

# Democracia y medios de comunicación



Luis Maira

Leonardo Curzio

Yolanda Meyenberg

Raúl Trejo Delarbre

María Eugenia Valdés Vega

José Woldenberg

4

Colección **sinergia**





Colección **sinergia**

4

Instituto Electoral del Distrito Federal

# Democracia y medios de comunicación

# INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

## DIRECTORIO

Consejero Presidente: JAVIER SANTIAGO CASTILLO  
Consejeros Electorales: MARÍA ELENA HOMS TIRADO  
EDUARDO R. HUCHIM MAY  
RUBÉN LARA LEÓN  
ROSA MARÍA MIRÓN LINCE  
JUAN FRANCISCO REYES DEL CAMPILLO LONA  
LEONARDO VALDÉS ZURITA

Secretario Ejecutivo: ADOLFO RIVA PALACIO NERI

## REPRESENTANTES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

### PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

Propietario: ERNESTO HERRERA TOVAR  
Suplente: RAÚL HERRERA ESPINOSA

### PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL

Propietario: VICENTE GUTIÉRREZ CAMPOSECO  
Suplente: JOSÉ LUIS DOMÍNGUEZ SALGUERO

### PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA

Propietario: HÉCTOR ROMERO BOLAÑOS  
Suplente: FROYLÁN YESCAS CEDILLO

### PARTIDO DEL TRABAJO

Propietario: ERNESTO VILLARREAL CANTÚ  
Suplente: ADRIÁN PEDRO CORTES

### PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO

Propietario: JORGE LEGORRETA ORDORICA  
Suplente: ZULY FERIA VALENCIA

### CONVERGENCIA

Propietario: ARMANDO LEVY AGUIRRE  
Suplente: GABRIEL LUGO GARAY

# Democracia y medios de comunicación

Luis Maira

Leonardo Curzio

Yolanda Meyenberg

Raúl Trejo Delarbre

María Eugenia Valdés Vega

José Woldenberg

## COMISIÓN DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA

### PRESIDENTA

Consejera Electoral ROSA MARÍA MIRÓN LINCE

### INTEGRANTES

Consejero Electoral LEONARDO VALDÉS ZURITA

Consejera Electoral MARÍA ELENA HOMS TIRADO

Directora Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica:

GERALDINE NOVELO OPPENHEIM

Editor: Valentín Almaraz Moreno, subdirector de Diseño y Producción de Materiales

Corrección de estilo: Nilda Iburguren, técnica especializada "A"

Ilustración de portada y formación: Paula Montenegro Gigante, supervisora de campaña comunitaria

Autores: Luis Maira, Leonardo Curzio, Yolanda Meyenberg, Raúl Trejo Delarbre, María

Eugenia Valdés Vega, José Woldenberg

D.R. © Instituto Electoral del Distrito Federal

Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica

Huizaches 25, colonia Rancho Los Colorines, delegación Tlalpan

14386 México, D.F.

[www.iedf.org.mx](http://www.iedf.org.mx)

Ira. edición, septiembre de 2004

ISBN: 968-5505-52-7 (colección)

ISBN: 968-5505-79-9

Impreso y hecho en México

Lo expresado en esta obra es responsabilidad exclusiva de los autores.

Ejemplar de distribución gratuita, prohibida su venta.

ISBN para versión electrónica: 978-607-7882-37-3

# Índice

Presentación .....	9
El futuro de la democracia en América Latina	
Luis Maira .....	13
Los medios y la democracia	
Leonardo Curzio .....	45
Imagen mediática: la influencia de la comunicación en la definición de nuevas formas de liderazgo político	
Yolanda Meyenberg Leycegui .....	75
Democracia cercada: política y políticos en el espectáculo mediático	
Raúl Trejo Delarbre .....	95
Poder político y medios de comunicación: el caso de los <i>videoescándalos</i> en México	
María Eugenia Valdés Vega .....	125
Consolidación democrática y medios de comunicación	
José Woldenberg .....	193
Los autores .....	207



# Presentación

*Democracia y medios de comunicación* es el tema que da título al cuarto volumen de la Colección Sinergia. Se trata de un asunto que requiere un tratamiento objetivo, cuidadoso y profundo, así como un compromiso más allá de las filias y fobias teóricas. Al abordarlo, el investigador social debe asumir una actitud imparcial y ecuánime que le permita desentrañar la madeja de la tríada Estado-medios-sociedad.

Dilucidar el papel real que juegan los medios en el proceso de desarrollo y consolidación de las democracias latinoamericanas –en particular en nuestro país–, delimitar su función y sus prerrogativas con vistas a la construcción de formas políticas que respondan a las aspiraciones ciudadanas, es una de las tareas impostergables de la hora actual, un desafío en el que están comprometidos tanto la clase política como los intelectuales, los gobernantes y los propios medios.

Desde la perspectiva del Instituto Electoral del Distrito Federal, el análisis de este tema constituye un elemento más en el cumplimiento de su función como divulgador y promotor de la cultura democrática. Para tal efecto se ha invitado a seis especialistas que, desde distintos ángulos, nos ofrecen una serie de ideas que ponderan y esclarecen as-

pectos del accionar y la incidencia de los medios en la opinión pública y los procesos políticos.

Luis Maira es quien abre este volumen con “El futuro de la democracia en América Latina”. Proyectando una mirada panorámica, el autor examina el proceso democrático en la región y refiere la percepción de la mayoría de los latinoamericanos respecto del funcionamiento de la democracia en sus países en las décadas recientes. Indaga también acerca del alcance de este régimen político y por qué, al comienzo del siglo XXI, existe cierto distanciamiento entre las expectativas de la ciudadanía y los logros de los primeros gobiernos democráticos. Por último, Maira se plantea y analiza la gran interrogante sobre el futuro de la democracia en nuestro continente.

Leonardo Curzio, en “Los medios y la democracia”, observa los desafíos que enfrenta el binomio democracia-medios de comunicación para la construcción de un México moderno.

Señala que el papel protagónico de los medios no obedece solamente a la democratización del sistema político, sino que es también producto de un desarrollo tecnológico que genera condiciones para que la información fluya de manera incesante en todas partes del mundo; por lo tanto, éstos deberían ser un espacio natural para la deliberación pública. Además de ofrecer las diferentes posturas que se presentan respecto a los distintos temas de la agenda nacional, deberían proporcionar también información de contexto necesaria para que las personas puedan formarse un juicio sobre lo que está en juego y hallarse así en condiciones de influir en la toma de decisiones y de hacer valer con eficacia su condición de ciudadanos.

En “Imagen mediática, la influencia de la comunicación en la definición de nuevas formas de liderazgo político”, Yolanda Meyenberg examina el papel de la comunicación en la construcción de la imagen de la política a partir de tres elementos: los parámetros que definen la

legitimidad, la manera como se percibe a la política y la forma en que se ejerce el liderazgo. Señala como conclusión que la vertiginosa incursión de la comunicación en la política ha tenido la virtud y, a la vez, el defecto de hacerla más visible y más asequible.

Raúl Trejo Delarbre, en “Democracia cercada: política y políticos en el espectáculo mediático”, pondera la función de los medios en la relación entre ciudadanos y políticos. Asevera que en las sociedades de masas que tenemos hoy día, los medios se han convertido en articuladores –y a menudo acaparadores– del espacio público, pues sin ellos no podría haber iniciativas o mensajes capaces de llegar a los ciudadanos. Además, advierte que los medios desempeñan hoy día una importante función como contrapesos del poder político. En la actualidad no hay política sin medios. En México, 84% de los ciudadanos manifiesta que cuando se entera de asuntos políticos, es a través de la televisión o la radio. Únicamente 10% menciona a la prensa escrita como la fuente principal de la información política. Por tanto, la hegemonía mediática en el espacio público y la preponderancia de la fabricación televisiva en la percepción de la política han transformado no sólo la relación entre ciudadanos e instituciones sino, incluso, las pautas fundamentales del proselitismo y la formación de consensos en las sociedades contemporáneas.

María Eugenia Valdés, en “Poder político y medios de comunicación: el caso de los *videoescándalos* en México”, analiza este episodio de corrupción del cual fueron testigos miles de ciudadanos y considera que puede servir como referente para una reflexión teórica sobre la conexión que existe entre las bases del poder político y el papel ejercido por los medios de comunicación masiva, en una fase de la política mexicana todavía marcada por los signos de la transición democrática.

El volumen cierra con el ensayo de José Woldenberg titulado “Consolidación democrática y medios de comunicación”. En él se refiere a

tres aspectos fundamentales: la manera en que los medios acompañaron el intenso proceso de democratización que vivió nuestro país, la importancia de algunas disposiciones legales que vinculan el trabajo del Instituto Federal Electoral (IFE) con la actividad de los medios de comunicación a fin de propiciar contiendas electorales equitativas y competitivas, y por último, los retos que enfrenta la consolidación de la democracia en México en relación con la función y el desempeño de los medios de comunicación.

El IEDF se muestra complacido de poder entregar al público lector las reflexiones de los autores que amablemente aceptaron colaborar en la conformación del presente volumen y les agradece cumplidamente su aporte al debate en torno a un tema de indudable actualidad.

INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

# El futuro de la democracia en América Latina\*

*Luis Maira*

La invitación para impartir esta conferencia magistral y reflexionar acerca de los problemas de la democracia y su futuro en la región ha tenido para mí dos efectos muy benéficos. El primero es que me ha servido para entrecruzar diversas reflexiones y trabajos académicos que me han ocupado en el último año. El segundo tiene que ver con la comprobación de que mirar desde cualquier rincón de nuestro continente las dificultades de la democracia y sus perspectivas futuras sirve para entender que muchos problemas que nos parecen muy particulares y propios de una realidad nacional determinada, en verdad corresponden a la región en su conjunto.

Uno de los mayores privilegios que he tenido en los últimos 30 años es enseñar o participar en seminarios y cursos cortos en universidades y centros de educación superior de todos los países de nuestra América

\* Conferencia magistral pronunciada por el autor el 12 de noviembre de 2003 en el ciclo “El futuro de la democracia en el Distrito Federal / Un balance de las Elecciones Locales 2003”, organizado por el Instituto Electoral del Distrito Federal y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Latina. Por lo mismo, he logrado beneficiarme de cierta mirada de conjunto que permite sumar las visiones particulares para conformar una sola y exclusiva mirada.

Tratar estos temas de la democracia en América Latina y su futuro ofrece una excepcional oportunidad de comunicación académica en un ejercicio del pensamiento crítico.

Enfocaré mi presentación en cuatro reflexiones centrales. Examinaré primero la percepción de la mayoría de los latinoamericanos respecto del funcionamiento de la democracia en las décadas recientes.

Luego, indagaré sobre el alcance de la democracia y por qué se registra hoy día, a comienzos del siglo XXI, cierto distanciamiento en las expectativas de la ciudadanía frente a este régimen político.

Tercero, pasaré revista a los problemas centrales que plantea la agenda democrática de América Latina en la década actual.

Por último, abordaré en los puntos que pudiera incluir una propuesta para mejorar las perspectivas y la situación democrática de la región en el tiempo venidero, es decir, al final de este examen me haré cargo de la gran interrogación sobre el futuro de la democracia en nuestro continente.

## I

Para entrar en materia, subrayaría primero que es preciso hacer un recuento histórico, practicar un corte en el tiempo reciente que nos muestre cuál ha sido la actitud, la percepción, que la mayoría de los ciudadanos tiene frente a la democracia y sus perspectivas.

Si nos aproximamos a este ejercicio, si buscamos hacer un balance en el tiempo reciente de lo que la democracia ha representado para nuestra gente, encontramos un impresionante contraste de actitudes en relación con el desarrollo de los procesos democráticos. Para decirlo de una

manera muy somera, los años setenta fueron años de nostalgia democrática; los años ochenta fueron un tiempo de esperanza democrática; los años noventa y los iniciales de la primera década del siglo XXI parecen, por el contrario, un tiempo de desencanto democrático.

¿Cómo han surgido estos tres estados de ánimo tan opuestos, tan distintos? El primero, el de los años setenta, la nostalgia democrática, se explica porque en los extensos manchones de autoritarismo del mapa político regional nunca las dictaduras fueron más extensas, más difundidas, más sistemáticas que entonces.

De los diez países de América del Sur, sólo dos, Colombia y Venezuela, elegían gobernantes por la decisión de sus ciudadanos. Había dictaduras en Ecuador y en Perú, en Uruguay y en Paraguay, en Brasil y en Argentina, en Bolivia y en Chile.

En Centroamérica prevalecían diversas modalidades de despotismo o regímenes de fuerza. Todavía estaba instalado, aunque declinante, el régimen de los Somoza en Nicaragua, y dictaduras militares campeaban en Honduras, en El Salvador y en Guatemala, algunas con un registro de notables violaciones de los derechos humanos.

En el Caribe existía la secuela del largo proceso autoritario dejada por Rafael Leónidas Trujillo en República Dominicana, cuyo pueblo apenas empezaba a buscar senderos más estables de una democracia política, y teníamos también la dinástica dictadura de los Duvalier en Haití.

A eso habría que agregar que dos países de mucha gravitación en la región, México y Cuba, por razones que eran propias de su desarrollo político no aspiraban a instalar democracias políticas liberales, sino que tenían regímenes *sui generis*. Una dictadura del proletariado en el caso cubano; un régimen de partido hegemónico en el caso mexicano —un régimen plural de partidos, pero con uno dominante.

En esos momentos, especialmente en los países que habían conocido la práctica de las libertades públicas y el ejercicio de la ciudadanía,

la actitud ante el régimen político perdido era de añoranza. Se valorizaban, en medio del terrorismo de Estado de las dictaduras de seguridad nacional de Centroamérica y de Sudamérica, la oportunidad de un Estado de derecho y las ventajas de tener un catálogo de garantías fundamentales respetadas para todos los ciudadanos.

Quizá nada refleja mejor ese estado de ánimo que la notable reflexión que alguna vez le oyera a un académico brasilero, que correspondía a ese tipo de corriente latinoamericana de mirada despectiva hacia la democracia formal, cuando dijo ante sus colegas que, después de la tercera sesión de tortura, uno entiende que el *habeas corpus* no es un asunto formal, sino el presupuesto de un régimen civilizado.

De manera que, al ser colocados en el momento límite de la pérdida de todos los derechos y todas las libertades, muchos aprendimos a apreciar en América Latina el valor de la democracia política, aun entendida en su dimensión más minimalista.

Eso mismo hizo que la década siguiente fuera un tiempo de restauración, de restablecimiento de regímenes democráticos, de elecciones libres, de participación plural de partidos, y un momento de mucha expectativa sobre los logros que estos regímenes políticos democráticos reconstruidos podrían ofrecer a la gente.

La democracia prácticamente se restableció en casi todos nuestros escenarios nacionales, y donde no logró hacerlo, en los años ochenta avanzó significativamente en esa dirección.

Desde finales de los setenta, cuando termina la dictadura del general Hugo Banzer en Bolivia, y se acaba la primera dictadura de seguridad nacional, ocurre un fenómeno semejante en Brasil y en Argentina, terminan las dictaduras militares algo más progresistas de Ecuador y Perú, luego viene el cambio en Uruguay y, finalmente, en Paraguay y en Chile.

La crisis centroamericana de los años ochenta desploma los regímenes militares autoritarios y, después del Acuerdo de Esquipulas, abre las

posibilidades de negociaciones de paz, por un lado, y de establecimiento de regímenes democráticos, por otro, que acaban de materializarse en los años noventa.

El régimen de Duvalier en Haití se desvanece en 1986 en medio de la protesta popular y un nuevo contexto internacional, y en República Dominicana se consolida también una democracia en forma.

Pasamos así de la ausencia de democracia y la prevalencia de la dictadura a una generalizada práctica de gobiernos emanados de la soberanía popular. México desarrolla entonces un proceso consistente, en el que sus institutos electorales desempeñan un papel ciertamente determinante para recorrer el camino que convierte el sistema político mexicano en una democracia perfectamente transparente e internacionalmente reconocida.

Sin embargo, y esta es la paradoja de la situación, en el momento en que tenemos regímenes emanados de la soberanía popular, elecciones libres y competitivas en la mayoría de los países, posibilidades de alternancia, libre funcionamiento de los partidos políticos y de otras organizaciones sociales, y cuando existe una prensa con la capacidad de ejercer una mirada crítica del acontecimiento político, en ese momento comienza un proceso de desvalorización, de mirada escéptica de los ciudadanos sobre estas democracias que se ponen en marcha, especialmente favorecido por las dificultades que enfrentan los numerosos procesos de transición del autoritarismo a la democracia que se van generando en nuestro continente.

En tales circunstancias, se observa la necesidad constante de una negociación entre los titulares del poder autoritario, que se repliegan, y los titulares del poder democrático, que intentan ocupar el centro del escenario político.

Y ese proceso de negociación obliga a recortar las agendas de la transición, no permite plenamente la verdad y la justicia en materia de

derechos humanos, obliga a postergar muchos de los rubros de la deuda social, de la que se hablaba como base de las nuevas políticas económico-sociales, dificulta la perspectiva del crecimiento, complicada también por un escenario internacional menos favorable, hace más lento el proceso de cambio institucional y de modificación de las constituciones y las leyes para ponerlas al día y, no pocas veces, también torna difícil el proceso de inserción en el sistema internacional que los gobiernos que conducen los procesos de transición buscan llevar adelante.

Las transiciones se convierten, entonces, en un tiempo en el que los movimientos sociales y los grupos de ciudadanos y organizaciones que fueron muy activos, al terminar los sistemas autoritarios pierden espacio y protagonismo y se va generando la sensación de que los circuitos políticos se hacen más estrechos, más pequeños o menos participativos. Empieza a producirse un distanciamiento entre la ciudadanía –entre la gente, como hoy decimos en América Latina– y los conductores de las políticas públicas y los procesos políticos.

El destacado académico argentino Guillermo O'Donnell ha calificado el resultado de estos procesos con una expresión feliz que luego ha hecho camino en nuestra región: ha hablado de “democracias de baja intensidad”.

Un politólogo colombiano, Francisco Gutiérrez Sanin, refiriéndose a la realidad de su país, pero también a la de otros, desde la región andina ha hablado de “democracia apenas representativa”. Es decir, hemos dado pasos, que no pueden ser desvalorizados, para tener una generación más limpia y transparente de la autoridad política, para tener un catálogo de derechos que permitan hablar de un régimen democrático en cuanto tal, pero los resultados de ese régimen no satisfacen las expectativas de la mayoría de los ciudadanos.

II

Entonces, la pregunta con la que yo quiero abrir mi segunda reflexión es ésta: ¿Qué nos ha llevado en América Latina de un escenario de nostalgia y esperanza democrática a un cuadro en el que, conseguidos ciertos avances y resultados evidentes, la percepción, el sentimiento, el ánimo de los jóvenes, y a veces de la mayor parte de los ciudadanos, de los países de la región da por resultado una mirada escéptica sobre los modelos democráticos, sobre sus logros y sobre su perspectiva?

Desde hace unos diez años, un grupo de investigadores sociales de la región ha puesto en marcha un proyecto que han llamado *Latinobarómetro*, que es una encuesta realizada en diez de los países latinoamericanos, para ver el grado de legitimidad de las instituciones y el grado de evaluación de los procesos políticos y los gobernantes.

Cada año ese ejercicio, con distintas variables, pero marcando las mismas tendencias en todos los países en que se realiza, ha mostrado menos confianza de los ciudadanos en las instituciones centrales de un proceso político democrático, pero sobre todo, y en forma más inquietante, ha ido mostrando una menor adhesión a la democracia como un sistema superior a otra forma de organización de la vida política.

Ya en 2003, cerca de 45% de los participantes en esa enorme encuesta regional dijo que estaría dispuesto a sacrificar la democracia si tuviera la certeza de que un régimen político no democrático está en condiciones de conseguir resultados favorables de crecimiento y equidad social, los cuales, estiman, la democracia no ha sido capaz de garantizar.

Entonces, una pregunta se hace indispensable y central: ¿Qué nos ha llevado a pasar de un momento de objetiva valorización de la democracia en cuanto tal, a una mirada descreída, a una actitud de distanciamiento de esta forma política por la que tanto luchamos y trabajamos durante un tiempo largo?

Yo creo que para contestar esa pregunta es necesario adentrarnos en ciertos ingredientes propios de la teoría política democrática y del funcionamiento de los sistemas políticos de este carácter en los países de nuestra región.

Lo primero que tendríamos que decir es que, como lo muestra cualquier examen de conjunto, la democracia no es en América Latina –creo que tampoco lo es en ninguna otra región del mundo– un concepto unívoco. Abarca, en cambio, distintas dimensiones y también se relaciona con diversas expectativas.

En el imaginario colectivo latinoamericano, la democracia tiene al menos tres significaciones fundamentales: es vista como un régimen político específico; es vista, en segundo lugar, como la base de una cultura más amplia y más incluyente; en tercer término, la democracia, para segmentos muy amplios –especialmente de los grupos con mayores carencias e insuficiencias– es también la base de un proyecto político de alcances y dimensiones utópicas.

Entendiendo lo que cada una de estas dimensiones proyecta, y viendo cómo operan en la realidad concreta de nuestros países, podemos acercarnos a ciertas respuestas a esta pregunta esencial acerca del escepticismo democrático que hoy día prevalece.

En primer lugar, habría que decir que la democracia tiene un alcance básico, mínimo, sin el cual no se puede hablar con propiedad de su existencia y funcionamiento.

La democracia mínima es la democracia política, de raíces liberales ancladas en los procesos de cambio producidos en la última parte del siglo XVIII, en las grandes revoluciones liberales, con una base teórica producto de las grandes reflexiones de los pensadores del Iluminismo, de los cuales Montesquieu, en *El espíritu de las leyes*, se acercó como ninguno a dar la respuesta propiamente orgánica que, en materia de funcionamiento de un régimen político, el objetivo democrático debe alcanzar.

Por eso, la democracia es un régimen político específico, sujeto sólo al cumplimiento de un conjunto de requisitos, la mayoría de los cuales se está verificando hoy día en los países latinoamericanos.

La democracia es la respuesta a la angustia de Hobbes y a la amenaza del *Leviatán* y de un hombre poco solidario –lobo para otros hombres– que necesita un pacto social y una autoridad que regule, dividiendo, el enorme poder construido por los seres humanos para asegurar una mejor convivencia política.

Ello se traduce, en términos prácticos, en el funcionamiento de una serie de mecanismos específicos que le dan su carácter propio a este régimen político. Incluye las reglas de constitución y funcionamiento de los tres poderes públicos; incluye un catálogo de derechos y garantías fundamentales de carácter universal para mujeres y hombres; incluye la renovación periódica de los gobernantes con base en elecciones libres; incluye un mandato regulado en el tiempo y competencias exactas para el desarrollo de sus funciones; incluye el funcionamiento plural de los partidos políticos; incluye la perspectiva abierta y viable de la alternancia y el cambio de los titulares del gobierno, y también, algo muy importante, el afianzamiento gradual del principio de legalidad que establece que las mismas reglas son obligatorias para las autoridades constitucionalmente elegidas y para los ciudadanos que las generan.

Donde quiera que tengamos un régimen que sea capaz de pasar de los textos al cumplimiento exacto de todos estos principios y mecanismos, tendremos ante nosotros una democracia liberal. Yo creo que buena parte de los regímenes políticos que hoy día funcionan en América Latina pasan satisfactoriamente la prueba de la vigencia y validez de la mayoría de estos mecanismos.

Pero, en segundo lugar –porque todo sería muy simple si la democracia fuera sólo eso–, la democracia es también para la gente la base del establecimiento de una nueva cultura política, una cultura más amplia

fundada en el pluralismo, en la tolerancia y en el reconocimiento de la diversidad. La democracia puede afianzar la legitimidad de la diversidad, el fin de las visiones absolutas, la existencia de un pacto para consolidar un cúmulo pequeño de verdades compartidas y un juego que permita el diálogo, la cooperación y la disputa de los actores políticos y que no someta a las sociedades a la regla que, en cambio, es la base de cualquier visión fundamentalista, en la que sólo “la verdad” tiene derechos, y el error ninguno.

En la democracia, la verdad y el error son conceptos relativos, lo esencial es el pronunciamiento periódico de los ciudadanos. Reconocer la validez de la expresión de los otros que no piensan como nosotros, pero que mañana pueden ser la base de nuevas mayorías legítimas en un país, es el fundamento de una cultura que no relativiza las nociones fundamentales del respeto a la vida y la dignidad de las personas, pero sí ofrece espacios, ofrece participación, ofrece un diálogo, una conversación dinámica y activa en todos los demás asuntos a los diversos grupos interesados en tener protagonismo o influencia dentro del proceso político.

En América Latina, si bien tenemos una democracia como régimen político, hemos avanzado bastante menos en consolidar una cultura democrática con este reconocimiento de los derechos y los espacios de los que no piensan como nosotros.

Pero si este segundo punto, esta segunda dimensión de las expectativas democráticas, ofrece menos amplitud en su realización que el primero, los vacíos son mucho mayores en la tercera dimensión de los procesos democráticos.

Para muchos latinoamericanos –y de esto hace ya bastantes décadas– la democracia es un ideal asociado a cuestiones que en verdad no son constitutivas de un régimen político de libertades básicas, un ideal asociado a mejores condiciones de vida, a grados mayores de igualdad y equidad, a libertades públicas ampliadas; en una palabra, a

esa “buena sociedad” de que ya hablaba Aristóteles varios siglos antes de nuestra era y que se ha mantenido hasta hoy como el horizonte, como el telón de fondo de cualquier proyecto político transformador.

La búsqueda de igualdad y de libertad en grado más amplio y creciente es parte de una utopía democrática que cultivan amplios sectores de nuestros países que asocian la democracia a un cambio en las condiciones cotidianas de vida y a un mejoramiento de su protagonismo y participación.

Y esta tercera expectativa –grados mayores de equidad, libertades públicas ampliadas, un proceso de participación más integrador– es la que ha estado más lejos de cumplirse en América Latina, aunque uno tendría que decir, con cierto juicio escéptico propio de las regularidades mayores de la ciencia política, que la democracia en esta dimensión utópica no ha alcanzado expresión concreta prácticamente en ninguna sociedad del planeta, desde que fuera definida como tal en el siglo XVIII hasta hoy día.

Pero en América Latina es más grande la brecha entre lo que la gente le pide a la democracia y los frutos que ésta va entregando más allá de su realización como un mero régimen político.

Y en esta brecha, en este abismo que a veces se produce entre el nivel uno de la democracia y sus niveles dos y tres, está, en mi opinión, la explicación del desencanto que los ciudadanos van teniendo con los procesos políticos que hoy día no podemos acusar ni de ilegítimos ni de fraudulentos.

Nuestras elecciones son limpias y bien fiscalizadas. Los ciudadanos cuentan con un registro electoral legítimo y oportunidades de expresión no recortadas. Los partidos políticos hacen sus campañas y tienen posibilidad de presentar sus puntos de vista. En países como México reciben, incluso, recursos que no son pequeños para tener cierta base de expresión; sin embargo, nos encontramos con dos enfermedades de

la democracia política que se hallan de arriba abajo en toda la región. Por un lado, el creciente abstencionismo, la no concurrencia a las urnas cuando se hacen consultas electorales o referendos; por el otro, la no inscripción de una capa creciente, especialmente de jóvenes, en los registros electorales, lo que implica una decisión más estratégica de no participar en los procesos políticos de generación de las autoridades.

### III

Entonces, nuestro ejercicio tiene que pasar a un nuevo nivel de examen. Si, por un lado, tenemos la percepción en el tiempo de cómo cambia, a los ojos de la mayoría de la gente, la validación de la democracia, llegando a cuadros de escepticismo; si, por otro lado, tenemos claridad respecto a los distintos niveles o dimensiones de la democracia y los problemas que esto nos plantea; para ir de lleno a la búsqueda de factores de corrección de la situación actual, y para afianzar el futuro de la democracia en México –como en cualquier otro país de América Latina–, tenemos que considerar el conjunto de fenómenos y procesos sustantivos que se relacionan con estas carencias o restricciones democráticas y que plantean hoy día enormes retos a partidos políticos, a gobernantes y al mundo académico interesado en el progreso de la política.

Lo que intento hacer, aunque sea brevemente, es examinar seis fenómenos que a mi juicio son determinantes y explicativos de la situación que hoy enfrentamos, en los que está la clave de los problemas que tenemos que encarar para dar una visión positiva a la mirada sobre el porvenir de la democracia en nuestro continente.

Estos fenómenos son, en parte, propiamente políticos, pero muchos exceden la esfera de la política y se inscriben en el campo de la lógica de las comunicaciones, de la nueva dinámica de las relaciones interna-

cionales, de los procesos económicos y financieros de la globalización, no obstante lo cual causan un impacto directo en la percepción que los ciudadanos tienen de la democracia, de su funcionamiento político y de su futuro.

Examinaré a continuación estos temas, que me parecen sustantivos.

El primer gran asunto tiene que ver con las relaciones entre la democracia y la equidad, con la determinación de si son más injustas o más igualitarias nuestras sociedades hoy día, después del ciclo de superación de los autoritarismos, de lo que eran 50 o 60 años atrás.

El tema de las relaciones de la democracia con la equidad es un tema fundamental, a mi juicio, en América Latina, por varias razones. Primero, porque en el mundo en desarrollo América Latina nunca fue la región más pobre del mundo; había más pobreza ciertamente en el África Subsahariana, en determinadas regiones del Oriente Medio o en muchas de las áreas pobres de Asia, especialmente en el subcontinente indio, en Pakistán, en la India, en Bangladesh. En esas regiones había grados de pobreza considerablemente superiores, como también los había en el sector pobre del interior de China.

No hemos sido los más pobres en el mundo los latinoamericanos, pero sí hemos sido desde siempre los más desiguales. El coeficiente de Gini en América Latina es peor que en cualquier otra región atrasada del mundo, y los grados de distribución del ingreso entre el primer decil –el 10% más pobre– y el décimo –el 10% más rico– mostraban grados de polarización y antagonismos que no eran conocidos en los países desarrollados, ni tampoco en regiones más pobres que la nuestra.

Lo más grave ha sido que, en los años recientes, la recuperación de la democracia ha coincidido infortunadamente con un empeoramiento de los indicadores de pobreza y de desigualdad. Y ese es uno de los sustratos básicos, de los temas sustantivos que ocasionan ese grado de desafecto a la democracia de amplios sectores políticos del continente.

Según las estimaciones de la CEPAL, que ha diseñado además los principales mecanismos de medición de la pobreza aplicados en la mayoría de nuestros países, en 1980, en vísperas del estallido de la crisis de la deuda de 1982, había en América Latina 130 millones de personas pobres; después de ésta y de la llamada década perdida, diez años más tarde, en 1990, en América Latina había 190 millones de personas pobres. En ese momento se dijo que estábamos dando un golpe de timón, se habló del cambio internacional, del fin de la Guerra Fría, del término de la Unión Soviética, lo cual prometió a los ojos de muchos condiciones de mejoramiento y de mayor equidad internacional que la que prevalecía en la Guerra Fría. En América Latina sentíamos que estábamos saliendo de un ciclo negativo y recuperando la dinámica del desarrollo y el crecimiento.

Eso fue cierto sólo en los años iniciales de la década de los noventa, pero apenas se produjo la crisis mexicana en diciembre de 1994, entramos en un ciclo de efectos y recaídas que hicieron que los noventa tampoco fueran ese tiempo de recuperación económica y productiva que esperábamos.

Y cuando a finales de 2003 se cuenta de nuevo a las personas pobres, resulta que han subido de 190 millones a 221 millones. De la gente que vive en América Latina, 44% está bajo el umbral de pobreza, y un porcentaje muy significativo de ese 44%, más de 45% de ellos –es decir, cerca de 20% de todos los latinoamericanos– vive en condiciones de indigencia o extrema pobreza: para decirlo en el lenguaje del presidente Lula, no pueden comer dos veces al día.

Entonces, en el nuevo contexto doméstico e internacional que coincide con el restablecimiento del proceso democrático, los problemas de la pobreza en América Latina registran un empeoramiento y una agudización.

Lo propio ocurre con los niveles de distribución interna de la riqueza. En el país más desigual del mundo, que es Brasil, el 10% más rico se

lleva aproximadamente 51% del ingreso nacional, mientras que el 10% más pobre apenas recibe 1.5% del ingreso nacional. Es un caso extremo, pero casos menos extremos, aunque igualmente desfavorables e inquietantes, se producen en países como México, como Chile, o los países centroamericanos, donde el 10% más pobre percibe entre 1.7 y 2% del ingreso nacional, mientras que el 10% más rico está recibiendo entre 40 y 42% del ingreso nacional.

Sociedades extremadamente desiguales, enormemente inequitativas, que no ofrecen, por lo tanto, los mismos bienes públicos, los mismos frutos del desarrollo, al conjunto de su población, van generando un cuadro que repercute en el desencanto y en la pasividad democrática de la gente.

Pero esto tiene un agravante estructural aún más serio, en el curso de los años noventa y en el contexto de los cambios de la posguerra fría y la globalización.

La mayoría de los países latinoamericanos más importantes, y aquí de nuevo encontramos a la cabeza a México y a Brasil –las dos mayores economías y los dos mayores países de la región– están teniendo un agravamiento en la heterogeneidad social y productiva interna. Es decir, están teniendo desigualdades geográficas –de una dimensión territorial– mayores entre sus núcleos más pobres y sus núcleos más ricos.

Hace unos dos años y medio, The Council of Pacific, la importante entidad de reflexión que agrupa a muchas personas destacadas del mundo académico y administrativo de la Unión Americana, conmovió con el informe que se llamó “Transformando a México”, en el cual, en apretada síntesis, después de varios años de trabajo en los que hubo numerosos expertos y académicos mexicanos participando también en este ejercicio, se concluyó que no había un México, sino cinco Méxicos.

Un primer México estaba en la frontera; eran 16 millones de personas viviendo de uno y otro lado en estas ciudades hermanas de Laredo

y Nuevo Laredo, El Paso y Ciudad Juárez, Tijuana y San Diego; toda esta serie de hermanamientos urbanos que iban produciendo una economía integrada y unas comunidades enormes con gente que vivía a un lado y otro de la frontera; una realidad que fue dramáticamente afectada por un hachazo: los atentados de septiembre del año 2001. Este primer México tenía ya una integración umbilical con Estados Unidos.

Un segundo México, bastante próspero, el México del norte, iba desde Baja California hasta Tamaulipas, una franja territorial importante del país, cuyos indicadores productivos y sociales eran bastante favorables, comparados con los de otros países en desarrollo; indicadores que se acercaban a los de los países desarrollados, y que generaron un México más próspero, en avance, con mayor participación.

Un tercer México, mayoritario, era el México del centro, que se extendía de Veracruz a Manzanillo, visto desde la perspectiva de los dos océanos, y agrupaba a Veracruz, Puebla, el Distrito Federal, el Estado de México, Guadalajara y el estado de Michoacán; allí vivía la mayoría de los mexicanos y allí se alternaban modernidad y atraso.

Un cuarto México, decía ese informe, era el México pobre y centroamericano que se iniciaba en el Istmo de Tehuantepec y tenía sus estados emblemáticos en Guerrero, Oaxaca y Chiapas. Allí los indicadores sociales de mortalidad infantil, de analfabetismo, de expectativas de vida, llegaban a presentar, en algunos casos, una relación desfavorable de uno a tres con los estados más prósperos de la zona norte del país.

Y finalmente, se hablaba de un quinto México, igualmente importante, aunque no siempre reconocido, el México que está dentro de los Estados Unidos: 21 millones de personas que influyen cada vez más en la vida de la primera economía del mundo, de la primera potencia internacional de la tierra, y que además están enviando remesas que ascienden a 14 mil millones de dólares cada año, los cuales tienen un importante efecto en la vida del país.

Entonces, ya ni siquiera estamos hablando de dos países en un mismo territorio, como era usual decir hasta los años ochenta, sino que estamos hablando de cinco realidades diferenciadas.

Y el ejercicio puede ser también muy rico si lo extendemos al otro país mayor, a Brasil. En Brasil, uno puede encontrar un gigantesco rectángulo que se inicia arriba, en el estado de Ceara, en el puerto de Fortaleza, que se mete por el Amazonas hacia el interior varios miles de kilómetros hasta llegar a Manaus, la capital del estado de Amazonia, baja luego por la selva hasta la altura del estado de Minas Gerais y se interna de nuevo, de vuelta, hacia el Océano Atlántico, pasando por la ciudad de Belo Horizonte, la capital de Minas Gerais, terminando finalmente en el puerto de Vitoria.

En esos varios millones de kilómetros cuadrados del país atrasado que es ese Brasil, están algunos de los grupos de pobres con mayores carencias y disparidades de toda la América Latina, y es donde justamente se concentra hoy día el Programa Fome Zero, para buscar establecer al menos una solución al problema más dramático del abastecimiento alimentario.

Hacia abajo empieza un segundo Brasil, que comienza a ser mucho más próspero y tiene su hito simbólico en el estado de São Paulo, en Curitiba, en Santa Catarina, en el estado de Rio Grande do Sul y Porto Alegre, donde hay mayor desarrollo productivo, innovación tecnológica y condiciones de ingreso e indicadores sociales muchísimo más favorables que los del Brasil del norte.

Este ejercicio podríamos extenderlo casi a cualquier país de América Latina, pero hay que advertir que son más acentuadas las contradicciones en los países mayores y más influyentes de la región: México y Brasil.

Chile, Argentina, Perú y Colombia admiten exactamente el mismo esquema y darían los mismos resultados que la situación brasileña o mexicana. Por cierto, las distancias se van haciendo un poco menos

brutales en los países que son más homogéneamente atrasados, como ocurre con algunos de los centroamericanos y en los países menores del espacio del Caribe.

De tal manera que el problema de la equidad es el problema número uno del porvenir de la democracia en América Latina. Es un problema que podría plantearse muy dramáticamente en los términos siguientes: ¿cómo podemos integrar en el territorio nacional de un mismo Estado realidades nacionales homogéneas?, ¿cómo logramos que haya un solo Chile, un solo Brasil, un solo México, una sola Argentina?, ¿sobre qué pautas de equidad territorial y programas que tengan eficacia integradora vamos resolviendo estos abismos que se nos plantean hoy día? Porque el problema no tiene que ver sólo con una cuestión de niveles estáticos, de atraso en las regiones más pobres, sino que tiene que ver con distintos grados de desarrollo y vinculación con las grandes revoluciones industriales y los grandes impulsos científico-técnicos que el mundo ha vivido en los últimos siglos.

En nuestra América Latina, encontramos conviviendo sectores que se hallan en una situación anterior a la de la primera revolución industrial. Muchas de nuestras comunidades y pueblos indígenas tienen, desde el punto de vista productivo, condiciones propias del mundo que prevalecía antes de la primera revolución industrial inglesa de comienzos del siglo XIX.

Tenemos gente que pertenece al estrato del maquinismo atrasado, es decir, a la primera revolución industrial; gente que pertenece al diseño del modelo fordista de la segunda revolución industrial, y tenemos también islotes de personas que viven en un grado muy alto de avance tecnológico, alto ingreso y modernidad —en plena tercera revolución científico-técnica—, en condiciones que son mucho más parecidas a las de las elites de los países desarrollados que a los grupos atrasados de nuestros propios países.

Entonces, tenemos un problema, pues al acentuar la heterogeneidad social y productiva estamos colocando una carga y un dilema enorme sobre la democracia como régimen político.

El ex presidente argentino Raúl Alfonsín formuló una vez la siguiente pregunta: “¿cuánta desigualdad resiste la democracia?”, pregunta que podría formularse también de esta manera: ¿Cuánta pobreza resiste la democracia?, ¿cuánta falta de equidad resiste la democracia? Y, más dinámicamente: ¿en qué momento tendremos el riesgo de una explosión social si no corregimos las tendencias negativas en esa dirección?

Es éste el primero y el mayor de los macrofenómenos latinoamericanos que están hoy día incidiendo sobre el futuro de la democracia en el continente. El segundo, muy vinculado a él, tiene que ver con los cambios en el perfil de los conflictos sociales y con la respuesta a la pregunta de cómo se establece la relación entre la democracia y la diversidad social.

Nosotros conocimos, hasta hace muy pocos años, un tipo de conflicto social que era propio de las sociedades industriales emergentes, que no se diferenciaba demasiado de la disputa social de las sociedades industriales más avanzadas, un conflicto que tenía como eje la organización en torno a la gran empresa –habitualmente la fábrica– y en donde los sindicatos y las confederaciones sindicales podían plantear frente a las organizaciones de empresarios una constante negociación para ver cómo se distribuían los frutos del desarrollo.

