

## **Ponencia: Televisión pública y su relación con la política. La conferencia matutina como estrategia de comunicación política.**

**Andrea Jocelin Cruz Mena**

### **Introducción.**

Esta ponencia tiene la finalidad de presentar un primer acercamiento a la discusión sobre las relaciones entre los medios y la política, particularmente el caso de la televisión pública, en un campo de reflexión más amplio que tiene que ver con la vinculación entre la comunicación y la política. A través del tratamiento mediático de la conferencia matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador. Para ello, lo que aquí presentaremos serán una serie de planteamientos y conceptos teóricos que sirvan de base para construir un ejercicio de análisis y reflexión necesario para sustentar la pertinencia y justificación de esta propuesta.

El estudio de la mediatización o la relación entre medios de comunicación y política ya ha sido estudio y ha sido punto de revisión constante, sin embargo, hoy hay nuevos elementos que se están incorporando en esta relación. Los cambios en los sistemas políticos y mediáticos como los elementos de personalización política o del desarrollo de las nuevas tecnologías ameritan la realización de un análisis que nos permita ver cuáles son los principales cambios y cómo se están construyendo estos nuevos modelos de comunicación política desde la televisión pública, pues los análisis siempre se han enfocado en los medios comerciales y eso ha dejado fuera la importancia de revisar el papel de estos medios constituidos como garantes del bien común y del servicio público de radiodifusión.

### **Comunicación y política**

La relación entre la comunicación y la política ha sido estudiada por diversas personas investigadoras y estudiosas de las ciencias sociales. Es una relación que genera tensiones y desencuentros, pero muchas veces también, complicidades según sean las condiciones específicas del contexto político y económico. En esta revisión hemos encontrado que los términos comunicación o medios de comunicación se utilizan de manera indistinta al momento de relacionarlos con la política, si bien será necesario

tomar una decisión en cuanto a las categorías utilizadas para este proyecto, en este momento sólo expondremos los planteamientos encontrados.

Desde una visión de la ciencia política, Reyes, Parrales, et. al (2010), establecen que la comunicación y la política se han desarrollado de manera conjunta en la organización de los estados. La política se ha construido a partir de la comunicación para consolidar sistemas políticos. Citando a Weber, estos autores mencionan que para construir la legitimación de un gobierno se requiere que el sistema político se apoye en un un proceso de comunicación, con el cual “socializar los sentimientos afectivos, las premisas racionales, las creencias religiosas o las expectativas de determinadas consecuencias, intereses que garantizan la existencia y reproducción de los diferentes tipos de dominación” (p. 86). Es decir, se aclara que mediante la comunicación, los regímenes políticos, han hecho aceptable el desarrollo de relaciones de poder. Asimismo, estos autores conciben el papel de la comunicación como esencial en los procesos de construcción de un sistema democrático.

Este planteamiento sugiere que la actividad política encuentra uno de sus fundamentos en la comunicación. Será a través de procesos comunicativos que los gobiernos construyan su propia narración sobre su proyecto de nación y sobre sus formas de mediar, interpretar e informar, es decir, buscar legitimar sus acciones y sistemas de gobierno. (p. 87). Como retoma Sánchez (2005) “gobernar, en última instancia significa conducir. El mecanismo más efectivo para conducir cualquier cosa (cualquier mecanismo, incluyendo un grupo humano) es la comunicación y la retroalimentación”. p. 39.

Por otro lado, pero continuando con la descripción de esta relación encontramos que Rispolo (2020) afirma que la política desde hace tiempo ha quedado capturada por el espacio de los medios de comunicación y las redes sociales, esto ha implicado en el campo de la política transformaciones considerables. Esas transformaciones se pueden ver en la manera en la que el foco de atención de las figuras políticas ahora se concentra en la opinión pública, las imágenes, los discursos y las cualidades personales. Lo anterior ha logrado que sea el área de la comunicación política en la que se concentren los estudios sobre marketing político, medios y gobiernos, comunicación gubernamental y mediatización de la política. Si bien el interés

particular de esta investigación no se concentrará en la discusión acerca del marketing político ni del desarrollo de las campañas electorales, lo que sí nos interesa es el acercamiento a la comunicación política a partir de los elementos que autores como Omar Rincón y Silvio Waisbord proponen.

