues, de una iniciativa seria y firme, que ha llegado en un excelente momento para los comunicadores mexicanos.

Y ustedes estimados colegas, ¿qué opinan?

El documento se encuentra completo en:

<https://drive.google.com/file/d/0Bxl7ZNTBKXv6cHY2ZWo3NHN1a0E/view?pli=1>



Miembros de la Red Iberoamericana de Comunicadores Públicos UIM

La Editorial de **VOX LOCĀLIS** no se responsabiliza de los juicios y opiniones expresados por los autores en sus artículos y colaboraciones.