Esos dos actores, hoy día, o al menos el primero de esos dos actores, las grandes confederaciones sindicales, han sido fuertemente erosionados por el cambio del patrón productivo, propio de la llamada tercera revolución científico-técnica.

No sólo han cambiado los sectores líderes (la vieja industria automotriz, la siderurgia o la petroquímica ya no son lo que eran, y ahora tenemos la microelectrónica, la biotecnología o la industria de nuevos

materiales como núcleos dominantes), sino que ha cambiado la naturaleza profunda del proceso productivo.

Asistimos a un grado de robotización y automatización de estos procesos, a una fragmentación en distintos escenarios nacionales de las etapas del proceso productivo: el diseño se hará en Milán, las partes y piezas se fabricarán en Singapur o en Tailandia, los motores se producirán en Japón, el ensamblado se podrá hacer en Tijuana, y la venta se efectuará en los mercados que tengan más capacidad de demanda en cualquier país del mundo.

Hay una progresiva desconcentración y descentralización del proceso productivo, y una disminución del tamaño de la empresa. Ya no nos regimos por la regla de las economías de escala, y por lo tanto el antiguo sindicato y la confederación sindical han perdido el papel protagónico que tuvieron hasta los años setenta u ochenta. No son ya el eje de la articulación del proceso de negociación dentro de los países. A sus dirigentes les cuesta mucho concebir la manera de remontar las condiciones de flexibilidad laboral y de disminución de derechos del trabajo que prevalecen en la mayoría de las economías para ser competitivas.

Lo mismo pasa con otros actores sociales propios de la anterior organización social, las federaciones universitarias, las confederaciones campesinas. Los viejos actores sociales tienen menos condiciones favorables, el mundo es menos funcional a sus demandas y a su protagonismo de lo que era hace 50 años.

Y al mismo tiempo emergen en los países en desarrollo nuevos actores sociales, incompletos e insuficientes, quienes sin embargo plantean otros elementos o una nueva dimensión de la temática de la democratización. Las demandas de género de las mujeres, las demandas generacionales de los jóvenes que no encuentran empleo, las reivindicaciones culturales de los pueblos indígenas, las demandas de identidad de las regiones del componente subnacional dentro de los países, las importan-

tes demandas de preservación del medio ambiente de los grupos ambientalistas, provienen todas de movimientos sociales emergentes que tienen fuerza, pero que no se han instalado en plenitud en el seno de los escenarios democráticos de ninguno de los países latinoamericanos.

Entonces vivimos simultáneamente un ocaso relativo, una pérdida de vigencia del viejo conflicto social y de nuestros actores sociales históricos, y una insuficiencia en el protagonismo y en la participación de los nuevos actores sociales.

¿Cómo organizamos el grado de interlocución, el diálogo, la conversación, para que unos y otros encuentren el espacio apropiado en un tema esencial en el porvenir de la democracia en la región?

Un tercer asunto que quiero tratar tiene que ver con las relaciones entre la democracia y la seguridad. El mundo de la posguerra fría es un mundo de alta inseguridad, a contrapelo de los pronósticos más optimistas de muchas de las personas que saludaron el fin del orden bipolar. Es un mundo que a los ciudadanos les da menos certezas, les genera menos garantías de las que tuvieron antes. Y esta falta de certidumbres se da en muy variadas esferas y ámbitos de actividad.

Desde luego, América Latina es un continente cada vez más urbano. En la segunda mitad del siglo XX completamos un proceso masivo de urbanización, que hizo de la realidad rural y del mundo campesino un ámbito complementario, pero minoritario en prácticamente todos nuestros países.

La gente vive en ciudades, tiene demandas urbanas y busca el proceso de cambio y transformación social propio de la urbanización. Pero, a su vez, la ciudad se convierte en un lugar menos hospitalario, menos regulado, menos gobernado que en el pasado. Desde la compleja situación de las megalópolis que se multiplican por América Latina, y que tienen en la ciudad de México su manifestación más impresionante, hasta ciudades medianas que no logran construir condiciones de

integración social y de participación ciudadana. Tenemos una crisis, propia del proceso de ampliación urbana, que genera cuadros de inseguridad que se dan en muy variados terrenos.

Tenemos, desde luego, una inseguridad creciente en relación con los sistemas de seguridad social. Hay una crisis de los viejos sistemas de reparto, una virtual bancarrota de éstos en toda América Latina. El paso a sistemas de ahorro en cuentas individuales, que no satisfacen la expectativa del retiro y de la jubilación de las personas cuando lleguen a una edad más avanzada, se da simultáneamente con un proceso de envejecimiento de la población y mayores expectativas de vida que hace mucho más costoso el funcionamiento de los sistemas de seguridad social concebidos desde una perspectiva tradicional. El resultado es que la gente, en la medida en que avanza en el ciclo de la vida, va viendo que hay menos perspectivas de ver cubiertas sus necesidades en el periodo más dramático de su vida, en el periodo de la tercera edad.

A esto se agrega una inseguridad complementaria frente a los sistemas de salud, que refuerza las dificultades propias del sistema de pensiones. La gente teme a la vejez, pero teme también a la enfermedad, porque los sistemas de salud, en la medida en que se han hecho privados y sujetos al financiamiento de las personas, generan incertidumbre y su cobertura es mucho más baja que la que daban las viejas pautas del sistema de salud pública.

Tenemos sistemas de seguridad pública ineficientes y a veces desbordados frente al aumento del delito y el crimen organizado. En las encuestas que se hacen en América Latina, este es el problema que aparece muchas veces como la primera demanda a las autoridades democráticas y como un factor de crítica muy acentuado a quienes ejercen la conducción del país.

El tema de las nuevas formas de delito, los mayores recursos del crimen organizado y la inseguridad de las personas en su vida personal

y familiar, el entorno cívico, es otra de las dimensiones básicas de esta mayor inseguridad que se vive en América Latina.

Se registra, junto a esto, inseguridad en el empleo, un aumento en la informalidad y la necesidad de tipos de emprendimiento que llevan a reforzar los programas de pequeñas y medianas empresas de microempresarios y la actividad independiente de productores que ya no dependen del salario ni cuentan con las certezas de un contrato de trabajo.

A esto hay que agregar, incluso, inseguridad medioambiental, que se produce ante procesos de depredación que van dañando determinados ecosistemas y que agregan un nuevo componente a este fenómeno de la democracia y la seguridad, como un capítulo central de los retos democráticos en la América Latina.

Un cuarto campo tiene que ver con la democracia y el sistema internacional. Desde el nuevo sistema internacional, desde el proceso de globalización, desde la construcción del mundo que sigue al fin de la Guerra Fría, se genera un conjunto de complicaciones y problemas para la gobernabilidad democrática que no existía en el viejo sistema y del cual tenemos ahora que hacernos cargo con escasa experiencia e insuficiente conocimiento.

En primer término, habría que señalar que tenemos un achicamiento de la noción de soberanía. Los estados nacionales, que dominaron desde el Tratado de Westfalia hasta 1989 la vida del sistema internacional, hoy día son amenazados o coartados por las prerrogativas de otros actores supranacionales y subnacionales que van compitiendo por los márgenes de la soberanía estatal que se reduce.

Tenemos, por un lado, un fenómeno de crecimiento de los espacios supranacionales –lo que está sobre el Estado–, y por otro, un aumento también de las demandas de competencia subnacionales, de las regiones, provincias o comunidades autónomas que están dentro de nuestros respectivos países.

El proceso de ampliación del comercio y suscripción de tratados y acuerdos con este propósito de libre intercambio comercial –que prevalece hoy día en casi todos los países del mundo y es muy fuerte en México y en América Latina– es un primer ejemplo de estas dificultades para mantener la vieja idea de la soberanía nacional. Suscribir entendimientos de libre comercio supone siempre un germen de supranacionalidad y someternos a las decisiones de actores externos o de cuerpos que están por encima de la competencia de las autoridades políticas o jurisdiccionales de un país.

Pero también asistimos, en la mayoría de los países, a demandas crecientes de acción, de manejo de recursos, de competencia de las políticas públicas por parte de los gobiernos interiores, que están demandando de la autoridad nacional o federal la cesión de competencias y un proceso de desconcentración y descentralización de muchas de sus prerrogativas.

Pero el Estado nacional también está amenazado por el peso del nuevo vigor de las corporaciones transnacionales, que son 51 de las cien mayores economías del mundo. Hoy día, entre las mayores economías del planeta se encuentran más corporaciones transnacionales que estados, y estas corporaciones transnacionales tienen un tipo de planeación y de operación que no toma necesariamente en cuenta ni los espacios del Estado nacional ni las competencias de las autoridades del Estado nacional. Programan y deciden su quehacer desde un centro unificado de decisiones e impactan con esas decisiones a las autoridades nacionales y a la lógica del Estado nacional.

Y, finalmente, encontramos el incontrolable flujo de recursos financieros especulativos –un trillón y medio de dólares por día–, que es capaz, como los mexicanos lo supieron en 1994, los brasileños en 1998, los argentinos en 2001, y también los turcos, los indonesios, los rusos, en otros momentos de su historia reciente, de desestabilizar, con los retiros encadenados de capitales especulativos, el funcionamiento de la

economía nacional y de los sistemas políticos que manejan esas economías nacionales.

Entonces, el tema de la globalización en su dimensión financiera coloca otro elemento de incertidumbre, de inestabilidad, de precariedad democrática interesante de tener en consideración cuando hablamos del futuro de la democracia.

La democracia encuentra así, en el nuevo escenario internacional, un conjunto de retos y desafíos de los cuales también tenemos que hacernos cargo.

Para concluir, se podrían anotar todavía dos campos más, que comentaré muy escuetamente.

El primero es el aspecto de la relación entre la democracia y los medios de comunicación; las nuevas formas de hacer política que surgen de la centralidad mediática de la actividad política.

La política es hoy día parte de un espectáculo mediático más amplio, donde los dirigentes y actores políticos tienen que moverse casi con la misma vitalidad y energía que otros miembros propios de la farándula.

La política ha privilegiado, en este nuevo escenario dominado por lo mediático, ocurrencias y denuncias, las que han ocupado el espacio que tuvieron históricamente los proyectos de país y el examen de la dimensión prospectiva de las decisiones públicas.

Todo se hace más fugaz, más inmediato. Las decisiones no se sostienen en el tiempo si afectan las tasas de popularidad o los índices de aceptación de los gobernantes. Y los gobernantes en toda América Latina viven pensando más en la próxima encuesta y en las acciones y medidas que pueden levantar su porcentaje de aceptación, que en las soluciones profundas que hay que sostener, a veces aunque sean impopulares, porque en el tiempo tendrán un efecto encadenado que asegurará un porvenir mejor.

Hay una suerte de contradicción entre el éxito político y la articulación tenaz y concentrada en aquellas esferas de las políticas públicas a las que se debía prestar un grado mayor de atención, que hoy no reciben.

Pero hay también una declinación de los partidos políticos en su convocatoria y en su evaluación. En la evaluación de legitimidad de las instancias y las instituciones que hace el Latinobarómetro, en todos los países de América Latina hay una sola constante: el último lugar lo ocupan los partidos políticos, y el penúltimo, habitualmente los parlamentos; muy cerca de éstos se hallan los gobiernos.

Se modifica quién está en la parte alta de la evaluación de legitimidad; a veces las iglesias, los empresarios, las fuerzas armadas, las universidades. Lo que no cambia es quiénes están en la parte más baja; sabemos que el último sitio lo ocupan los partidos políticos, no obstante ser actores indispensables para la consolidación de cualquier proceso democrático.

Si el desencanto está asociado a los partidos, éstos se ven afectados por la nueva concepción mediática de hacer la política. Algo que advertimos en la región, en todos los países, es que la gestación de los liderazgos nacionales se hace en la sociedad, por conductos mediáticos, y no en los procesos formales de selección de los partidos políticos. Éstos dan una ratificación final a lo que la sociedad ya decidió, pero realmente los líderes políticos comienzan por desafiar a sus propios partidos y a imponerles desde fuera, desde la sociedad, la aceptación de su liderazgo y su legitimidad.

Los partidos políticos han perdido, incluso, la capacidad de designar y elegir a las personas que ejercerán la actividad pública y tomarán las decisiones. Y eso tiene que ver con circuitos de interacción público-privado también enteramente inéditos y distintos.

Para concluir este examen de los que, considero, son los seis problemas principales que, como retos, afectan la gobernabilidad en América

Latina, quisiera señalar que también la democracia latinoamericana, como régimen político, enfrenta el agotamiento del régimen político tradicional del presidencialismo latinoamericano.

El presidencialismo latinoamericano tenía reglas y pautas de funcionamiento que daban enorme certeza al funcionamiento de la política; era un sistema de reglas de mando jerárquico y centralizado que se ha perdido por completo en prácticamente todos los países en las últimas dos décadas.

Hoy día encontramos, en cambio, un sistema de interacción entre autoridades institucionales y autoridades no institucionales, bien denominadas por los españoles en la transición “poderes fácticos”. La capacidad que tienen de influir en el contenido de las políticas públicas las grandes corporaciones empresariales, los núcleos de la cúpula de las iglesias y la comunidad religiosa, comunidades de académicos e intelectuales, ciertos círculos y esferas superiores de las fuerzas armadas, en casi todos los países latinoamericanos, por lo menos empareja el poder de decisión de las autoridades que tienen las prerrogativas, las competencias y el mando institucional.

El proceso de toma de decisiones real es parte de un circuito complejo, con opacidades y con brillos difíciles de establecer. A esto se agrega, si miramos el funcionamiento del proceso político latinoamericano, un conjunto nuevo de demandas que vienen de la sociedad, para las cuales el régimen político en crisis no tiene capacidad de respuestas fáciles; estamos hablando de demandas de participación, de demandas de probidad, de demandas de transparencia de las conductas, de demandas de rendición de cuentas, de demandas de redistribución de las prerrogativas y competencias.

Y para cada uno de estos reclamos, para los requerimientos de la sociedad, el sistema tradicional no encuentra respuesta ni tiene fórmulas. De hecho, las crisis políticas se han hecho más frecuentes, sin que ocu-

rran los golpes de Estado o los madrugonazos tradicionales; no registramos golpes de estado en América Latina, pero el mecanismo constitucional de la revocatoria de mandato se ha impuesto de facto en muchos países de América Latina.

Hoy día, un presidente que es elegido no sabe si va a terminar su mandato. En Ecuador, en Venezuela, en Paraguay, en Argentina, en Perú y en Bolivia, presidentes que habían sido democráticamente elegidos entraron en una especie de ilegitimidad de ejercicio y, en función de la movilización social y de condiciones sobrevinientes de ingobernabilidad, terminaron cediendo el poder, como es el caso del presidente de Bolivia hace un par de semanas, pero también de otros gobernantes de América Latina anteriormente, fenómeno que, aparentemente, puede volver a ocurrir.

Las democracias de baja intensidad de las que habla Guillermo O'Donnell están produciendo el fenómeno de la inestabilidad suprema del ejercicio del mando político.

Entonces, en síntesis, tenemos la necesidad de poner término a las modalidades tradicionales o históricas del presidencialismo latinoamericano y construir un consenso y una respuesta en torno a un régimen político de reemplazo que suscite esperanza o acuerdos entre la mayoría de los ciudadanos. También esto es parte de las debilidades y los problemas de la democracia en el continente.

#### IV

Para abordar los temas y puntos de una propuesta de modernización y reforma de la democracia podría presentar una larga lista. Hace diez días estuvimos en el Observatorio de la Globalización de la Universidad de Barcelona, en un encuentro sobre “Gobernabilidad y Globalización”,

en el que justamente tratamos de determinar algunas áreas en las cuales pudiéramos explorar terrenos de solución a esta crisis política y a esta pérdida de gobernabilidad democrática en América Latina.

Simplemente enunciaré la lista de esos campos. Todos ofrecen grandes posibilidades de trabajo y de progresos futuros.

Primero, los temas de equidad territorial, de manejo del presupuesto social, de distribución del gasto social, de validación de los programas sociales, los temas de las estrategias de desarrollo nacional, los temas de formulación y ejecución de programas nacionales para la superación de la pobreza, que técnicamente estamos en condiciones de formular y ejecutar cada vez con mayor capacidad en América Latina.

- Los programas de capacitación juvenil para el empleo y las estrategias de reconversión productiva en las áreas que van envejeciendo y cayendo en obsolescencia en muchos de nuestros países.
- El rediseño de los esquemas de seguridad social, los nuevos esquemas de seguridad pública y combate a la criminalidad.
- El examen de los mecanismos de democracia semidirecta –participación popular, iniciativa popular, revocatoria de mandato, consejos económico-sociales– como mecanismos que puedan ayudar a dinamizar el manejo de nuestros regímenes políticos.
- Los nuevos esquemas de integración y cooperación internacional intralatinoamericanas. Cuánto podemos hacer desarrollando la cooperación horizontal, especialmente cooperación técnica que nos permita replicar las mejores experiencias y los mejores proyectos de muchos lugares de América Latina, que otros países no conocen y de los cuales no se benefician.
- El debate sobre los bienes públicos que necesariamente debe promover un sistema democrático, cómo conseguirlos y financiarlos.

- El debate acerca de la transparencia y la probidad de la actividad política, el debate del financiamiento de la política y el debate del límite del gasto y de la influencia de otros factores en la actividad pública electoral.

La agenda para resolver los retos de gobernabilidad es hoy día conocida, aunque compleja, y podemos trabajar con diferencias de contenido de un país a otro para abordarla.

Sin embargo, yo pienso, y con esto concluyo mi presentación, que América Latina está viviendo un momento importante de progreso relativo, más allá de las percepciones inquietantes en la ciudadanía sobre sus avances democráticos.

Creo que estamos frente a un rábano que debemos tomar con las dos manos; que tenemos que colocar sobre la mesa de la discusión nacional y en el debate regional estos problemas, porque a fin de cuentas, en América Latina la historia completa del continente se puede resumir tomando conciencia de la necesidad de cruzar los ejes de estancamiento, de dinamismo económico, atravesando el eje de desigualdad, de equidad y de integración.

En ese cruce de ejes podemos poner todas las experiencias que hemos acumulado en América Latina, la mayoría de las cuales son experiencias de estancamiento productivo con desigualdad social.

Tenemos unas pocas experiencias de dinamismo productivo con mucha inequidad, los llamados *milagros económicos* de América Latina, de los cuales la mayoría han acontecido bajo regímenes dictatoriales, como el *milagro brasileño* o los cinco años finales del gobierno del general Pinochet.

Tenemos unas pocas experiencias de búsqueda de la justicia social que terminan en una contracción económica y en estancamiento productivo. Ahí están todas nuestras revoluciones fallidas: el -13% de

crecimiento de Cuba en la década de los noventa, el fracaso de la Revolución Sandinista, la imposibilidad de sustentar la Vía Chilena al Socialismo de Salvador Allende.

Y encontramos, finalmente, un segmento dramático, un casillero vacío. El lugar donde seamos capaces de combinar crecimiento económico, dinamismo productivo, con equidad social y con participación democrática.

Ese sigue siendo el mayor reto, el nivel tres de la democracia, el nivel utópico de la democracia, que es el gran desafío de América Latina en los comienzos del siglo XXI.

Examinar la democracia supone ver estos tres niveles: régimen político, cultura y logro de mayor crecimiento y equidad, para concentrarnos básicamente en un gran debate que nos devuelva esa dimensión de proyectos de país que nos permita construir consensos y avanzar en la dirección que nuestros pueblos desean y exigen.



# Los medios y la democracia

Leonardo Curzio

*Dans mes trois carrières succesives, je me suis toujours proposé une grande tâche: voyageur, j'ai aspiré à la découverte du monde polaire; littérateur, j'ai essayé de rétablir la religion sur ses ruines; homme d'état je me suis efforcé de donner aux peuples le vrai système monarchique représentatif avec ses diverses libertés: j'ai du moins aidé à conquérir celle qui les vaut, les remplace, et tient lieu de toute constitution, la liberté de la presse.*

CHATEAUBRIAND (PRÉFACE TESTAMENTAIRE)

En un reciente informe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sobre el estado que guarda la democracia en América Latina se destacaban los avances que en materia de libertades ha experimentado la región en los últimos años.<sup>1</sup> La democracia electoral se abre paso como forma de gobierno generalizada en la mayor parte de los países y, pese a los presagios negativos que muchos observadores formulaban en los albores de las transiciones por la tradición autoritaria que había marcado nuestra historia, la democracia progresa. El régimen

<sup>1</sup> PNUD, *La democracia en América Latina / Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos*, Bogotá, 2004.

de libertades avanza, pero lo conseguido hasta ahora –razonaba el órgano de Naciones Unidas en el citado informe– no es definitivo, y mucho menos puede asegurarse que sea irreversible; hay riesgos en el corto y el mediano plazo que amenazan la viabilidad democrática.

En consecuencia, a la democracia hay que cuidarla y también hay que fortalecerla, no sólo con buena voluntad y tiempo, sino con políticas concretas y consistentes. Se deben dar pasos firmes y consecuentes para estrechar las ventanas de vulnerabilidad que hoy presentan nuestros países. Las debilidades de las democracias latinoamericanas son muchas, y aunque no es este el espacio para desglosarlas, vale la pena evocarlas de manera sumaria para contextualizar nuestro tema.

La ausencia de un Estado capaz de hacer cumplir cabalmente la ley e impartir justicia es una de las más palmarias debilidades de toda la región. Lo mismo cabe decir de una estructura de distribución del ingreso que figura como la más inícuca del planeta. La desigualdad de oportunidades que sufren los grupos menos favorecidos de la sociedad –mujeres, indígenas, etc.– alimenta una estructura social con lacerantes injusticias, que en algunas zonas puede amenazar la estabilidad democrática. En el ámbito de las instituciones del Estado se reconocen también problemas serios para la consolidación de la gobernabilidad democrática. Uno de ellos es el diseño institucional del poder que lleva a la paradójica situación de tener presidentes teóricamente fuertes, pero en la práctica incapaces de llevar adelante su programa de gobierno por la obstaculización permanente de los congresos. Es también grave en América Latina el desprestigio que en pocos años han venido acumulando los partidos políticos ante la opinión pública. Aunque con diferencias según el país, el sistema de partidos tiene en la región un alto nivel de fragmentación y una baja institucionalización, lo cual impide agregar demandas de la población más desprotegida y facilitar la gobernabilidad de los países.

Un cambio importante en el paisaje de las jóvenes democracias latinoamericanas es que el avance de la democracia electoral ha implicado el debilitamiento relativo de algunos poderes fácticos como los ejércitos y la Iglesia católica y el surgimiento de nuevos actores decisivos en la esfera pública. En efecto, si comparamos la correlación de fuerzas existente hace 30 años en nuestros países con la actual, es relativamente fácil deducir que el peso de los militares en la esfera política ha experimentado un retroceso relativo en términos de influencia en la conducción de los asuntos nacionales, y absoluto en términos del presupuesto nacional asignado a los gastos de defensa. En lo tocante a la Iglesia católica, dos elementos explican que, a pesar de seguir siendo el referente más importante en los temas religiosos para la mayoría de la población, como institución ha venido perdiendo peso relativo: *a)* el avance de las iglesias protestantes; *b)* la secularización de la vida cotidiana. La Iglesia y el Ejército no son, hoy por hoy, los poderes fácticos más importantes en las sociedades latinoamericanas.

¿Cuáles son entonces los grupos más poderosos en el nuevo contexto? Sin prejuzgar su peso relativo, éstos son los empresarios, las calificadoras<sup>2</sup> y los medios de comunicación. Dejemos de lado las calificadoras, por ser un factor transnacional, y concentrémonos en el ámbito nacional. La más alta concentración de poder se ha trasladado al eje económico y comunicacional. Los empresarios se consideran, en todos los países del subcontinente, factores de influencia muy poderosos por su capacidad de hacer valer sus puntos de vista en la conducción de las políticas económica, industrial y comercial de un país. Los medios de comunicación, por su parte, tienen hoy el doble papel de ser la arena

<sup>2</sup> Me refiero a las calificadoras que evalúan el riesgo soberano de los países, entre ellas Ficht Rating, Moodys o Standard and Poors. Sus dictámenes suelen ser un elemento de gran influencia en los debates de los diferentes países del subcontinente.

donde se debaten los asuntos públicos y, al mismo tiempo, un actor de gran peso en la configuración de la agenda pública de discusión. En algunos contextos, y en coyunturas específicas, los medios de comunicación –en especial la televisión– pueden ser percibidos como un poder con intereses propios y con una capacidad enorme para construir y destruir la reputación de los políticos o condicionar su actuación.

Esta lectura de los nuevos equilibrios de poder en las sociedades contemporáneas no es, por supuesto, exclusiva de nuestros países. Ignacio Ramonet, por ejemplo, plantea una reflexión –con claros tintes de provocación intelectual– de alcance planetario, y sugiere que el sistema tripartito de poderes descrito por Montesquieu –ejecutivo, legislativo y judicial– debe ser repensado. Los tres poderes que caracterizan a la sociedad moderna son el económico, en segundo lugar el mediático y en un tercer lugar el político.<sup>3</sup>

Otros autores, como Karl Popper, teórico y defensor de la sociedad abierta, hacen una advertencia que no puede ser tomada a la ligera: la democracia no puede existir si no existe un control sobre la televisión. La televisión tiene una influencia decisiva en las sociedades contemporáneas y, por lo tanto, puede convertirse en una amenaza para la sociedad abierta y sus valores.<sup>4</sup>

Pero volvamos a nuestra realidad inmediata. El poder de los medios de comunicación en muchos países de la región, como Brasil, Colombia y México, se considera enorme. Grandes consorcios, especialmente de televisión, juegan un papel preponderante en la vida política moderna, y lo más inquietante del poder mediático, desde una perspectiva política, es que se ejerce sin los contrapesos o los controles propios de

<sup>3</sup> Ignacio Ramonet, *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Temas de Debate, 1998, p. 32.

<sup>4</sup> Karl Popper y John Condry, *La televisión es mala maestra*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, p. 55.

todo poder constituido. Existe en las sociedades latinoamericanas una difusa percepción de que los medios son el único poder que se puede ejercer sin auténticos elementos equilibradores.<sup>5</sup> Por supuesto, ésta, como toda generalización, permite encontrar regularidades muy evidentes, pero también esconde particularidades nacionales que es necesario valorar.

En este artículo nos ocuparemos del caso mexicano, y abordaremos algunos aspectos generales para concluir con los desafíos que el binomio democracia-medios de comunicación tiene en la construcción de un México moderno.

## LA COMUNICACIÓN EN EL NUEVO CONTEXTO

Es evidente que entre apertura política y desarrollo de unos medios independientes existe una interacción de dos procesos que se condicionan recíprocamente. La alternancia política en 2000 difícilmente se hubiera producido sin una serie de transformaciones, lentas pero sucesivas, de los medios —en especial la radio y la prensa, y en los últimos años también la televisión—. Estos cambios edificaron un espacio público de deliberación y crítica para construir una alternativa viable al poder establecido. El ascenso de Vicente Fox sería impensable sin la apertura de los medios a opciones políticas diferentes a la oficial. Pero también hay que reconocer que la progresiva liberalización del régimen fue generando condiciones para la consolidación de un sistema mediático independiente.

Ahora bien, el papel protagónico que los medios de comunicación juegan en el México moderno no obedece solamente a la democrati-

<sup>5</sup> Véase, por ejemplo, la entrevista de María Antonieta Barragán con Héctor Aguilar Camín: “El de los medios, poder impune”, *Etcétera*, núm. 43, México, mayo de 2004.

zación del sistema político, es producto también de un proceso de desarrollo tecnológico que genera condiciones para que la información fluya de manera incesante en todas partes del mundo.

El control histórico que el régimen priista ejerció sobre los medios de comunicación se fue debilitando a medida que el desarrollo tecnológico iba ofreciendo canales de información incontrolables por el gobierno. Los ciudadanos empezaron a ver noticiarios de televisión transmitidos desde otros países e inalcanzables, por tanto, para la censura, y a través de la red tenían la oportunidad de disponer de un cúmulo de notas, artículos y bases de datos muy distantes de las interpretaciones oficiales.

Hoy por hoy, los autoritarismos de toda laya –y también los gobiernos democráticos– enfrentan cada vez más problemas para impedir que sus pueblos sepan lo que pasa en el mundo y, por supuesto, en sus propios países, pues se han multiplicado los mecanismos para difundir mensajes, desde el correo electrónico hasta los mensajes cortos por telefonía celular, sin que el poder pueda censurarlos. En fechas recientes, con motivo de los sangrientos atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid, el gobierno de José María Aznar intentó, con éxito momentáneo, manipular los medios de comunicación al difundir la versión de que la autoría de los atentados de Atocha correspondía a la banda separatista ETA. La tesis gubernamental fue diluyéndose en la medida en que los españoles tenían acceso a información que estaban generando otros medios fuera de España, información que se empezó a diseminar, especialmente entre los sectores más jóvenes de la población, a través de mensajes telefónicos. Muchos observadores del proceso electoral que se celebró tres días después de los atentados y que culminó con el triunfo de José Luis Rodríguez Zapatero, del Partido Socialista Obrero Español, concuerdan en que el vuelco electoral se debió, entre otros factores, a esa cadena de comunicación establecida por los ciudadanos para exhibir la voluntad del gobierno de intentar utilizar en favor del

candidato del Partido Popular la presunta autoría de ETA.<sup>6</sup> Pero volvamos a las transformaciones estructurales.

La comunicación se ha convertido en el elemento central de las sociedades contemporáneas.<sup>7</sup> El desarrollo tecnológico de los últimos años ha impulsado y facilitado la centralidad que la comunicación tiene hoy en nuestra vida. La sociedad del siglo XXI está sometida al mayor flujo de información de toda la historia. En ningún otro momento las personas han tenido tanta información disponible sobre su entorno como en la actualidad.

Desde la invención de la imprenta, la información dejó de ser patrimonio de un grupo muy reducido de poderosos que ocupaban un lugar privilegiado en la estructura social y empezó a circular en ámbitos cada vez más amplios. La restricción espacial ya no fue un impedimento insalvable para tener acceso a cierto tipo de información.<sup>8</sup> Los incipientes periódicos, y por supuesto los libros, empezaron a abrir una enorme carretera para que la información circulara. Algunos de ellos jugaron un papel decisivo para moldear la opinión pública de la época, como la *Brevísima relación de la destrucción de las Indias*. El texto de Fray Bartolomé de las Casas generó en el siglo XVI una polémica de gran magnitud en la sociedad europea y novohispana sobre el papel de España en las Américas y, a la larga, se convirtió en un elemento decisivo para moldear la percepción de la conquista de América que tuviera amplios sectores durante varios siglos. De hecho, una buena parte de sus críti-

<sup>6</sup> Véase, por ejemplo, Belén Barreiro, “14-M: Elecciones a la sombra del terrorismo”, *Claves de Razón Práctica*, núm. 141, Madrid, abril de 2004.

<sup>7</sup> Es abundante la literatura que liga la teoría de la sociedad con la teoría de la comunicación. Niklas Luhman, Jürgen Habermas, Paul Watzlawick, Helmick Beavin y Don D. Jackson, entre otros autores, se han ocupado del tema, y sus textos han sido ampliamente discutidos en los círculos académicos.

<sup>8</sup> Véase la interesante historia que reconstruye John Thompson, *El escándalo político*, Barcelona, Paidós, 2001.

cos le atribuyen al dominico haber sido el padre intelectual de la llamada leyenda negra<sup>9</sup> sobre la conquista española.

El poder de los libros y la influencia que ejercían en determinados sectores alarmaba a los poderes establecidos. En algunos casos se prohibían sin más, incluyéndolos en índices de textos diabólicos, como sucedió con la obra de Giordano Bruno. En otros casos, cuando ya era imposible detener la lectura de un libro, el poder ponía en juego todas sus capacidades para tratar de neutralizar su efecto. Los jesuitas, por ejemplo, gastaron mucho seso y mucha tinta tratando de descalificar la obra de Maquiavelo. Existe una amplia producción bibliográfica (de Giovanni Botero a Baltasar Gracián) de vocación abiertamente antimachiavelica y con un propósito confeso: contrarrestar los efectos de la obra del florentino.

En el siglo XVIII, como es sabido, los principios de la Ilustración y las ideas de libertad progresan de manera sustancial en Europa y Norteamérica. La revolución de independencia de los Estados Unidos se explica, entre otros factores, por el efecto que causó el *best seller* de Thomas Paine titulado *Sentido común*. La revolución francesa y los emergentes movimientos de independencia en varios países americanos se alimentan de las nuevas ideas libertarias, que ganan terreno primero en los cenáculos ilustrados, y de manera progresiva van permeando otras capas de la sociedad.<sup>10</sup> El sueño del Siglo de las Luces era ordenar la información disponible para poder difundirla de manera eficaz, a fin de luchar contra la ignorancia y los atavismos.<sup>11</sup> Con información, la humanidad podría dar el gran salto.

<sup>9</sup> Existe una nutrida literatura sobre la vida y la obra del obispo de Chiapas. Véase, por ejemplo, el hermoso libro de Agustín Yáñez, *Fray Bartolomé de las Casas. El conquistador conquistado*, México, Planeta, 2001.

<sup>10</sup> Véase, por ejemplo, Daniel Roche, *La France des lumières*, París, Fayard, 1993.

<sup>11</sup> Sobre este tema hay una abundante y muy variada bibliografía, pero vale la pena re-

Durante el siglo XIX, el desarrollo y la profesionalización de los periódicos abrió la posibilidad de generar una plataforma de comunicación que consiguiera dos objetivos simultáneos, a saber: que al mismo tiempo de ofrecer lecturas diversas sobre la realidad del mundo, planteara la posibilidad de articular la naciente sociedad urbana en torno a un proyecto nacional. Los periódicos fueron un elemento decisivo, mas no exclusivo, para homologar la lengua nacional, y también fueron un elemento central para aislar un conjunto de problemáticas propias de una sociedad nacional, que sin duda contribuyeron a incrementar el sentido de pertenencia en los nacientes estados y a articular las débiles sociedades que emergían después de siglos de colonización.

El avance y la consolidación de la democracia están íntimamente ligados al desarrollo de los medios de comunicación. La información publicada por audaces periodistas se convirtió en una de las armas más eficaces de la sociedad para denunciar las corruptelas y los abusos del gobierno. A Alexis de Tocqueville le debemos una descripción equilibrada y prudente de los beneficios, pero también de los riesgos, que la prensa libre planteaba en la democracia americana: “Confieso –escribe Tocqueville– que no tenía por la libertad de prensa ese amor instantáneo y completo que le otorgamos a las cosas intrínsecamente buenas. Me gusta por la consideración de los males que impide, mucho más que por los bienes que hace.”<sup>12</sup>

Si el siglo XVIII nos dejó la teoría, el XIX demostró en algunas regiones del mundo que la libertad de prensa es el mejor antídoto contra la tiranía, pues inhibe los excesos y resulta indispensable para garantizar

visar la reconstrucción biográfico-intelectual de uno de los apóstoles del progreso en aquel siglo y personaje emblemático del Iluminismo que hacen Elisabeth y Robert Badinter, *Condorcet. Un intellectuel en politique*, París, Fayard, 1988.

<sup>12</sup> Alexis de Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*, París, Gallimard, 1992, cap. III, p. 202.

la formación plural de la opinión pública. Es además un acicate para hacer realidad la libertad de asociación y así dar mayor vigor a la sociedad civil.

El siglo XX está marcado por el desarrollo de la tecnología. En primer lugar, la radio impulsa una revolución en el ámbito de la comunicación y difusión de la información. Supera la restricción a los analfabetos para conocer de las noticias y los debates. Con la radio, las capas populares pueden tener acceso irrestricto a la información —y también a la propaganda—, por el bajo costo que implica. Muchos años después vendrá la televisión, que es todavía objeto de polémicas interesantes por las implicaciones que entraña.

En el siglo XX, y previsiblemente también en el XXI, la televisión es el medio de comunicación más utilizado como fuente de información y de entretenimiento. Millones de personas en todo el planeta pasan en promedio más de tres horas diarias frente a la pantalla. Este fenómeno social ha impulsado como ningún medio en el pasado la reflexión teórica. En efecto, en los últimos años ha sido intensa la reflexión sobre el papel de la televisión como generadora de una cultura informativa que propende a dos reduccionismos: *a*) comprimir la complejidad de los asuntos públicos en historias de dos minutos y medio (la cultura del *fulltrack*) y *b*) establecer la primacía de la imagen. Los temas abstractos y de poco impacto visual pierden espacio en favor de lo espectacular.<sup>13</sup>

Sin embargo, la televisión registra avances que es imposible negar. Su desarrollo tecnológico ha permitido al teleauditorio obtener información en tiempo real sobre diferentes asuntos —desde guerras hasta bodas reales—, sin que el peso del mediador o periodista sea definitivo, como en otros tiempos. Ha logrado también abrir un grado de concien-

<sup>13</sup> Véase, por ejemplo, Giovanni Sartori, *Homo Videns*, Madrid, Taurus, 1998. Véase también Karl Popper y John Condry, *op. cit.*

cia sobre lo que sucede en sitios remotos, sobre problemáticas locales, al convertirlas en asuntos de alcance planetario. No es cuestión de extendernos en los ejemplos, pero la importancia como actor político del EZLN no sería la misma sin la televisión, que catapultó al carismático subcomandante a la categoría de icono en los medios de comunicación internacionales y dio a la lucha de los indígenas una relevancia en verdad extraordinaria.

Otro desarrollo impresionante de los últimos años es el ligado a la Internet. Cualquier ciudadano dotado de una computadora personal y una conexión telefónica puede tener acceso virtual a un número indefinido de bases de datos y contenidos informativos de cualquier tipo. Con la expansión de la red, cierta información que antaño se vendía a un elevado precio —el acceso a cables de agencias, por ejemplo— ha pasado a ser un producto que se puede consumir con relativa facilidad en los principales portales informativos. Cierto es que hay una tendencia a cobrar por los servicios, pero aún es posible *navegar* en un buen número de sitios de Internet sin costo, por ejemplo, el de agencias tan prestigiadas como la BBC o CNN.

Esta revolución tecnológica ha hecho posible, igualmente, que muchas comunidades establezcan contacto entre sí y divulguen sus puntos de vista sin pasar por los medios de comunicación tradicionales. Esta nueva realidad está ocasionando cambios que aún no se han valorado de manera sistemática.

### ¿LA SOBREFERTA DE INFORMACIÓN NOS HACE MÁS LIBRES?

Si se estableciese una relación causa-efecto entre el volumen de información disponible en una sociedad y el grado de libertad de los ciudadanos, la sociedad contemporánea constituiría —por el flujo de información

que posee— un mundo ideal para el desarrollo de las capacidades de las personas. Un ciudadano de cualquier país occidental puede potencialmente tener acceso hoy a más información —y de manera más expedita y barata— que los redactores de un influyente diario neoyorkino a mediados del siglo XX. La revolución informática es formidable.

Es innegable que con la información disponible en el mundo global se han reducido de manera notable los abusos gubernamentales en diversas latitudes y se ha creado una suerte de ciudadanía global que consume información en diversas lenguas y de diferentes fuentes, pero la lectura de este fenómeno no puede ser lineal, porque no todos los ciudadanos disponen del mismo volumen de información, ni todos tienen las mismas capacidades para obtener información de calidad. El acceso desigual a la información es un asunto que impacta en dos planos:

a) Uno externo, que se vincula estrictamente con las desigualdades entre el Norte y el Sur del planeta. Los habitantes del tercer mundo tienen menos posibilidades de ver sus realidades reflejadas en los medios de comunicación globales, salvo que sean desastres naturales o matanzas.

b) El otro, interno, tiene que ver con la división de las sociedades modernas en dos estratos —llamados círculos por algunos, y foros<sup>14</sup> por otros— que son objeto de una distinción cromática. Según la terminología usual en el México contemporáneo, tenemos, por un

<sup>14</sup> El tema, por supuesto, no es nuevo. Ya Pablo González Casanova, en su texto clásico *La democracia en México* (México, ERA, 1965), identifica un estrato de la población que no tenía acceso a la lectura de diarios y, por lo tanto, permanecía marginado del debate nacional. Hoy, con los medios electrónicos, el acceso a información es más masivo que en el pasado, pero sigue existiendo una estratificación social que condiciona el acceso a la información y su consumo.

lado, un segmento de la sociedad reagrupado en el llamado “círculo o foro verde”, que es el mayoritario y el que se interesa superficialmente por la información de tipo político, económico y cultural. Es el grupo que engrosa los niveles de audiencia de los programas de entretenimiento<sup>15</sup> y la prensa amarilla. Tenemos, por el otro lado, el llamado “círculo rojo”, que es minoritario, consume prensa de calidad y tiene una opinión formada sobre los principales asuntos de la agenda nacional e internacional.