Rincón (2008), asegura que en latinoamérica se ha consolidado un “pacto político entre el gobierno, y los ciudadanos”, que se trata de un pacto comunicativo y para lograrlo se quiere de una identidad individual, no del partido y de imágenes y actuaciones p. 6 En esa misma línea sobre la relación entre gobierno, ciudadanía y medios, también refiere a la existencia de una “democracia emocional” desde la que se construye una narrativa con un relato de “mejoría colectiva” a través de los medios. p. 8

Por su lado, Waisbord, (2013) en la descripción que hace acerca de los estudios de la comunicación política en la región, reconoce que de manera más reciente en esos estudios se ha puesto la mirada en las estrategias presidenciales que, para fijar la agenda o conseguir el apoyo popular establecen un vínculo con los medios a partir de la realización de contenidos para radio o televisión. Una de las consecuencias de esas estrategias será la de “evitar la mediación de la prensa y reforzar el vínculo personal entre ciudadanos y líderes carismáticos”. Ambos autores referidos sugieren elementos y conceptos que están configurando la línea de discusión en la que se ubica la comunicación política en la que por lo pronto proponemos esta investigación. p 109

Como veremos más adelante, desde distintas perspectivas teóricas y con distintos acercamientos metodológicos autores como John B. Thompson, Jesús Martín Barbero, Dominique Wolton, Giovanni Sartori y Silvio Waisbord, entre otros, han estudiado de manera más particular la relación entre los medios y la política, estableciendo las condiciones en las que la mediatización ha permeado el quehacer político.

### **Comunicación política**

El carácter interdisciplinario y polisémico de la comunicación política ha permitido no sólo que se le defina desde una pluralidad de ideas, sino que también se investigue

desde diferentes metodologías y campos de conocimiento como la filosofía política, la sociología, la ciencia política, las teorías del framing, los estudios analíticos del lenguaje, y la comunicación entre otros. Para diversos autores, como ya se mencionó, la intromisión de los medios de comunicación y en la política ha generado áreas de conocimiento y categorías de análisis como las de relaciones públicas, comunicación organizacional, comunicación gubernamental, propaganda política y ciudadanía votante entre otras. (Restrepo-Echeverría, 2019, p. 5)

Sobre la comunicación política existen estudios con una noción muy funcionalista, basados en los efectos que tenga en la conducta humana como parte del funcionamiento de un sistema político o definiciones muy elementales de esta disciplina que la conciben como un intercambio de información de orden político entre emisores y receptores. Es decir, un esquema básico de la comunicación. Sin embargo, existen también otros estudios que problematizan de manera distinta la vinculación de los sistemas de comunicación y los sistemas políticos, éstos se focalizan en los intereses que median las relaciones entre los medios de comunicación tanto convencionales como digitales y los actores del poder político.

En ese sentido vale la pena incluir la definición propuesta por Dominique Wolton quien considera otros elementos que permiten abrir el panorama de los alcances de la comunicación política. Este autor concibe a la comunicación política como “el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”. (Rispolo, 2020)

Ahora bien, en lo que se refiere específicamente a los estudios sobre la televisión vinculada a la política vemos que la realidad de lo político es un aspecto que Martín-Barbero (1987) propone no pasar por alto, al categorizar y explicar la relevancia de su propuesta teórica respecto al concepto de las mediaciones. Con esta categoría propone analizar los problemas comunicacionales con un enfoque social y político. A partir de una crítica respecto del estudio de la comunicación a través de una visión instrumental de los medios de comunicación, y con un enfoque tecnocientífico en donde el estudio se reduce a lograr o buscar tener una finalidad específica dejando fuera un aspecto público, este autor cuestiona el estudio de los medios que deja fuera

la acción ciudadana, y con ello “la centralidad de los procesos de comunicación en nuestra sociedad significa, para la racionalidad informática, la disolución de la realidad de lo político”. Su reflexión parte de considerar la redefinición de la cultura y su relación con los medios y con la política, nos dice que es en la cultura y en la política en las que los medios están entrando y están problematizando nuevas dinámicas, la comunicación y su carácter productor de significaciones está creando receptores que al mismo tiempo producen ya no solo está decodificando un mensaje. pp. 223-224

Este autor propone también establecer un diálogo entre las cuestiones culturales que se ubican en la política y en la comunicación, en esa interrelación, así como con la industria cultural y con ello, con los medios masivos de comunicación, esto vinculado con los procesos de la democracia, pues, para que funcione un sistema democrático sería pertinente considerar “lo que pasa culturalmente en las masas”.

p 226.