Hoy, un ciudadano medio del Distrito Federal tiene acceso a un número sin precedente de espacios radiofónicos. En la mañana, desde las 5:30 hasta las 11:00 horas, existe una amplia oferta de noticieros (véase el cuadro de la página 71), que presentan una variada gama de información que va desde la policiaca, la metropolitana, hasta la de corte estrictamente financiero, pasando por la que da énfasis a los temas políticos nacionales e internacionales.

En materia de prensa escrita, son por lo menos 14 los diarios que circulan en la capital. Entre los de mayor circulación se encuentran *Reforma*, *El Universal*, *El Financiero*, *El Economista*, *Excélsior*, *Milenio*, *La Jornada*, *El Independiente*, *Diario Monitor*, *El Universal Gráfico*, *La Crónica*, *Metro*, *La Prensa*, *Diario DF*, además del prestigiado periódico español *El País*.

<sup>15</sup> Sólo como indicador, considérese que el programa más visto en la barra nocturna de un día laboral, por ejemplo el lunes 24 de mayo de 2004, es uno de corte cómico transmitido por Canal 2 y llamado *La escuelita VIP*, que alcanza 22.5 de *rating* y un *share* de 31.2%, lo que en otras palabras significa que uno de cada tres televisores encendidos ha elegido esa opción. El segundo lugar lo ocupa un *talk show* llamado *Día de perros*, que transmite Canal 5 y registra 15.8. Los programas informativos ocupan el segundo plano: Joaquín López Dóriga registra 15 puntos y Javier Alatorre 11.1. Los programas de entrevistas o de corte analítico tienen una audiencia considerablemente menor: *Primer Plano*, de Canal 11, registró 1.4 y *La entrevista con Sarmiento*, de TV Azteca, 0.7. Fuente: IBOPE.

En televisión abierta, la oferta informativa no es tan amplia. Las dos principales televisoras ofrecen en sus canales insignia espacios que combinan la información con el entretenimiento. Este género, llamado *infoentretenimiento*, se practicaba también de manera abierta en el programa de Víctor Trujillo (Brozo) transmitido hasta el 2 de junio de 2004 por Canal 4; Canal 11, del Instituto Politécnico Nacional, tiene un segmento matutino de noticias. Además de las ofertas informativas de televisión abierta, por la mañana un usuario de televisión por cable puede disponer de manera casi permanente de la oferta internacional en canales como CNN, BBC, FOX, Canal 24 Horas, Bloomberg, entre otros.

El volumen de información disponible es por lo tanto potencialmente enorme, y, en teoría, un ciudadano con criterio propio estaría en condiciones de discriminar, en ese mar de información, la paja del grano. Sin embargo, esto no deja de ser una suposición optimista.

Los medios de comunicación en una sociedad abierta no propenden de manera natural y espontánea a construir una sociedad más libre y mejor informada; es necesario trabajar consciente y consistentemente en la depuración de los contenidos y en elevar el nivel de calidad de la programación. Existe una serie de experiencias y problemáticas que nos pueden ilustrar sobre esta situación.

En primer lugar, cabría recordar el papel que la televisión juega en la sociedad contemporánea. Como ya lo hemos señalado, aunque el tema ha sido tratado de manera sistemática por diversos autores<sup>16</sup> y a pesar del enorme desarrollo que han experimentado las ciencias sociales, y en especial las ciencias de la comunicación, no tenemos todavía una teoría general que explique, de manera exhaustiva, la forma en que los medios influyen en nuestras percepciones y condicionan nuestro comportamiento.

<sup>16</sup> Entre otros, Armand Mattelart, Umberto Eco y varios más.

En algunos sectores se sigue manejando la visión desarrollada a partir de la novela de George Orwell titulada *1984* y el famoso Big Brother. La visión orweliana, como es sabido, parte del supuesto de que un ente centralizado puede controlar nuestra vida y mistificar nuestra volición. Esta visión apocalíptica se traslada mecánicamente a los medios electrónicos, a los que se atribuye propiedades físicas, e incluso metafísicas, para manipular la sociedad y su conciencia. Esta visión, que por cierto fue muy influyente en las escuelas de comunicación en décadas anteriores, está progresivamente cayendo en desuso, pues supone dos condiciones que no se dan en una sociedad abierta:

- a) Un centro difusor unificado de mensajes y contenidos
- b) Una sociedad acrítica sin capacidad de diferenciar información y propaganda

Otra aproximación teórica muy influyente es la teoría de los líderes de opinión. A diferencia de la anterior, la manipulación más burda deja paso a la inducción más refinada. Esta teoría descansa en dos supuestos:

- a) Un universo enorme de información
- b) Actores con capacidad de interpretación e inducción de la información, que pueden ser:
  - conductores de espacios informativos
  - editorialistas
  - profesores
  - sacerdotes
  - líderes empresariales
  - artistas y otros grupos sociales

La explicación general que ofrece esta perspectiva teórica parte del supuesto de que un ciudadano medio se enfrenta a un volumen ingente de información, que podemos clasificar de la siguiente manera:

- metropolitana
- policiaca
- económico/financiera
- internacional
- social
- médica
- política

¿Cómo orientarse en ese mar de noticias y poder tener una opinión fundada sobre los principales asuntos? Es claro que la información de corte metropolitano y policiaco no requiere mayor mediación para ser digerida, pero en el resto de los capítulos informativos hace falta una disposición mental específica y un contexto suficiente para que los hechos cobren sentido y se integren en un sistema explicativo que determine su importancia. La información cruda no dice nada a quien no tiene un sistema organizado para validarla, contextualizarla y proyectarla. ¿Qué significa que el barril de petróleo se cotice a 32 dólares? ¿Qué puede significar, más allá del mero hecho, que se desarrolle una guerra civil en Liberia? ¿Qué consecuencias podría tener el que los mexicanos residentes en el exterior votaran en 2006? ¿Qué significa para México la posibilidad de mediar en el conflicto colombiano? Contestar estas preguntas supone tener elementos suficientes de contexto y un eje articulador para engarzar la información y, a partir de ella, tejer una opinión.

Es frecuente que nuestras opiniones sobre asuntos que no se relacionan con nuestro entorno inmediato se deriven de otras emitidas por personas a las que suponemos competentes para leer la complejidad de la información y ofrecernos una perspectiva “prestada”. Esa es la fun-

ción de los líderes de opinión: reducir la complejidad y darnos ideas.

Como puede apreciarse, el papel de estos agentes inductores es proporcional al crecimiento exponencial de la información disponible. Desde esta perspectiva teórica, el comunicador deja ser el manipulador y pasa a ser una especie de agente de tránsito que orienta en un sentido o en otro la información. Está por demás decirlo, pero en una sociedad abierta y plural no existe *el líder de opinión*, existen *los líderes de opinión* que compiten entre sí tratando cada uno de que su orientación e interpretación de los hechos sea la que más influya.

Una tercera visión del papel de los medios en la sociedad contemporánea es la que los concibe como los fijadores de agenda pública. Esta visión, que es la más englobadora, supone cuatro condiciones:

- a) Una masa de información ingente.
- b) Grupos –políticos y económicos– que tienen interés en presentar la información con un sesgo o, incluso, omitir ciertos aspectos de la misma y no otros.
- c) Líderes de opinión orientados en diversas direcciones.
- d) Una capacidad de los medios para definir temas e interlocutores.

Este último factor no es menor, y ha sido objeto de severas críticas por parte de algunos estudiosos. Bourdieu, por ejemplo, registra el tema de la criba de la información de una manera muy crítica. El sociólogo francés constata que los medios de comunicación se han convertido en *mediadores* de las diversas actividades sociales, políticas, económicas, educativas y culturales de nuestro tiempo y eso les confiere una responsabilidad que no siempre cumplen. Bourdieu era lapidario al afirmar que

no hay discurso que para tener acceso al debate público no deba someterse a esa prueba de la selección periodística, es decir, a esa colosal censura que

los periodistas ejercen sin darse cuenta, al no retener más que lo que es capaz de interesarlos, de captar su atención, es decir, de entrar en sus categorías, en sus esquemas mentales y condenar a la insignificancia o a la indiferencia a expresiones simbólicas merecedoras de llegar al conjunto de los ciudadanos.<sup>17</sup>

Al definir los temas de la agenda, los medios designan también a los actores competentes para opinar sobre los mismos. Es frecuente escuchar en el fraseo de las notas radiofónicas y televisivas que se invoca a un *experto* como fuente de legitimidad.

Los medios van creando así especialistas o intelectuales mediáticos que son consultados para diferentes temas y cuya opinión es muy valorada en el espacio mediático, aunque en su currículum no consignen obras influyentes —en algunos casos ni siquiera una licenciatura terminada—, pero la magia de los medios los convierte en sujetos con autoridad para emitir opiniones y juicios. Esto explica que en muchos casos el debate nacional se vuelva tremendamente superficial y por momentos anímico.

Estamos, entonces, ante un problema posmoderno, que consiste en replantearnos la ecuación de los ilustrados, al constatar que un volumen enorme de información no censurada no implica necesariamente mayor comprensión del entorno ni, mucho menos, presupone que de manera automática esta situación vaya a servir para edificar una sociedad basada en los valores del pluralismo y la tolerancia. Hay que repensar el tema.

<sup>17</sup> Pierre Bourdieu, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997, pp. 68-69.

## LOS MEDIOS EN UNA DEMOCRACIA MODERNA

La democracia moderna no puede definirse solamente como un conjunto de procedimientos para elegir a los gobernantes o como un diseño institucional que permita el equilibrio de poderes. En una democracia, como lo hacía notar Amartya Sen en un reciente artículo, es necesario abrir un espacio para la deliberación pública que permita dar sentido a los grandes dilemas de un país, a través del ejercicio de la razón pública.<sup>18</sup>

Un espacio natural para que fluya la deliberación pública son los medios de comunicación. Una de sus funciones, que no siempre se cumple a cabalidad, es contribuir a vertebrar el debate nacional. Los medios deberían ofrecer no solamente las diferentes posturas que se presentan sobre los distintos temas de la agenda nacional, sino también la información de contexto necesaria para que las personas puedan formarse un juicio sobre lo que está en juego y puedan así influir en la toma de decisiones y hacer valer su condición de ciudadanos.

Una ciudadanía informada es la base para desarrollar una democracia lejana de prácticas clientelares y populistas. Sin ese actor histórico —la ciudadanía informada—, la democracia se convierte en un tráfico permanente y degradante de prebendas y servicios a cambio de apoyo electoral. Una ciudadanía informada resiste con entereza las manipulaciones de los demagogos; en cambio, una ciudadanía subinformada es el ejército que engrosa las bases que apoyan a los caudillos iluminados.

La depuración de las prácticas políticas en México depende, entre otros factores, del desarrollo de una masa crítica de ciudadanos informados que puedan dar viabilidad económica a unos medios de comunicación al servicio de los valores democráticos. ¿Qué significa esto? Para contribuir al desarrollo de una sociedad más democrática y mejor infor-

<sup>18</sup> Amartya Sen, “El ejercicio de la razón pública”, *Letras Libres*, mayo de 2004.

mada, es necesario promover una relación virtuosa entre consumidores y medios que permita superar el predominio de la oferta de contenidos de baja calidad amparada en el pretexto de que el nivel de audiencia depende de eso, y dejar atrás el prejuicio de que los grandes temas de la agenda nacional son por naturaleza aburridos y de interés para un grupo muy reducido de la población. La dictadura del *rating* debe dar paso a una construcción consciente de un mejor espacio de debate público.

Para que existan buenos contenidos en los medios es necesario desarrollar una masa crítica de consumidores que fomente o premie la creación de contenidos diferentes. Mientras la viabilidad económica de un proyecto periodístico esté ligada a los niveles de audiencia o de tiraje, es natural que los contenidos propendan a caer en varios abismos, perfectamente detectables en algunos medios mexicanos.

¿Cuáles son estos abismos?

El primero es la tendencia al *infoentretenimiento*, que es una tentación y una coartada permanente para la televisión. Esta forma de comunicación mezcla la información con el entretenimiento, supuestamente para que el ciudadano no se aburra. Es evidente que los medios no pueden justificar esa práctica argumentando que los programas no resultan amenos o atractivos para la audiencia por la inclusión de contenidos relevantes. Ese círculo vicioso se tiene que romper. Los contenidos centrales en el debate democrático no tienen por qué ser aburridos. Ha habido en otros países experiencias como *La clave*, de José Luis Balbín, en los albores de la democratización española, que tenía elevados niveles de audiencia. También en España, se transmitió a mediados de los años ochenta por TVE, con gran éxito, un debate conducido por la periodista Victoria Prego. En estos tiempos, la RAI italiana sigue transmitiendo en horario estelar el programa *Porta a porta*, de Bruno Vespa, que trata los temas de actualidad con los personajes del momento y un formato francamente atractivo.

La radio mexicana ha conseguido romper muchos prejuicios, y en diversos espacios ha demostrado que para conseguir niveles aceptables de audiencia y, por ende, tener viabilidad económica, no es necesario remitirse a los socorridos temas de la nota roja, el sensacionalismo y la trivialización. La radio mexicana acredita que los temas más relevantes de la agenda nacional pueden tratarse de una manera interesante y ser económicamente viables. Es un prejuicio oligárquico el suponer que ciertas capas populares no pueden tener acceso a información de calidad y suficiente, y que a ellas sólo se les debe dar información chatarra.

El reto de los medios de comunicación comprometidos con el desarrollo de los valores democráticos es permitir que más y más ciudadanos tengan acceso a una información de calidad sobre lo que sucede en su país y en el mundo. Una democracia requiere ciudadanos informados y, por lo tanto, necesita medios que sean capaces de ofrecer esos contenidos a la sociedad en general. Como decía el educador y estadista argentino Domingo Faustino Sarmiento en el siglo XIX, si el pueblo va a mandar, hay que educar al soberano.

El reto que entonces tenía el sistema educativo lo comparten hoy los medios de comunicación. Otra problemática grave que debemos conjurar, en la medida de lo posible, es que los medios de comunicación tiendan a aislarse de la sociedad. Hay una práctica periodística que crecientemente obliga a los medios a ver la realidad a través de otros medios. Parece kafkiano, pero muchos periodistas se enteran de lo que sucede en el mundo, no mediante la observación directa, sino a través de otros medios. Esto lleva a una reducción de los observadores directos de la realidad, y a la aparición de un fenómeno muy particular, que consiste en que los medios estén muy pendientes de lo que dicen otros medios, en lugar de optar por su propia visión y experiencia de las cosas. Sin llegar al ideal del insigne Kapuscinski –optar por una inmersión total en una realidad antes de redactar un reportaje–, los medios

podrían en efecto observar con más detenimiento la realidad y ocuparse menos de lo que hacen o dicen sus competidores.

Como lo han hecho notar algunos autores –Bourdieu, por ejemplo, en el caso de la televisión–,<sup>19</sup> los medios pueden desarrollar un comportamiento mimético y una estrategia imitativa que los hace casi iguales en su contenido. Por una competencia cada vez más patológica, los medios tienden a copiarse los contenidos unos a otros, creando así una suerte de masa crítica de información que va circulando de manera inercial por todos los espacios. Aunque, por supuesto, hay diferencias de tratamiento, la agenda informativa es casi la misma para todos: si uno presenta una información, el otro hace todo –incluso copiarla– para no quedar *fuera de la jugada*. Además, un buen porcentaje de los espacios informativos se destinan a comentar lo que otros medios de comunicación difunden. Es todavía común, aunque cada vez menos, que los espacios radiofónicos comenten lo que publican los periódicos, que siguen siendo hoy, por muchas razones, la aristocracia de los medios de comunicación.

Por otra parte, como lo ha hecho notar Ramonet, en este nuevo contexto no solamente los medios generan información: la mayor parte de las instituciones públicas y privadas ha desarrollado un área de comunicación social que emite la información corporativa. En la mayor parte de los casos, los medios se guían por la información generada en dichas áreas, y a través de ellas contactan las entrevistas, que, como se sabe, cada vez son más un *rol de entrevistas* que una conversación entre el actor de la noticia y el comunicador. En otras palabras, el actor de la noticia se presenta en diversos espacios radiofónicos y televisivos, en los que dice básicamente lo mismo e intenta dejar a la opinión pública un mensaje. Por hábil que sea el entrevistador, el centro de la entre-

<sup>19</sup> Pierre Bourdieu, *op. cit.*

vista es usualmente (hay excepciones, por supuesto) el mensaje que quiera dejar el actor.

Es un desafío enorme para los medios de comunicación el poder manejar su propia agenda informativa, y no instalarse en el mimetismo que acaba dominando el paisaje de los medios electrónicos y, en última instancia, el debate público.

Otra tendencia que empobrece los contenidos, y debe en este caso equilibrarse, es la aldeanización de la información. Este empobrecimiento tiene dos niveles:

a) El primero es que la jerarquización de los contenidos lleva a ubicar como lo más relevante de la agenda informativa los temas de la propia ciudad, dando por supuesto prioridad a la información del tránsito, a los sucesos y la crónica policiaca. No es que esto sea intrínsecamente malo, pero no es siempre lógico que un camión volcado en una arteria de la ciudad se convierta en el asunto más importante del mundo.

b) El segundo es la tendencia a consumir fundamentalmente información nacional. No hay tampoco nada pecaminoso en ello, pero sí propicia un empobrecimiento del debate público. Una sociedad no puede debatir su realidad, y mucho menos pensar su futuro, a partir de procesar y reprocesar su debate interno y plantearle al ciudadano que eso es lo más importante.<sup>20</sup>

Concentrar la agenda en asuntos internos empobrece nuestro debate nacional en la medida en que la discusión sobre la historicidad de la

<sup>20</sup> No es verdad que estemos condenados a pasar meses debatiendo el asunto de los *videoescándalos* y el complot, y mucho menos que estemos condenados a tener que dar tratamiento de información seria a las aspiraciones presidenciales de diversos personajes. El futuro político de éstos puede ser una información muy valiosa para ellos, pero para amplios sectores de la sociedad el tiempo que los medios dedican a ese asunto es un tiempo que le confiscan a la deliberación de otros asuntos que podrían ser de mayor impacto.

sociedad –o, dicho de otra manera, la capacidad de la sociedad de producirse a sí misma– depende del grado de conciencia que se tenga respecto de las opciones disponibles en un momento dado. Una sociedad que se plantea su futuro enriquece sus deliberaciones si conoce su historia, y también si es capaz de comparar con lo que se ha hecho en otros países.

Para avanzar en temas como la reforma fiscal y la reforma eléctrica, es necesario tomar en cuenta experiencias de otras naciones y plantear modelos que puedan ser orientadores de la opinión pública. No es sano para un país estar cuatro años debatiendo el tema de los ingresos públicos en el registro IVA sí, IVA no. Hace falta desplegar ante la opinión pública un razonamiento concatenado y referido a una experiencia concreta de que el progreso global del país y la reducción de las desigualdades del ingreso están relacionados con el pago de impuestos. Hay muchos otros debates, como la modificación de la política exterior o el nacionalismo económico, que sólo se podrán ir planteando en clave positiva si se retoman experiencias internacionales; hay, pues, una necesidad apremiante de abrirnos a otras experiencias para dar más aire y proteínas al debate nacional.

Otro problema que se registra en el país es que el debate nacional no está articulado en torno a propuestas específicas. Los partidos políticos padecen un grave déficit de teorización, no existen documentos precisos, fruto de diagnósticos y amplias consultas, que establezcan la posición de un instituto político sobre determinado tema. No existe un referente claro en el que se pueda leer cuál es la propuesta fiscal de tal o cual partido. Tampoco sabemos qué piensan unos y otros sobre los demás temas de la agenda, porque no existe un trabajo teórico sistemático. El debate entre los partidos se dirige, entonces, por consignas o por líneas que trazan los hombres fuertes del momento. Es imposible, en estas condiciones, pensar en un debate de proyectos; todo es, en el

mejor de los casos, un choque de opiniones que los medios reflejan de manera sistemática y en muchos casos acrítica.

Más allá de las consignas y los lemas, esta ausencia de referentes para destrabar colectivamente el debate se refleja en los medios, que pasan a ser la caja de resonancia de ese mercado de declaraciones. Los medios consumen buena parte de su espacio recogiendo frases hechas y reacciones, a veces en detrimento de los propios hechos. La noticia en este caso es la pugna entre los actores, y no el hecho en sí.

Aunque una tendencia natural en una democracia pluralista es que los periodistas ofrezcan contrastes y posibles caminos de solución, y que cada proyecto posea una línea editorial y, a partir de ésta, tenga coincidencias o discrepancias con los diferentes grupos políticos, los medios no deben convertirse en espacios de poder y, mucho menos, en un actor político militante que reproduzca el anémico debate.

Los medios deben –incluso los escritos– promover el valor fundamental del pluralismo, que no es otro que conservar la diversidad de opiniones. No hay, por lo tanto, una verdad o un centro único desde donde se origina el debate; la sociedad pluralista es un pluriverso, y los medios deben ser un espacio que refleje esas tonalidades y que, de manera prioritaria, refleje la voluntad de la sociedad de elevar la calidad del debate. Si los medios siguen la inercia de reflejar la debilidad de nuestro sistema de partidos políticos, en lugar de convertirse en aliados de una sociedad que espera y exige cambios, no habrán entendido su función como vigorizadores de la democracia.

Si queremos cuidar y reconstituir nuestra democracia, los medios deben denunciar la pobreza del trabajo partidista y también gubernamental, para convertirse en un polo de reflexión y de debate nacional que contribuya a cambiar progresivamente la realidad. El reto es enorme.

Cuando la prensa se vuelve militante, renuncia a su condición de espacio natural para la deliberación y se convierte en un órgano de par-

tido. Cuando un medio cae en este abismo, se transforma en un arsenal de coartadas para la causa política que defiende y en un arsenal de dardos envenenados para descalificar al contrincante. La función de órgano oficial es perfectamente honorable, pero no se puede ejercer con disfraz de prensa independiente, menos aún en una democracia en trance de consolidarse.

La sujeción al poder limita el espacio de deliberación, porque ya no se dice lo que se piensa o lo que interesa a la sociedad, sino lo que conviene a la causa partidista. Y los medios en una democracia deben estar al servicio de la sociedad, no de los partidos o las fracciones —mucho menos si se dicen comprometidos con los valores democráticos.

Estos son, en resumen, algunos de los temas que, en nuestra opinión, hoy deben considerarse. Quienes tenemos alguna responsabilidad en el espacio mediático debemos contribuir a robustecer nuestra democracia, comenzando por realizar, en nuestro ámbito, la tarea que con tanto vigor y ahínco le solicitamos a la clase política: pensar en el interés de la nación antes que en el propio y hacer una profunda y cotidiana autocrítica. Los medios no estamos en la isla de la pureza. Somos responsables, en la proporción que toca a cada cual, de una parte de las debilidades de la democracia contemporánea. Necesitamos renovarnos y comprometernos más con la sociedad, y menos con el poder en cualquiera de sus manifestaciones.

## Programación de noticieros

Mayo 2004

Siglas	Emisora	Nombre	Horario	Conductor
XEOY AM	Radio Mil	<i>Enfoque</i>	06:00 – 10:00	Leonardo Curzio
XHMM FM	Stereo Cien FM	1ª edición		
XEN AM	La 69			
XERED AM	Radio Red AM	<i>Monitor de Radio Red</i>	05:45 – 10:00	Nino Canún
XERED FM	Radio Red FM 88.1			
XEINFO AM	Radio Monitor			
XENET AM	Radio Bienestar	<i>Monitor de Infored</i>	05:30 – 10:00	José Gutiérrez Vivó
XHMVS FM	Monitor MVS			
XERFR AM	Radio Fórmula 970	<i>Cúpula</i>	06:00 – 09:30	Oscar Mario Beteta
XERFR FM	Radio Fórmula 103.3	<i>empresarial</i>	06:00 – 10:00	
XHM FM	88.9 Noticias	<i>Panorama informativo</i>	07:00 – 10:00	Alejandro Cacho Julieta Lujambio Iñaki Manero
XHM FM	88.9 Noticias	<i>88.9 Noticias</i>	10:00 – 13:00	Ofelia Aguirre
XEDA FM	Imagen 90.5	<i>Imagen informativa</i>	06:50 – 11:00	Pedro Ferriz de Con
XEDA FM		1ª edición		
XHDL FM	Reporte 98.5	<i>Reporte 98.5</i>	05:30 – 11:00	Guillermo Ortega
XEDF AM	Cadena Radio Uno 1500	<i>Eduardo Ruiz Healy y sus 40 comentaristas</i>	06:00 – 10:00	Eduardo Ruiz Healy
XEDF FM	Cadena Radio Uno 104.1		08:00 – 10:00	
XEDTL AM	Comunicación Radio Fórmula	<i>Fórmula detrás de la noticia</i>	05:30 – 09:30	Ricardo Rocha Wendy Roa
XEDF FM	Radio Uno 104.1		05:30 – 08:00	
XEB AM	La B Grande de México	<i>Antena Radio</i>	07:00 – 09:00	Pascal Beltrán del Río
XHIMR FM	Horizonte 108			
XERC AM	Formato 21	<i>F-21</i>	06:00 – 11:00	Varios
XEDA AM	Radio 13	<i>Así es la noticia</i>	06:00 – 10:00	Francisco Zea
XEW AM	W 900 AM			
XEW FM	W FM	<i>Hoy por hoy</i>	06:00 – 10:00	Carlos Loret de Mola
XEW FM	Frecuenciadictiva 96.9			
XEABC AM	ABC Radio	<i>Así lo dice Lamont</i>	06:00 – 09:00	Federico Lamont

Siglas	Emisora	Nombre	Horario	Conductor
XENK AM	Radio 620	<i>Es cierto</i>	06:00 – 08:30	Eduardo Pasquel
XEOC AM	Radio Chapultepec	<i>Los periodistas</i>	07:00 – 09:00	Juan Bautista Aguilar Alma Rosa Béjar
XEUR AM	1530 Frecuencia Positiva	<i>NN Nuestras Noticias</i> 1ª emisión	06:00 – 09:00	Fabiola Kramsky
XEITE AM	Radio Capital	<i>Al instante</i> 1ª emisión	06:30 – 09:00	-----
XEOY AM	Radio Mil	<i>Enfoque</i>	13:00 – 15:00	Adriana Pérez Cañedo
XHMM FM	Stereo Cien FM	2ª edición		
XERFR AM	Radio Fórmula 970	<i>López Dóriga</i>	13:30 – 15:30	Joaquín López Dóriga
XERFR FM	Radio Fórmula 103.3			
XERFR AM	Radio Fórmula 970	<i>Cúpula empresarial</i>	15:30 – 16:00	Oscar Mario Beteta
XERFR FM	Radio Fórmula 103.3			
XHM FM	88.9 Noticias	<i>Panorama informativo</i> 2ª emisión	13:00 – 15:00	Leonardo Kourchenko
XEN AM	La 69	<i>Monitor de Radio Red</i>	13:00 – 15:00	Jacobo Zabłudovsky
XERED AM	Radio Red AM			
XERED FM	Radio Red FM 88.1			
XEDA FM	Imagen 90.5	<i>Imagen informativa</i> 2ª edición	13:00 – 15:00	Adela Micha
XHDL FM	Reporte 98.5	<i>Reporte 98.5</i>	13:00 – 15:00	Javier Alatorre
XEINFO AM	Radio Monitor	<i>Monitor de Infored</i>	13:00 – 15:00	Rosa María de Castro
XENET AM	Radio Bienestar			
XHMVS FM	Monitor MVS			
XEAI AM	Metrópoli Radio Fórmula	<i>Fórmula Fregoso-Winocur</i>	13:00 – 15:00	Ramón Fregoso Ana Winocur
XEB AM	La B Grande de México	<i>Antena Radio Express</i>	14:00 – 15:00	Nora Patricia Jara
XHIMR FM	Horizonte 108			
XEW AM	W 900 AM	<i>Hoy por hoy</i>	13:00 – 15:00	Carmen Aristegui
XEW FM	W FM Frecuenciadictiva 96.9			
XEABC AM	ABC Radio	<i>ABC Noticias</i>	14:00 – 15:00	Miguel Bárcena Jorge Castañeda

Siglas	Emisora	Nombre	Horario	Conductor
XENK AM	Radio 620	<i>En contacto</i>	14:00 – 15:00	Federico Vale Castilla
XERC AM	Formato 21	<i>F-21</i>	13:00 – 16:00	Varios
XEDA AM	Radio 13	<i>Así es la noticia</i>	13:00 – 15:00	Jorge Santacruz
XEUR AM	1530 Frecuencia Positiva	<i>NN Nuestras Noticias</i> 2ª emisión	13:00 – 14:00	Miguel Bárcena
XEITE AM	Radio Capital	<i>Al instante</i> 2ª emisión	13:00 – 15:00	Amador Narcia
XEOY AM	Radio Mil	<i>Enfoque</i>	18:00 – 20:00	Raúl Sánchez Carrillo
XHMM FM	Stereo Cien FM	3ª edición		
XERFR AM	Radio Fórmula 970	<i>José Cárdenas informa</i>	18:00 – 20:00	José Cárdenas
XERFR FM	Radio Fórmula 103.3			
XEN AM	La 69	<i>Monitor de Radio Red</i>	17:00 – 21:00	Enrique Muñoz
XERED AM	Radio Red AM			
XERED FM	Radio Red FM 88.1			
XEB AM	La B Grande de México	<i>Revista informativa Antena Radio</i>	18:00 – 20:00	Enrique Lazcano Julieta Mendoza
XHIMR FM	Horizonte 108			
XEW AM	W 900 AM	<i>Hoy por hoy</i>	18:00 – 20:00	Javier Solórzano
XEW FM	W FM			
	Frecuenciadictiva 96.9			
XEDF AM	Cadena Radio Uno 1500	<i>Entérese</i>	21:00 – 22:00	Teodoro Rentería Arroyave
XEDA FM	Imagen 90.5	<i>Imagen informativa</i> 3ª edición	18:00 – 20:00	Jorge Fernández Menéndez
XHDL FM	Reporte 98.5	<i>Reporte 98.5</i>	19:00 – 21:00	Martín Espinoza
XEAI AM	Metrópoli Radio Fórmula	<i>Fórmula Zarza-Lomelí</i>		Jorge Zarza Ana María Lomelí
XEDTL AM	Comunicación Radio Fórmula	<i>Fórmula detrás de la noticia</i>	18:00 – 20:00	Tere Vale
XEABC AM	ABC Radio	<i>En la noticia</i>	17:00 – 21:00	Carlos Ramos Padilla
XEDA AM	Radio 13	<i>Así es la noticia</i>	17:00 – 21:00	Martín Moreno

Siglas	Emisora	Nombre	Horario	Conductor
XEDF AM	Cadena Radio Uno 1500	<i>Ricardo Rocha en Radio</i>	18:00 – 20:00	Ricardo Rocha
XEDF FM	Cadena Radio Uno 104.1	<i>Fórmula</i>		
XERC AM	Formato 21	<i>F-21</i>	17:00 – 21:00	Varios
XHM FM	88.9 Noticias	<i>Panorama informativo 3ª emisión</i>	16:00 – 19:00	Alejandro Villalbazo Iñaki Manero
XEQR AM	Radio Centro	<i>Desde el centro de la noticia</i>	18:00 – 21:00	Jesús Martín Mendoza
XERFR AM	Radio Fórmula 970	<i>Fórmula de la tarde</i>	16:00 – 17:00	Ciro Gómez Leyva
XERFR FM	Radio Fórmula 103.3			
XEDF AM	Cadena Radio Uno 1500	<i>Fórmula de la tarde</i>	17:00 – 18:00	Ciro Gómez Leyva
XEDF FM	Cadena Radio Uno 104.1			
XEDF AM	Cadena Radio Uno 1500	<i>Entre líneas</i>	20:00 – 21:00	Enrique Campos Alberto Barranco
XEITE AM	Radio Capital	<i>Al instante 3ª emisión</i>	19:00 – 21:00	Luis Pantoja
XENK AM	Radio 620	<i>Por la tarde</i>	17:00 – 18:00	Raymundo Cruz

NOTA: La información registrada en este cuadro está actualizada al 18 de mayo de 2004. Incluye los noticieros que se transmiten de lunes a viernes.

# Imagen mediática: la influencia de la comunicación en la definición de nuevas formas de liderazgo político

*Yolanda Meyenberg Leycegui*

Hasta hace unas cuantas décadas la actividad de la política competía sólo a quienes la habían elegido como profesión, su espacio era relativamente cerrado y el intercambio entre la sociedad y los políticos se efectuaba –salvo en periodos electorales– por medio de una burocracia encargada de atender las peticiones directas de la ciudadanía. Existía, entonces, una cómoda distancia que delimitaba las esferas de competencia y los ámbitos de acción entre lo público y lo privado.

Con el auge de la comunicación política se ha evitado la reclusión del debate político en sí mismo, se han ampliado los temas que a él se integran y se ha permitido el ingreso de otros actores. Esto ha implicado un cambio drástico en la manera en la que se piensa y se hace la política, así como en la que se presentan las diversas ofertas de los partidos.

La incursión de la comunicación en la política ha tenido puntos de inflexión determinantes: el uso de la prensa para promocionar el debate político fue uno de los más importantes. En la actualidad, el avance de los medios masivos de comunicación y de otros medios electrónicos como la Internet ha transformado las relaciones tradicionales entre gobernantes y gobernados.

Una de las cuestiones que más han cambiado a raíz de este auge comunicacional es la percepción de los atributos que deben acompañar al buen político. Hoy cuentan más las imágenes que las ideas, el ciudadano convertido en espectador gusta más de las emociones fuertes que de los argumentos razonados y presta mayor atención a la dramatización de lo que dice el político que a lo que dice en sí.

Ante esta situación, se considera natural que el político interiorice a tal grado la función comunicativa, que opte por valorar más la imagen que proyecta que las ideas u objetivos del partido al que representa.<sup>1</sup>

En este ensayo se analizará la influencia de la comunicación política en la construcción de la imagen de los políticos a partir de tres elementos: los parámetros que definen la legitimidad, la manera en que se percibe a la política y la forma en que se ejerce el liderazgo.

## ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN POLÍTICA?

En sus orígenes, la comunicación política se dedicaba a los intercambios de información, de puntos de vista y de estrategias entre los políticos y el público. Esto se ha transformado para otorgarle la función de formadora de opinión a través de la emisión y jerarquización de mensajes.

Los estudios pioneros en el campo de la comunicación política la entendían como publicidad política, como la elaboración de mensajes para ser difundidos por los medios o como la impresión de carteles propagandísticos para distribuirse en espacios públicos. La rápida evolución, tanto de la mercadotecnia como de los medios, ha hecho que la comunicación política adopte muchas de las estrategias de mercado,

<sup>1</sup> Jesús Martín Barbero, "El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación", *Nueva Sociedad*, núm. 161, 1999, p. 35.

desde el estudio previo para evaluar el potencial del producto hasta la experimentación y fijación de objetivos.<sup>2</sup>

La ampliación del ámbito de análisis de la comunicación política ha hecho que su significado se diversifique a partir de la elección del medio y la naturaleza y complejidad del mensaje que se quiere transmitir. Por ejemplo: una comunicación que contenga un mensaje preciso, una unidad de información que no sea compleja, se transmite mejor por medio de carteles o de la radio y la televisión. Por el contrario, una comunicación más compleja, vinculada a los temas de campaña, como la plataforma de un candidato, encuentra un mejor vehículo de expresión en la prensa escrita —periódicos, semanarios, revistas, publicaciones especializadas.<sup>3</sup>

En la actualidad, la comunicación política se ocupa fundamentalmente del flujo de mensajes que mantienen gobernantes y gobernados, a través de los medios de comunicación, usando como vehículo a los periodistas.<sup>4</sup>

En una de las definiciones más reconocidas sobre este concepto, Dominique Wolton afirma que la comunicación política es “el espacio en 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”.<sup>5</sup>

Si bien es cierto que en todo acto de comunicación política existe este intercambio discursivo entre actores al que alude Wolton, éste implica la construcción de conjunto de estrategias que son utilizadas para

<sup>2</sup> Philippe Maarek, *Marketing político y comunicación / Claves para una buena información política*, Barcelona, Paidós, 1997, p. 44.

<sup>3</sup> Philippe Maarek, *op. cit.*, p. 76.

<sup>4</sup> Javier del Rey, *Democracia y posmodernidad / Teoría general de la información y comunicación política*, Madrid, Editorial Complutense, 1996, p. 183.

<sup>5</sup> Dominique Wolton, “La comunicación política: construcción de un modelo”, en Jean-Marc Ferry et al., *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, 1995, p. 31.

impactar a los receptores y conseguir así un consenso con respecto al discurso que se intenta posicionar. Estas estrategias van desde cuestiones muy abstractas como la legitimidad hasta cuestiones muy concretas como la definición de la imagen.

## LOS PARÁMETROS QUE DEFINEN LA LEGITIMIDAD

La relación entre comunicación y política lleva a la reflexión sobre los supuestos que definen a esta última y cómo se transforma, a partir de la incidencia de la comunicación política, la manera en que se construye la legitimidad.

En su acepción clásica, la legitimidad remitía a un contexto político en el que las reglas de gobierno se justificaban de acuerdo con principios de racionalidad pública. Se refería también a la creencia en los atributos de la autoridad para ejercer el poder. Beetham sugiere que “ahí donde el poder se adquiere y se ejerce de acuerdo con normas justificables y con evidencia de consentimiento puede hablarse de legitimidad”.<sup>6</sup>

Los criterios para distinguir las relaciones políticas legitimadas de las que no lo eran estaban fijados por el grado de conformidad con las normas establecidas y por la justificación de estas normas en términos de valores compartidos.

En la dinámica contemporánea, la legitimidad no descansa sólo en la autoridad del político, obedece a una diversificación de sus fuentes. Al ser una de ellas la comunicación política, sufre la influencia de la interacción de puntos de vista contradictorios<sup>7</sup> que compiten por ganar

<sup>6</sup> David Beetham, *The Legitimation of Power*, Londres, Mac Millan, 1991.

<sup>7</sup> Dominique Wolton, *op.cit.*, p. 31.

legitimidad ante diferentes públicos. Por ejemplo, en la democracia, los discursos de los políticos, los periodistas y la opinión pública pueden obedecer a tres tipos de legitimidad: la de la política, la de la información y la de la comunicación.

La suplantación de los hechos por los relatos mediáticos también juega su parte en la definición de las nuevas legitimidades. El poder y la credibilidad de los medios son cada día mayores en comparación con los de los partidos, los representantes de la ciudadanía e incluso de los funcionarios públicos.

El tercer elemento que explica este cambio de parámetros es la diversificación y flexibilización de los valores que antes se suponían universales y compartidos. Esto permite que los tres actores que intervienen en la comunicación política apelen a los valores de acuerdo con la conveniencia del momento y decidan hacer caso omiso de ellos si las circunstancias lo exigen.

Otro factor que complementa el argumento anterior es que cada receptor descifra e interpreta con arreglo a su propia experiencia y a sus ideas; lo hace a partir de sus referentes previos, y reteniendo preferentemente aquellos elementos que corresponden a sus propias ideas, intereses o gustos.<sup>8</sup> En este sentido, la definición de Weber de legitimidad como la creencia en la autoridad se transforma en las percepciones y las intuiciones individuales a partir de los diversos estímulos políticos de los que es objeto el ciudadano.

<sup>8</sup> Denis Mc Quail, *La acción de los medios / Los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires, Amorrortu, 1992, p. 44.

## LA MANERA EN LA QUE SE PERCIBE A LA POLÍTICA

La competencia entre políticos y periodistas por el reconocimiento y la atención del público –con todo lo que implica– ha llevado a una concepción diferente de la representación política, de la participación de la ciudadanía en defensa de sus intereses, y a una idea nueva de satisfacción política.

Las formas tradicionales de representación, basadas en el supuesto de la existencia de un interés general, se debilitan. También se diluye la garantía de una red de instituciones políticas a través de las cuales los ciudadanos puedan incidir –de manera delegada– en la toma de decisiones políticas.

Lo que se observa es un traslado del sentido democrático de la representación para ubicarse en su funcionalidad. Se descartan las nociones que, bajo influencia de Hobbes, conciben la representación como la potestad que se otorga a la autoridad para actuar, o como la que sugiere Mill, quien la define como sinónimo de estar en sustitución de, más que de actuar en nombre de.<sup>9</sup> En su lugar, se propone una mecánica que produzca incentivos para la cooperación y que genere la percepción de satisfacción política a través de un producto que pueda resultar atractivo al consumo.

Touraine explica que la importancia de la comunicación política proviene del hecho de que manifiesta la decadencia y hasta la desaparición de las ideologías políticas y de la capacidad de representación del conjunto de la vida social por parte de la vida política; que la política no impone ya principio alguno de integración o de unificación al conjunto de las experiencias sociales.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Yolanda Meyenberg, “La Ciencia Política y el debate contemporáneo”, en Mauricio Merino, *La Ciencia Política en México*, México, Conaculta-FCE, 1999, pp. 170-171.

Esta decadencia puede deberse a un cambio en la manera en que se concibe la representación, en un modelo en el que la comunicación política se apoya básicamente en la mercadotecnia. Esto propicia que los asuntos que vayan a ser representados se diversifiquen; y también que lo que se represente no sean formas de pensar o ideales políticos, sino necesidades de consumo.

La mercadotecnia atiende a estos dos criterios con la finalidad de delimitar mejor las demandas y atender de una manera más eficiente el mercado político. Por eso, los sondeos se convierten en el instrumento privilegiado para definir los intereses cuya representación es prioritaria.

La participación es otro de los aspectos que se modifican por efecto de la comunicación política para volverse menos incidente en la toma de decisiones fundamentales y, a la vez, más directa y permanente. Además de la forma de participación más común en las democracias –a través de la elección periódica de quienes ocuparán el poder y de los partidos que ejercerán la potestad de representar a los ciudadanos–, en un ambiente en el que la comunicación ocupa un lugar hegemónico, ésta se manifiesta determinantemente a través de la opinión pública.

En una definición ideal, la opinión pública sería el resultado de la adquisición consciente de conocimiento mediante la razón y la elaboración de juicios a partir de ese conocimiento. Significaría una suerte de voluntad colectiva racional que permite legitimar las decisiones políticas. Sobre los problemas que atañen a esta definición, McQuail advierte:

La existencia de cierta clase y cierto grado de interés público en la actividad de los medios masivos ha tenido gran aceptación, situación que ha estado muy relacionada con el surgimiento de la democracia y de una “esfera

<sup>10</sup> Alain Touraine, “Comunicación política y crisis de la representatividad”, en Jean-Marc Ferry *et al.*, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, 1995, pp. 55-56.

pública” en la que los ciudadanos forman y expresan opiniones sobre la base del conocimiento común y de valores ampliamente compartidos. Sin embargo, se presentan problemas cuando se pasa de estos conceptos a la definición de criterios aplicables a la “acción” comunicativa de los medios masivos en su función pública. Las principales dificultades son las de especificar, en primer lugar, al supuesto beneficiario colectivo, y, en segundo lugar, las reglas que determinarían el saldo de beneficios o perjuicios. No es sorprendente que haya poco consenso sobre lo que se considera “bien común” en lo que respecta al contenido y a los usos de los medios públicos de comunicación.<sup>11</sup>

La opinión pública se concibe también como un mecanismo de control social que promueve la integración social y garantiza un nivel de acuerdo suficiente para la toma de decisiones.

Noëlle-Neumann la define como aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones y en la cual puede fundarse la acción que se desarrolla en público.<sup>12</sup> Esta concepción implica la capacidad de aislar a quienes opinan de manera diferente y una propensión a guardar silencio para no ser excluido de la comunidad política. La autora afirma que esto desata un proceso en espiral en el que la opinión pública va adoptando la forma de una mayoría silenciosa:

Expresar la opinión opuesta y efectuar una acción pública significa correr peligro de encontrarse aislado. En otras palabras, podemos describir a la opinión pública como la opinión dominante que impone una postura y una conducta de sumisión, a la vez que la amenaza de aislamiento al indi-

<sup>11</sup> Denis McQuail, *op. cit.*, p. 29.

<sup>12</sup> Noëlle-Neumann, “La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública”, en Jean-Marc Ferry *et al.*, *op. cit.*, p. 201.

viduo rebelde y al político, con una pérdida de apoyo popular. Por eso, el papel activo de iniciador de un proceso de formación de la opinión queda reservado para cualquiera que pueda resistir a la amenaza de aislamiento.<sup>13</sup>

En la formación de lo que denomina la espiral del silencio, los medios de comunicación constituyen la fuente más importante para la observación constante que el individuo realiza del clima de opinión y de la manera que influye en la construcción de la opinión pública, al expresar o callar su punto de vista.

En la definición de este clima de opinión, la mercadotecnia resulta un componente indispensable. Para poder entender la influencia de esta herramienta en la comunicación política, es preciso primero hablar de la función de la mercadotecnia comercial como el conjunto de medios de que disponen las empresas para crear, mantener y desarrollar sus mercados o su clientela.

Cuando se trata de productos comerciales, lo que se busca es persuadir al consumidor de la utilidad del producto y determinar previamente sus características a partir de las necesidades proclamadas por los compradores. Los métodos que se utilizan para identificar estas necesidades son la investigación de mercado o el uso de diversos instrumentos de promoción mercantil.

En opinión de Philippe J. Maarek, la mercadotecnia incrementa el valor simbólico de un producto, que se añade a su valor de uso potencial, al aumentar la satisfacción que va a proporcionarle. Esto incita al consumidor a efectuar la compra.<sup>14</sup>

La mercadotecnia política surge a partir de los propósitos y métodos de la mercadotecnia comercial, pero, dadas las características del “pro-

<sup>13</sup> Noëlle-Neumann, *op. cit.*

<sup>14</sup> Philippe Maarek, *op. cit.*, p. 42.

ducto” que se pretendía promover, fue diseñando métodos propios para su campo y su ámbito de acción.

Al contrario de la lógica comercial, en la que la utilidad y las necesidades expresadas por los consumidores son la base de la publicidad, en la lógica política, la mercadotecnia busca definir los objetivos y los programas políticos e influir en el comportamiento del ciudadano.

La mercadotecnia política no puede hacer uso de los instrumentos para predecir el comportamiento del consumidor. El carácter imprevisible de la dinámica de los asuntos políticos hace poco útil el uso de proyecciones o de estudios de potencial de mercado.

Más aún, los sondeos de opinión, que junto con los grupos focales son los instrumentos de medición más utilizados en la esfera política, no garantizan que su información sea tan confiable como la que se desprende de las estadísticas de venta.

Con todo, los sondeos cobran gran importancia en la vida política al convertirse en el pulso del nivel de satisfacción social con respecto a los gobernantes, a sus estrategias de gestión y a los resultados de las políticas públicas. Ellos agilizan la comunicación política en la medida en que significan un pulso permanente del estado de ánimo de los gobernados y de los problemas a los que hay que atender de manera prioritaria.

En contraste con esta visión optimista, en la que se concibe a los sondeos como una acción de gobierno que tiene por objeto tomar en cuenta las preferencias del público para diseñar sus políticas y se parte de la idea de que las decisiones gubernamentales reflejan los puntos de vista de la ciudadanía, existe otra, más pesimista, que sugiere que los sondeos sirven para manipular la información y deformarla de acuerdo con la influencia que ejerce la elite política sobre la opinión pública.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Laura Gingold, “Opinión pública”, en Boxer *et al.*, *Léxico de la política*, México, FCE-Flacso, p. 486.

Los sondeos tienen, además, el efecto secundario de desviar la participación política hacia un papel pasivo en evaluación y la intervención en la gestión pública.

Este tipo de consultas marcan también un sesgo entre lo que se opina y lo que realmente se piensa, ya que lo que se expresa está limitado por la pregunta emitida. El sesgo de la opinión pública no sólo está marcado por la manera en que se construye el instrumento de medición; está determinado además por el diseño de la agenda: por la inclusión o exclusión de temas específicos en los medios y por la jerarquía que ocupan en los espacios de noticias.

En este mismo sentido, Luhmann advierte que el elemento de la opinión se sustituye por la respuesta dada a la pregunta de quien realiza el sondeo, y que el elemento de la publicidad se sustituye por el interés selectivo de los políticos o por la influencia de algunos grupos sobre la formación de la opinión.<sup>16</sup>

El sesgo de los sondeos de opinión no sólo se ubica en la pregunta; la publicidad desempeña un papel privilegiado en la definición de la opinión pública. A través de la publicidad se pueden dirigir mensajes hacia destinatarios específicos y, con esto, los políticos pueden incidir en la construcción de un clima de opinión que les sea favorable.

El tercer aspecto de la competencia entre políticos y comunicadores: la nueva idea de satisfacción pública modifica la manera en la que se percibe a la política, al fijar parámetros de valoración y de eficacia diferentes.

Uno de los parámetros que cambia es el del ámbito en el que se desarrolla la política. Si en el marco clásico del Estado moderno éste se circunscribía a actores e instituciones designados para ejercer las tareas

<sup>16</sup> Niklas Luhmann, "Opinión pública", en *Estado de derecho y sistemas sociales*, Nápoles, Guida, 1978.

de administración, legislación y aplicación de justicia, la ampliación de los límites de acción a otros actores y a otros ámbitos provoca un redimensionamiento del espacio público.

Con el papel determinante de los medios masivos de comunicación en el ejercicio de la política, se extiende la idea de lo público para asociarla con técnicas comunicacionales precisas.

Una de estas técnicas es la publicidad, la cual provoca que el receptor perciba su capacidad de acceso, visibilidad y posibilidad para controlar los actos del gobierno y de los políticos; otra es el espectáculo, entendido como consumo del entretenimiento político; y la última es la opinión pública, que sustituye a la comunicación cara a cara por una experiencia medida a través de técnicas de audiencia en los medios de comunicación de masas y los sondeos de expertos.<sup>17</sup>

Por lo que respecta a la capacidad de acceso, los avances en la tecnología de la comunicación ofrecen al ciudadano la posibilidad de actuar como espectador y como partícipe indirecto del debate público. El carácter inmediato con el que los medios, en especial la televisión, informan sobre los asuntos políticos y el acceso a una buena parte de la información pública –incluso a aquella que tiene que ver con acciones privadas de los personajes públicos o a información que en otro momento se consideraría clasificada– han cambiado la manera en que se somete a las autoridades a la rendición de cuentas. La tecnología también otorga al ciudadano instrumentos rápidos y accesibles, como la Internet, las consultas telefónicas y los barómetros de opinión, para emitir juicios y evaluaciones en torno a las políticas públicas y a la conducta de los políticos.

La idea de lo público también cambia con el aumento de la cantidad de temas que son objeto de atención pública y con el hecho de que

<sup>17</sup> Laura Gingold, *op. cit.*, p. 482.

el desempeño de los políticos es más visible gracias a los avances de la comunicación. Sobre lo primero, los receptores se encuentran expuestos a muchos asuntos al mismo tiempo, la mayoría de los cuales están muy alejados de sus intereses o de su capacidad de comprensión; esto hace que muestren una marcada tendencia a ignorarlos y a prestar atención a hechos simples e impactantes.

Con respecto a lo segundo, el aumento de elementos de juicio para evaluar a los políticos a menudo incide de manera negativa en la formación de la imagen que los ciudadanos se hacen de ellos. Un ejemplo de esto es la ambivalencia que producen los escándalos en la opinión pública, en la que por un lado se observa una fascinación, pero por el otro desata un malestar en la vida pública.

Al respecto, Thompson afirma que el escándalo denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de trasgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública. El escándalo puede dañar la reputación de los individuos y generar actos de desaprobación o de denuncia pública.<sup>18</sup>

Otro de los aspectos que se transforman con la incursión de la comunicación en la política es la lógica de la competencia por el liderazgo. Ésta deja de entenderse como la habilidad para excluir o aniquilar a los posibles contrincantes, y el enfrentamiento propio de la política se efectúa mediante un proceso comunicacional que comprende necesariamente el reconocimiento del otro.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> John B. Thompson, *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Buenos Aires, Paidós, 2001, p. 32.

<sup>19</sup> Dominique Wolton, *op. cit.*

## LA FORMA EN QUE SE EJERCE EL LIDERAZGO Y LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN

Al principio de este ensayo se dijo que la incursión de la comunicación en la política significó un cambio drástico en la manera en que se percibe la vida pública. En el caso específico de los medios de comunicación, su influencia se observa en cuatro efectos de transformación que inciden principalmente en la forma en la que se ejerce el liderazgo.

Los dos primeros son la prevalencia de los personajes sobre los partidos y de la imagen política sobre las cualidades reales de los políticos, y el papel preponderante de los medios en la creación o destrucción de estas imágenes. En tal lógica, afirma José Luis Exeni, es más decisiva la identificación afectiva con el personaje que el compromiso político con la ideología que aquél representa.<sup>20</sup>

En un proceso inverso, los políticos y los partidos suman a sus funciones públicas la de la mercadotecnia. Incursionan en el mercado de los medios masivos en calidad de productos, cuya aceptación se refleja en el consumo. La difusión de su imagen y de los alcances de su trabajo por los medios masivos de comunicación se convierte en una tarea tan o más importante que sus deberes públicos cotidianos.

El estrecho vínculo entre liderazgo, autoridad y legitimidad hace que esta última dependa no sólo de la aptitud del político para encarnar las fuerzas que mueven la historia ni de su común naturaleza, ni de la creencia de los gobernados en sus capacidades para ejercer el poder. La legitimidad puede ser eso, pero también puede ser otras cosas. Ninguna tiene un carácter obligatorio y exclusivo respecto de las demás.

<sup>20</sup> José Luis Exeni, *MediaMorfosis. Comunicación política e ingobernabilidad democrática*, tesis de maestría, México, Flacso, 2000, p. 34.

En realidad, las condiciones de la legitimidad no se definen por adelantado, están en construcción permanente.<sup>21</sup>

En tercer lugar está el valor que se otorga a la política en su carácter de espectáculo-escándalo, que se manifiesta a través de una serie de procesos entre los que se encuentran los montajes escenográficos para la difusión de la política, la transgresión de la línea entre la vida pública y la vida privada de los políticos, y la alta estima que se otorga al escándalo.

El cuarto efecto es el surgimiento de un liderazgo político compartido, que se genera con la llegada de los medios de comunicación en el terreno de la política. Esto sucede porque las agencias de comunicación y los periodistas dejan de jugar un papel de intermediarios en la transmisión de la información para asumir un papel activo e influyente en el devenir de la política. Su liderazgo proviene de su capacidad para influir en la definición de la opinión pública.

Los medios de comunicación aprovechan las omisiones de los partidos para ocupar territorios a los cuales éstos no llegan o atienden mal. La crisis de funcionalidad, representatividad, eficacia, legitimidad y credibilidad que acusan los partidos políticos, los pone en situación de desventaja relativa respecto al poder que maneja la comunicación masiva.<sup>22</sup>

Las arenas y la dinámica de ejercicio del liderazgo también se han diversificado a raíz de la importancia cobrada por la comunicación política. Además de mostrarse en las instituciones, ahora también se tiene que exhibir en los medios masivos y ceñirse a la velocidad que marcan los códigos de lo noticioso.

El empleo de la publicidad como instrumento de construcción de la imagen política incide en la definición de un liderazgo cada vez más vinculado a la comercialización de los personajes políticos. Esto impli-

<sup>21</sup> Achache Guilles, "El marketing político", en Jean-Marc Ferry *et al.*, *op. cit.*, p. 121.

<sup>22</sup> José Luis Exeni, *op. cit.*, p. 53.

ca la simplificación de sus mensajes para hacerlos atractivos y adquiribles, y hace que la actuación del líder sea calificada por su capacidad de seducción del auditorio y no por una evaluación racional de las propuestas y de la información que emite.

Todas estas consideraciones se conectan con la manera en la que se forma y se proyecta la imagen del político. En opinión de Maarek, la imagen constituye una construcción tanto en la emisión como en la recepción. No obstante, sólo toma su forma real cuando ha sido percibida e interpretada por el individuo que la recibe.

En la elaboración de la imagen existen dos momentos: el de la definición del modelo ideal de político, que será proyectado durante una campaña electoral, y el del político en gestión, en el que entran en juego las percepciones sobre sus atributos y habilidades, además de la idea que el público se forma sobre sus capacidades.

En campaña, lo primero que se busca es la notoriedad, para que el destinatario de la comunicación pueda hacerse una idea clara de los elementos que componen la imagen que se le transmite y pueda correlacionarla con sus ideas previas sobre el político y su personalidad.<sup>23</sup> Lo que se persigue después es encontrar un elemento que distinga al candidato de los demás; una característica única que lo haga atractivo al público –sagacidad, juventud, experiencia, empuje, reciedumbre–. Por último, la definición de un compromiso o una promesa que se deriva de las demandas expresadas por los electores a través de distintos instrumentos –seriedad, veracidad, cambio, modernización.

Durante la campaña, la imagen depende, en gran medida, de la elección de los temas que se tratarán a lo largo de la misma. Aquí existe un dilema en el proceso de comunicación política: ceñirse al pie de la letra a lo que indican los sondeos o no hacerlo.

<sup>23</sup> Philippe Maarek, *op. cit.*, p. 58.

Adoptar como principales temas de campaña aquellas cuestiones que aparecen dominantes en la opinión pública tiene sus ventajas, pero también sus riesgos.

Al mantener sólo los temas que la ciudadanía considera importantes, el político actúa a la segura, ya que su oferta política no entra en contradicción con las que los sondeos estiman que son las representativas de los deseos de la población.

Existen, no obstante, dos circunstancias en las que esta estrategia resulta un poco arriesgada: en el caso de que el político tenga que exponer y defender temas en los que no es un experto, y si se percibe que no será capaz de atender, una vez en el poder, uno o varios de los temas de su agenda de campaña. En el último caso, puede llegar a existir una tensión entre popularidad y credibilidad.

La imagen del político durante su gestión depende de muchos otros factores. El juicio acerca del cumplimiento o incumplimiento de los compromisos de campaña es uno de ellos, y otro es la distancia entre los atributos reales del político y la manera en que los percibe el receptor. Pero la satisfacción o el desencanto con respecto a la manera en que evalúa el ejercicio del poder es el más importante de ellos.

La habilidad con la que el político reacciona a la coyuntura también tiene una fuerte influencia en su imagen. Un incidente aparentemente insignificante o un ligero detalle pueden adquirir de pronto grandes proporciones y destruir la credibilidad de la imagen. Esto, a su vez, puede afectar su legitimidad y mermar su liderazgo.

Otra de las cuestiones que afectan el liderazgo es que éste depende cada vez menos de un proyecto de largo plazo y de una justificación de tipo ideológico. La limitación de temas sustantivos y la simplificación y condensación de contenidos para facilitar su difusión en los medios de comunicación ocasiona que lo que se informa se haga de manera muy simple y compacta.

Este fenómeno tiene dos efectos secundarios: 1) que, como producto de este sesgo de información, la capacidad de comprensión del hecho político sea parcial; 2) que la percepción de los aspectos positivos o negativos de la acción pública sea sólo a partir de lo que ésta pueda aportar al receptor de manera inmediata. Esto produce una impaciencia por resultados rápidos y llamativos, que no necesariamente son los de mayor eficacia en términos políticos.

El pragmatismo que se deriva de la lógica de la mercadotecnia política genera un sólido vínculo entre liderazgo y personalización de la comunicación política; también propicia que la imagen que el político difunde a través de los medios tenga más valor que el contenido profundo de su propuesta.

Si se hiciera el ejercicio de incorporar a las consideraciones de Weber para explicar el liderazgo<sup>24</sup> un cuarto atributo, éste sería el de una buena imagen mediática. En la era de la comunicación, cuenta más la construcción simbólica de las cualidades que los medios otorgan a un político que las que en realidad tiene. En este tipo de liderazgo influye además la manera en que se comercializa la oferta política: quien la presente de manera más atractiva tendrá más posibilidades de convencer.

## CONCLUSIÓN

La vertiginosa incursión de la comunicación en la política ha tenido la virtud y, a la vez, el defecto de hacerla más visible y más asequible.

En el lado de la virtud, la comunicación política garantiza el cumplimiento de una de las premisas de la democracia: que el poder públi-

<sup>24</sup> Weber atribuye el liderazgo a cualquiera de estos atributos: carisma, autoridad legal o investidura proveniente de la tradición.

co se ejerza en público. El abundante acceso a la información ofrece a la sociedad todas las posibilidades para saber cómo se hace la política y para juzgar los actos de los políticos; en este sentido, fomenta una forma indirecta de participación política.

En un ámbito intermedio entre virtud y defecto, se encuentra que la comunicación política ha cambiado drásticamente la relación entre gobernantes y gobernados al hacer de la política algo menos esencial y más pragmático. Como ya se dijo, presenciamos una sustitución de las ideas y los ideales por ofertas muy concretas que no demandan compromiso político de largo plazo y cuyo móvil fundamental es satisfacer los deseos de los consumidores.

En el terreno de los defectos, el imperio de la imagen ha generado que la elección de los políticos no siempre derive en el bienestar general o en la eficacia de gestión esperados. La definición de nuevas formas de liderazgo, la suplantación de políticos y ciudadanos por emisores y receptores, así como la prevalencia de una visión simple y trivial de la política, implican una ruptura de los lazos que existían cuando sólo se empleaban instrumentos de comunicación política tradicionales y lo que se difundían eran postulados ideológicos.

En efecto, los criterios de aceptación del liderazgo han cambiado para ser más permisivos y más irreverentes. Los políticos todavía no han conseguido dominar lo suficiente los métodos de la mercadotecnia como para que pasen a ser, simplemente, una especie de nuevas herramientas, al lado de otras, para el logro de una mejora de comunicación entre gobernantes y gobernados.

Todo lo antes expuesto señala que es preciso hacer una pausa para evaluar los costos y beneficios del apogeo de la comunicación política. La mercadotecnia política moderna todavía no ha logrado conciliar enteramente la utilización –quizá excesiva– de aquellos instrumentos que le facilita el nuevo desarrollo de los medios de comunicación con

los viejos instrumentos de cohesión política, tales como las estructuras de la militancia en un partido político, la defensa de los ideales y la existencia de valores como compromiso, lealtad y responsabilidad. Esto hace que los vínculos se desvanezcan, y que lo que Tocqueville llamó hábitos del corazón<sup>25</sup> desaparezcan, generándose entonces una suerte de anomia política.

<sup>25</sup> Tocqueville llamó hábitos del corazón a todos los valores prevalecientes en una comunidad política que creaban un sentimiento de pertenencia y afianzaban el compromiso y la responsabilidad hacia el espacio público.

Democracia  
cercada: política  
y políticos en  
el espectáculo  
mediático

*Raúl Trejo Delarbre*

El descontento que causa se ha convertido en uno de los rasgos más constantes de la política. En donde quiera que se le aprecie, el quehacer político y quienes se dedican a él tienen una imagen pública desfavorable. A ese desprestigio suelen adjudicarse las tasas de abstención electoral habitualmente altas, la poca popularidad de la mayoría de los gobernantes, la escasa afiliación a los partidos, la frecuente lejanía de los ciudadanos respecto del quehacer político e incluso la distancia –a veces rayana en la hostilidad– que llegan a tener los medios de comunicación respecto de la política y los políticos. Quizá siempre ha sido así y lo que ocurre ahora es que la exposición pública de esos desencuentros, frecuentemente desplegada con alarma por los propios medios, acentúa la sensación de que los políticos y la actividad que practican se encuentran alejados de la sociedad.

## CIUDADANOS, MEDIOS Y ASUNTOS PÚBLICOS: PARCIALIDAD Y DESINFORMACIÓN

La política no ha dejado de ser la actividad ciudadana por excelencia que le adjudican la acepción y la tradición clásicas. De hecho es pertinente reconocer que, sin ciudadanos, no hay política. Pero la complejidad y el crecimiento de las sociedades contemporáneas han acentuado la tendencia, que siempre existió, a hacer de la política una actividad especializada y singular, distinta de otras. Allí se encuentra una de las causas iniciales del alejamiento entre los ciudadanos comunes y los profesionales de la política.

La política ha tenido que ser, cada vez más, una actividad profesional e institucional. Quienes la practican casi siempre deben dedicar a ella su interés primordial. Vivir para la política implica, por lo general, vivir de ella. Y eso, a menudo, implica promover o compartir intereses y una visión de los asuntos públicos distinta a los que tiene el ciudadano común.

Quienes ejercen tareas de gestión o representación se apartan de los ciudadanos de manera tan notoria que, por lo general, se habla de *políticos* y de *ciudadanos* como si los primeros no fueran, necesariamente, parte de los segundos. Todos los políticos son ciudadanos, y en una democracia civilizada podría esperarse que todos los ciudadanos tuviesen interés y, al menos, un grado reconocible de participación política. Como sabemos, pocas veces ocurre así.

Ahora, en el extremo de esa distinción, es frecuente que a los ciudadanos sin compromisos políticos expresos se les adjudiquen virtudes que no se reconocen en quienes sí manifiestan abiertamente sus predilecciones políticas. La conformación de organismos de evaluación e incluso gestión de diversos asuntos públicos suele requerir, en distintos países, de comisionados o consejeros cuyo atributo inicial es el carác-

ter de *ciudadanos*.<sup>1</sup> En la proliferación de tales organismos puede advertirse una concepción un tanto elemental de la imparcialidad, como si la ecuanimidad y la capacidad para tomar decisiones con apego a la justicia no dependieran del raciocinio y la sensatez de quienes tienen tales responsabilidades sino, casi exclusivamente, de su independencia formal respecto de los partidos políticos.

La búsqueda de ciudadanos sin compromisos políticos explícitos para encargarse de algunas de las instituciones que regulan o supervisan el ejercicio de algunos de los derechos democráticos más significativos, constituye una de las expresiones más notorias de la desconfianza que parece imperar respecto de la política profesional y de quienes la practican. A esa distancia entre ciudadanos *comunes* y políticos profesionales obedece la enorme importancia que adquieren los medios de comunicación, tanto en la confección de la agenda de los asuntos públicos como en la construcción o modificación de consensos. Si entre políticos y ciudadanos no existiera la brecha que se advierte en las sociedades contemporáneas —y que está muy ligada al descrédito que la actividad política suele tener entre la población en general—, los medios no tendrían tanta relevancia como puentes entre unos y otros.

La función de los medios en esa relación entre ciudadanos y políticos tiene rasgos virtuosos y, también, perversos.

Sin los medios de comunicación, la política sería aún más ajena a los ciudadanos. Gracias a los medios, los ciudadanos se enteran de los

<sup>1</sup> En México, ese esquema ha tenido éxito en el Instituto Federal Electoral. Entre los requisitos que deben cumplir los nueve consejeros con capacidad de decisión en ese Instituto están el no haber encabezado nunca un partido político, ni haber sido candidatos a cargo de elección popular ni miembros de la dirección de partido alguno por lo menos en los cinco años anteriores a su designación. Un esquema similar ha sido puesto en práctica para conformar los órganos directivos de instituciones como el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.

asuntos políticos y de los propósitos o aseveraciones de quienes los protagonizan. Los medios contribuyen, en tal sentido, a nutrir a la ciudadanía de uno de sus atributos fundamentales: la posibilidad de ser ejercida de manera informada y oportuna. En las sociedades de masas que tenemos hoy en día, los medios se han convertido en articuladores –y a menudo en acaparadores– del espacio público. Sin ellos no podría haber iniciativas o mensajes políticos capaces de llegar a todos los ciudadanos. Además, los medios desempeñan una importante función como contrapesos del poder político.

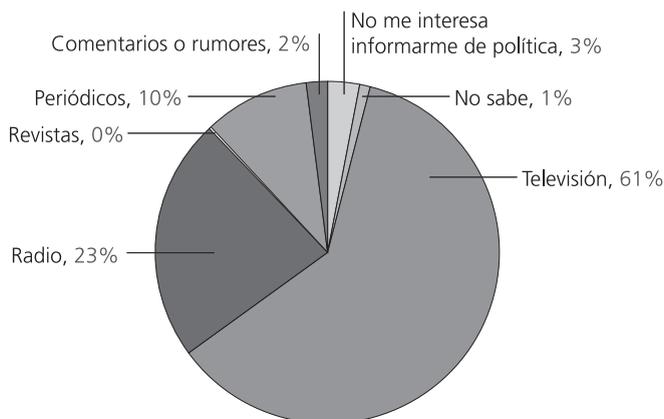
Hoy día no hay política sin medios. En México, 84% de los ciudadanos manifiesta que, cuando se entera de asuntos políticos, es a través de la televisión o de la radio. Únicamente 10% menciona a la prensa escrita como la fuente principal de su información política. La gráfica de la página 99<sup>2</sup> muestra las inclinaciones expresadas cuando a los ciudadanos se les pregunta en qué medio se enteran de lo que acontece en la actualidad política.

Según tales inclinaciones, es evidente la preponderancia de los medios electrónicos como propagadores de información política. Sin embargo, la supeditación de los ciudadanos a los medios electrónicos para enterarse de tales asuntos no ha devenido en una cultura política precisamente sólida. La misma encuesta, igual que otros estudios similares, permite confirmar el escaso conocimiento que existe acerca de las reglas del ejercicio de la política. Cuando a los entrevistados en ese sondeo nacional les preguntaron cuánto tiempo duran los diputados fede-

<sup>2</sup> Información tomada de la Segunda Encuesta Nacional sobre Cultura y Prácticas Políticas Ciudadanas, realizada en febrero de 2003 por la Dirección de Desarrollo Político de la Secretaría de Gobernación y publicada en septiembre del mismo. La pregunta fue: “¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en la política?”. En la gráfica se indican los porcentajes obtenidos por los medios mencionados en primer término.

rales en su cargo, solamente 37% supo la contestación correcta, mientras que 38% dijo que no sabe y 25% dio respuestas equivocadas.

### Medios en los cuales los mexicanos se informan de política



FUENTE: Segunda Encuesta Nacional sobre Cultura y Prácticas Políticas Ciudadanas, Secretaría de Gobernación, 2003.

Los medios no tienen la culpa de esa deficiente alfabetización política. La escuela, el entorno social y los partidos e instituciones estatales tampoco han logrado mucho para perfeccionar el conocimiento ciudadano acerca de los asuntos públicos. Pero es evidente que la información política, hoy en día fundamentalmente irradiada por los medios, sigue siendo rudimentaria.

## PERIODISTAS Y POLÍTICOS: DIFERENCIAS, COMPLICIDADES Y DESENCUENTROS

Ubicados en responsabilidades equidistantes pero también complementarias, periodistas y políticos se miran con inagotable recelo mutuo. En ocasiones, los primeros atajan excesos de los segundos. Pero también es frecuente que, cada cual en su terreno, periodistas y políticos compartan intereses. Omisiones, negligencias y errores de unos llegan a ser oportunidades para los otros. Esa tensión permanente es descrita por dos autores estadounidenses:

Así como los políticos a menudo aciertan al engañar al público, los periodistas a veces fracasan en su tarea para descubrir y describir la información relevante, conocible, que juega en el discurso público. Algunos cínicos creen que los políticos siempre mienten. No obstante, la frecuencia con la cual eligen hacerlo, teniendo éxito cuando lo hacen, se encuentra en parte en función de la vigilancia con la cual los reporteros descubren hechos, discriminan lo relevante de lo insignificante y mantienen todo eso en la vida pública como parámetros de veracidad. Cuando los reporteros desempeñan esas tareas, a los políticos y aquellos que quieren influir en ellos les resulta más difícil desviarse de la verdad.<sup>3</sup>

Encontrar y publicar la verdad constituiría uno de los mejores recursos para apuntalar una democracia. Pero tratándose de asuntos públicos en los que convergen intereses distintos e incluso enconados, eso no resulta sencillo y, en ocasiones, tampoco es posible. El papel de la prensa para develar excesos y como contrapeso del poder resulta de la mayor

<sup>3</sup> Kathleen Hall Jamieson y Paul Waldman, *The press effect. Politicians, journalists, and the stories that shape the political world*, Nueva York, Oxford University Press, 2003, p. 165.

utilidad en todo sistema político. Pero esa capacidad nunca sustituye a los mecanismos de funcionamiento formal de una democracia.

Como todos sabemos –y padecemos–, los medios no suelen cumplir cabalmente con esa función de intermediarios entre políticos y ciudadanos. No son los asuntos propuestos por los políticos sino la agenda que a partir de esos temas los medios deciden confeccionar lo que la sociedad llega a conocer, especialmente en los medios de mayor audiencia. Supeditado al tamiz de los medios, el discurso político queda expuesto de manera fragmentaria. A la preeminencia de los medios para definir los contenidos y espacios que adjudican a los mensajes de carácter político, se añade la subordinación de los profesionales de la política, y sus instituciones, a los formatos y modos impuestos por los medios mismos. Como ha sido ampliamente discutido en numerosos trabajos recientes, el sometimiento de la política a las exigencias del *marketing* suele implicar discursos huecos para audiencias súbitas. El ciudadano común podrá ver en el noticiero por televisión unos cuantos segundos de la alocución o la entrevista de un dirigente político y no su mensaje completo.

La parcialidad con que los medios difunden la política puede advertirse en las dos principales acepciones de ese término: *a)* la que muestran es únicamente una parte de la realidad, y *b)* lo hacen tomando partido en cada asunto que difunden. La rapidez con que comunican los asuntos públicos y, principalmente, el formato al que suelen ajustar sus informaciones impiden que la mayoría de los medios difunda todos los ángulos de cualquier asunto público. Cada reportero o redactor, y, desde luego, los funcionarios que en cada diario, televisora o radiodifusora tienen la tarea de elegir el material que darán a conocer, seleccionan la información que a ellos les parece más interesante o que mejor se ajusta a sus criterios editoriales y/o empresariales.

Nada de eso es nuevo, ni sorprendente. Un rasgo consustancial a la comunicación de masas es la unilateralidad: unos cuantos –reporteros,

redactores, personal técnico, directivos de cada medio— recogen, jerarquizan, confeccionan y publicitan la información que han de recibir millares o centenares de miles de lectores, radioescuchas o televidentes. La comunicación de masas es por definición autoritaria y se encuentra matizada por la perspectiva (corporativa y personal, política, económica o cultural, geográfica y generacional, etcétera) de quienes participan en el proceso de selección y decisiones acerca de cada noticia.

Sin embargo, con frecuencia no pocos medios se presentan a sí mismos como pregoneros de toda la verdad, o de mensajes que no tienen matices políticos o que no hayan sido definidos por el interés (fundamentalmente económico, pero también de alguna otra índole) de cada empresa de comunicación y de los individuos que manejan la información dentro de ella. Las cantinelas con que los medios suelen ufanarse de la ausencia de sesgos en sus contenidos informativos (“la noticia de izquierda a derecha”, “objetividad y seriedad”, “un diario sin compromisos”, “sólo la verdad”, “la información tal cual es”, etcétera) son parte de los esfuerzos de autolegitimación de los medios. Sus audiencias no siempre advierten la parcialidad inherente a las noticias ni, sobre todo, las concepciones de la realidad que les proporcionan los medios.

#### TRANSACCIÓN CONSTANTE: DE LA PREBENDA A LA CONFIDENCIA

Los políticos no ignoran la intencionalidad de los medios pero, por lo general, aspiran a manejarla y beneficiarse de ella. Allí radica, posiblemente, una de las causas de la relación inestable, contradictoria y equívoca que suele haber entre políticos y medios. Los primeros, prefieren buscar con los medios un trato casuístico y discrecional antes que procurar una relación institucional y, si fuera posible, profesional.

La negociación en cada tema, en ocasiones medio por medio, exige de los políticos un enorme esfuerzo de persuasión y regateo cuyos resultados son, por lo general, insuficientemente satisfactorios.

Dedicados en buena medida a congraciarse con los medios, no son pocos los políticos que descuidan el cumplimiento de otras tareas. Algunos consideran indispensable utilizar, sin ton ni son, cuanta oportunidad tengan para exponerse a sí mismos y a sus opiniones en los medios de comunicación.<sup>4</sup> La creencia de que se puede gobernar a través de los medios conduce a omisiones garrafales en la administración de los asuntos públicos e incluso al surgimiento de significativos vacíos políticos. Desde luego, hoy en día es imposible gobernar sin tomar en cuenta a los medios de comunicación. Pero reconocer el carácter imprescindible que tienen no significa, necesariamente, tenerlos como los únicos espacios de interlocución y relación entre el gobierno y la sociedad.

Pareciera, sin embargo, que muchos políticos hacen proselitismo y, cuando ocupan cargos de gestión, gobiernan más en y para los medios que para la sociedad que los ha elegido. La relación entre políticos y medios –igual que, en buena medida, el resto de la política– suele convertirse en transacción continua. Así es la política, en casi todas las circunstancias. El problema en este caso radica en que, para buscar un trato favorable, los políticos les ofrecen a los medios beneficios mercantiles, administrativos y propiamente comunicacionales. Entre los primeros se encuentran la contratación de publicidad, prebendas a reporteros y privilegios legales y extralegales a directivos de las empresas

<sup>4</sup> En marzo de 2001, durante la inauguración de las nuevas instalaciones de Radio Red el presidente Vicente Fox admitió: “No resisto ver un micrófono y no usarlo”. Durante su administración los mexicanos hemos advertido las costosas consecuencias políticas de la incontenible proclividad del presidente Fox para hablar sin medida.

mediáticas.<sup>5</sup> Esas fueron prácticas frecuentes en la relación entre el poder político y la prensa —especialmente la prensa escrita— en casi toda la segunda mitad del siglo XX.

En los últimos lustros del siglo numerosos funcionarios y dirigentes políticos comprobaron el deterioro de aquellos recursos para subordinar a la prensa. En algunos casos, a pesar del gasto en publicidad y prebendas, los medios de comunicación asumían posiciones distintas de las que trataban de inducir sus patrocinadores desde el poder político.

La diversificación de las fuentes publicitarias —tanto comerciales como de carácter político— y en algunos casos los ingresos monetarios por venta de ejemplares, permitieron que algunos diarios y revistas adquirieran una nueva autonomía respecto de las fuentes de financiamiento tradicionales. Durante medio siglo la circulación había constituido un factor marginal para la subsistencia de la gran mayoría de la prensa escrita en México. Sólo unas cuantas publicaciones de contenido escabroso o frívolo y con centenares de miles de lectores se daban el lujo de depender fundamentalmente de la venta de ejemplares. El resto ha tenido que apoyarse en la venta de anuncios en sus páginas.

En otros casos, la línea editorial de los medios más abiertamente supeeditados al patrocinio legal y extralegal del poder político estaba tan notoriamente hipotecada a esos compromisos que su credibilidad, y por lo tanto su capacidad de persuasión, eran escasas. Los lectores por lo

<sup>5</sup> En México, como es sabido, durante largo tiempo era frecuente el soborno a numerosos periodistas; aunque esa práctica ha menguado de manera significativa, todavía se conocen expresiones de ella. Una investigación sobre el llamado cuarto poder en este país advierte: “Aunque el soborno de los periodistas nunca fue una forma particularmente eficiente de censura, representó sin embargo un componente clave en la venalidad generalizada que caracterizó al sistema de control de los medios en México. La corrupción de las infanterías ayudaba, así, a asegurar la influencia oficial sobre los medios informativos” (Chappel H. Lawson, *Building the Fourth Estate. Democratization and the rise of a free press in Mexico*, University of California Press, 2002, p. 37). A par-

general son reacios a adquirir publicaciones ostensiblemente identificadas con un patrocinador o una posición política específicos. Quizá haya que tener precaución al identificar esa actitud con una conducta política avanzada. El discurso autolegitimador que los medios acostumbran desplegar al definirse como imparciales y equidistantes de intereses ajenos a los estrictamente informativos ha sido engañoso, pero de reconocible eficacia. La mayoría de los ciudadanos tiende a considerar que los medios deben abstenerse de tomar partido o comprometerse con causas políticas, sin reconocer que, más allá de las declaraciones de imparcialidad, prácticamente todos los medios respaldan o impugnan posiciones y personajes políticos. La idea de que los medios no han de tomar partido supone que la información puede ser aséptica y neutra, lo cual es imposible.