Es decir, sus aportes podrían guiarnos para construir la justificación para estudiar lo que pasa con los medios y su importancia en un sistema de gobierno, cuestionar respecto a la manera en la que los medios deberían o no actuar en función de constructores de cultura y de producción de sentido, y no nos referimos propiamente al consumo de contenidos sino a lo que están haciendo los medios, en específico la televisión pública, su finalidad y su función en un contexto sociohistórico determinado.

Ahora bien, otra línea teórica acerca de la relación entre medios y política es lo trabajado por Thompson (2005), quien al respecto, propone comprender la relación entre medios de comunicación y poder político. Para eso sugiere el término nueva visibilidad, la explica a partir del desarrollar históricamente las posibilidades de los medios, respecto a cómo éstos han ido transformándose y con ellos su vínculo con la política. El término interrelación mediada, hace alusión a la interacción que se puede extender en el espacio y el tiempo, contrario a lo que representaría una interacción cara a cara que involucre copresencia. Las posibilidades que brinda esa visibilidad a partir del desarrollo de los medios de comunicación genera una sociedad en la que se permitió que líderes políticos se presenten ante la ciudadanía mostrándose al mismo nivel, les permitió reflejar su individualidad, a esto Thompson (2005) le llama *intimidad mediada*, se trata de una forma en la que se sustituye la

actitud distante e impersonal, permitiendo así que se transformara la relación entre líderes políticos, medios y ciudadanía. No debe confundirse esta posibilidad como algo únicamente positivo, este autor sugiere que en una lógica de mayor exhibición habrá mayor riesgo a exponer acciones, declaraciones, posiciones que no sólo no favorecen, sino que se vuelve incontrollables a pesar del cuidado que se tenga respecto a lo que se hace visible ante los medios. pp. 20-21.

Este autor permite reflexionar sobre la manera en cómo el desarrollo de los medios ha transformado la forma de caracterizar y comprender lo que es el espacio público y el espacio privado. La explicación del escándalo político permite a Thompson considerar tres elementos que al mismo tiempo que justifican porqué en las últimas décadas éste se ha expandido en distintas sociedades, permiten también considerarlos para describir de qué manera se ha transformado la relación entre medios de comunicación y líderes políticos. Un primer elemento consiste en el cambio de las socializaciones a partir del creciente desarrollo de las tecnologías de la comunicación y con eso las modificaciones en la privacidad. El contexto histórico en el que este autor habla se refiere en mayor medida al uso de tecnologías que permitían grabar y exponer conversaciones ajenas. Las posibilidades que en la actualidad han permitido las redes sociales han confrontado los mecanismos de privacidad.

Un segundo elemento para explicar el escándalo político es el crecimiento del periodismo de investigación, que él describe en ese momento, prácticas periodísticas que se interesaron por evidenciar la vida privada de las personas que se dedican al ejercicio del poder. Por último, el tercer elemento destacado es el “carácter cambiante de una cultura política más amplia”, en el que detecta una crisis de credibilidad hacia líderes y partidos políticos, así como las condiciones sociales se han transformado también lo hizo la forma de creer y confiar en este sector del poder. Con esa cultura política cambiante sucedió en mayor medida que las cuestiones de reputación se politizaron, dando como resultado que el capital político de una persona se base en la existencia y propagación de un escándalo. pp. 25-27

Por otro lado, pero continuando con la atención hacia los contenidos mediáticos consideramos la propuesta teórica de Sartori (1997), quien a través del término videopolítica va a configurar un posible estudio y comprensión de la relación entre

medios y política, concentrado en la lectura de la vida política de un sistema democrático en el que los medios, en particular la televisión, participan en todo momento. Factores como la formación de opinión pública, la función del sondeo, la elección del poder político y el tratamiento informativo por parte de este medio son analizados por este autor que concentra el análisis y reflexión respecto del uso de la imagen. La televisión condiciona el proceso electoral, el gobierno y las decisiones que de él emanan, así como lo que puede o no puede hacer. pp. 74.

En una democracia, es necesario contar con la participación ciudadana, en concordancia con lo propuesto por Martín-Barbero (1998), una de las participaciones es a través de la opinión pública, con ella, el autor cuestiona el carácter público de estas opiniones, y nos dice que la denominación de pública no sólo hace alusión a que sea de un público específico, sino que también implica argumentos de naturaleza pública tales como: intereses generales, el bien común, y los problemas colectivos. pp. 75.