Parcialmente agotados los viejos recursos a partir de los cuales acordaban con los medios, los políticos tuvieron que ofrecer otro tipo de bienes para lograr la aquiescencia o al menos la atención de las empresas de comunicación. En vez de contratos de publicidad o regalos —en algunos casos además de ellos—, los políticos tratan de ofrecer a los medios material para nutrir sus espacios informativos. La *mercancía* que brindan como elemento de negociación en ese intercambio es de carácter mediático: declaraciones estridentes, informaciones llamativas y filtraciones forman parte de esos bienes periodísticos.

Siempre, desde luego, cualquier gobierno u organización política necesita informar acerca de sus hechos y dichos. Esa es una de las responsabilidades fundamentales de todo aquel que aspire a ser reconocido en el espacio público. Pero más allá del cumplimiento rutinario de tales

tir de entrevistas con periodistas mexicanos, ese investigador estimó que en la ciudad de México a mediados de los años noventa los reporteros que recibían sobornos iban desde 91 o 90 % en algunos diarios (*El Herald*, *Diario de México*, *El Nacional* y *Unomásuno*) hasta 8% (*Reforma*) (Chappel H. Lawson, *op. cit.*, p. 213).

quehaceres, los políticos han encontrado que para ganar presencia en los medios de comunicación necesitan incitarlos con declaraciones o informaciones suficientemente atractivas.

Mientras más agresiva, desmedida o estruendosa sea la declaración de un personaje político, mayor será el interés de los medios para propagarla de manera destacada. Mientras más perturbador o estrepitoso resulte, un documento *filtrado* a la prensa tendrá más posibilidades de alcanzar las primeras planas.

No hay sorpresa ni novedad alguna en esa vocación mediática por el escándalo. El amarillismo, para los medios, es mejor negocio que la información de asuntos rutinarios o no exorbitantes. Ya se sabe: que un perro muerda a un hombre no es noticia, pero lo contrario sí. El carácter mismo de la noticia en los medios lleva impregnada la necesidad de asombrar, de otra forma el periodismo no concitaría el interés de sus públicos. Pero la sorpresa de lectores, radioescuchas y televidentes es procurada a partir de la fabricación de acontecimientos estrepitosos más que con la develación de auténticas novedades políticas o sociales.

Habitualmente atendida a que los políticos la nutran de primicias, la prensa –electrónica y escrita– investiga poco pero chismorrea mucho. Más que de hechos, los espacios dedicados a la información política suelen estar repletos de dichos. Y para que logren impresionar, primero a la mayoría de los jefes de redacción y luego a los públicos de los medios, esos dichos por lo general tienen que ser expresiones estridentes o agresivas. Así como las malas noticias destacan mucho más que las buenas, las expresiones ríspidas tienen un impacto mediático más contundente que aquellas que no dramatizan. De allí resulta que en los espacios dedicados a temas políticos o sociales el contexto usualmente sea escaso, pero, en cambio, abunden los pre-textos: informaciones fragmentarias, datos exigüos, declaraciones inconexas o repetitivas, explicaciones pobres o inexistentes.

La argumentación en extenso, cuando la hay, queda relegada para las páginas interiores de algunos diarios y –salvo excepciones cada vez más escasas– definitivamente excluida de los medios electrónicos. La radio, y de manera especialmente compulsiva la televisión, demandan concisión, sencillez y contundencia. Las frases cortas tienen más éxito mediático que las explicaciones en detalle. Muchos políticos aprovechan esa circunstancia y saben que, si responden de manera escueta y ocurrente, encontrarán mejor espacio en los noticiarios. Otros sufren el afán simplificador de los medios y, con frecuencia, de sus largos discursos o declaraciones la televisión y la radio solamente difunden las expresiones más destempladas –que no siempre son las más relevantes.

DE LA EXIGENCIA, AL RUEGO:

“LA NOTA, SEÑOR, SÓLO QUEREMOS LA NOTA”

A los reporteros, sus directores y jefes de información les suelen pedir material capaz de perturbar o asombrar, más que de enterar o explicar. Los asuntos ordinarios difícilmente son noticia. En busca de *nota* los reporteros acostumbran requerir a los personajes políticos que les obsequien frases contundentes, aun cuando detrás de ellas no existan más que adjetivos de importancia solamente ocasional. Cuando no consiguen dichos notorios, muchos reporteros –y antes que ellos, sus jefes de redacción– consideran que no han cumplido con su trabajo.

Más que con las anteriores consideraciones, la relación frecuente entre reporteros y políticos –así como la impaciencia para que en cada rueda de prensa se formulen declaraciones estridentes– puede ser descrita a partir de un ejemplo práctico. Hacia 2003 en México, seguramente el personaje público que tiene una relación más frecuente con reporteros es Andrés Manuel López Obrador, el jefe de Gobierno de la

capital del país. Diariamente, de madrugada, incluso en días festivos y fines de semana, ese funcionario ha acostumbrado ofrecer una conferencia de prensa. El encuentro que tuvo el lunes 8 de septiembre de 2003 con los reporteros que cubren sus actividades no fue sustancialmente distinto a los que sostiene cotidianamente, y nos permite ilustrar la estéril simbiosis que llega a entablarse entre periodistas en busca de disonancias junto a políticos en pos de espacio mediático.

Aquel día una de esos periodistas manifestó interés por las encuestas que realiza el gobierno entre los habitantes de la ciudad. A pesar de la insistencia de sus entrevistadores, López Obrador no quería revelar datos de esos sondeos. Los reporteros pasaban de un tema a otro en busca, siempre, de afirmaciones drásticas.

SILVIA GONZÁLEZ, reportera de *Formato 21*: ¿Cuáles serían los puntos malos que usted está detectando en estas encuestas?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Bueno, los que siente la gente, los que percibe la gente. Hasta ahora, no, pues no quiero decir más que...

ISRAEL CALDERÓN, reportero de *El Valle*: Hay que ser autocríticos, ¿qué le falta a su gobierno?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: No, hay que ser autocríticos, yo creo que hace falta trabajar más en materia de seguridad, estamos trabajando todos los días, pero la gente quiere más resultados.

SILVIA GONZÁLEZ: Eso sería lo principal, ¿y luego el otro problema cuál sería?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Básicamente, pero en eso la gente reconoce que estamos avanzando, en materia de seguridad.

SILVIA GONZÁLEZ: ¿Poco, regular o mucho?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Estamos avanzando.

VERÓNICA MÉNDEZ, reportera de XEW Radio: ¿A partir de estas encuestas rediseña los métodos para combatir la inseguridad?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Sí, nos sirven mucho, aparte tenemos

toda la información diaria que se presenta en las reuniones de gabinete, todos los días tenemos información de lo que sucede en la ciudad, o sea, estamos muy informados, la información es fundamental, no se puede gobernar sin información.

ARTURO PÁRAMO, reportero de *Reforma*: Hablando de encuestas, esa encuesta que se publica hoy que lo pone a usted como aspirante principal a la Presidencia de la República, ¿qué piensa de ella?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Pues, muy bien.

ARTURO PÁRAMO: Pero ya es una encuesta, no es una opinión de nosotros.

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Sí, pero esas son otras encuestas, esas tienen que ver con la parte política; a nosotros nos importan mucho también, no también, las que nos importan son las que tienen que ver con el sentir de la gente en asuntos que le preocupan a la gente, o sea, lo cotidiano.

JOSÉ LUIS PALACIOS, reportero de *La Crisis*: ¿A la gente le importa también eso?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: No, no, la gente no está pensando en eso, falta muchísimo tiempo.

VERÓNICA MÉNDEZ: Pareciera que sí, el mismo Presidente ha dado prácticamente un banderazo de salida hacia la jornada de 2006, y estas encuestas, ¿usted cómo las ve, se convierten en un factor desestabilizador del país?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: No, no es para tanto, no es para tanto.

VERÓNICA MÉNDEZ: ¿Qué sucede con estas encuestas?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Pues es una forma de medir lo que está pensando la gente, pero nosotros no vamos a hablar de eso porque si no, nos llevaría mucho tiempo estar hablando de ese asunto, y además se enojan.

SILVIA GONZÁLEZ: ¿Sigue muerto políticamente, en la carrera hacia el 2006?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: No me ...

ELIZABETH GALINDO, reportera de *Radio Fórmula*: ¿Le quitan el sueño estas encuestas que cada rato lo posicionan como candidato a la Presidencia?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Muy bien. Vamos a seguir pendientes del agua, de las lluvias.

ELIZABETH GALINDO: No, señor, o sea, ¿le quitan el sueño, le preocupa que a cada rato estas encuestas le saquen..?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Me quita el sueño cuando llueve, por ejemplo, toda la noche llovió y empezó a llover fuerte otra vez a la seis de la mañana y sigue lloviendo...

ELIZABETH GALINDO: No, señor, pero yo no le pregunté eso.

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Sí, eso sí, antes, ¿saben qué?, cuando llovía, dormía yo mejor, me arrullaba el agua...

ELIZABETH GALINDO: No, señor, no me entendió, yo no le pregunté eso, yo le pregunté sobre las candidaturas...

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: ... ahora llueve y ya tengo que esperar...

VERÓNICA MÉNDEZ: ¿Llueven las encuestas, es una lluvia de encuestas, esta lluvia de encuestas es lo que ahora no lo deja dormir?

JOSÉ LUIS PALACIOS: La nota, señor, sólo queremos la nota.

ISRAEL CALDERÓN: Oiga señor, nada más contésteme una cosa.

ARTURO PÁRAMO: ¿No le importan de veras?

LEONEL LÁZARO TENORIO, reportero del Instituto Mexicano de la Radio: Licenciado, ¿se registró un accidente en la mañana?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: ... sí.

LEONEL LÁZARO TENORIO: ¿Qué reporte tiene?

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Es un accidente lamentable de un camión que trasladaba una trabe, se volteó, quedó la trabe atravesada en la zona de La Raza, desafortunadamente, lo lamento bastante, perdió la vida un trabajador. Es una trabe que se trasladaba al distribuidor vial de Zaragoza, son maniobras muy riesgosas, muy peligrosas y suceden estas cosas; ya he dado instrucciones para que se atienda a los familiares y se vea lo del seguro y todo lo que corresponde en estos casos.

De no haber sido por la pregunta del reportero del IMER, López Obrador tendría que haber seguido eludiendo la presión del resto de los pe-

riodistas. Durante los casi ocho minutos que duró la conversación antes transcrita, el gobernante de la ciudad de México no hizo una sola declaración que pueda considerarse de interés periodístico. No se mencionó hecho novedoso alguno. Todo ese tiempo, reporteros y funcionario mantuvieron una simpática pero, a la postre, desgastante esgrima. Ni el jefe de Gobierno tenía nada que decir, ni los reporteros llevaban inquietudes originales para plantearle.

El extenso ejemplo que hemos reproducido resulta aún más significativo porque con frecuencia se ha considerado que, de los políticos mexicanos, López Obrador es el que tiene mejor relación con los periodistas. Y, viceversa, se trata de uno de los personajes públicos a quien los reporteros profesan más simpatía.

#### CUANDO LA PRENSA CREA POSTURAS A MODO. DISTORSIONA, QUE ALGO QUEDA

No todos los políticos disfrutaban de tanta condescendencia. A muchos otros les ocurre que por muy cuidadosos que sean en sus declaraciones, habrá medios que quieran ajustarlas a sus respectivas agendas, miradas o concepciones. En numerosas ocasiones se ha visto que las preferencias, las fobias o los prejuicios de reporteros y directivos mediáticos se sobreponen a la claridad en la exposición de dichos y hechos del mundo político.

Pongamos otro ejemplo. El ex presidente Carlos Salinas de Gortari ha sido uno de los personajes de perfil más peyorativo en la política de nuestro país desde el último lustro del siglo xx. Después de haberlo erigido como uno de los personajes de mayor consenso en la historia contemporánea de México, al poco tiempo de terminado su gobierno los medios depusieron a Salinas del pedestal en donde lo habían encum-

brado.<sup>6</sup> Es posible que esa aciaga imagen pública vaya difuminándose. Pero casi una década después de concluida su administración, en numerosos medios a Salinas se lo abomina con tan encendido encono como escasa cavilación. A menudo, en los comentarios políticos e incluso en las entrevistas con personajes públicos el nombre de ese ex presidente aparece sin que venga a cuento. Más allá de su presencia pública real, ha existido una magnificación mediática que, aun cuando sea para denostarlo, mantiene a Salinas como personaje insoslayable.

El domingo 27 de julio de 2003, los lectores de *La Jornada* desayunaron frente a este titular de primera plana:

“El PAN, dispuesto a negociar con Salinas: Barrio”

Arriba de ese vistoso encabezado, un cintillo proclamaba: “¿Quién de verdad está libre de alguna culpa?, pregunta”.

Y bajo el titular principal, se añadía: “Para resolver asuntos del país no se puede descalificar a nadie”.

A juzgar por esos encabezados, el Partido Acción Nacional, a cuyo coordinador parlamentario se le atribuían las declaraciones, había resuelto pactar una alianza con el ex presidente Salinas. La mayoría de los lectores del diario, que no siempre recorren las notas completas, pudo haberse quedado con esa impresión. Sin embargo, la información indicaba otra cosa. La mención del ex presidente se había debido a la insistencia de la reportera de *La Jornada* y no a una decisión previa del dirigente de los diputados de Acción Nacional. A Barrio, ese diario lo mostró como autor de una declaración que, en rigor, no había hecho.

La entrada de ese texto, firmado por Georgina Saldierna, rezaba:

<sup>6</sup> De la construcción y posterior demolición mediática de la figura pública del ex presidente Salinas nos ocupamos en un apartado de nuestro libro *Volver a los medios. De la crítica, a la ética*, México, Cal y Arena, 1997, pp. 34 y ss.

De darse la situación, el Partido Acción Nacional (PAN) no rechazará negociar incluso con el ex presidente Carlos Salinas de Gortari, adelanta Francisco Barrio Terrazas, próximo coordinador de los diputados federales de ese instituto político.

Más adelante la nota describía parte del diálogo entre la reportera y el dirigente panista:

—*¿Acción Nacional ha medido el costo político de aprobar medidas que finalmente están en el proyecto del Partido Revolucionario Institucional? Es decir, ¿el PRI va a ser lo que el PAN fue para el PRI en el sexenio salinista?*

—Esas cosas inevitablemente se van a seguir dando. Veo virtualmente imposible que el partido gobernante tenga el control absoluto de todo... lo importante es si las reformas le van a beneficiar al país o no. Si es bueno para México, puede haber la motivación de ir adelante, incluso pagando el costo político...

—*En el pasado no sólo hubo señalamiento de su acercamiento con Zedillo. También se afirmó que era el panista más salinista. ¿Cuál es su relación con el ex presidente?*

—No tengo en este momento ninguna comunicación con el ex presidente. En aquella época, cuando yo era gobernador y él era presidente, busqué tener una buena relación con el gobierno federal; era parte de mi responsabilidad. Igual lo hice cuando el presidente ya era Zedillo. No creo que en esos seis años haya nada que se pueda señalar como una conducta en la que haya sacrificado principios o normas éticas para quedar bien en una coyuntura política. No hay motivo por el que pueda sentirme apenado o arrepentido o mucho menos...

—*¿O sea, si es necesario hablar con el mismo Salinas, ¿lo van a hacer?*

—Por supuesto que sí. El punto es no prestarse a situaciones inadecuadas. Esto no quiere decir que avalemos a persona alguna o ciertos manejos. Lo

que le quiero decir es que tenemos la apertura de tratar en el mejor ánimo de que los acuerdos se den sin incurrir en prácticas o acciones indebidas.

—*¿Ha habido algún contacto con el ex presidente?*

—No. No he estimado necesario hacerlo. Y los contactos que he tenido con otros actores ya se conocen. Si alguno de ellos está cercano o no, no creo que sea el factor determinante para decidir si me reúno con alguien...

—*¿No resulta vergonzoso negociar con un personaje cuestionado y controvertido como el ex presidente?*

—Si ese fuera el criterio, tendríamos que eliminar de las mesas de negociación a muchas personas. ¿Quién, la verdad, está absolutamente libre de toda culpa?.. Nunca he sido partidario de descalificar de manera absoluta a personas, menos cuando tienen una responsabilidad en el área pública. Si uno se pone a descalificar interlocutores, lo más probable es que uno también acabe descalificado.

#### TRIVIALIZADORA POLITIZACIÓN; TRANSGRESORA MEDIATIZACIÓN

La política, a diferencia de lo que a menudo se supone, lo permea casi todo en el espacio público contemporáneo. Nos referimos a la imbricación entre los más variados asuntos y el sesgo político que adquieren en los medios. La información policiaca, los deportes, la sección de obituarios, los espectáculos y desde luego las noticias financieras, suelen estar teñidos por una politización que parece tan omnipresente como inevitable.

Esa *politización* del espacio público que está ocupado por los medios no significa que la agenda de los políticos y los partidos sea compartida por la sociedad. Tampoco quiere decir que las convicciones participativas de los ciudadanos se hayan incrementado sustancialmente. Lo

que ese matiz indica es que en la cobertura de los asuntos más variados, los medios tienden a resaltar las implicaciones relacionadas con la disputa por alcanzar o controlar el poder en cada uno de los ámbitos de la vida social.

Escribe el especialista salvadoreño Mario Alfredo Cantarero:

La prensa, televisión y la radio, muchas veces por consentimiento y algunas por desconocimiento profesional, han sido asaltados por el criterio y la metodología de que sólo es noticiable aquello que se enfoca y dimensiona políticamente. En síntesis, el discurso mediático noticioso ha espectacularizado políticamente todos los ámbitos de la vida social. Entre otros, el medio ambiente, la educación, la infancia, las mujeres, el deporte, la navidad, la desesperación y el sufrimiento de la población son hechos que huelen permanentemente a “interés político”, entendido éste como la única razón que da sentido a los eventos que ocurren en el presente social.<sup>7</sup>

La propagación mediática les confiere a todos esos asuntos una dimensión pública que de otra manera no tendrían. Junto con la omnipresencia de los medios, asistimos a un creciente interés de la sociedad por los temas que se ventilan en ellos. La diversidad de opiniones que es parte de la democracia contemporánea, pero también la frecuente ausencia de jerarquización en el debate público, tienen como resultado la propagación de una atronadora querrela permanente. No está mal el hecho de que todo se discuta. El problema es que la discusión de casi todos los temas se realiza en los mismos planos y con los mismos recursos. Los medios señalan –o recogen– temas y prioridades, les dan espacio, los ventilan por unos cuantos días y al cabo de poco tiempo los

<sup>7</sup> Mario Alfredo Cantarero, “Entre el discurso político electoral y la desconfianza ciudadana”, *Sala de Prensa* 43, mayo de 2002: <http://www.saladeprensa.org/>

abandonan sin darles seguimiento y sin que, la mayoría de las veces, haya existido una auténtica deliberación ciudadana acerca de ellos.

Esa secuencia puede reconocerse en la exposición de los asuntos más variados, desde el arbitraje en un encuentro de futbol, las vicisitudes de los participantes en un *reality show* televisivo y las consecuencias del cambio climático mundial, hasta una sesión del Senado o el tipo de cambio de nuestra moneda frente al dólar. Uno tras otro, esos hechos se confunden en el constante estruendo que constituye su exhibición mediática. Los ciudadanos los conocen, pero no por ello los comprenden mejor, como apuntaremos más adelante. Y nada de ello modifica las condiciones en las cuales los espectadores se enteran de tales asuntos. Al respecto, añade Cantarero para comentar la politización del mensaje público en su país:

Sin embargo, en el otro contexto del proceso comunicativo, los usuarios de los medios informativos y del discurso político se comportan con otra lógica. La población recibe la información difundida, pero su interpretación del mensaje la hace a partir de su situación de vida en un aquí y ahora real, “al rojo vivo del día a día”, como dice la población. De esa evaluación entre mensaje propagandístico y realidad vivencial, precisamente surge esa actitud displicente de la mayoría de los salvadoreños con respecto no sólo al mensaje recibido sino a los eventos políticos, como se puede ver en su paupérrima participación en las últimas 5 elecciones presidenciales. Al ciudadano, le preocupa, principalmente, la situación de vida, el comer diario y el diario sobrevivir.<sup>8</sup>

Al cargar las tintas –o aumentar el volumen del audio– para destacar las implicaciones políticas, los más diversos temas se vuelven

<sup>8</sup> Mario Alfredo Cantarero, *op. cit.*

campo de litigio mediático y social. Ciertamente muchos de los conflictos contemporáneos, en las más diversas áreas de actividad, están relacionados con negligencias o excesos de los gobernantes: tienen implicaciones políticas independientemente de que sean expuestos, o no, en los medios de comunicación. Al ser incorporados al repertorio de entretenimiento e información que ofrecen los medios, todos esos acontecimientos quedan, al menos en parte, sometidos al vaivén comunicacional.

La *politización* de los asuntos públicos incluye, también con frecuencia, la intrusión mediática en la vida privada. Esa transgresión afecta tanto a personajes que tienen responsabilidades públicas como a ciudadanos sin ellas. El sesgo político que puedan tener lleva a no pocos medios a considerar que las actividades familiares, la comida que consumen, los gustos literarios o las vacaciones veraniegas de los gobernantes tienen que someterse al escrutinio de cámaras y micrófonos de la televisión y la radio. La proliferación de *paparazzi* obedece, en parte, a esa compulsión mediática por la vida privada de los famosos. Recientemente la industria mediática también ha encontrado rentable la exhibición de ciudadanos en situaciones extravagantes o embarazosas. Por ejemplo, cuando son aprehendidos por la policía: aunque no se les haya fincado cargos judiciales, son mostrados en la televisión, o retratados en la prensa sensacionalista, como si hubieran cometido un delito.

Además de ese entremetimiento en la intimidad o la vida personal de los ciudadanos, el trasladar asuntos del orden privado al terreno de los acontecimientos públicos tiene implicaciones formales, legales y culturales, entre otras. Por una parte, la mudanza de escenarios suele confundir tanto a espectadores como a protagonistas de tales asuntos. Cuando un litigio judicial no se dirime en los tribunales sino fundamentalmente en los medios de comunicación, estamos ante una *politización* que afecta a las reglas y a los actores de un acontecimiento.

Con frecuencia la *politización* constituye una forma de desnaturalización de los hechos públicos. Ese efecto es muy claro cuando un difereando pasa del campo de la justicia al de los apremios políticos. El español Mariano Arnal define con claridad esa tendencia:

*¿Y qué es eso de politizar? Es meter los políticos las manos en algo que no les corresponde; es ampliar la dominación política hacia alguna área que no debiera estar sometida a los políticos. Así cuando decimos por ejemplo que se politiza la justicia, nos referimos a que los jueces (en las más altas magistraturas, que es de donde salen las directrices para el resto) se comprometen con los políticos y con la política. Desde el momento en que los empresarios deben subvenciones y contratas a los políticos (en España, además, calificaciones y recalificaciones de terrenos), y los altos funcionarios deben sus puestos también a los políticos, está claro que unos y otros les deben fidelidad. El resultado inevitable es que por este procedimiento quedan politizadas la economía, la justicia, las universidades, las congregaciones religiosas, todo lo *politizable* en fin, que es realmente todo.*<sup>9</sup>

Todo puede ser politizado, en efecto. El debate público tamizado y determinado por los medios alcanza todos los ámbitos. No hay –o casi no hay– asunto que escape a la inquisitiva mirada mediática. Pero la politización que esa intervención implica no significa, necesariamente, que los asuntos expuestos a la curiosidad pública sean desplegados con más detalle, o que la deliberación acerca de ellos les permita a los ciudadanos entenderlos mejor. Esa politización no conduce a que tales y muy diversos temas sean conocidos –y mucho menos entendidos– con

<sup>9</sup> Mariano Arnal, “Politización”, en *Léxico Derecho-Justicia-Política*: <http://www.elalmanaque.com/politica/POLITIZACION.htm> (los términos en cursivas aparecen en negritas en el texto original).

mayor densidad o seriedad. Simplemente implica su incorporación a un carrusel mediático que los expone, usufructúa, mezcla y desecha con la misma holgura con que, de inmediato, asume otros temas similares.

Mediáticamente politizados, los temas que desfilan por el tablado del *infoentretenimiento* quedan casi instantáneamente desprovistos de muchos de sus significados peculiares. La complejidad de cada tema es compendiada en unos cuantos minutos –a veces tan sólo segundos–. La experiencia, los antecedentes, las opciones y opiniones que hay en cada conflicto son soslayados en beneficio de la concisión mediática. Cuando un medio publica datos biográficos, respaldo estadístico, premisas legales o referencias cronológicas de un asunto, se dice que hace periodismo de investigación y a ese ejercicio se lo considera admirable y especial. Lo es, en efecto, y el hecho de que tal comportamiento sea excepcional indica la pobreza de contenidos que suelen recibir los consumidores de la información mediática. Por lo general los medios muestran personajes sin historia, cuya relevancia obedece sólo a la vicisitud, casualidad, desgracia o hazaña que han protagonizado. Si hace una centuria José Ortega y Gasset podía decir *yo soy yo y mi circunstancia*, hoy en día los protagonistas de los acontecimientos mediáticos apenas pueden afirmar *yo soy yo y mis quince minutos de fama*.

Privados de su circunstancia, los despersonalizados protagonistas del *infoentretenimiento* perduran tanto como la coyuntura que les ha permitido llegar al escenario mediático. Tan pronto transcurra el efecto social del episodio policiaco, la proeza deportiva o el hallazgo científico que les ha dado notoriedad, o apenas finalicen la gestión senatorial o el periodo de gobierno para el que han sido designados, la mayoría de esos personajes transitarán hacia el vasto y a menudo olvidadizo archivo de acontecimientos ya ordeñados por los medios.

## LA DEMOCRACIA ENTENDIDA COMO NEGOCIO (Y MARADONA VS. KANT)

Tales son los parámetros que los medios suelen utilizar cuando se ocupan de la política. Sometidos a esa descripción sesgada, los ciudadanos encuentran sustento y amplificación a los motivos que ya tenían para recelar de la política y los políticos.

Cuando del quehacer político se propagan de manera fundamental los acontecimientos destemplados y muy poco la lenta construcción de acuerdos, o la cotidiana gestión administrativa, es natural que en la percepción que los ciudadanos tienen de los asuntos públicos dominen la desconfianza y la malquerencia.

Las quejas que a menudo expresan los gobernantes cuando dicen que los medios destacan solamente sus errores y no toman en cuenta los aciertos que también puedan tener, resultan explicables pero no pasan de ser exhortaciones en el vacío. No es tarea de los medios servir como propagandistas del poder. Pero la subordinación de cualquier responsabilidad pública a las prioridades mercantiles se convierte en un elemento desfigurador de la política y de otros terrenos de interés para la sociedad. Marco Levario ha cuestionado, con agudeza,

los reflejos empresariales de no pocos medios de comunicación para los que la política es sólo negocio si deviene espectáculo u oportunidad para denotarla o en procesos electorales para facturar muchos anuncios y crear el contexto de su difusión, o sea, generar efímeros programas de análisis rumbo a la madre de todas las batallas en las que erigen cada proceso electoral<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Marco Levario Turcott, "El aporte de los medios a la democracia", ponencia presentada en la Feria Internacional del Libro Universitario, Xalapa, Veracruz, 3 de octubre de 2003.

Gracias al desmedido afán de los partidos para lograr presencia en los medios, la política, además de escenario para la negociación de intereses, se ha vuelto un negocio por sí misma para las empresas de comunicación más influyentes. El mismo autor recuerda que en México el propietario de Televisa, Emilio Azcárraga Jean, admitió con desparpajo que para esa empresa la democracia es buen negocio. “Televisa concentra aproximadamente el 55% de los gastos electorales de los partidos políticos –le sigue Televisión Azteca con cerca del 20% y luego las radiodifusoras y, por último los medios impresos, que captan alrededor del 10% de los anuncios”.<sup>11</sup>

Así que la democracia para los dueños de los medios puede ser entendida, quién lo dijera, prácticamente como una mercancía. Las elecciones, de esa manera, no son una oportunidad de revisión y cambio de las políticas públicas y sus ejecutores sino, simplemente, la temporada para ensanchar el beneficio mediático. La política, desde ese punto de vista, se limita a ser fuente de mensajes en cuya comercialización radica el interés primordial de las empresas de comunicación.

La política, que es una actividad cruzada por múltiples contradicciones y que lo mismo tiene rasgos virtuosos que está saturada de abusos y perfidias, es aderezada o deformada según las posibilidades de lucro que pueda significar para las empresas mediáticas. Asistimos, entonces, no sólo a la desnaturalización de la política sino, más aún, a la privatización del espacio público –dominado por los medios– en donde ella se desarrolla.

En esas condiciones, ¿cómo no va a extenderse el malestar ciudadano en la política? Es muy importante recalcar que no toda la percepción que la sociedad tiene del quehacer político se halla determinada por la sesgada intencionalidad mediática. Pero sí puede reconocerse que, en muy amplia medida, la idea que los ciudadanos tienen de los asuntos

<sup>11</sup> Marco Levario Turcott, *op. cit.*

políticos se encuentra tamizada por la información que obtienen a través de los medios, especialmente de carácter electrónico.

Destilados en el cernidor mediático, los temas políticos y sus protagonistas confirman las débiles expectativas que los ciudadanos tienen acerca de ellos. José Joaquín Brunner ha recordado los efectos que alcanza la “cultura del cinismo político”, como algunos autores denominan al entorno en donde se reproduce el desencanto ciudadano respecto de los asuntos públicos. Explica ese politólogo chileno:

Los medios de comunicación alimentan y a la vez se nutren de ese clima cultural. Su representación de la política democrática como una esfera de pocos actores, que se hallan trenzados en debates inconducentes sobre unos pocos puntos menores de la agenda, apartados de los problemas vitales de la gente —el “país real”— y comprometidos nada más que con sus propios intereses, ofrece un cuadro que resuena profundamente con los sentimientos dominantes dentro de la sociedad”.<sup>12</sup>

Trivializados los hechos públicos, convertidos sus protagonistas en actores del espectáculo mediático, simplificados o desdeñados—cuando existen— los proyectos y las ideas de esa índole, es entendible la mala fama que alcanzan la política y los políticos en la mediatizada sociedad contemporánea. La hegemonía mediática en el espacio público y la preponderancia de la fabricación televisiva en la percepción de la política han transformado no sólo la relación entre ciudadanos e instituciones sino, incluso, las pautas fundamentales del proselitismo y la formación de consensos en las sociedades contemporáneas.

<sup>12</sup> José Joaquín Brunner, “Política de los medios y medios de la política: entre el miedo y la sospecha”, *Diálogos*, revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, núm. 49, Lima, octubre de 1997.

En palabras del ya citado Brunner, los medios de comunicación “han terminado por cambiar incluso la propia escena de la política democrática”. Las implicaciones de esa traslación, que no significa avances sino empobrecimiento para la política, sus contenidos y sus protagonistas, son de la mayor gravedad. En estas condiciones, como deplora el mismo autor, “la democracia empezaría a abandonar el marco de la razón comunicativa, donde inicialmente quiso colocársela, y se ubicaría cómodamente en el terreno de las emociones y las imágenes. Finalmente, Maradona ha sido más fuerte que Kant”.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> José Joaquín Brunner, *op. cit.*



Poder político  
y medios de  
comunicación:  
el caso de los  
*videoescándalos*  
en México

María Eugenia Valdés Vega

PRESENTACIÓN

Durante el mes de marzo del año 2004, la sociedad mexicana se cimbró con el espectáculo lamentable de la corrupción que involucraba al gobierno del Distrito Federal y al Partido de la Revolución Democrática (PRD), mayoritario en la capital del país; las imágenes de la corrupción fueron exhibidas por la televisión en un episodio político conocido como “los *videoescándalos*”. Nunca antes en la historia política de México había sido tan claro el fuerte ingrediente de corrupción que tiene la política pues fue mostrado al público en el horario estelar del noticiero televisivo con mayor cobertura en el país.

Aunque no fue el primer escándalo de ese tipo, ya que pocos días antes también se había exhibido un video sumamente comprometedor del presidente del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) negociando el pago de un soborno, no hubo punto de comparación con el escándalo que se suscitó después de los videos que involucraban a funcionarios y gobernantes del PRD en la capital del país, por varias razones. Aparte de tratarse del partido de izquierda que nació con la inten-

ción declarada de enfrentarse al autoritarismo y la corrupción del régimen priista, las otras razones giran alrededor de la personalidad del jefe de Gobierno del Distrito Federal: se trataba de alguien que había basado su campaña electoral para el cargo precisamente en el lema de la honestidad, presumía de ser prácticamente el único heredero del austero y honrado presidente Benito Juárez, y además de gobernar la ciudad más importante de México con obras que llegaron a admirar hasta sus adversarios, Andrés Manuel López Obrador era el ganador en las encuestas preelectorales de la sucesión presidencial de 2006.

Al poco tiempo, sin embargo, el fenómeno de corrupción que todo el mundo pudo ver por televisión se acompañó de otro muy complejo relacionado con la defensa que esgrimió el jefe de Gobierno del Distrito Federal y del cual no se tenían evidencias audiovisuales. Aturdido por el hecho objetivo de la deslealtad de dos de sus principales colaboradores –uno situado en el campo de lo económico y el otro, en lo político–, Andrés Manuel López Obrador tardó un momento en reaccionar, pero en cuanto se repuso planteó que todo había sido un complot preparado por sus adversarios políticos. Con esto el escándalo cambiaba de giro, puesto que intentaba demostrarse que no era sólo de corrupción, sino un producto de la lucha política adelantada por la Presidencia de la República en el año 2006.

En el presente trabajo se analiza este episodio porque en él se ha manifestado un conjunto de fenómenos que realmente son inéditos en México, y también debido a que puede servir de base para una reflexión teórica sobre la conexión que existe entre las bases del poder político y el papel ejercido por los medios de comunicación masiva, en una fase de la política mexicana todavía marcada por los signos de la transición a la democracia.

El problema inicial planteado por este trabajo se refiere a por qué y cómo afectan los medios de comunicación masiva la lucha por (y des-

de el ejercicio del) poder político. La hipótesis que aquí se formula parte del supuesto de que los gobernantes en cualquier tipo de régimen necesitan una base de legitimidad para ejercer el poder; y aunque el desarrollo tecnológico potenció hasta límites inimaginables la influencia masiva de los medios de comunicación, y con ello la posibilidad de que los políticos pudieran utilizarlos para legitimar el ejercicio de su poder —o su acceso a éste—, los medios pueden asimismo ser la fuente de lo contrario: de su desacreditación y desprestigio. Así pues, lo que el artículo trata de probar con la descripción y el análisis de los hechos ocurridos y de su efecto en la opinión pública es que los medios en la democracia pueden ser un espejo privilegiado que refleja a la sociedad y a la política en un lugar y un tiempo determinados.

A partir del planteamiento teórico inicial sobre la legitimidad del poder político y su vínculo con los medios de comunicación, el interés principal de esta investigación fue cuestionar la real influencia de los medios en la credibilidad de los gobernantes. A pesar del papel preponderante que juegan en la formación de la opinión pública, aquí el propósito es demostrar que los medios de comunicación tienen una influencia limitada, pues la relación que establecen con la política es sumamente compleja y no se reduce a un efecto directo. El caso de los *videoescándalos*, expuesto por los medios con suficiente cobertura, parecía ideal para examinar este problema y probar esta hipótesis.

Con el fin de medir el impacto del escándalo mediático en una parte sustancial de la opinión pública —aquella compuesta por los ciudadanos más informados e interesados en política—, se analizaron las cartas enviadas por los lectores a *Reforma* y *La Jornada*, dos de los periódicos más importantes del país que circulan nacionalmente en su versión impresa y tienen una activa página electrónica en Internet cada uno. Aunque ambos diarios cuentan con una gama plural de escritores en sus columnas de opinión y se esfuerzan por tratar las noticias con

objetividad, son ubicados respectivamente en la derecha y la izquierda del espectro político mexicano; ésa es la razón para buscar el efecto de los *videoescándalos* entre sus lectores más participativos, quienes son sin duda aquellos que se deciden a enviar una carta al periódico para expresar sus puntos de vista.

## FUERZA Y LEGITIMIDAD DEL PODER POLÍTICO

La política es una actividad realizada exclusivamente por los seres humanos y su significado tiene una relación directa con el concepto de *poder*, que a su vez tiene distintos elementos constitutivos ya que puede ser un fenómeno biológico, de fuerza, o bien uno de creencias. Como fenómeno biológico, el poder puede ser perfectamente visible entre los animales porque allí se coloca a los mejor dotados por la naturaleza (generalmente se trata de los machos jóvenes y sanos) en el rango más alto de la jerarquía del grupo;<sup>1</sup> sin embargo, esto es bastante discutible en el género humano cuando se trata del poder político porque, dependiendo de las diferentes culturas, las mujeres y los viejos pueden no estar excluidos sino que, por el contrario, se impulsa su participación. En lo que se refiere a la fuerza como elemento constitutivo del poder, es mucho más clara la separación de los hombres respecto de los animales; tal separación muestra las características plenamente humanas, y por esa razón allí se encuentran los fundamentos del poder político.

Como un fenómeno de fuerza, es decir, como *coacción* o *coerción*, el poder entre los hombres no es exclusivamente político, sino que también puede manifestarse en el terreno económico o en el psicológico. Así que el poder asume otras formas además de la política, a pesar de que lo defi-

<sup>1</sup> Maurice Duverger, *Métodos de las ciencias sociales*, México, Ariel, 1999, pp. 520-524.

torio del poder político sea precisamente su carácter coactivo, evidente en que de él dependen la policía y el ejército; se trata, como dicen los clásicos, del poder coactivo por excelencia. El poder político es el único autorizado para hacer uso de la fuerza, y una de sus principales funciones para garantizar la seguridad de todos es evitar que sujetos no autorizados quieran usarla, pero eso no basta para definirlo. Así que lo propio del poder político no son siquiera los elementos materiales que sólo él puede emplear (la policía, el ejército, etc.), sino que, además, “debe ser legítimo, o considerado tal, en el sentido de que debe ser reconocido como válido bajo algún título, y por tanto aceptado por los subordinados”.<sup>2</sup> Esto quiere decir que el poder político debe tener legitimidad tal como la define Habermas: “Legitimidad significa que una reclamación relacionada con un orden político tiene buenos argumentos para ser reconocida como correcta y justa: un orden legítimo merece reconocimiento. *Legitimidad significa que un orden político es digno de reconocimiento*”.<sup>3</sup>

Los políticos que ejercen el poder no pueden aplicar medidas de fuerza si antes no crearon las condiciones para contar con el consentimiento mayoritario (que puede ser pasivo o activo) de los gobernados; éstos deben creer que los gobernantes merecen obediencia por algún motivo cuando mandan algo –incluso la aplicación de la fuerza física–, y a eso se le llama *legitimidad*. Es la legitimidad lo que permite el ejercicio del poder porque, paradójicamente, cuando un gobierno es legítimo “no tiene necesidad de la fuerza para hacerse obedecer”.<sup>4</sup> Basta el convencimiento, el consentimiento, el consenso de los gobernados; en esencia, el acuerdo entre gobernantes y gobernados.

<sup>2</sup> Michelangelo Bovero, “Lugares clásicos y perspectivas contemporáneas sobre política y poder”, en Norberto Bobbio y Michelangelo Bovero, *Origen y fundamentos del poder político*, México, Grijalbo, 1985, p. 46.

<sup>3</sup> Jürgen Habermas, “La legitimidad hoy”, *Revista de Occidente*, 3a época, núm. 9, 1976, p. 4.

<sup>4</sup> Maurice Duverger, *op. cit.*, pp. 520-524.

De este modo, el ser humano es absolutamente diferente del resto de los animales puesto que ningún otro animal que puebla la tierra debe ser convencido para que acepte la autoridad de otro; ninguno se ve sometido a la propaganda para lograr ese convencimiento; ninguno tiene un cuerpo de leyes que norman esa obediencia. Por eso desde Aristóteles se ha dicho que el hombre es el animal político y Maquiavelo afirmaba que “gobernar es hacer creer”.<sup>5</sup>

En la relación que se da entre gobernantes y gobernados, cuando una comunidad deviene política y se establece quién manda y quién obedece, surge la necesidad que tiene el poder político de ser legitimado por los gobernados. En ese momento el lenguaje y la razón aparecen como los rasgos que nos hacen humanos y hacen posible que pueda establecerse el poder político legítimo, y por ello los precursores del pensamiento político moderno encontraron que la relación entre los hombres y la política es de alguna manera una relación entre la razón y el poder.

Thomas Hobbes hallaba que los hombres son iguales al resto de los animales en un mundo natural hostil, y lo que distingue a su propia naturaleza “no es el sentido, la memoria o la prudencia; ni siquiera la capacidad de comprender [...] las causas a partir de los efectos; sino el lenguaje, es decir, la invención de las palabras que sirven como nombres y signos de las cosas”.<sup>6</sup> La construcción de un orden artificial es lo que les permite escapar y superar el sinsentido y desorden del mundo natural; eso explica que el individuo humano “sea no sólo la materia sino el *artífice* del Leviatán”.<sup>7</sup> Mediante la invención de un orden sim-

<sup>5</sup> Niccolò Machiavelli, *El Príncipe*. Comentado por Napoleón Bonaparte, Madrid, Mestas, 2001.

<sup>6</sup> Luis Salazar, “Política y subjetividad en Hobbes y Spinoza. (Notas para una discusión)”, en Mariflor Aguilar (ed.), *Crítica del sujeto*, México, Facultad de Filosofía y Letras-UNAM, 1990, p. 36.

<sup>7</sup> *Loc. cit.*

bólico, el hombre puede potenciar sus facultades, su sentido, su memoria y, por tanto, su racionalidad.<sup>8</sup> Con ello también se hace ajeno al desorden natural, pues Hobbes pensaba que por medio del lenguaje –“que se basa en *nombres* o *apelaciones*, y en las conexiones de ellos”– “los hombres registran sus pensamientos, los recuerdan cuando han pasado, y los enuncian uno a otro para mutua utilidad y conversación. Sin él no hubiera existido entre los hombres ni gobierno ni sociedad, ni contacto ni paz, ni más que lo existente entre lobos, osos y leones”.<sup>9</sup> Sin lenguaje, sin el conjunto de símbolos que sirven para que los hombres se comuniquen entre sí, no sería posible convencer a quienes deben obedecer; sin lenguaje no habría cómo gobernar. Por eso es que los medios de comunicación son importantes e influyen en la política.

## LOS MEDIOS EN LA GLOBALIZACIÓN

La comunicación es fundamental para la política y por ello los medios son tan importantes, pero en la actualidad lo son aún más porque las sociedades se han vuelto mucho más complejas y diferentes respecto de lo que eran hace relativamente pocos años; tal complejidad y diferencia son asimismo evidentes en los medios de comunicación al inicio del siglo XXI.

Por lo que respecta a la sociedad contemporánea, uno de los principales cambios registrados es que el pacto que hizo posible el nacimiento del Estado nacional moderno fue rebasado en los hechos por los nuevos fenómenos unidos al proceso que llamamos globalización.<sup>10</sup> En reali-

<sup>8</sup> *Loc. cit.*

<sup>9</sup> Thomas Hobbes, *Leviatán*, t. I, Madrid, SARPE, 1984, p. 45.

<sup>10</sup> Se puede restringir el uso del término “globalización” como el proceso de creciente integración transnacional de los mercados que proviene del incremento de la veloci-

dad, la globalización involucra una serie de procesos económicos, políticos, tecnológicos y culturales que han alterado todos los órdenes de la vida social.

Es inevitable introducir aquí el concepto de globalización, pues este proceso ocurrido durante los últimos años del siglo XX ha dado lugar fundamentalmente a tres fenómenos: el deterioro del poder del Estado nacional –la principal institución que servía como garante de la seguridad de los ciudadanos residentes en un territorio jurisdiccional–, la fortaleza tanto de la hegemonía militar estadounidense como del sistema científico y tecnológico y, por último, pero no por ello menos importante, la globalización ha producido una nueva opinión pública.<sup>11</sup> Al ya no estar cerrada por las viejas fronteras del Estado nacional, la opinión pública tiene ahora un poder emergente, puesto que la globalización implica el incremento de la densidad y la frecuencia de las interacciones por la ampliación del mercado de la comunicación de masas. De esta manera, la opinión pública se globaliza por la multiplicación de la frecuencia de las interacciones conectadas a larga distancia pero, para-

dad de circulación de los flujos financieros y tecnológicos, y que ha sido posible por el desarrollo de las redes de comunicación (especialmente, transporte y medios de masas) gracias al impacto de las nuevas tecnologías de información (informática, telefonía digital, Internet) (Enrique Gil Calvo, *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial, 2003, p. 30).

<sup>11</sup> La opinión pública es entendida en este trabajo tal como la define Sartori: “Una opinión generalizada (difusa entre un público amplio) puede existir, y de hecho existe, sobre cualquier materia. No obstante ‘opinión pública’ denota, en primerísimo instancia, un público interesado en la ‘cosa pública’. El público en cuestión es, sobre todo, un público de ciudadanos, un público que tiene opinión sobre la gestión de los asuntos públicos y, por lo tanto, sobre los asuntos de la ciudad política. En síntesis, ‘público’ no es sólo el sujeto sino también el objeto de la expresión. Se dice que una opinión es pública no sólo porque es del público (difundida entre muchos) sino también porque implica objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común y, en sustancia, la *res pública*” (Giovanni Sartori, *¿Qué es la democracia?*, 2ª ed., México, Patria, 1997, p. 56).

dójicamente, al mismo tiempo también se hace más localista porque aumenta la densidad de las interacciones próximas conectadas a corta distancia.<sup>12</sup>

Al interrelacionarse, estos fenómenos han producido novedosas formas de comunicación nunca antes vistas. El desarrollo tecnológico, por ejemplo, es lo que ha permitido que en el campo de la comunicación existan en la actualidad más de doscientos satélites comerciales girando alrededor de la Tierra con una inmensa cantidad de información desde que se lanzó el primero en la década de los sesenta del siglo XX, y a su vez eso ha acarreado cambios políticos radicales. Se ha sostenido que tal vez el cambio geopolítico más importante que ocurrió al cierre del siglo pasado derivado directamente del desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación fue la caída de los regímenes del Este europeo; se ha dicho incluso que su caída no puede explicarse sin ese factor. Derrotados en la competencia de la economía electrónica mundial, esos regímenes también perdieron el control ideológico y cultural sobre el que se basaba su autoridad porque no pudieron evitar el efecto de la televisión y la radio occidentales; por esa razón fueron llamadas las primeras “revoluciones televisivas”.<sup>13</sup>

Con el acelerado proceso de industrialización y urbanización, desde principios del siglo XX hubo una transformación de la manera en que se difundían las noticias ya que los medios de comunicación se volvieron más complejos e indirectos; la prensa escrita, la radio y el cine se volvieron imprescindibles.<sup>14</sup> Al inicio del nuevo siglo, estos medios no han sido desplazados, sino que constituyen un conjunto con la televisión y el uso cada vez más extendido de las computadoras personales y la red

<sup>12</sup> Enrique Gil Calvo, *op. cit.*, p. 34.

<sup>13</sup> Anthony Giddens, *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, México, Taurus, 2002, pp. 23 y 27.

<sup>14</sup> K. Young *et al.*, *La opinión pública y la propaganda*, México, Paidós, 1991, p. 110.

de Internet; el avance tecnológico ha dado origen a la era multimedia: la unificación de la palabra escrita con el sonido y la imagen.<sup>15</sup> Sin embargo, debido a que proyecta imágenes *reales* y no solamente *virtuales*, y además por su muy extensa cobertura, la televisión es indudablemente el principal medio de comunicación de masas al inicio del siglo XXI.

## EL EFECTO DE LOS MEDIOS

Independientemente de los desarrollos tecnológicos posteriores a la televisión, para Giovanni Sartori ésta fue la primera que modificó la comunicación humana en su propia naturaleza, ya que la trasladó del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen. La diferencia es radical, porque hace que entendamos la realidad ya no a través de los símbolos de la palabra, de los significados del lenguaje, sino que los acontecimientos del mundo se muestran y explican casi exclusivamente en función de las imágenes que aparecen en la pantalla. Las consecuencias son trascendentales para la humanidad porque la televisión estaría produciendo una metamorfosis que revierte la propia naturaleza humana al ser no sólo un instrumento de comunicación, sino *formadora* del hombre.<sup>16</sup>

Según Sartori, el poder de la imagen incide en los procesos políticos de las democracias contemporáneas debido a que la característica básica de estas sociedades es que allí el pueblo soberano gobierna me-

<sup>15</sup> El término multimedia describe cualquier uso de medios múltiples (gráficos, texto, animaciones, audio, video). Sin embargo, multimedia hace referencia sobre todo a la utilización de medios con audio y video que se difunden electrónicamente ([http://www.webbasedtraining.com/primer\\_glossary.aspx](http://www.webbasedtraining.com/primer_glossary.aspx)).

<sup>16</sup> Giovanni Sartori, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, México, Taurus, 3ª reimp., 2002, pp. 39 y 40.

diante su opinión y ésta, de acuerdo con su perspectiva, es inducida por la televisión. Pero lo peor de todo es que se trataría de una opinión sustentada en una información insuficiente, ya que de todos los instrumentos de información, como los llama Sartori, la televisión es la que *menos* informa al modificar los criterios para seleccionar las informaciones, porque lo que cuenta es que se pueda captar su imagen; el criterio definitivo sería: si no hay imagen filmada no hay ni siquiera noticia. Al contrario de la radio y de la prensa escrita, que por su naturaleza no lo requieren, la televisión ha convertido en su obligación el hecho de tener siempre imágenes de todo lo que se habla, lo cual se ha traducido a veces “en una inflación de imágenes vulgares, es decir, de acontecimientos tan insignificantes como ridículamente exagerados”.<sup>17</sup>

Cuando la gente leía las noticias en el periódico, dice Sartori, se enteraba de muchos más acontecimientos nacionales e internacionales, que ahora se ven reducidos a unos cuanto minutos en la televisión, exactamente lo que puede mostrar en imágenes, y ya se sabe que “la imagen es enemiga de la abstracción, mientras que explicar es desarrollar un discurso abstracto”;<sup>18</sup> con ello se sacrifica la comprensión porque los verdaderos problemas no son “visibles”, lo que se ve (protestas, violencia, incendios, derrumbes, etc.) son tan sólo sus efectos. Desde este enfoque, las cadenas televisivas habrían producido ciudadanos que en realidad no saben nada y que únicamente están interesados en trivialidades, porque la video-política ha ido apagando unos intereses y una curiosidad por el mundo que sí alimentaba la prensa escrita.<sup>19</sup>

Lo que subyace en este enfoque sobre los medios de comunicación audiovisuales, particularmente sobre la televisión, son dos asuntos de

<sup>17</sup> *Op. cit.*, pp. 70, 85 y 86.

<sup>18</sup> *Ibid.*, p. 88.

<sup>19</sup> *Ibid.*, p. 91.

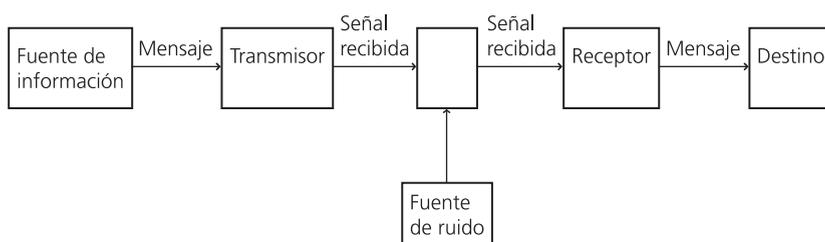
fundamental importancia: la concepción acerca del papel de los medios y del significado mismo de la comunicación. En el primer asunto, se sobredimensiona el papel de la televisión porque se exageran sus efectos; en el segundo, se adopta un modelo lineal de comunicación. Por supuesto, ambos asuntos se interrelacionan directamente.

En realidad, lo importante es el concepto que se tenga acerca de la comunicación. Los modelos de comunicación lineal plantean que hay una fuente de información que transmite un mensaje codificado a través de un canal a un destinatario, quien recibe el mensaje previa decodificación; en este modelo, el problema fundamental que se presenta es el de los ruidos que impidan una perfecta transmisión, en un esquema general que nos hace pensar sobre todo en una transmisión física o mecánica de información.<sup>20</sup> Los creadores de este modelo lo plantean de la siguiente manera:

*La fuente de información cambia este mensaje en la señal que en realidad es enviada por el canal de comunicación desde el transmisor hasta el receptor. En el caso de la telefonía, el canal es un alambre, y la señal, una corriente eléctrica que va variando en este cable; el transmisor es el conjunto de aparatos (teléfono, transmisor, etcétera) que cambian la presión del sonido de la voz en la variante corriente eléctrica... En el lenguaje oral, la fuente de información es el cerebro, el transmisor es el mecanismo de la voz que produce la presión del sonido que va variando (la señal) que se transmite a través del aire (el canal). En la radio, el canal es simplemente el espacio [...], y la señal es la onda electromagnética que se transmite. El receptor es una especie de transmisor inverso, que cambia la señal transmitida en mensaje, y entrega este mensaje a su destino...*

<sup>20</sup> Antonio Lucas Marín, Carmen García Galera y José A. Ruiz San Román, *Sociología de la comunicación*, Madrid, Trotta, 1999, pp. 71-72.

En el proceso de ser transmitido, una lamentable característica es que ciertas cosas se agregan a la señal que la fuente de información no había enviado. Estos agregados indeseados pueden ser distorsiones de sonido (en telefonía, por ejemplo) o estática (en la radio), o distorsiones de forma o sobras de un cuadro (televisión), o errores de transmisión (telegrafía o fac-símil), etc. Todos estos cambios en la señal transmitida se denominan *ruido*.<sup>21</sup>



Modelo de comunicación lineal de Shannon y Weaver.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> C. E. Shannon y Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana Ill., University of Illinois Press, 1963, pp. 7 y 8 (citado en Marshall McLuhan y B. R. Powers, *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*, 4ª reimp., Barcelona, Gedisa, 2002, p. 84).

<sup>22</sup> *Transmisión* es un término técnico que se aplica al proceso de transferir una señal, mensaje u otra forma de información de un lugar a otro; *transmisor*, por su parte, se refiere al equipo utilizado para generar y amplificar una señal portadora de radiofrecuencia, modular la señal portadora con información e introducir la portadora modulada a una antena para su radiación al espacio en forma de ondas electromagnéticas (*Diccionario de electrónica informática*, Barcelona, Orbis, 1986, p. 89). Ahora bien, desde el punto de vista de la informática, el término *emisión* hace referencia al envío de mensajes en una comunicación de masas, y el término *emisor* a todo lo que está en el origen, en la fuente de los mensajes difundidos por los medios: autores, productores, gobierno, etc. Técnicamente, sin embargo, *emisión* se refiere al momento en que se lleva a cabo la transmisión de un mensaje por radio o televisión, y *emisor* se usa para designar los equipos de elaboración y de transmisión de los mensajes (J. B. Fages, B. Fery y P. Cornille, *Diccionario de comunicación*, Argentina, Editor 904, 1977, p. 75).

En su sencillez, este modelo tiene la ventaja de que señala la necesidad de precisión a la hora de emitir un mensaje, debido a que centra casi toda la atención en él; esto último ya es una desventaja del modelo, pero además tiene otras: confunde los conceptos de comunicación e información, considera que el receptor es pasivo y ve el mensaje como si fuera el propio significado. Así, este modelo lineal considera que la comunicación es un mero transporte de información y que, más que en las personas, el significado está en el mensaje, cuando en realidad emisor y receptor pueden interpretarlo de distinto modo en función de sus diferencias en el tipo de expectativas que se planteen, de la experiencia de cada uno y de su respectiva situación psicológica y social.<sup>23</sup>

Por ese tipo de desventajas es que existen modelos circulares que conciben la comunicación ya no como un proceso rectilíneo, sino como uno de ida y vuelta de contenido informativo, que además asigna una participación activa al receptor, pues asume que se generan cambios debido a ella. De este modo, se considera la comunicación humana como algo más que simple información o transmisión de conocimiento: es un proceso en el cual una fuente individual inicia un mensaje usando símbolos convencionales, signos no verbales y señales contextuales para expresar significados por transmisión de información, que incluye al mismo tiempo la construcción de otro proceso similar o paralelo de comprensión de parte del receptor o receptores a quienes se dirige el mensaje. El *lenguaje* –“entendido como un complejo de palabras compartidas, signos no verbales y reglas para su uso e interpretación según acuerdos dentro de un particular grupo humano o sociedad”– juega un papel primordial en este proceso por el mundo de significados que contiene y transporta.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Antonio Lucas Marín, Carmen García Galera y José A. Ruiz San Román, *op. cit.*, p. 72.

<sup>24</sup> *Ibid.*, p. 59.

El elemento central en el modelo circular de la comunicación es lo que se conoce como *feedback*, esto es, comunicación de retorno o retroalimentación; más precisamente, “el *feedback* es la información de vuelta recibida por el emisor como resultado del envío de un mensaje que afecta al receptor”.<sup>25</sup> Esta retroalimentación implica que la comunicación es algo más que una simple transmisión de información sobre algo a otra persona, ya que en realidad lo que se transmite es sentido, que sólo puede darse en un conjunto elaborado y complejo de elementos de información. Por eso es que solamente hay comunicación si tiene como resultado el movimiento, la reacción del receptor, ya que la comunicación es un agente que afecta, aun cuando no necesariamente en el sentido que desea el emisor.<sup>26</sup>

En el caso conocido como *los vidoescándalos*, se produjeron mensajes sobre la corrupción política que obtuvieron efectivamente una reacción de los ciudadanos, y se inauguró una nueva era que no se conocía en México por ser un rasgo típico de las sociedades democráticas: la del escándalo político.

## LOS VIDEOESCÁNDALOS

En el idioma castellano, la palabra *escándalo* se refiere a una acción que provoca indignación o que es digna de desprecio; tiene otras dos acepciones: quiere decir alboroto o tumulto, y también hace referencia a una acción deshonesta, inmoral, que conmueve a la opinión pública.<sup>27</sup> Aunque en su origen estuvo vinculada con cuestiones religiosas, ac-

<sup>25</sup> *Ibid.*, p. 74.

<sup>26</sup> *Ibid.*, pp. 19-20.

<sup>27</sup> *El pequeño Larousse ilustrado*, 8ª ed., Colombia, Larousse, 1999.

tualmente la palabra se usa para describir acciones, acontecimientos o circunstancias groseramente indignos, o para señalar las conductas que ofenden los sentimientos morales o el sentido de la decencia. En este caso, la palabra *escándalo* implica un tipo de relación en la cual los sentimientos morales de un colectivo social resultan ofendidos por una circunstancia o acontecimiento creado por uno o varios individuos.<sup>28</sup> De esta manera, el sentido moderno de esta palabra “*denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública*”.<sup>29</sup>

Los tipos de transgresión pueden ser muy variados y van desde transgresiones triviales hasta aquellas más graves que pueden implicar a veces acciones delictivas, pero lo más interesante es que depende del contexto social que se conviertan en verdaderos escándalos, pues los valores, normas y códigos morales son diferentes para cada sociedad; por esa razón es que en Gran Bretaña y los Estados Unidos pesan mucho más los escándalos sexuales que en Italia o Francia, y que en estos últimos países los escándalos más grandes se relacionen con la corrupción y el abuso del poder. De todas maneras, hay ciertas normas que son más susceptibles al escándalo cuando se atenta contra ellas, como es el caso de las que se refieren a la conducta en las relaciones sexuales, las transacciones financieras y las reglas, convenciones y procedimientos que regulan la búsqueda y el ejercicio del poder político.<sup>30</sup> Hasta donde se sabe por ahora, los *videoescándalos* de 2004 en México fueron causados porque se transgredieron varios tipos de normas, pero especialmente las que se relacionan con el poder político. En este sentido, puede seña-

<sup>28</sup> John B. Thompson, *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2001, pp. 28-34.

<sup>29</sup> *Ibid.*, p. 32 (con cursivas en el original).

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 28.

larse que se trata de escándalos políticos: implicaron en distintos grados el abuso del poder perpetrado a expensas de los procesos y los procedimientos debidos.<sup>31</sup>

Antes del análisis del escándalo de los videos que involucraron al Gobierno del Distrito Federal y al PRD, es conveniente señalar que hubo un antecedente inmediato que constituyó un escándalo distinto; aunque tienen rasgos comunes –giran en torno a la corrupción de políticos y empresarios, a negocios y contratos, a conductas inmorales y presuntamente delictivas–, son sin embargo dos escándalos muy diferentes. El primero fue producido por un video transmitido por todos los canales de televisión el lunes 23 de febrero en los noticieros de la noche; allí se vio al más alto dirigente del PVEM en un oscuro negocio de soborno.

### **El video del soborno al dirigente del PVEM**

Ante los ojos de millones de espectadores, Jorge Emilio González Martínez, senador de la República y líder del PVEM, a quien le dicen *Niño Verde* debido a que es el joven hijo del fundador de ese partido político, aceptó una oferta de dos millones de dólares que le hizo un grupo de empresarios que planeaba la construcción de hoteles, campos de golf y una terminal para contenedores en Playa Blanca y Puerto Morelos, ubicados en el corredor turístico de Cancún, Quintana Roo. El pago al líder verde se haría a cambio de que tramitara los permisos correspondientes ante el gobierno, también pevemista, del municipio donde se localiza ese lugar turístico.

Los periodistas Carmen Aristegui y Javier Solórzano en el Canal 52 de Multivisión –que también se localiza en el Canal 33 de Cablevisión,

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 134.

ambos de paga-, y Joaquín López Dóriga en el Canal 2 –abierto– de Televisa, fueron los primeros en transmitir el video grabado de la negociación del senador con el intermediario de un grupo de inversionistas canadienses.<sup>32</sup> El video fue filmado por Santiago León Alveleyra, líder de un grupo de disidentes inconformes con la dirigencia del PVEM; su pretensión, según dijo, fue “llamar la atención de la sociedad y de las autoridades para incitarlas, con esas imágenes, a iniciar una investigación formal de las irregularidades que desde hace años se cometen en el seno de este partido”.<sup>33</sup>

El conflicto provocado por este escándalo dentro del PVEM pareció resolverse el lunes 1 de marzo cuando Jorge Emilio González Martínez solicitó una licencia temporal a su cargo de senador para que la PGR investigara los hechos de corrupción exhibidos por el video; él sostuvo que fue involucrado “de manera involuntaria en el bochornoso acto que parcial y tramposamente fue difundido por un ex funcionario de [su] partido”.<sup>34</sup> Aun cuando ocasionó revuelo y sus secuelas afectaron seriamente su imagen, el escándalo del PVEM no alcanzó la notoriedad y trascendencia del que comenzó exactamente el día en que pedía licencia el líder de ese partido.

### **El video del vicio: el secretario de Finanzas en Las Vegas**

El lunes 1 del mes de marzo Joaquín López Dóriga, periodista y conductor del programa *El Noticiero*, que se transmite a las 22:30 horas en el

<sup>32</sup> <http://www.jornada.unam.mx> (martes 24 de febrero de 2004).

<sup>33</sup> Ciro Pérez, Carolina Gómez y Ángeles Mariscal, “A pesar del escándalo el PRI anuncia que intensificará alianzas con el PVEM”, *La Jornada*, viernes 27 de febrero de 2004, p. 8.

<sup>34</sup> Guadalupe Irizar, “Deja González escaño; aún encabeza el PVEM”, *Reforma*, martes 2 de marzo de 2004, p. 4-A.

principal canal abierto de televisión en México (el Canal 2), presentó un video de varios minutos de duración que mostraba a Gustavo Ponce, entonces secretario de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal, en pleno juego de azar en un lujoso hotel. Al mismo tiempo que se veían las imágenes, López Dóriga informaba que ese hotel era el Bellagio de Las Vegas, que Gustavo Ponce era cliente distinguido y por eso no pagaba hospedaje y alimentación, y que no se trataba de su primer viaje sino que había realizado varios en los últimos meses. El video donde Gustavo Ponce jugaba *black jack* tenía inscrita la fecha y la hora en la que se filmó: era la madrugada del 22 de febrero de 2004.

Al otro día, los periódicos informaban sobre la base de las noticias dadas a conocer por la televisión y reproducían fotografías de algunas escenas del video. *Reforma* desplegaba la noticia en primera plana y señalaba que el secretario de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal era cliente frecuente e importante de ese casino en Las Vegas, de acuerdo con las copias de las facturas del hotel que ese periódico declaró tener en su poder; ahí se probaba que el funcionario se había hospedado tres veces en dicho hotel del 30 de diciembre al primer día de marzo. Según esos documentos, su último viaje había sido del jueves 19 al domingo 22 de febrero, y en él Gustavo Ponce había pagado propinas en los restaurantes del hotel por 463 dólares (equivalente a más de 5 mil pesos), lo que implicaría un consumo de al menos 3 mil dólares.<sup>35</sup> *Reforma* detallaba la información sobre otros dos viajes realizados por Ponce Meléndez a Las Vegas entre diciembre de 2003 y enero de 2004, en los cuales dejó generosas propinas.

*La Jornada*, por su parte, hizo énfasis en que la exhibición del video en *El Noticiero* conducido por Joaquín López Dóriga “orilló al procu-

<sup>35</sup> “Cuida finanzas del DF... y es as en Las Vegas”, *Reforma*, martes 2 de marzo de 2004, p. 1-A.

rador Bernardo Bátiz a hacer una llamada al programa, con la cual rompió el sigilo que la dependencia a su cargo había mantenido respecto de una investigación por un fraude de más de 30 millones de pesos cometido en contra del propio Gobierno del Distrito Federal”.<sup>36</sup> Más tarde, el procurador explicó a ese periódico que en el posible ilícito se hallaban involucradas cuando menos cinco empresas que habían recibido pagos por adelantado en el mes de diciembre sin que hubieran realizado el trabajo para el cual se les había contratado. Según dijo el procurador capitalino, “las investigaciones podrían descubrir una red de funcionarios del gobierno de la ciudad incrustados en los diferentes aparatos financieros de algunas delegaciones políticas”.<sup>37</sup> Aunque el funcionario no quiso ahondar al respecto, se sabía ya de la investigación no sólo en la delegación Gustavo A. Madero, sino también en Tláhuac y Álvaro Obregón. En cuanto al video, además de reseñar las imágenes, el periódico reproducía los datos ofrecidos por el periodista de televisión, quien había asegurado que se tenían documentados cuando menos 17 viajes del funcionario al mismo destino. *La Jornada* repetía las fechas y los gastos en propinas de los tres últimos viajes y publicó lo dicho por López Dóriga durante la transmisión de la noticia en televisión respecto a que se tenía información según la cual “desde el año pasado Gustavo Ponce, a través de Esperanza González Ocampo, compró tan sólo en una casa de cambio más de 550 mil dólares, casi 6 millones de pesos, y realizó operaciones de venta por un total de 350 mil dólares, poco más de 3 millones 650 mil pesos”.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> <http://www.jornada.unam.mx> (martes 2 de marzo de 2004).

<sup>37</sup> *Loc. cit.*

<sup>38</sup> *Loc. cit.*

## Los videos de la corrupción política: René Bejarano

No habían pasado siquiera dos días desde la exhibición del video del secretario de Finanzas jugando en Las Vegas cuando René Bejarano, antiguo secretario particular de Andrés Manuel López Obrador y a la sazón diputado y coordinador parlamentario de la bancada del PRD en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, fue sorprendido en un estudio de Televisa con otro video en el que aparecía recibiendo una fuerte cantidad de dólares de manos del empresario Carlos Ahumada Kurtz; en el video, Bejarano se comprometía a interceder ante el jefe de Gobierno “para liberar pagos pendientes al empresario [...] y detener el hostigamiento en su contra”.<sup>39</sup>

La noticia fue desplegada a ocho columnas en la primera plana de *Reforma*, periódico que le dedicó dieciocho notas en su primera sección y en la especializada en asuntos de la ciudad de México. En las notas reproducía imágenes del video exhibido la mañana del 3 de marzo por el conductor del noticiero de televisión *El Mañanero* —un popular payaso llamado Brozo—, y también la conversación sostenida entre René Bejarano y Carlos Ahumada donde se mencionaba al jefe de Gobierno en una serie de oscuras negociaciones políticas y económicas entre ellos.<sup>40</sup>

De los dos periódicos que sirven como fuente de información impresa para el presente trabajo, sin duda fue *Reforma* el que reseñó con mayor precisión los videos que tienen como protagonistas a René Bejarano y Carlos Ahumada, y que millones de personas habían visto la mañana anterior por televisión:

<sup>39</sup> Daniel Pensamiento, “Provocan videos crisis perredista”, *Reforma*, jueves 4 de marzo de 2004, p. 4-A.

<sup>40</sup> “Enloda Bejarano a AMLO”, *Reforma*, 4 de marzo de 2004, p. 1-A.

- René Bejarano, quien también había sido coordinador de campaña de López Obrador, se reúne el 21 de abril de 2003 –ésa era la fecha inscrita en el video– con el empresario Carlos Ahumada en una oficina “de unos cinco metros cuadrados, con buena iluminación natural y una mesa redonda al centro rodeada por seis sillas, con piso y paredes de duela”. La nota señala que son tres videos.<sup>41</sup>
- El constructor y propietario del periódico *El Independiente* deposita fajos de billetes –45 mil dólares, dice–, y en los diálogos “cuidadosamente puestos por escrito en un puntual trabajo de edición de los videos, que incluyó ocultar el rostro de Ahumada”, se mencionan otras entregas clandestinas de dinero.<sup>42</sup>
- Son muchos los fajos de dólares que Bejarano va colocando en su portafolio, así que antes de que se llene, él “se introduce en las bolsas del saco unos pocos” y luego se ve en problemas para cerrarlo.<sup>43</sup>
- En un video fechado el 29 de julio de 2003 –*Reforma* expresa que está en su poder–, Bejarano se compromete con Ahumada: “Voy a tratar de convencer a Andrés (Manuel López Obrador) de lo que me dijiste, de que es demasiado riesgo apretar demasiado”, y anticipa que no puede asegurar el éxito de su gestión. También señala: “Yo prefiero no decirle muchas cosas (a López Obrador), aunque él supone que yo hago muchas cosas (...), ¿pues cómo le hice para financiar mi campaña? Él sabe el salario que tengo (...), él bien sabe que lo que yo hice, estaba implícito, pues yo era su operador, que si

<sup>41</sup> Iván Sosa, “Llena el maletín, su bolsa y se retira”, *Reforma*, 4 de marzo de 2004, p. 6-B.

<sup>42</sup> *Loc. cit.*

<sup>43</sup> Fue después que se reparó en que René Bejarano se había llevado “hasta las ligas” que sujetaban los fajos de billetes (*loc. cit.*).

nos caen un día, fui yo, no él, claro que le va a pegar a él, pero más a mí”. En ese mismo video Bejarano acepta que campañas electorales perredistas de 2003, incluida la suya, fueron financiadas con dinero de Ahumada.<sup>44</sup>

○ Ahumada le reclama a Bejarano y lo amenaza: “Te voy a ser franco, y eso es a lo que yo ya llegué, a un extremo, a un límite (...), mientras más me pegan, más doy (...). O sea a mí me están partiendo la madre, voy a partírtela a ti”. Posteriormente, Bejarano agrega: “Aquí nos la estamos jugando porque tú me ayudaste (...), si algún día tengo que pagar el costo por jugármela contigo estoy dispuesto. Estamos unidos”.<sup>45</sup>

○ En otro video, en el cual se ve sólo a René Bejarano, *Reforma* resaltó las siguientes frases junto a una de las imágenes a color: “Lo que yo sé, que él opera, porque lo he hecho muchas veces con él, es que él corre riesgos, pero a veces pacta y deposita en otras gentes la decisión de un riesgo... Yo he hecho muchas cosas para Andrés que no cualquiera haría, ni te imaginas...”.<sup>46</sup>

En cuanto a *La Jornada*, el 4 de marzo le dedicó al tema dieciocho notas (al igual que *Reforma*). La información que dio sobre las imágenes y los diálogos vistos en la televisión el día anterior fue la siguiente:

○ Fue en el noticiero *El Mañanero* [...] donde se presentó el video llevado por el diputado federal del PAN Federico Döring, [...] se ve a Carlos

<sup>44</sup> “Enloda Bejarano a AMLO”, *Reforma*, 4 de marzo de 2004, p. 1-A.

<sup>45</sup> *Loc. cit.*

<sup>46</sup> *Loc. cit.*

Ahumada, en su oficina, entregando en dos fechas diferentes fuertes cantidades de dinero al líder perredista, mismas que podrían sumar 8 millones, entre pesos y dólares.

◦ Por la noche, en el noticiero *Nueva Visión*, Carlos Loret de Mola presentó un nuevo video de una reunión efectuada entre Carlos Ahumada y René Bejarano, el 29 de julio, es decir, casi dos meses después de aquella en la que el perredista recibió otra tanda de dinero, donde asegura que apoyó la campaña de la mitad de los actuales delegados políticos. [...] [Allí] el líder perredista parecía sentenciar su futuro: “si algún día tengo que pagar un costo por jugármela contigo, lo pagaré”.

◦ En el encuentro, al parecer en la oficina de Ahumada, el diputado con licencia se jacta de la relación de cercanía que tiene con el jefe de Gobierno, Andrés Manuel López Obrador: “yo he hecho para Andrés muchas cosas que otros no harían”.

Asimismo, le asegura que hay ocasiones en que él incide en las decisiones del mandatario capitalino, sin que se le cuestione de aquella parte ninguna de sus formas de actuar o los recursos con que se maneja. También asegura que lo conoce en su actuar, pues fue su operador político, sólo que “si me cayera (en actos irregulares) no le diría muchas cosas”.

◦ Incluso, intercambian comentarios acerca del riesgo que implica para [René Bejarano] el líder de la CID [la Corriente de Izquierda Democrática al interior del PRD] esa relación con el empresario. Éste, a su vez, le menciona el desgaste que han representado para él los bloqueos de la administración local para hacer negocios en diversas áreas de la administración pública, y ahí hace una seria revelación: que apoyó con recursos a la mitad de los delegados, siendo candidatos de su partido. Lo que Bejarano nunca niega.<sup>47</sup>

Hay otras dos notas en *La Jornada* del 4 de marzo de 2004 que son importantes para el análisis de lo que ocurrió después de la exhibición de los videos de Bejarano, ya que se trató también de conversaciones pasadas en vivo por el canal más visto por la población en México.<sup>48</sup> Una se refiere a la llamada telefónica que hizo la noche anterior Carlos Ahumada a *El Noticiero* para acusar de extorsión a funcionarios del Distrito Federal. Allí informó sobre su situación jurídica acerca del fraude por el que se le perseguía y precisó que la grabación en la que aparece dándole 45 mil dólares a René Bejarano fue hecha por los empleados de seguridad de su empresa constructora Quart, y que él mismo la entregó al diputado panista Federico Döring;<sup>49</sup> este personaje fue quien a su vez dio los videos a los medios televisivos.

La otra nota es sobre la entrevista que también hizo Joaquín López Dóriga en su noticiero nocturno al secretario de Seguridad Pública capitalino, Marcelo Ebrard. Éste aseguró que Ahumada filtró los videos porque sabía que estaba siendo investigado y se tenían todos los datos que conducían a un fraude genérico cometido en la delegación Gustavo A. Madero que beneficiaba, principalmente, a una empresa suya. Dijo que se había detectado el pago de 31 millones de pesos a cinco

<sup>47</sup> Raúl Llanos y Gabriela Romero, “Pescan en actos de corrupción a Bejarano. Videos lo exhiben cuando recibe fuertes sumas de dinero del empresario Carlos Ahumada”, <http://www.jornada.unam.mx> (*La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004).

<sup>48</sup> El grupo Televisa opera 306 estaciones y Televisión Azteca tiene 180, pero Raúl Trejo ha estimado que 80% de las televisoras comerciales en México son de la primera empresa y 13% de la segunda [Raúl Trejo Delarbre, “Para una nueva Ley de Radio y Televisión”, *La Crónica de Hoy*, 15 de diciembre de 2002, citado por Roberto Gutiérrez López en *La negociación político-legislativa del régimen de comunicación social en México (1995-2003): implicaciones y efectos en el proceso de consolidación democrática*, tesis presentada en el Doctorado en Estudios Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, México, 2003, p. 147].

<sup>49</sup> “Ahumada acusa de extorsión a ‘funcionarios’ del GDF”, <http://www.jornada.unam.mx> (*La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004).

empresas que concentraron el dinero en una que era propiedad de Ahumada, sin realizar las obras por las que se les contrató. Comenzaron las detenciones –siguió Ebrard– el mismo día [el 20 de febrero de 2004] en que Ahumada presentó la denuncia por extorsión ante la Procuraduría General de la República, “cuando en todo caso es un asunto del fuero local”.<sup>50</sup>

Sin embargo, Ebrard sostuvo que el origen del conflicto era que Ahumada quería un acuerdo con el gobierno capitalino para que éste solapara algunas irregularidades y eso no sucedió. Asimismo, sostuvo que la difusión de los videos formaba parte de una campaña dirigida a dañar la imagen de Andrés Manuel López Obrador y afectar su popularidad; en esa lógica planteó la posibilidad de que agredieran físicamente al jefe de Gobierno capitalino: “Si no lo pueden reducir en su popularidad con todos los instrumentos habidos y por haber, ¿qué es lo que sigue? Se le van a ir encima y eso es lo que no se vale. Vámonos a la lucha política todos y que se aclaren las cosas que se tienen que aclarar”.<sup>51</sup>

La información del 4 de marzo en *La Jornada* incluyó una entrevista que el jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, había concedido un día antes a José Gutiérrez Vivó en su noticiero radial *Monitor de la mañana*, de amplia audiencia en todo el país; en ella presentó los argumentos legales en contra de Carlos Ahumada que a la postre llevarían a la cárcel al empresario: el fraude por contratos incumplidos en varias delegaciones políticas de la ciudad. En la entrevista, López Obrador señalaba que la detección oportuna de estas irregularidades había frenado la participación de Ahumada en la licitación para la construcción del distribuidor vial de San

<sup>50</sup> “Existe el riesgo de un atentado contra López Obrador: Ebrard”, <http://www.jornada.unam.mx> (*La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004).

<sup>51</sup> *Loc. cit.*

Antonio debido a que sus empresas eran investigadas por la Contraloría General del Gobierno de la Ciudad.<sup>52</sup> Pero además el diario reprodujo los argumentos políticos que utilizaría el jefe de Gobierno en adelante, y que había expresado ya no en la entrevista con Gutiérrez Vivó sino en su conferencia matutina de prensa, que se difundió en varias estaciones de radio y televisión: que detrás de todo el asunto de los videos estaban sus adversarios, es decir, la derecha, donde ubicó al ex presidente Carlos Salinas –“activo en la política mexicana”– y a órganos del gobierno federal, como Gobernación o el Centro de Investigación y Seguridad Nacional (Cisen), que pudieran estar detrás de la grabación y filtración del video de Gustavo Ponce, a quien depuso de su cargo la mañana del 2 de marzo; con esto, dijo, se estaría utilizando el aparato de Estado para golpear al gobierno capitalino, lo que le preocuparía, pues entonces querría decir que estaban siguiendo al ex funcionario y en vez de informar a las autoridades locales para proceder penalmente prefirieron esperar, “porque lo que les importa es golpear al gobierno de la ciudad”.<sup>53</sup> Esa fue la tesis del complot que López Obrador fue hilvanando a lo largo de los meses de marzo, abril y mayo.

### **Otro video de corrupción política: Carlos Ímaz**

Sólo una semana después, el 8 de marzo de 2004, apareció otro video en el que Carlos Ímaz Gispert, jefe delegacional en Tlalpan, recibe fajos de billetes de manos del empresario argentino Carlos Ahumada, tal como antes se había visto a René Bejarano. El video también estaba subtítuloado y la fecha de grabación indicaba el 1 de mayo de 2003, dos

<sup>52</sup> Ángel Bolaños y Susana González, “La difusión del video, respuesta a acciones judiciales contra Quart”, *La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004, p. 3.

<sup>53</sup> *Loc. cit.*

meses antes de los comicios en el Distrito Federal. La imagen confirmó la versión expresada por el propio jefe delegacional en Tlalpan, quien tres días antes previno de la muy probable existencia de un video debido a que Ahumada le había entregado “alrededor de 500 mil pesos para financiar brigadas dedicadas a evitar fraudes electorales”.<sup>54</sup>

*La Jornada* relató una parte de la cinta “—que dura apenas unos minutos y en la que el diálogo es poco entendible—” mostrada por Joaquín López Dóriga en *El Noticiero*; allí, dice este periódico, se refieren a una mujer llamada “Norma” como la intermediaria entre Ímaz y el empresario. En la oficina del dueño del Grupo Quart, ambos personajes hablan “del monto que se entrega y de la cantidad que todavía está pendiente de entregar Ahumada Kurtz”.<sup>55</sup> Pero *Reforma* sí reprodujo parte del diálogo entre Carlos Ímaz y Carlos Ahumada:

“Quedamos en tres kilos...”