Pareciera que a la democracia le basta con que exista la opinión pública para justificarse, sin embargo, no es suficiente nos dice este autor, esto porque la “videocracia” está fabricando la opinión hetero-dirigida, esto a través del recurso que es el sondeo, entendió este como un recurso telelvision para alcanzar las voces públicas de la ciudadanía, sin embargo, Sartori (1997) lo describe como un recurso débil, volátil, inventado o que produce únicamente un “efecto reflejante” entre la opinión real y lo que el medio quiere que digan. Es decir se trata de “opiniones desinformadas”. pp. 81,82.

El aporte es que construye esta relación dentro de los sistemas democráticos a través del papel de los medios en una democracia y del papel de la ciudadanía permitirá abonar a esa caracterización para cuestionar respecto de lo que están haciendo los medios en cuanto a los derechos sociales y fundamentales. Al cuestionar sobre la manera en que cada uno de los medios de comunicación incide en las decisiones electorales y hace referencia a que de esa manera ya se ha estudiado y analizado cada uno de los medios, en cuanto a lo que la televisión genera es que personaliza las elecciones “en la pantalla vemos personas y no programas de partidos” pp 116

## **¿Por qué la Televisión pública y política?**

La difusión pública se define, según el Manual de Buenas Prácticas de la UNESCO, como un punto de encuentro donde toda la ciudadanía es considerada un plano de igualdad, constituye también una herramienta de información y educación accesible y dirigida a todos sin excepción su mandato es de información, desarrollo cultural, difusión pública, imaginación y entretenimiento. En los últimos años, la televisión pública ha sido un tema recurrente en el debate público por los cuestionamientos que se le hacen debido a su cercanía con el gobierno actual. Sin embargo, gran parte de la discusión se ha limitado a evocar el imaginario del deber ser de los medios públicos o a descalificar la transmisión de la conferencia matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador en los canales de comunicación de servicio público. Son muy pocos los estudios que han realizado un análisis documentado sobre las relaciones de la televisión pública y la política y de manera específica sobre las repercusiones sociales, culturales y políticas que la conferencia matutina como estrategia de comunicación política está generando en nuestra sociedad.

Las reformas aplicadas a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones y radiodifusión publicadas el día 11 de junio de 2013 marcaron un momento importante en cuanto a los derechos comunicacionales en México. Con esas reformas se modificaron los artículos, 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105, y se establecieron las telecomunicaciones y la radiodifusión como un servicio público de interés general, además de regular la materia de competencia, se reguló y reconoció la figura de las audiencias y con ello la procuración de sus derechos.

Además, existen en los ordenamientos jurídicos nacionales e internacionales una serie de principios con los cuales se establece el deber ser de los medios públicos como medios que atendiendo a su creación deberían operar como un lugar de encuentro para la ciudadanía y que en ellos se reconozca una herramienta de información y educación. Sus principios rectores son la cobertura de servicios, la independencia editorial y financiera, la autonomía de sus órganos de gobierno, la pluralidad de contenidos, diversidad e imparcialidad, un mandato de servicio público establecido por la regulación, la rendición de cuentas a la población y a sus órganos



reguladores y la producción de contenidos regidos por el interés público no por estándares comerciales.

El carácter de servicio público establece otros requisitos que vale la pena considerar. Para que los medios públicos sean reconocidos como tal, requieren cumplir con una serie de condiciones que aluden tanto a una financiación como a ciertos comportamientos que regulen su independencia, como lo es: no pertenecer a privados, contar con autonomía política frente a los poderes de gobierno, a pesar de estar mayoritariamente financiados por el estado, brindar un servicio no gubernamental, por mencionar algunos.

Por último, se establecen dos tipos de buenas prácticas bajo las cuales deben operar, las de programación que guían eso mismo, los procesos de producción y los procesos de gestión, que se refiere a la operatividad y administración de esas instituciones. Estas buenas prácticas también configuran una serie de lineamientos que dirigen a los medios públicos y les dotan de elementos para que logren mantener los principios generales.

Lo anterior para decir que existe en la legislación, en los ordenamientos jurídicos y en la conceptualización, una serie de directrices, criterios y normas con las cuales los medios públicos hasta el día de hoy se han intentado regular y con las cuales se busca posicionarse en un sistema democrático y desde ahí reconocerles su labor. Es por esto que desde la academia deberían estar siendo estudiados, analizados porque su creación y funcionamiento debería permitirnos acceder a procesos de significación distintos, podrían ser un contrapeso a lo que los medios comerciales pueden ofrecer como única vía para cumplir con sus intereses comerciales.