“No sé cuánto es... ni cuánto... lo que sí te puedo asegurar, que son los 350 mil pesos”, se escucha y se lee en los subtítulos de la grabación, donde aparece el delegado guardando el dinero en una bolsa de plástico.<sup>56</sup>

## **El video del complot: Carlos Ahumada en Cuba**

Hasta el momento de escribir este trabajo, de los videos conocidos —pues se habla de muchos más— sobre los escándalos políticos en el Distrito Federal, los dos últimos fueron exhibidos fuera de México en una conferencia de prensa organizada por el gobierno de Cuba el día 5

<sup>54</sup> Arturo Páramo, Anayansin Inzunza y Jesús Hernández, “Exhiben a delegado en video”, *Reforma*, martes 9 de marzo de 2004, p. 4-B.

<sup>55</sup> Juan Manuel Vanegas, “Nueva cinta: Ímaz es ahora el protagonista”, *La Jornada*, martes 9 de marzo de 2004, p. 8.

<sup>56</sup> *Reforma* recordaba que Carlos Ahumada había acusado al jefe delegacional en Tlalpan

de mayo de 2004. Para llegar a esa situación había pasado una serie de hechos que se relacionaban directamente con el tema inicial del escándalo e incrementaban su impacto político, aunque los más graves implicaban un conflicto diplomático.

Desde mediados del mes de abril, el escándalo de los videos había derivado en la confrontación política y legal de Andrés Manuel López Obrador con el presidente de la República, Vicente Fox. El 15 de abril y ante los medios de comunicación, López Obrador acusó al gobierno federal de violar un acuerdo bilateral con Estados Unidos y usar de manera “facciosa” información confidencial sobre Gustavo Ponce, con el propósito de afectar políticamente al gobierno capitalino. El jefe de Gobierno del Distrito Federal mostró documentos donde se comprobaba que la Secretaría de Hacienda investigaba las actividades financieras de Ponce antes de la difusión de los videos, pues le había solicitado información sobre ese asunto al *Financial Crimes Enforcement Network*, dependiente del Departamento del Tesoro estadounidense. Dijo también que la Procuraduría General de la República (PGR) y el Cisen tenían en su poder a Gustavo Ponce o sabían de su paradero, y que hacía esas revelaciones porque temía por la seguridad de su ex secretario de Finanzas; indicó que los creía capaces “de cometer cualquier estupidez”.<sup>57</sup>

A partir de este enfrentamiento, la relación entre el gobierno federal y el gobierno de la ciudad de México entró en un proceso de deterioro que se profundizó cuando el gobierno cubano deportó a Carlos Ahumada dos semanas después.

“de escudarse en Rosario Robles y Ramón Sosamontes para distraer la atención de sus actos de corrupción”. Rosario Robles había sustituido a Cuauhtémoc Cárdenas en la Jefatura de Gobierno cuando él contendió en la elección presidencial del año 2000, y posteriormente fue presidenta del PRD; era pública su relación personal con Carlos Ahumada (Arturo Páramo, Anayansin Inzunza y Jesús Hernández, *loc. cit.*).

<sup>57</sup> Alejandra Bordon, Luis Alegre y David Vicenteño, “Chocan AMLO y Ejecutivo”, *Reforma*, viernes 16 de abril de 2004, p. 1-A.

Carlos Ahumada había huido a La Habana desde el 27 de febrero, fue detenido el 30 de marzo por autoridades de ese país, y luego deportado a México el 28 de abril; esta última acción sorprendió a sus abogados debido a que esperaban que su proceso de extradición tardara varios meses. Con la deportación, el empresario no pudo evitar su encarcelamiento debido a que el delito del que se le acusaba —el fraude por 31 millones de pesos contra la delegación Gustavo A. Madero— fue considerado grave y por ello no podía enfrentar su proceso en libertad.<sup>58</sup>

La deportación de Carlos Ahumada recrudeció el enfrentamiento del gobierno federal con el gobierno capitalino. Durante cinco horas —desde su arribo a México procedente de Cuba hasta que finalmente fue entregado a las autoridades del Distrito Federal—, el empresario estuvo en el hangar y bajo la custodia de la PGR. A pesar de que llevaban copias del convenio oficial de colaboración que hay entre ambas procuradurías para la entrega de detenidos, así como el original y copias de la orden de aprehensión en contra de Ahumada giradas por el Juez 11 Penal del Reclusorio Norte, se les negó el ingreso al hangar de la PGR al procurador capitalino Bernardo Bátiz, al subprocurador de Averiguaciones Previas Centrales Renato Sales y a otros funcionarios capitalinos.<sup>59</sup>

Pero cuando se hizo la deportación estalló además un conflicto entre los gobiernos de México y Cuba, ya que según *Reforma* la cancillería cubana exhibió las inconsistencias de la autoridades mexicanas en torno al caso Ahumada.<sup>60</sup> *La Jornada* resumió así los tres argumentos esgrimidos por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Cuba para explicar la deportación, que efectivamente exhibían esas inconsistencias:

<sup>58</sup> Abel Barajas y Víctor Fuentes, “Cae Ahumada en Cuba”, *Reforma*, miércoles 31 de marzo de 2004, p. 1-A. Véase también Víctor Fuentes, “Sorprende deportación a abogados defensores”, *Reforma*, miércoles 31 de marzo de 2004, p. 4-A.

<sup>59</sup> David Vicenteño, Abel Barajas y Gladys Ferrer, “Pelean Procuradurías custodia de Ahumada”, *Reforma*, 29 de abril de 2004, p. 4-A.

<sup>60</sup> “Exhibe a México Cancillería Cubana”, *Reforma*, 29 de abril de 2004, p. 8-A.

a) México no había pedido aún la extradición formal de Ahumada, pese a que había transcurrido casi un mes desde que solicitó la detención provisional; b) la petición de Interpol de arrestar a Ahumada fue por *lavado* de dinero, mientras que la demanda mexicana de arresto provisional “sólo recogía un presunto delito de fraude genérico”, y c) la petición de interrogatorios se realizó por cuatro averiguaciones previas “relacionadas con procesos en los cuales Ahumada comparece como denunciante o testigo, pero en ningún caso como acusado”.<sup>61</sup>

En el comunicado de la cancillería cubana había un párrafo en el cual se decía que Carlos Ahumada había declarado en Cuba “que la operación realizada con empleo de los videos sobre corrupción difundidos en México fue calculada deliberadamente para alcanzar objetivos políticos y planificada con meses de antelación”, y que la investigación realizada allá demostraba que los hechos relacionados con el señor Ahumada Kurtz y el escándalo público desatado en torno a ellos tenían “una incuestionable connotación política” que afectaban de un modo u otro “tanto a funcionarios y autoridades del Gobierno como a otras personalidades políticas” en México. Se trataba, decía la cancillería cubana, “de cuestiones absolutamente internas, sobre las que a Cuba no le corresponde emitir juicios”.<sup>62</sup>

El gobierno mexicano reaccionó entonces rápidamente y a través de la Secretaría de Relaciones Exteriores advirtió al gobierno de Cuba

<sup>61</sup> Además de esta información, *La Jornada* también señalaba que no había quedado clara la suerte que correrían otros dos mexicanos detenidos en Cuba, a quienes el gobierno de ese país había relacionado con Ahumada: el asistente del empresario, Antonio Martínez Ocampo, quien carecía de acusaciones en su contra tanto en México como en Cuba, y Enrique Arcipreste del Ábrego, buscado por las autoridades mexicanas por fraude procesal en un caso contra el gobierno del Distrito Federal (Gerardo Arreola, “Los videos, parte de una operación política deliberada, confesó Ahumada”, *La Jornada*, jueves 29 de abril de 2004, p. 3).

<sup>62</sup> “Exhibe a México Cancillería Cubana”, *Reforma*, 29 de abril de 2004, p. 8-A.

que el caso del empresario Carlos Ahumada era competencia de las autoridades de México y descalificó las declaraciones emitidas por la cancillería cubana. Las afirmaciones del gobierno de Cuba en el sentido de que la investigación realizada en México sobre Carlos Ahumada tenía una “insostenible connotación política” fueron consideradas inadmisibles por la cancillería mexicana pues constituían un “juicio de valor en relación con un caso que compete única y exclusivamente a la justicia mexicana resolver y constituye a un asunto interno de los Estados Unidos Mexicanos”.<sup>63</sup>

Esta fricción empeoró cuando Fidel Castro, presidente de Cuba, declaró que el prestigio e influencia de México en América Latina y el mundo “por su intachable política internacional emanada de una revolución verdadera y profunda” habían sido “convertidos en cenizas”.<sup>64</sup> Las frases fueron parte de su discurso del 1 de mayo en La Habana y se debieron a que México, al igual que otros siete países latinoamericanos, había votado el 15 de abril en favor de una resolución de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU que condenó al gobierno cubano por violar los derechos humanos de sus ciudadanos.<sup>65</sup> Al día siguiente, el 2 de mayo, y aduciendo que el gobierno cubano había intervenido en los asuntos internos de México, el gobierno del presidente Vicente Fox anunció el retiro de la embajadora mexicana en Cuba y pidió al embajador cubano que abandonara el país en 48 horas. También fueron expulsados dos miembros del Partido Comunista Cubano y el consejero político de la embajada de Cuba en México, acusados de haber realizado actividades “inaceptables” y al margen del

<sup>63</sup> Ariadna García, “Lanza censura SRE”, (<http://www.reforma.com.mx>) *Reforma*, jueves 29 de abril de 2004.

<sup>64</sup> Yolanda Martínez, “Critica Castro a México”, *Reforma*, domingo 2 de mayo de 2004, p. 1-A.

<sup>65</sup> *Loc. cit.*

ámbito diplomático.<sup>66</sup> Ese mismo día se supo por fuentes de Los Pinos que una de las causas por las que el gobierno federal enfrió sus relaciones con Cuba habían sido los encuentros entre funcionarios cubanos y dirigentes del PRD.<sup>67</sup> Asimismo, la PGR divulgó un escrito de Carlos Ahumada en el que decía que las declaraciones hechas en Cuba eran falsas ya que le habían sido arrancadas “por medio de presión moral y psicológica”; él aseguró: “me decían que podría pasar 20 años preso”.<sup>68</sup>

Finalmente, el gobierno cubano convocó a una conferencia de prensa para el 5 de mayo en la capital cubana que provocó gran expectación ya que se sabía de la casi segura exhibición de “los videos de Ahumada”. Las imágenes y el contenido de lo dicho por el empresario ya no fueron captados por el público de la televisión abierta pues fue cortada la transmisión cuando el canciller cubano Felipe Pérez Roque mostraba la lista de personas con quienes se habían entrevistado los funcionarios del Partido Comunista Cubano en México.<sup>69</sup>

En la conferencia realizada en La Habana, que fue la respuesta al enfriamiento de las relaciones diplomáticas que había dispuesto el gobierno de México contra Cuba, el canciller cubano Felipe Pérez Roque rechazó las declaraciones de Santiago Creel, secretario de Gobernación

<sup>66</sup> Luis Alegre y Ariadna García, “Truena Fox con Cuba”, *Reforma*, lunes 3 de mayo de 2004, p. 1-A.

<sup>67</sup> “Causa crisis reunión de cubanos con PRD”, *Reforma*, lunes 3 de mayo de 2004, p. 1-A.

<sup>68</sup> “Denuncia Ahumada presiones”, *Reforma*, lunes 3 de mayo de 2004, p. 1-A.

<sup>69</sup> Al día siguiente, una ciudadana se quejaba así en *La Jornada*: “Este miércoles, durante la transmisión por televisión de la conferencia de prensa del canciller de Cuba en respuesta a la posición del gobierno de México, la señal en diferentes canales fue cortada, argumentando que sería muy larga y posteriormente nos darían la información más importante, y sin más se acabó la transmisión. Esto es indignante para todas las personas que nos interesa y estamos preocupadas por la situación entre Cuba y México. Por fortuna existe la radio, que transmitió íntegra la conferencia para todos aquellos que, como yo, deseamos que el conflicto se resuelva. Un agradecimiento y felicitaciones a la radio” (Sara Tapia T., “El Correo Ilustrado”, *La Jornada*, jueves 6 de mayo de 2004, p. 2).

en México, acerca de que hubiera injerencia de su país en los asuntos mexicanos; también presentó videos donde el empresario Carlos Ahumada reconoce que negoció protección con autoridades mexicanas a cambio de las evidencias de corrupción por parte de políticos perredistas.<sup>70</sup>

En este caso fue *La Jornada* el periódico que presentó la reseña más completa de lo visto y oído en los videos proyectados. Así, señaló que “con la barba recortada, ojeras apenas marcadas, camiseta negra, como sus calcetines y sus mocasines, pantalón azul marino”, Carlos Ahumada había dicho:

“Les di los videos porque esta era mi forma de probar... mi manera de demostrar lo que me decían. ¿Cómo demostraba ese hecho? Pero ni mi intención ni mi idea era que se publicaran en la televisión. Ya después me dicen ellos que sí es importante que se publiquen en la televisión [...] Porque yo no quería soltar los videos, porque era, de alguna manera, mi única manera de poder negociar lo que estaba queriendo negociar, o sea, que me ayudaran. Y bueno, lamentablemente terminé soltándolos y terminé dándolos todos y hasta ahorita no me dieron nada, porque bueno, protección jurídica no me han dado, al contrario, me gané que me acusaran de lavado de dinero [...] Y la (ayuda) económica tampoco me la han dado, y prácticamente para lo que me han dado, no ha habido nada y estoy aquí, preso. Pero bueno, eso ya es una reflexión interna”.<sup>71</sup>

En otro fragmento de video, el empresario se refiere al trato recibido durante sus días de prisión en Cuba y habla de sus alimentos: “ensala-

<sup>70</sup> Roberto Zamarripa y Yolanda Martínez, “Lanza Cuba sus ‘misiles’”, *Reforma*, jueves 6 de mayo de 2004, p. 1-A.

<sup>71</sup> Blanche Petrich y Gerardo Arreola, “‘Solté los videos y no me dieron nada’, revela Ahumada, grabado en Cuba”, *La Jornada*, jueves 6 de mayo de 2004, p. 5.

das y verduritas que he pedido, porque no puedo comer mucha carne”; “ha estado bien, tengo mi salsa Tabasco y he comido helado”. Allí dice que su esposa lo pudo visitar desde el segundo día que estuvo detenido y que lo fue a ver tres o cuatro días a la semana, lo mismo que sus abogados. “No puedo quejarme en ningún sentido. En ningún momento me he sentido amenazado, no he sentido presión”.<sup>72</sup>

Ante los periodistas, Pérez Roque rechazó las denuncias públicas que hizo el empresario desde su confinamiento en el Reclusorio Norte acerca de que sus declaraciones le fueron arrancadas mediante torturas y presión psicológica mientras estuvo preso en Cuba. El canciller cubano comentó: “No sé quién lo asesoró en México para escribir eso. Ofende nuestra sensibilidad”, y aseguró que su gobierno sólo daría a conocer los dos breves fragmentos presentados en la conferencia de prensa, que juntos no sumaban ni cuatro minutos. Por último anunció: “Desde luego el video está editado [...] hay más información, horas y horas de grabación”.<sup>73</sup>

## EL EFECTO DE LOS VIDEOESCÁNDALOS EN LA OPINIÓN PÚBLICA

Hay dos teorías sobre los efectos de los medios de comunicación que surgieron cuando apareció la televisión. Una de esas teorías sostiene que los medios cambian las conductas, actitudes y formas de pensar de las personas, y la otra plantea que los medios actúan sólo reforzándolas. La primera teoría plantea que determinados tipos de comunicación pueden efectivamente cambiar conductas o actitudes –e incluso formar nuevas– dependiendo de las características del receptor, del contenido

<sup>72</sup> *Loc. cit.*

<sup>73</sup> *Loc. cit.*

de los mensajes y la cantidad de exposición a la información.<sup>74</sup> Atendiendo a las anteriores consideraciones, esta teoría sería aplicable al caso de los *videoescándalos* debido a que el apoyo electoral de López Obrador disminuyó después de la exhibición de los videos de la corrupción política. En una encuesta realizada el 4 de marzo, la imagen de honestidad del jefe de gobierno capitalino cayó 29 puntos porcentuales en el país y 16 puntos en el Distrito Federal. Pero además perdió intenciones de voto: si antes de que se dieran a conocer los videos 37% de los ciudadanos pensaban votar por él en México (57% en el Distrito Federal), una vez que se conoció por la televisión el contenido de los videos de Gustavo Ponce y René Bejarano tales intenciones disminuyeron a 24% en el país y a 40% en la capital; López Obrador perdió, en solamente unos pocos días, 13 puntos en México y 17 puntos en el Distrito Federal.<sup>75</sup>

Un mes después, en los resultados de una encuesta divulgados en *La Jornada* era evidente que el efecto de la exhibición de los *videoescándalos* fue negativo para el jefe de Gobierno, porque había caído a niveles similares a los que tenía en agosto de 2003; es decir, en abril de 2004 y debido al escándalo, él había retrocedido a los porcentajes que tenía ocho meses antes en la carrera por la sucesión presidencial, y quien se había visto beneficiada principalmente era Marta Sahagún de Fox.<sup>76</sup>

Este efecto negativo se confirmó en encuestas posteriores. El periódico *Reforma*, que lleva a cabo un seguimiento riguroso de las intenciones

<sup>74</sup> Antonio Lucas Marín, Carmen García Galera y José A. Ruiz San Román, *op. cit.*, pp. 216-217.

<sup>75</sup> Encuesta nacional telefónica realizada el 4 de marzo de 2004 a 500 personas de 18 años o más en las 32 entidades de la República con una sobremuestra de 200 casos en el Distrito Federal (*Reforma*, 5 de marzo de 2004, <http://www.reforma.com.mx>).

<sup>76</sup> La encuesta fue hecha por la empresa Indemerc-Louis Harris en todo el país y cerró la medición el 4 de abril (Ciro Pérez, "López Obrador se mantiene al frente de las preferencias", *La Jornada*, viernes 23 de abril de 2004, p. 9).

de voto en la lucha por la Presidencia de la República en 2006, señala que en el trimestre de febrero a mayo de 2004 López Obrador perdió 6 puntos porcentuales pues bajó de 38 a 32%, y las principales pérdidas las sufrió entre los ciudadanos más escolarizados, entre los jóvenes de 18 a 29 años de edad, en las zonas urbanas y en los estados del norte del país.<sup>77</sup>

Realmente era hasta cierto punto natural que cayera de esa forma el apoyo ciudadano al gobernante capitalino ya que fue muy grande la cantidad de mensajes negativos sobre la corrupción política y la falta de ética profesional de miembros cercanos a él. Algunos analistas de medios hablan inclusive de un exceso televisivo de los *videoescándalos*, que recibieron un promedio diario de seis notas del 3 de marzo al 18 de abril de 2004. El 3 de marzo, día en el que se exhibieron los videos grabados de René Bejarano, se transmitieron 13 notas relacionadas con el caso en los noticieros estelares de las cuatro grandes cadenas televisivas en México (Televisa, TV Azteca, CNI y Canal Once). Ese video superó al del soborno que involucró al presidente del PVEM, que fue mencionado en 10 notas de los mismos canales.<sup>78</sup>

Si bien el impacto negativo es notable, no deja de ser interesante que la credibilidad de López Obrador siguiera siendo alta a pesar de la corrupción en torno suyo. En la primera encuesta realizada después de la exhibición de los videos de Ponce y Bejarano que se citó anteriormente, y mucho antes de que se propagara la versión del complot en su contra, 67% de los ciudadanos dijeron creer que la difusión de esos videos era parte de una campaña de desprestigio en contra de López Obrador. Además, a pesar de la pérdida de varios puntos porcentuales, en la última encuesta sobre la carrera presidencial de 2006 publicada

<sup>77</sup> Alejandro Moreno, “Baja AMLO, pero liderea voto”, *Reforma*, lunes 24 de mayo de 2004, pp. 12 y 13.

<sup>78</sup> Jenaro Villamil, “República de pantalla”, *La Jornada*, domingo 18 de abril de 2004, p. 4.

por *Reforma* el 24 de mayo, él permanece como el precandidato a la Presidencia de la República con mayor porcentaje de intenciones de voto ya que gana cualesquiera que sean sus contendientes.<sup>79</sup> Y aunque este tipo de cambios porcentuales en la opinión pública sean decisivos en una elección a causa de que, por ligeras que sean las fluctuaciones, el resultado final se altera por un solo voto de diferencia entre los contendientes, en este trabajo parece claro que se impuso la teoría sobre el efecto de reforzamiento de los medios.<sup>80</sup>

Esta otra teoría sobre el efecto de los medios en la audiencia –basada en estudios destinados a medir el efecto de la televisión– sostiene que éstos sirven más para reforzar opiniones que para cambiar las ya existentes. Después de realizar diversas investigaciones sobre este problema, J. T. Klapper llegó a las siguientes conclusiones:

a) el efecto de los mensajes de los medios de comunicación que predomina con mayor frecuencia es el de refuerzo de las actitudes, opiniones y/o conductas de la audiencia; b) el segundo efecto más común es el de producir un cambio de escasa intensidad o de poca importancia en las opiniones que los receptores pueden tener sobre un determinado tema; c) por último, [...] la *conversión* o cambio radical en la forma de pensar o actuar del receptor es la condición menos común que puede observarse.<sup>81</sup>

<sup>79</sup> Según esta última encuesta, los contendientes de Andrés Manuel López Obrador serían Roberto Madrazo por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Santiago Creel o Martha Sahagún por el Partido Acción Nacional (PAN), y en todos los casos tiene el porcentaje más alto, aunque cae un punto cuando se supone que Marta Sahagún sea la candidata panista (*loc. cit.*).

<sup>80</sup> La tesis acerca de que los resultados electorales pueden ser definidos por cambios aunque sean mínimos, en la opinión pública es sostenida por Elisabeth Noelle-Neumann en *The Spiral of Silence*, Chicago, University of Chicago Press, 1984 (citado en Antonio Lucas San Marín, Carmen García Galera y José Antonio Ruiz San Román, *op. cit.*, p. 220).

<sup>81</sup> J. T. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, Nueva York, The Free Press of

Al respecto, los resultados de la presente investigación son muy reveladores. Con el fin de probar la hipótesis sobre el efecto limitado de los medios de comunicación en la opinión pública, se eligió estudiar las cartas escritas por los lectores de *Reforma* y *La Jornada* (dos de los principales periódicos mexicanos) para darle una base cualitativa al análisis del efecto de los *videoescándalos* y que se pudieran rescatar algunas de las complejidades empíricas que entraña este problema teórico.<sup>82</sup> Se trataría de los ciudadanos que forman parte del sector más informado de la opinión pública: aquellos que leen las noticias además de verlas por televisión, pero no sólo eso sino que *escriben*, lo que les otorgaría características suficientes para considerarlos *líderes de opinión* dentro de sus grupos sociales, personas que ejercen una gran influencia en las opiniones de los demás miembros de su grupo familiar, laboral, escolar, vecinal, religioso, etc. Son “individuos que en sus relaciones con otras personas dan lugar a una influencia en lo que se refiere a sus actitudes, opiniones o decisiones ante el mundo que les rodea”, sin que este liderazgo de opinión sea formal: es más bien horizontal en el interior de cada grupo y no se manifiesta como tal de manera necesaria, lo que significa que estos líderes “representan” de algún modo a los grupos sociales a los cuales pertenecen, pues serían iguales a sus compañeros en términos socioeconómicos.<sup>83</sup>

Por otra parte, es importante señalar que la elección de estos diarios se basó en que ambos tienen circulación nacional y son generalmente considerados muy profesionales, pero también porque representan dos

Glencoe, 1960 (citado por Antonio Lucas Marín, Carmen García Galera y José A. Ruiz San Román, *op. cit.*, p. 217).

<sup>82</sup> Las cartas analizadas fueron todas las publicadas en ambos periódicos entre el viernes 28 de febrero y el viernes 14 de mayo de 2004, once semanas en total. Fueron 893 cartas, de las cuales 473 corresponden a *La Jornada* y 420 a *Reforma*.

<sup>83</sup> Adicionalmente, una de las características de los líderes de opinión es que son rela-

tendencias políticas muy claras. En un estudio reciente sobre la prensa mexicana, *Reforma* fue ubicado como un periódico “pro-empresarial, católico, conservador [y que inauguró] nuevos estándares en el periodismo mexicano”, además de que se señalaron como sus “amigos” al PAN y la Iglesia católica.<sup>84</sup> Por su lado, según este mismo estudio, *La Jornada* es de tendencia centrozquierdista y “apoya causas como el aborto, el feminismo o el zapatismo”, y sus “amigos” son el PRD, organizaciones populares y universitarios.<sup>85</sup> Estudiar las cartas de los lectores de ambos diarios fue, en cierto modo, disponer de un laboratorio para analizar el efecto diferenciado de los *videoscándalos* en los dos segmentos de la opinión pública que representan.

¿Qué pasó con los ciudadanos después de la exhibición de los videos por televisión? Las imágenes que se vieron, muy poderosas y repetidas tantas veces por los noticieros, afectaron sin duda a quienes expresaron su opinión tanto en uno como en otro periódico, pero sus reacciones fueron distintas.

De las 893 cartas analizadas, 473 correspondieron a *La Jornada* (52.97%) y 420 a *Reforma* (47.03%), esto es, tuvieron una participación similar en sus respectivas secciones de cartas –*El Correo Ilustrado* y *Cartas a Reforma*–, con cierta superioridad numérica en el periódico de centrozquierda. Sin embargo, los lectores de *Reforma* literalmente se

tivamente más consumidores de medios, lo que amplía la hipótesis de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet acerca de que las ideas fluyen de los medios de comunicación a los líderes de opinión y de ellos a la parte más activa de la población (*ibid.*, pp. 241 y 242).

<sup>84</sup> El tiraje de *Reforma* es de 300 mil ejemplares diarios, incluyendo todos los medios que tiene ese grupo: *El Norte*, *Palabra*, *Metro*, *Mural* (José Pérez Espino, “Una radiografía de la prensa en la ciudad de México”, [http://www.almargen.com.mx/medios/prensa/la\\_transparencia\\_no\\_llega.htm](http://www.almargen.com.mx/medios/prensa/la_transparencia_no_llega.htm)).

<sup>85</sup> Según el mismo estudio, *La Jornada* tendría un tiraje de 90 mil ejemplares diarios, pero de acuerdo con datos del Centro Interamericano de Marketing Aplicado su tiraje sería de más de 100 mil ejemplares, y según Bimsa, tendría 287,100 lectores al día (*loc. cit.*).

volcaron a escribir sobre el tema, mientras que en *La Jornada* el porcentaje de quienes se expresaron sobre el asunto concreto de los *videoescándalos* fue realmente muy bajo: 13.1%, lo que quiere decir que del total de 473 cartas que recibió este diario en el periodo de estudio, solamente 62 se manifestaron en ese sentido. Este dato sugiere que el impacto de las noticias sobre la corrupción en el gobierno perredista fue muy fuerte para sus simpatizantes, a tal punto que ni siquiera querían expresar sus percepciones. Uno de los indicadores cuantitativos al respecto es que en las primeras siete semanas del escándalo –del 28 de febrero al 16 de abril, cuando la única certeza eran el vicio y la corrupción exhibidos por la televisión– se escribieron en *La Jornada* el mismo número de cartas que en las cuatro restantes del periodo que se analiza –del 17 de abril al 14 de mayo, ante la aparición de algunas evidencias del complot contra el gobierno capitalino–. En *Reforma*, mientras tanto, se publicaron 420 cartas, de las cuales 197, es decir, 46.9%, se refirieron a ese tema; aquí sucedió a la inversa, ya que durante las primeras siete semanas se publicaron 155, y sólo 42 en las últimas cuatro semanas del periodo (véase el cuadro de la página 166).

Al expresarse alrededor del tema de los *videoescándalos*, las cartas de *La Jornada* abordaron varios problemas que tuvo que afrontar la izquierda ante la corrupción observada en el gobierno capitalino y en el PRD. Una primera reacción fue el apoyo a López Obrador, que continuó durante todo el mes de marzo y nunca dejó de manifestarse aunque cambió de dirección una vez que hubo la percepción de que había un complot en su contra. Como si se tratara de protegerse en un momento de peligro, ese apoyo irrestricto se manifestó principalmente cuando estalló el escándalo; la última carta en ese sentido se publicó el 12 de abril, antes de que el jefe de Gobierno capitalino presentara los documentos de la investigación realizada por la Secretaría de Hacienda a las actividades financieras de Gustavo Ponce.

**Cartas publicadas sobre el tema de los *videoescándalos*  
en dos periódicos mexicanos  
(28 de febrero al 14 de mayo de 2004)**

Semanas	Periodo	Periódicos			
		<i>La Jornada</i>		<i>Reforma</i>	
		Cartas	%	Cartas	%
1ª	28 de febrero a 5 de marzo	5	8.06	28	14.21
2ª	6 a 12 de marzo	5	8.06	7	11.29
3ª	13 a 19 de marzo	7	11.29	27	13.71
4ª	20 a 26 de marzo	4	6.45	18	9.14
5ª	27 de marzo a 2 de abril	5	8.06	16	8.12
6ª	3 a 9 de abril	2	3.23	12	6.09
7ª	10 a 16 de abril	3	4.84	17	8.63
8ª	17 a 23 de abril	6	9.68	11	5.58
9ª	24 a 30 de abril	6	9.68	8	4.06
10ª	1 a 7 de mayo	11	17.74	7	3.55
11ª	8 a 14 de mayo	8	12.90	16	8.12
<b>Total</b>		<b>62</b>	<b>100</b>	<b>197</b>	<b>100</b>

Las cartas de solidaridad incondicional con López Obrador representan menos de 15% del total de 62 que publicó *La Jornada*, pero es significativo que dos de las tres primeras fueran precisamente de este tipo:

(J-4) “Queremos ratificar nuestra confianza en el gobierno que encabeza Andrés Manuel López Obrador: exigimos castigo inmediato y ejemplar para quienes hayan participado en actos de corrupción. Es momento de hacer blandir el machete y hacer un buen maniquier”.<sup>86</sup>

<sup>86</sup> Pueblos Unidos de Milpa Alta, *La Jornada*, 4 de marzo de 2004. (Las cartas están

(J-6) En vista de los penosos y muy desagradables acontecimientos [...] hemos decidido cerrar filas en torno a Andrés Manuel López Obrador. [...] Sabemos de su indiscutible honestidad, que es un gobernante totalmente comprometido en la lucha contra la corrupción. Sabemos de su preocupación por el bienestar de las clases más desprotegidas. Compartimos su gran indignación al saberse traicionado por funcionarios en los que había depositado su confianza. Somos unas 950 personas de la colonia Pensil las que suscribimos esta carta. [...] Reiteramos nuestra confianza y apoyo en estos momentos tan difíciles y en los que se avecinen.<sup>87</sup>

Por supuesto, en este apoyo no podían faltar en *La Jornada* algunas cartas representativas de la opinión de los sectores beneficiados por el gobierno de Andrés Manuel López Obrador:

(J-32) Soy una persona de 75 años de edad y escribo estas palabras para apoyar al señor Andrés Manuel López Obrador, porque no sé de política, pero sí sé que el dinero del pueblo no se lo está robando. Quieren perjudicarlo porque no les gusta que nos ayude, que auxilie a la gente que lo necesita, a los discapacitados o a los niños de las escuelas. Lo apoyo porque ha sido el único que nos ve, a nosotras, las personas de la tercera edad.<sup>88</sup>

Desde un principio, y sin que hubiera indicios claros al respecto, una idea recurrente en las opiniones de apoyo al jefe de Gobierno en

codificadas: inician con la letra “J” las que se escribieron en *La Jornada*, y con la letra “R” las que se escribieron en *Reforma*, y luego sigue el número que les correspondió según el orden en que se publicaron. La carta J-4 se presenta completa, pero en la mayor parte de las siguientes sólo se analizarán fragmentos. Por razones sobre todo de espacio, no se escribirán todos los nombres de los firmantes –que en el caso de *La Jornada* suelen ser grupos organizados– y sólo se hará la referencia al nombre del periódico y la fecha de publicación.)

<sup>87</sup> Unión de Vecinos de la Colonia Pensil, A.C., *La Jornada*, 7 de marzo de 2004.

<sup>88</sup> Guadalupe Manzo Torres, *La Jornada*, 12 de abril de 2004.

*La Jornada* fue que existía el propósito de frenar la posibilidad de que llegara a ser algún día presidente de la República:

(J-10) La actual campaña de desprestigio en contra de su partido demuestra la vulnerabilidad de la política mexicana, y no sólo eso, sino que quien esté detrás de todo esto teme por lo que pueda hacer López Obrador, de llegar a la Presidencia; es decir, podría destruir muchos de los intereses políticos y económicos creados de los que actualmente detentan el poder.

Señor López Obrador, lo insto a que demuestre que todas las acusaciones en su contra son manipulaciones de terceros, usted es nuestra esperanza.<sup>89</sup>

No obstante este apoyo generalizado, un número similar de cartas escritas en *La Jornada* se pronunciaban críticamente frente a la corrupción, y si bien varias de ellas se referían al caso del PVEM, hubo otras que llamaban la atención sobre ese fenómeno en el perredismo capitalino:

(J-11) Rechazamos cualquier intento de justificar trampas y triquiñuelas de políticos degenerados. Ningún fin noble se justifica con conductas innobles. Quien haya aceptado enajenar o afectar el patrimonio público para obtener medios económicos en favor de conveniencias políticas debe ser sancionado.

Exigimos que quienes hoy son causantes de desprestigio por su conducta deshonestas sean excluidos de la asociación o partido bajo cuyas siglas y símbolos se ampararon para corromperse. Debe ser actitud pública que quien realiza actos corruptos pierde su condición de militante de izquierda.<sup>90</sup>

Esta firme muestra de rechazo se debía a la patente incongruencia entre los hechos vistos en la televisión y el origen histórico del perre-

<sup>89</sup> E. Mendoza Barrera, *La Jornada*, 11 de marzo de 2004.

<sup>90</sup> Veinte trabajadores de la cultura, *La Jornada*, 13 de marzo de 2004.

dismo –nacido con el objetivo declarado de luchar contra la corrupción del sistema político mexicano–, pero especialmente ante el discurso de Andrés Manuel López Obrador, quien llegó al cargo con el lema de la “honestidad valiente” y apenas unos días antes se había referido al caso del dirigente del PVEM. Dijo entonces en un tono de desaprobación que el principal problema de México era la corrupción política, advirtiendo además que en tanto ésta no fuera erradicada, el país no saldría adelante; había añadido también que la democracia era el único remedio contra la corrupción “porque ayuda a purificar la vida pública”.<sup>91</sup> Por eso fue más doloroso el espectáculo de la corrupción en el gobierno capitalino para la izquierda mexicana que coincide en la lucha política emprendida por el PRD.

Por lo que toca al periódico *Reforma*, el gran número de cartas dedicadas al tema que se publicaron en este periodo reflejan el interés de un amplio sector de ciudadanos que parecen muy conscientes de que su papel en la democracia es pedirle cuentas al poder político, y lo hacen desde el ámbito individual, como es típico de las sociedades democráticas modernas. Es un tipo de ciudadanos que no podía desarrollarse plenamente en el régimen político autoritario que empezó a transformarse cuando el PRI perdió la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados en 1997, y que llegó a su fin con la alternancia en la Presidencia de la República en el año 2000. Fue a partir de entonces cuando se abonó el terreno propicio para que pudieran estallar escándalos políticos como éste que se analiza, porque es en la democracia liberal donde existen las condiciones necesarias para que florezcan los escándalos políticos: en este régimen el conflicto es inherente a la lucha de los contendientes por el poder; aquí la reputación sí importa, y mucho, para poder com-

<sup>91</sup> Ángel Bolaños *et al.*, “La corrupción política, el principal problema de México: López Obrador”, *La Jornada*, jueves 26 de febrero de 2004, p. 10.

petir con éxito; aquí las instituciones mediáticas, si bien no son totalmente independientes del ejercicio del poder político, sí son relativamente autónomas; y por último, y al menos en teoría, aquí el poder político se rige por la ley y por eso se pueden denunciar con éxito las transgresiones cometidas.<sup>92</sup>

A muchos ciudadanos que expresan su opinión en *Reforma* realmente les escandalizó la corrupción desnuda del PVEM. Casi 10% de las cartas se destinaron a protestar airadamente —como por otra parte también se hizo en *La Jornada*— contra la corrupción en ese partido:

[R-1] Por eso los conmino a que nosotros los ciudadanos sí levantemos la mano y castigemos a este individuo, a este partido, en las urnas: No más votos para el Partido Verde, eso lo hará desaparecer y nos evitaremos otras vergüenzas.<sup>93</sup>

[R-112] Es evidente que el “Niño Verde” dio patadas de ahogado. El video es contundente. ¡El Partido Ecologista es un negocio familiar! Este secreto a voces salió a la luz pública. Dos recomendaciones, la primera al “niño” González si tiene algo de vergüenza, que lo dudo, calladito y renunciando si realmente le importa el partido que fundó su papi. La segunda, al IFE [Instituto Federal Electoral], para que esto sirva de experiencia, urge modificar la legislación electoral.<sup>94</sup>

Es posible que las protestas contra el PVEM hubieran sido más numerosas de no haber estallado el escándalo de los videos en el gobierno del Distrito Federal y el PRD. A partir del 4 de marzo, las cartas expre-

<sup>92</sup> John B. Thompson, *op. cit.*, pp. 135-138.

<sup>93</sup> Rocío Villalvazo Ch. (La Herradura, Edomex), *Reforma*, 28 de febrero de 2004.

<sup>94</sup> Lucía Chávez Méndez (Benito Juárez, D.F.), *Reforma*, 28 de marzo de 2004.

saron la indignación ciudadana frente a la corrupción política, y las transgresiones cometidas fueron duramente reclamadas al jefe de Gobierno capitalino y al partido gobernante en la ciudad por casi 35% de quienes escribieron en *Reforma*. Debido a que son muy numerosas, se seleccionaron aquellas que parecen las más representativas y en las que hay un pronunciamiento directo contra Andrés Manuel López Obrador; muchas opiniones expresadas en *Reforma*, que sin duda comparten muchos otros ciudadanos en el país, muestran en numerosos casos una animadversión personal que es muy transparente:

[R-16] Hoy por la mañana escuché una entrevista del Peje de gobierno, quien por momentos me pareció el “Niño Verde”, buscando excusas y pretextos para encubrir tanta trapacería de su gobierno “honesto”.  
¿Se imaginan al Peje de Presidente? ¡Dios nos libre!<sup>95</sup>

[R-26] Ahora sí se le va a conceder su deseo a Andrés Manuel López Obrador. A partir de esta fecha, los mexicanos lo damos formalmente por muerto.<sup>96</sup>

[R-29] Con qué cara, señor López Obrador, nos dice que usted es una blanca palomita, cuando es el amo de las marrullerías y el cinismo, ¿o ya se le olvidó que usted tomaba los pozos petroleros y organizaba marchas con el susodicho Bejarano?

Bien dicen que de tal palo tal astilla. No nos diga que no lo conocía, si él era su brazo derecho y usted su tapadera.<sup>97</sup>

<sup>95</sup> Guillermo Diener Cañedo (Xochimilco, D.F.), *Reforma*, 4 de marzo de 2004. (Andrés Manuel López Obrador es conocido como *Peje* porque un pez de Tabasco –de donde es originario– se llama pejelagarto.)

<sup>96</sup> Tomás A. Medina (Coyoacán, D.F.), *Reforma*, 5 de marzo de 2004.

<sup>97</sup> Eduardo Hernández (Querétaro, Qro.), *Reforma*, 6 de marzo de 2004.

No obstante, algunas otras críticas publicadas en *Reforma* realmente cuestionan el ejercicio de poder político y descubren el fondo sustancial de las transgresiones cometidas:

[R-36] El no averiguar sobre la vida pública y privada de sus más cercanos colaboradores lo hacen cómplice. Él es el jefe, él es el responsable de saber, conocer, lo que hacen sus colaboradores. Es más, si fuera congruente, debería renunciar después de dos casos de corrupción de su “gente” en una semana.