En México, con la entrada en funciones del presidente Andrés Manuel López Obrador se dio inicio a una serie de modificaciones y reestructuraciones en la forma de gobernar. Bajo un esquema de conferencia de prensa matutina diaria, y replicando lo que ya antes hizo como jefe de gobierno, Andrés Manuel López Obrador instaura una modalidad de comunicación política presidencial, justificada y argumentada como un mecanismo que hacía sentido con la posición de un gobierno de “austeridad”. Este nuevo esquema de comunicación política que representa la conferencia matutina se

inserta en un sistema de medios públicos pues es transmitida por algunos canales de la televisión pública, así como en diversas plataformas digitales. Las características de esta conferencia, entendida como la principal estrategia comunicativa del gobierno, la constituyen como un fenómeno clave para explorar lo que sucede actualmente con la comunicación política presidencial en el país.

Esta conferencia matutina ha sido retomada por varias autoras y autores, sin embargo, no hemos encontrado hasta ahora algún estudio en el que el enfoque sea relacionando esta estrategia con el tratamiento que se le está dando desde la televisión pública. No obstante, sí ha sido abordada desde los campos del análisis del discurso, como estrategia de comunicación política, y como propaganda gubernamental, aunque en muchos casos el análisis se está quedando únicamente en una tendencia a polarizar y a reducir la discusión al mirar lo que sucede en estas conferencias como un discurso maniqueo.

La intención de la reflexión que aquí se propone es justamente sobrepasar esa discusión polarizante con la que hoy se están analizando a los medios. Discusión que está lejos de ayudar a comprender el papel de éstos en la comunicación política, en específico de la televisión pública. Estudiaremos la televisión pública por la importancia que aún tiene en la sociedad y por su delimitación jurídica y constitutiva de medio al servicio del bien común que tendría que estar al resguardo del estado y de los propios medios públicos. Por eso, proponemos este acercamiento a la discusión sobre las relaciones entre los medios y la política, particularmente el caso de la televisión pública, a partir de la conferencia matutina del presidente, para abordarla desde un campo de reflexión más amplio que tiene que ver con la vinculación entre la comunicación y la política.

Para ellos se proponen una serie de preguntas con las cuales podríamos iniciar un acercamiento al ejercicio reflexivo, reconociendo en ello que estas preguntas no representan las preguntas finales que requiere un protocolo de investigación riguroso.

¿Cuál es la visibilidad que está dando la televisión pública a lo político?

¿De qué manera la televisión pública construye su relación con la política a través del tratamiento que le ha dado a la conferencia matutina?

¿De qué manera el tratamiento de la conferencia matutina en la televisión pública contribuye al cumplimiento de los principios rectores de los medios públicos?

¿De qué manera el tratamiento de la conferencia matutina en la televisión pública contribuye a reforzar y/o garantizar los derechos comunicacionales como el derecho a la libertad de expresión y acceso a la información, así como los derechos de las audiencias?

¿De qué manera la conferencia matutina ha modificado la manera de entender y definir a la comunicación política?

¿Cómo es que la conferencia matutina se ha posicionado como una estrategia de comunicación política tan efectiva al grado de tenerla de referente para la construcción de lo público?

## **Referencias**

Reyes, M., Parrales, J, Morales, J y Rodríguez, E. (2010) Reflexiones sobre la comunicación política Espacios Públicos, vol. 14, núm. 30, enero-abril, 2011, pp. 85-101 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934007>

Sánchez, E. (2005), Medios de Comunicación y democracia. Grupo Editorial Norma.

Rispolo, F. (2020) El campo de la comunicación política: el lugar de la comunicación de gobierno Postdata, vol. 25, núm. 1, pp. 73-98, 2020  
<https://www.redalyc.org/journal/522/52272877005/html/>

Rincón, O. (2008) Los telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia [crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar].Friedrich Ebert Stiftung.

Waisbord, S. (2013) Cambios y continuidades: la agenda de investigación de la comunicación política en América Latina. Austral comunicación. Volumen 2 número 1 pp. 105-131.  
<https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/46>

Restrepo-Echeverría (2019) La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales Correspondencias & análisis, núm. 10, 2019  
<https://doi.org/10.24265/cian.2019.n10.09>

Martín- Barbero, J. (1998). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Editorial Gustavo Gili.

Sartori, G. (1997) Homo videns. La sociedad teledirigida. Debolsillo.

Thompson, J. (2005). La nueva visibilidad.  
<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero074/la-nueva-visibilidad/>

Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas/ UNESCO. - 1 ed.- San José, C.R.: Oficina de la UNESCO para América Central, 2006.