Si el Jefe de Gobierno se hace de la vista gorda con la finalidad de seguir, al costo que sea, en su carrera hacia la candidatura a la Presidencia, pregunto: ¿estamos los ciudadanos dispuestos a seguir soportando esto, o lo que sea, para tener a semejante candidato a la Presidencia? Yo espero que no.<sup>98</sup>

[R-66] ¿Quién puso como secretario de Finanzas del DF a un apostador compulsivo? ¿Quién lo dejó escapar teniéndolo en sus manos? ¿Quién eligió a René Bejarano como el principal operador político del PRD en el DF? ¿Las campañas de qué partido político se financiaron con este dinero? ¿Los miembros de qué partido político hicieron negocios con Ahumada? ¿Qué partido político se benefició con el dinero que está recibiendo Carlos Ímaz en el tercer video? [...] Mejor ni seguirle, el culpable es la derecha, sí, la mano derecha de López Obrador.<sup>99</sup>

[R-77] El gobierno de López Obrador nos quiere ver la cara de tontos, pues ni siquiera nos ha contestado los cuestionamientos más simples, por ejemplo, relativo al primer video, ¿cuánto dinero desfalcó el Secretario de Finanzas para apostar en Las Vegas?, ¿quiénes eran sus cómplices?

<sup>98</sup> María Dolores Ambrosi Cortés (Miguel Hidalgo, D.F.), *Reforma*, 7 de marzo de 2004.

<sup>99</sup> José Leonel Chávez Reyna (Guadalajara, Jal.), *Reforma*, 13 de marzo de 2004.

Del segundo video, donde René Bejarano se mete dinero hasta en los bolsillos, ¿dónde están los millones que se embolsó?, ¿cuáles son las cosas inimaginables que ha hecho Bejarano para López Obrador?, ¿por qué todavía está libre?

Sobre el tercer video, donde Carlos Ímaz se lleva el dinero en sus bolsitas, es imperante saber ¿quiénes eran los beneficiarios del dinero de este acto de corrupción?, ¿cuántas veces se repitió?, ¿por qué sigue libre y en su cargo?<sup>100</sup>

La indignación de los ciudadanos llegó a un punto en el que varios de los que manifestaron su opinión en el periódico pidieron la renuncia del jefe de Gobierno del Distrito Federal:

[R-79] Ya es tiempo de que López Obrador se vaya. ¿Cuánto nos están costando su demagogia, sus investigaciones y sus arengas? Su gobierno no funciona, y él dijo que se iría en ese caso.<sup>101</sup>

Al final del periodo de estudio y con un manifiesto antagonismo político, había una especie de combinación de resignación y miedo en muchos ciudadanos ante la figura de Andrés Manuel López Obrador, cuando parecía que había convencido a la mayoría de que había sido víctima de un complot:

[R-159] López Obrador será Presidente, porque es muy hábil para manipular a esa parte de la sociedad que no alcanza a captar su fina perversidad y cinismo. Le perdonan todo porque es seductor y embaucador de los buenos, y van a votar por él.

<sup>100</sup> Manuel Burgueño Salazar (Guadalajara, Jal.), *Reforma*, 15 de marzo de 2004.

<sup>101</sup> Roberto Ramírez Gracia (Huixquilucan, Edomex), *Reforma*, 16 de marzo de 2004.

Pero ojalá que al momento de jurar y comprometerse a cumplir y hacer cumplir las leyes que emanan de nuestra Constitución tenga cuidado, porque se puede morder la lengua o los labios y eso sería mortal.<sup>102</sup>

[R-163] Estamos comprobando en el “Peje” de Gobierno actitudes muy claras de convertirse en “Hugo Chávez mexicano” si llega a Presidente. Usa información confidencial de la PGJDF y la utiliza al gusto; utiliza el sistema de justicia mediática, y si le descubren empleados deshonestos, mediante “pruebas”, dice: ¡complot!

El futuro de México sería Venezuela: si el Congreso no aprueba sus caprichos, los destituye y forma uno nuevo; si el pueblo pide que renuncie, organiza “plebiscitos” donde él controla y obtiene el triunfo; si el País se está consumiendo, cancela permisos a prensa y televisión que lo informan y acusa de traidores y los amenaza.<sup>103</sup>

A pesar de que estas voces son mayoritarias en *Reforma*, allí también se manifestaron otras que apoyaron al jefe de Gobierno, aludiendo, al igual que en *La Jornada*, a la carrera por la sucesión presidencial en 2006:

[R-42] Durante las últimas semanas hemos visto casos de corrupción en los que están involucrados gente muy allegada al Jefe de Gobierno. Esto de ninguna manera afecta la popularidad y la credibilidad de Andrés Manuel López Obrador, al contrario, estos actos simplemente le favorecen, ya que él ha sabido llevar esta situación con inteligencia. Los ansiosos y sedientos de poder buscaron y buscarán detener por todos los medios posibles a un rival que tiene todo para ser el próximo Presidente de México.<sup>104</sup>

<sup>102</sup> Carlos Graus (Tlalpan, D.F.), *Reforma*, 19 de abril de 2004.

<sup>103</sup> Pedro S. Legarreta C. (Morelia, Mich.), *Reforma*, 23 de abril de 2004.

<sup>104</sup> Mario Moreno González (Naucalpan, Estado de México), *Reforma*, 8 de marzo de 2004.

[R-151] Es evidente que la corrupción dentro del gobierno de Andrés Manuel López Obrador lo ha dañado severamente, sin embargo él continúa siendo una alternativa de cambio, “un rayo de esperanza”.<sup>105</sup>

[R-174] Muchas cosas y expresiones han quedado de manifiesto a partir de los videoescándalos. Que la adelantada y sin reglas carrera al 2006 será la más competida y encarnizada de todos los tiempos, pero que es un juego en el que todo se vale, sobre todo las patadas por debajo de la mesa.

Que se vislumbra una sucia intriga para descalificar, a toda costa, a ciertos protagonistas peligrosos para la derecha en el poder, aunque los golpes espectaculares han salpicado de lodo a los mismos dueños de la mano que mece la cuna. [...] Este escenario podría orillar a Vicente Fox a tomar decisiones de alto riesgo para la democracia y hasta la gobernabilidad, como sacar a López Obrador de la contienda, lo que implicaría un escándalo de impredecibles consecuencias, además de hacerle el favor a su esposa o a su Secretario de Gobernación, a quienes les estaría limpiando el camino.<sup>106</sup>

Puesto que la pluralidad es uno de los presupuestos de la democracia, es completamente natural que la opinión pública no se manifieste de manera homogénea. Aun cuando muchas veces coincidan sus opiniones, las personas son diferentes entre sí por su nivel educativo, las características de su personalidad, el ambiente social donde se desenvuelven, el grado de convicción que tienen respecto a una actitud determinada, y por las circunstancias externas específicas en que se encuentren. Todos estos factores son relevantes para explicar por qué permanecen o cambian las opiniones, actitudes y conductas de la gente, y a qué se debe

<sup>105</sup> Raymundo Ortega Flores (Miguel Hidalgo, D.F.), *Reforma*, 14 de abril de 2004.

<sup>106</sup> Rafael Luviano Delgado (Gustavo A. Madero, D.F.), *Reforma*, 2 de mayo de 2004.

que un mismo mensaje, transmitido a través del mismo canal y procedente de la misma fuente, tenga diferentes efectos.<sup>107</sup>

No obstante, más allá de que existan voces discordantes de la opinión general entre las cartas escritas en *La Jornada* y *Reforma* (en este último mucho más que en el primero), los resultados de esta investigación enseñan la constitución de dos grandes bloques de opinión que se expresaron en forma mayoritaria en cada uno de los dos periódicos. Esto fue particularmente visible en lo que se refiere a los asuntos sobre el complot y el conflicto diplomático con Cuba.

Así, en *La Jornada* hubo cartas en que se manifestaron adhesiones a la teoría del complot mucho antes de que hubiera alguna evidencia concreta que pudiera probarla, y luego aumentaron cuando se anunció la existencia de pruebas de lo que había dicho Carlos Ahumada en La Habana:

[J-13] Nos queda claro que estamos ante una ofensiva planeada desde los sectores más conservadores, con el apoyo de los servicios de inteligencia gubernamental, y aprovechando actos deleznable en una triangulación dirigida contra López Obrador.<sup>108</sup>

[J-39] ... la sospechosa coordinación entre el partido en el poder, comunicadores de los medios y centros de diversión extranjeros (sin especificar a otros probables actores individuales e institucionales) en un gran esfuerzo político por eliminar al “precandidato presidencial” con mayor apoyo popular, termina (afortunadamente) no en su asesinato –como su secretario de Seguridad sugirió hace unas semanas–, sino en su criminalización por intentar defenderse del escándalo organizado.<sup>109</sup>

<sup>107</sup> Antonio Lucas San Marín, Carmen García Galera y José Antonio Ruiz San Román, *op. cit.*, p. 220.

<sup>108</sup> Jóvenes organizados de las 16 delegaciones del D.F., *La Jornada*, 14 de marzo de 2004.

<sup>109</sup> Elizabeth Maier, *La Jornada*, 22 de abril de 2004.

[J-42] [Se] trataba más bien de montar una acción concertada a través de los medios de comunicación, para desprestigiar al jefe de Gobierno y disminuir su índice de popularidad. En estos hechos se han coludido la PGR, la Secretaría de Gobernación, la Secretaría de Hacienda, el senador Diego Fernández de Cevallos y, presumiblemente, Carlos Salinas de Gortari. [...] Nos manifestamos por el respeto a las instituciones políticas de todo el país y expresamos nuestro rechazo enérgico a los intentos desestabilizadores, que pretenden destituir al jefe del Gobierno del Distrito Federal.<sup>110</sup>

[J-61] La expulsión del embajador de Cuba por el gobierno federal es una clara demostración del temor del presidente Fox y su equipo de que a corto plazo se difundan en nuestro país las declaraciones del corruptor Carlos Ahumada hechas en Cuba y se confirme lo que muchos mexicanos pensamos: la existencia de un complot contra el PRD y el jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.<sup>111</sup>

Para muchas de las personas que escribieron cartas en *Reforma* durante este periodo, sin embargo, la cuestión del complot era una especie de coartada del jefe de Gobierno capitalino para que la gente se distrajera de las graves transgresiones que cometieron sus colaboradores:

[R-57] Me resulta insultante escuchar las declaraciones del Peje cuando le está explotando la realidad en las narices; que si tiene meseros y choferes informantes, que si es complot que viene de Los Pinos, que si es una campaña de Carlos Salinas, etcétera. El señor cree que somos estúpidos y quiere desviar nuestra atención.<sup>112</sup>

<sup>110</sup> Académicos del CCH Plantel Sur, *La Jornada*, 25 de abril de 2004.

<sup>111</sup> Coalición Obrera Campesina Estudiantil del Istmo (COCEI), *La Jornada*, 12 de mayo de 2004.

<sup>112</sup> Daniel Paniagua Sánchez (Miguel Hidalgo, D.F.), *Reforma*, 11 de marzo de 2004.

Y aunque hubo quienes rechazaron este posible tipo de conspiración en *Reforma*, fueron muy pocos –10 de 43 cartas, con argumentos parecidos a las cartas de *La Jornada*– frente a quienes lo justificaron y hasta lo aplaudieron, porque no se entendió la diferencia entre quienes ejercen su derecho a denunciar y quienes urden un complot.<sup>113</sup> Finalmente, se impuso uno de los supuestos de la teoría del efecto reforzador de los medios de comunicación que señala la *percepción selectiva* que tienen los receptores en una audiencia; si bien un grupo de personas pueden estar *expuestas* a un mismo mensaje, cada una de ellas tenderá a interpretarlo de forma que coincida con sus propias ideas o puntos de vista, pues parece cierto “que la audiencia ve y oye lo que quiere ver y oír”.<sup>114</sup>

[R-129] ¿Qué la política no es un constante y válido “comploteo”? Precisamente el “complot” es una de las elementales justificaciones de la existencia del sistema de multipartidos, cuidarse unos de los otros no teniendo actos deleznable con los cuales los puedan atacar.<sup>115</sup>

[R-175] En nuestro País es insolente la falta de inteligencia y de vocación democrática para luchar contra la corrupción. [...] Ante tal nulidad y complicidad silenciosa y escandalosa, hay que decir: bienvenidos todos los complots, de donde sean, de quien los promueva para evidenciar la corrupción, que no es lo mismo que luchar contra este vicio, pero sí permite a la ciudadanía emitir un juicio de condena a estas prácticas tan burdas e incrustadas en el seno del Estado.<sup>116</sup>

<sup>113</sup> Según el diccionario, *complot* significa: “Conjunto de maniobras secretas y concertadas contra alguien, y particularmente contra la seguridad interior del estado”. Por su parte, una acepción de *denunciar* es: “Declarar oficialmente un estado ilegal, irregular o indebido” (*El pequeño Larousse ilustrado*, 8ª ed., Colombia, Larousse, 1999).

<sup>114</sup> Antonio Lucas San Marín, C. García Galera y J. A. Ruiz San Román, *op. cit.*, p. 218.

<sup>115</sup> Lourdes Magallanes A. (Salamanca, Gto.), *Reforma*, 6 de abril de 2004.

<sup>116</sup> Alfonso Martínez Lazcano (Tuxtla Gutiérrez, Chis.), *Reforma*, 3 de mayo de 2004.

[R-191] Me pregunto qué importancia tiene quién grabó los videos, si el Cisen, la DEA o un empleado de Ahumada. Lo que realmente importa es lo que vimos millones de personas en éstos [...] En la contienda política es válido denunciar actos de corrupción, López Obrador lo hizo en Tabasco para demostrar el fraude electoral a favor de Madrazo. Me da la impresión de que el Jefe de Gobierno reza con el dicho: ¡Aplíquese la ley en los bueyes de mi compadre!<sup>117</sup>

De esta manera, resaltan las diferentes reacciones ante los mismos mensajes entre los públicos de ambos periódicos: no hubo una sola interpretación de las noticias sobre el caso de los *videoscándalos*. Esta diferencia es nítida en el análisis de las cartas que se enviaron para opinar sobre el conflicto diplomático entre el gobierno mexicano y el cubano, causado, entre otras razones, por los videos de Carlos Ahumada afirmando la existencia de un complot.

En *La Jornada* hubo numerosas cartas sobre Cuba desde mucho antes del asunto de los videos, porque hay una vieja tradición de apoyo de la izquierda mexicana a ese país, que por lo visto no ha disminuido a pesar de la discusión sobre los derechos humanos y la democracia en la isla. Y a pesar de que sólo se seleccionaron las cartas que se referían explícitamente a los *videoscándalos*, en ellas se trasluce sobre todo ese apoyo, y sólo muy superficialmente el tema de los videos:

[J-48] Quienes han determinado las medidas anunciadas por Relaciones Exteriores [...] anteponen su angustia personal por los dedos en la puerta del incómodo Ahumada, por lo que hubiera podido comprometer a Fox la conjura de sus necios; y así, en 9 minutos pretenden destruir

<sup>117</sup> Antonio Fernández Soto (Puebla, Pue.), *Reforma*, 13 de mayo de 2004.

una relación que lo supera en tiempo y en tamaño; la relación de México con Cuba es mucho más grande que la estulticia, la mentira, el cinismo y la hipocresía de sus gobernantes.<sup>118</sup>

[J-60] Hoy, como pueblo de México rechazamos la decisión autoritaria y absurda de Vicente Fox, y no aceptamos ser la ficha esperada en el juego de Estados Unidos para acelerar su intromisión en Cuba, como lo deja ver Colin Powell en sus últimas declaraciones, y menos aún, comprometer nuestra autonomía como país y nuestra política exterior a cambio de la torpe pretensión de ocultar a los responsable de los vulgares video-complots. Por lo anterior, demandamos a Vicente Fox el restablecimiento inmediato de las relaciones diplomáticas con Cuba, nuestro país hermano.<sup>119</sup>

*La Jornada* también dio cabida a opiniones que notoriamente contradicen las expresadas por la mayoría de quienes escriben en ese periódico, lo que, al igual que sucede en *Reforma*, es muestra de pluralidad democrática:

[J-53] Resulta curioso observar a algunos lectores desgarrándose las vestiduras por una acertada decisión de nuestra clase dirigente hacia la intromisión del gobierno dictatorial de Cuba. Bien dicen que mientras más quieras crecer más serás atacado [...] Mi felicitación al gobierno de Vicente Fox, por romper con estructuras anárquicas y dictatoriales [...].<sup>120</sup>

En *Reforma*, las cartas alrededor de lo relacionado con Cuba son muy escasas (sólo 4% del total publicado), y reflejan una opinión dia-

<sup>118</sup> Pável Uranga, *La Jornada*, 3 de mayo de 2004.

<sup>119</sup> Trabajadores administrativos técnicos y manuales del INAH, LR, *La Jornada*, 10 de mayo de 2004.

<sup>120</sup> Amaro Caravell del Valle, *La Jornada*, 5 de mayo de 2004.

metralmente distinta respecto de la mayoría de las que se publicaron en el otro periódico:

[R-177] Hace unos días, sospechamos, [por la actuación de Fidel Castro] en el caso Ahumada, que apadrina abiertamente la gestación de un nuevo Chávez en la figura de López Obrador. Hoy considero que sus intenciones van más allá de los videoescándalos. Seguirle el juego a los colmillos retorcidos del dictador es altamente peligroso. Por ello, exhorto a [...] apoyar la difícil decisión que las circunstancias obligaron a tomar al Presidente Fox.<sup>121</sup>

[R-186] Me parece increíble que el diputado del PRD Pablo Gómez esté más preocupado por el rompimiento de la relación México-Cuba que por explicar dónde quedó el dinero que se llevó René Bejarano. Si es tanto su afán por defender el socialismo que aplica Castro en la isla, mejor que se vaya a vivir a Cuba.<sup>122</sup>

Como puede observarse, el conflicto diplomático entre los gobiernos cubano y mexicano derivado de los *videoescándalos* exacerbó las diferencias existentes sobre el régimen político de la isla en el seno de la opinión pública mexicana, y ocasionó una polarización ideológica y política en grupos minoritarios. Se trató de un efecto no deseado por nadie en la nueva democracia de México, en la cual son altamente apreciados los valores de la tolerancia y la pluralidad. Tales valores han sido internalizados en el largo proceso de transición y aunque haya evidentes diferencias en las líneas editoriales respectivas, tanto *Reforma* como *La Jornada* han jugado un papel muy relevante en el paso a un régimen democrático. Una pequeña muestra de ello es que una lectora envió la

<sup>121</sup> Alcibíades Marván Carmona (Huixquilucan, Edomex), *Reforma*, 5 de mayo de 2004.

<sup>122</sup> Arístides Guajardo Rosas (Tequisquiapan, Qro.), *Reforma*, 11 de mayo de 2004.

misma carta a los dos periódicos para que se la publicaran, y ambos lo hicieron:

[R-164 y J-62] Hay evidencias que muestran que la PGR está ayudando al mayor corruptor confeso del país, Carlos Ahumada. ¿Hay un complot?, o ¿por qué tantos yerros en procedimientos al parecer simples?<sup>123</sup>

Por encima de las tendencias claramente definidas y asumidas de estos dos periódicos y de cierta polarización ideológica en grupos minoritarios, una cuestión central es que la libertad de expresión, el respeto por las opiniones contrapuestas, es un hecho en la vida de México al inicio del siglo XXI.

## NOTAS FINALES

A partir de un planteamiento teórico inicial sobre la importancia de los medios de comunicación para la legitimidad del poder político, en esta investigación se formuló la hipótesis acerca de que la relación entre medios y política es sumamente compleja y no hay tal como un efecto directo, de causa-efecto, entre los mensajes que se emiten a los ciudadanos y las respuestas que retroalimentan la relación entre gobernantes y gobernados; esta hipótesis es contraria a la planteada por Giovanni Sartori en su famoso libro sobre la influencia de la televisión en las democracias contemporáneas. Lo que aquí se sostuvo fue que la influencia de la televisión y la prensa escrita en el modo de pensar de las personas es limitada y está condicionada a muchas mediaciones,

<sup>123</sup> Raybel Ballesteros Corona (Tlanepantla, Estado de México), La Jornada, 13 de mayo de 2004, Reforma, 14 de mayo de 2004.

debido a lo cual muchos mensajes son recibidos de manera distinta inclusive a como se había propuesto el emisor.

La investigación realizada sobre el efecto de los *videoscándalos* en la opinión pública a través del análisis del contenido de las cartas publicadas por los diarios *La Jornada* y *Reforma* tuvo el objetivo de demostrar que el efecto de los medios no es suficiente para que se dé un giro completo en la opinión pública; uno de los hallazgos de este análisis es que las personas no cambian fácilmente de punto de vista respecto de la política. Aunque los cambios en la percepción pública sean muy relevantes para algunos procesos políticos como los electorales, por ejemplo, porque pocos puntos porcentuales deciden una elección, la transformación radical de la opinión pública no depende únicamente de la acción de los medios. Aun cuando pasaron muchas veces los videos de la corrupción por la televisión y aunque sin duda les afectaron considerablemente, los simpatizantes del perredismo y de López Obrador mantuvieron básicamente sus posiciones, como lo hicieron también aquellos ciudadanos que francamente rechazan las posturas políticas de la izquierda representada por el PRD y no quisieran en absoluto que el jefe de Gobierno de la Ciudad de México llegara a la Presidencia de la República; la mayoría de ellos continuaron rechazándolos a pesar de “ver” a Carlos Ahumada cuando confesaba el complot en La Habana.

Las implicaciones de todo esto parecen ser vitales para las siguientes fases de la consolidación democrática en México ya que una de las apuestas más fuertes de los partidos políticos ha sido precisamente dirigir su propaganda a los medios masivos de comunicación. Las empresas de la radio y la televisión han aprovechado la mayor parte del dinero público con el que se financia a los partidos durante las campañas electorales, y también reciben gran parte del gasto que hacen los poderes públicos en la difusión de mensajes a la población. Si se matiza la influencia de estos medios, si se entiende que son solamente uno

entre varios otros factores que ayudan a la credibilidad de los gobernantes o de quienes aspiran a llegar a serlo, si hay conciencia de que los medios de comunicación son importantes pero no definitivos en la legitimidad del poder político, entonces los partidos buscarán también medios menos onerosos para enviar sus mensajes a los ciudadanos y habrá un ahorro en ese gasto. Adicionalmente, los políticos buscarán que sus acciones y no el contenido de sus mensajes ni su imagen pública sean lo central en su relación con los ciudadanos.

Sin embargo, es indudable el poder de los medios de comunicación y su influencia real en la vida política mexicana. Con las nuevas tecnologías multimedia, penetran cada día más en los hogares de las personas y les llevan todo tipo de mensajes con gran eficacia. Pero la política es una actividad muy complicada que sólo es realizada por los seres humanos, y lo que se conoce como manipulación no es tan simple. Los ciudadanos no son entes pasivos que únicamente sirvan como recipientes de los mensajes que les envían sino que tienen convicciones, criterios, creencias y expectativas. La racionalidad del ser humano se manifiesta y por ello es que muchas veces lo que parece un fenómeno de manipulación no es verdaderamente tal, sino un consentimiento en gran medida implícito. Esta es la conclusión preliminar y por supuesto provisional de este trabajo.

Para finalizar, se debe señalar que existen todavía muchos cabos sueltos en el asunto de los *videoescándalos*, y esa fue una de las dificultades para realizar la investigación; son muy recientes todos los acontecimientos de los que se trata, y el desenlace total es muy incierto debido a que se trata de un proceso que está en marcha. No obstante, no era el propósito descubrir cómo terminaron los escándalos sino vislumbrar y explicar sus efectos inmediatos; así que el trabajo presenta limitaciones que es necesario señalar.

No informa sobre el destino político y/o penal de los protagonistas

de los videos –y de personajes cercanos a ellos que apenas se mencionan, como Rosario Robles o Ramón Sosamontes–, porque tampoco fue el objetivo describir los detalles del escándalo sino sólo lo que se vio en los videos y alguna otra información crucial para entender el contexto; en realidad, todas las verdades relacionadas con el caso son hasta ahora provisionales. Pero además, la investigación que se expone aquí tiene muchas limitaciones porque no tocó aspectos muy interesantes que se vinculan directamente con el tema: el impacto de los videos de la corrupción en el PRD, la inauguración formal de una “cultura del escándalo”, inédita y posiblemente peligrosa para la casi recién nacida democracia mexicana, la relación de los partidos políticos con los medios de comunicación en el nuevo régimen, el papel político de los periodistas en México, la discusión legislativa sobre la Ley de Radio y Televisión, la normatividad electoral y las precampañas mediáticas, las relaciones de los medios entre sí, y un largo etcétera. No obstante sus limitaciones, este trabajo quiso contribuir en el estudio de uno de los problemas centrales de la ciencia política: cómo influyen los medios de comunicación en la construcción (o destrucción) de la legitimidad del poder político.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros, revistas, diccionarios y tesis

- Bobbio, Norberto y Michelangelo Bovero, *Origen y fundamentos del poder político*, México, Grijalbo, 1985.
- Duverger, Maurice, *Métodos de las ciencias sociales*, México, Ariel, 1999.
- Diccionario de electrónica informática*, Barcelona, Orbis, 1986.
- El pequeño Larousse ilustrado*, 8ª ed., Colombia, Larousse, 1999.
- Fages, J. B., B. Fery y P. Cornille, *Diccionario de comunicación*, Argentina, Editor 904, 1977.
- Giddens, Anthony, *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, México, Taurus, 2002.
- Gil Calvo, Enrique, *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial, 2003.
- Gutiérrez López, Roberto, *La negociación político-legislativa del régimen de comunicación social en México (1995-2003): implicaciones y efectos en el proceso de consolidación democrática*, tesis presentada en el Doctorado en Estudios Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, México, 2003.
- Habermas, Jürgen, “La legitimidad hoy”, *Revista de Occidente*, 3ª época, núm. 9, 1976.
- Hobbes, Thomas, *Leviatán*, t. I, Madrid, SARPE, 1984.
- Klapper, J. T., *The Effects of Mass Communication*, Nueva York, The Free Press of Glencoe, 1960.
- Lucas Marín, Antonio, Carmen García Galera y José A. Ruiz San Román, *Sociología de la comunicación*, Madrid, Trotta, 1999.
- Machiavelli, Niccolò, *El Príncipe*. Comentado por Napoleón Bonaparte, Madrid, Mestas, 2001.
- Mcluhan, Marshall y B. R. Powers, *La aldea global. Transformaciones en la vida*

- y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI, Barcelona, Gedisa, 4ª reimp., 2002.
- Noelle-Neumann, Elisabeth, *The Spiral of Silence*, Chicago, University of Chicago Press, 1984.
- Salazar, Luis, “Política y subjetividad en Hobbes y Spinoza (notas para una discusión)”, en Mariflor Aguilar, (ed.), *Crítica del sujeto*, México, Facultad de Filosofía y Letras-UNAM, 1990.
- Sartori, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, 2ª ed., México, Patria, 1997.
- , *Homo videns. La sociedad teledirigida*, México, Taurus, 3ª reimp., 2002.
- Shannon, C. E. y Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana Ill., University of Illinois Press, 1963.
- Thompson, John B., *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 2001.
- Trejo Delarbre, Raúl, “Para una nueva Ley de Radio y Televisión”, *La Crónica de Hoy*, 15 de diciembre de 2002.
- Young, K. et al., *La opinión pública y la propaganda*, México, Paidós, 1991.

### Notas periodísticas

- “Ahumada acusa de extorsión a ‘funcionarios’ del GDF”, *La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004.
- Alegre, Luis y Ariadna García, “Truena Fox con Cuba”, *Reforma*, lunes 3 de mayo de 2004, p. 1-A.
- Arreola, Gerardo, “Los videos, parte de una operación política deliberada, confesó Ahumada”, *La Jornada*, jueves 29 de abril de 2004, p. 3.
- Barajas, Abel y Víctor Fuentes, “Cae Ahumada en Cuba”, *Reforma*, miércoles 31 de marzo de 2004, p. 1-A.
- Bolaños, Ángel y Susana González, “La difusión del video, respuesta a acciones judiciales contra Quart”, *La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004, p. 3.
- Bolaños, Ángel et al., “La corrupción política, el principal problema de

- México: López Obrador”, *La Jornada*, jueves 26 de febrero de 2004, p. 10.
- Bordon, Alejandra, Luis Alegre y David Vicenteño, “Chocan AMLO y Ejecutivo”, *Reforma*, viernes 16 de abril de 2004, p. 1-A.
- “Causa crisis reunión de cubanos con PRD”, *Reforma*, lunes 3 de mayo de 2004, p. 1-A.
- “Cuida finanzas del DF... y es as en Las Vegas”, *Reforma*, martes 2 de marzo de 2004, p. 1-A.
- “Denuncia Ahumada presiones”, *Reforma*, lunes 3 de mayo de 2004, p. 1-A.
- “Enloda Bejarano a AMLO”, *Reforma*, 4 de marzo de 2004, p. 1-A.
- “Exhibe a México Cancillería Cubana”, *Reforma*, jueves 29 de abril de 2004, p. 8-A.
- “Existe el riesgo de un atentado contra López Obrador: Ebrard”, *La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004.
- Fuentes, Víctor, “Sorprende deportación a abogados defensores”, *Reforma*, miércoles 31 de marzo de 2004, p. 4-A.
- García, Ariadna, “Lanza censura SRE”, *Reforma*, 29 de abril de 2004.
- Irizar, Guadalupe, “Deja González escaño; aún encabeza el PVEM”, *Reforma*, martes 2 de marzo de 2004, p. 4-A.
- “Los medios y los videos de escándalo”, *Reforma*, 5 de marzo de 2004.
- Llanos, Raúl y Gabriela Romero, “Pescan en actos de corrupción a Bejarano. Videos lo exhiben cuando recibe fuertes sumas de dinero del empresario Carlos Ahumada”, *La Jornada*, jueves 4 de marzo de 2004.
- Martínez, Yolanda, “Critica Castro a México”, *Reforma*, domingo 2 de mayo de 2004, p. 1-A.
- Moreno, Alejandro, “Baja AMLO, pero liderea voto”, *Reforma*, lunes 24 de mayo de 2004, pp. 12 y 13.
- Páramo, Arturo, Anayansin Inzunza y Jesús Hernández, “Exhiben a delegado en video”, *Reforma*, martes 9 de marzo de 2004, p. 4-B.
- Pensamiento, Daniel, “Provocan videos crisis perredista”, *Reforma*, jueves 4 de marzo de 2004, p. 4-A.

- Pérez, Ciro, Carolina Gómez y Ángeles Mariscal, “A pesar del escándalo el PRI anuncia que intensificará alianzas con el PVEM”, *La Jornada*, viernes 27 de febrero de 2004, p. 8.
- Pérez, Ciro, “López Obrador se mantiene al frente de las preferencias”, *La Jornada*, viernes 23 de abril de 2004, p. 9.
- Petrich, Blanche y Gerardo Arreola, “ ‘Solté los videos y no me dieron nada’, revela Ahumada, grabado en Cuba”, *La Jornada*, 6 de mayo de 2004, p. 5.
- Sosa, Iván, “Llena el maletín, su bolsa y se retira”, *Reforma*, 4 de marzo de 2004, p. 6-B.
- Vanegas, Juan Manuel, “Nueva cinta: Ímaz es ahora el protagonista”, *La Jornada*, martes 9 de marzo de 2004, p. 8.
- Vicenteño, David, Abel Barajas y Gladis Ferrer, “Pelean Procuradurías custodia de Ahumada”, *Reforma*, 29 de abril de 2004, p. 4-A.
- Villamil, Jenaro, “República de pantalla”, *La Jornada*, domingo 18 de abril de 2004, p. 4.
- Zamarripa, Roberto y Yolanda Martínez, “Lanza Cuba sus ‘misiles’ ”, *Reforma*, jueves 6 de mayo de 2004, p. 1-A.

## Cartas

- Académicos del CCH Plantel Sur, *La Jornada*, 25 de abril de 2004.
- Ambrosi Cortés, María Dolores, *Reforma*, 7 de marzo de 2004.
- Burgueño Salazar, Manuel, *Reforma*, 15 de marzo de 2004.
- Caravell del Valle, Amaro, *La Jornada*, 5 de mayo de 2004.
- Chávez Méndez, Lucía, *Reforma*, 28 de marzo de 2004.
- Chávez Reyna, José Leonel, *Reforma*, 13 de marzo de 2004.
- Coalición Obrera Campesina Estudiantil del Istmo (COCEI), *La Jornada*, 12 de mayo de 2004.
- Diener Cañedo, Guillermo, *Reforma*, 4 de marzo de 2004.
- Fernández Soto, Antonio, *Reforma*, 13 de mayo de 2004.

- Graus, Carlos, *Reforma*, 19 de abril de 2004.
- Hernández, Eduardo, *Reforma*, 6 de marzo de 2004.
- Jóvenes organizados de las 16 delegaciones del DF, *La Jornada*, 14 de marzo de 2004.
- Legarreta C., Pedro S., *Reforma*, 23 de abril de 2004.
- Luviano Delgado, Rafael, *Reforma*, 2 de mayo de 2004.
- Magallanes A., Lourdes, *Reforma*, 6 de abril de 2004.
- Maier, Elizabeth, *La Jornada*, 22 de abril de 2004.
- Manzo Torres, Guadalupe, *La Jornada*, 12 de abril de 2004.
- Martínez Lazcano, Alfonso, *Reforma*, 3 de mayo de 2004.
- Marván Carmona, Alcibíades, *Reforma*, 5 de mayo de 2004.
- Medina, Tomás A., *Reforma*, 5 de marzo de 2004.
- Mendoza Barrera, E., *La Jornada*, 11 de marzo de 2004.
- Moreno González, Mario, *Reforma*, 8 de marzo de 2004.
- Ortega Flores, Raymundo, *Reforma*, 14 de abril de 2004.
- Paniagua Sánchez, Daniel, *Reforma*, 11 de marzo de 2004.
- Pueblos Unidos de Milpa Alta, *La Jornada*, 4 de marzo de 2004.
- Ramírez Gracia, Roberto, *Reforma*, 16 de marzo de 2004.
- Tapia T., Sara, “El Correo Ilustrado”, *La Jornada*, jueves 6 de mayo de 2004, p. 2.
- Trabajadores Administrativos Técnicos y Manuales del INAH, LR, *La Jornada*, 10 de mayo de 2004.
- Unión de Vecinos de la Colonia Pensil, A.C., *La Jornada*, 7 de marzo de 2004.
- Uranga, Pavel, *La Jornada*, 3 de mayo de 2004.
- Veinte trabajadores de la cultura, *La Jornada*, 13 de marzo de 2004.
- Villalvazo CH., Rocío, *Reforma*, 28 de febrero de 2004.

## Internet

Pérez Espino, José, “Una radiografía de la prensa en la ciudad de México”,

[http://www.almargen.com.mx/medios/prensa/la\\_transparencia\\_no\\_llega.htm](http://www.almargen.com.mx/medios/prensa/la_transparencia_no_llega.htm)

<http://www.jornada.unam.mx>

<http://www.reforma.com.mx>

[http://www.webbasedtraining.com/primer\\_glossary.aspx](http://www.webbasedtraining.com/primer_glossary.aspx)



# Consolidación democrática y medios de comunicación\*

*José Woldenberg*

El tema del papel de los medios de comunicación en la democracia no es, como algunos podrían suponer, un tema aleatorio o secundario, de obvia y fácil resolución. Por el contrario, tal como lo confirman los hechos en todo el mundo, se trata de una reflexión absolutamente vital para la salud de las democracias contemporáneas.

En las sociedades modernas, la política y el ejercicio de la democracia son inconcebibles sin el concurso de los medios de comunicación, pero la revolución en las comunicaciones ocurrida en la era de la globalización nos obliga a volver a valorar el vínculo existente entre información y política, a redefinir en términos productivos el modo como se ejerce la libertad de expresión y, en general, el derecho a la información. No es un secreto tampoco que en la actualidad la actividad política se encuentra cada vez más condicionada por el uso de los instrumentos y

\* Versión ampliada de la conferencia pronunciada por el autor el 8 de octubre de 2003 en la LIV Semana Nacional de la Comunicación, organizada por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión.

lenguajes mediáticos que ahora tiene a su disposición. En realidad, se puede afirmar que no hay política de masas —es decir, política moderna— sin medios de comunicación, pero también es posible afirmar, en sentido opuesto, que no hay comunicación de masas que no tenga que ver de alguna manera con la política. Es esa situación la que obliga a buscar nuevas articulaciones entre lo que sería, por llamarlo de alguna manera, el poder deseable de los medios y las instituciones de la democracia.

En las líneas que siguen, me voy a referir a tres aspectos. En primer lugar, expondré cómo la apertura de los medios acompañó el intenso proceso de democratización que vivió México. En segundo término, subrayaré la importancia de algunas disposiciones legales que vinculan el trabajo del Instituto Federal Electoral (IFE) con la actividad de los medios de comunicación, a fin de propiciar contiendas electorales equitativas y competidas. Por último, haré referencia a los retos que enfrenta la consolidación de la democracia en México y que se relacionan, precisamente, con el papel y la calidad de los medios de comunicación.

El proceso democratizador que transcurrió en México durante las dos últimas décadas comprende un lapso de tiempo lo suficientemente largo para considerarlo ya un periodo histórico. La sociedad y el Estado tenían que resolver varios problemas estructurales de manera simultánea: enfrentar las demandas de una población creciente, hacerse cargo de la quiebra de un modelo de desarrollo económico, asimilar un cambio cultural de grandes dimensiones, dar cauce al ejercicio pleno de los derechos civiles, y cambiar así los mecanismos políticos reales y las reglas asociadas a él. De esta forma, la transición política fue parte de otra de mayor profundidad: apareció al mismo tiempo que otras transiciones, la de la cultura, la de la economía y la que lleva a una intrincada e inevitable conexión con el mundo.

Pero la transición democrática tuvo su principal nutriente en la exis-

tencia de una sociedad modernizada, diversa, plural, crecientemente urbana y educada, que desbordaba cada vez más el recipiente de un partido político hegemónico, en cierto modo omniabarcante, cuya influencia trascendía la esfera política y alcanzaba la vida social, e incluso la cultural.

En términos temporales, puede decirse que el movimiento estudiantil de 1968 mostró con fuerza inusitada y masiva el reclamo democrático, la necesidad urgente de reformar la vida política nacional. Los acontecimientos vinieron a demostrar que los usos y costumbres consagrados del Estado ya no funcionaban –o cada vez funcionaban peor– en una sociedad a la que el propio desarrollo social había hecho más compleja y por tanto más plural. Ése era, en definitiva, el contenido subyacente en las demandas estudiantiles.

Pues bien, ante ese primer gran reclamo democrático, la versión oficialista, tremendamente autoritaria, fue la que se imprimió en la mayoría de los relatos y juicios en los medios referidos al asesinato masivo en Tlatelolco. En aquellos años, como parte de la efervescencia política que se extendió al mundo sindical, a las reivindicaciones de los campesinos, a las universidades, proliferaron publicaciones “marginales” que, en la ribera de la prensa institucional, informaban y analizaban hechos que no aparecían en los medios y, por lo mismo, eran un testimonio de la cerrazón.

Sin embargo, poco a poco, salvando obstáculos y no pocas resistencias, aparecieron más adelante diarios, semanarios y revistas independientes, que hacían de la prensa escrita un espacio relativamente más sensible a la diversidad política, en contraste con los medios electrónicos, que seguían considerando el pluralismo como un inaccesible fruto prohibido. Para darnos una idea de lo que significaba esa cerrazón de la prensa, baste traer a colación los datos que nos proporciona el periodista e investigador Raúl Trejo sobre la elección presidencial de 1988, la primera auténticamente competida de esta época, cuando el enton-

ces partido gobernante recibió 55% del espacio concedido a las campañas electorales en los seis principales diarios del país, mientras que el Frente Democrático Nacional obtuvo 17%, y 12% el PAN.<sup>1</sup>

En cambio, como indica el estudio pionero del investigador de la Universidad de Guadalajara Pablo Arredondo,<sup>2</sup> en 1988 los noticieros de TV dieron al partido en el gobierno 91.7% del total de sus espacios informativos, mientras que de todos los demás contendientes ninguno alcanzó siquiera 4% del tiempo de los noticieros. Esa abismal inequidad informativa nos habla de un país remoto, lejano y cerrado, que hoy parecería increíble y que ya para entonces resultaba inaceptable para muchos ciudadanos.

Sin embargo, es justamente a partir de esa dinámica de cambio que los medios comienzan también un proceso de apertura que los lleva a sintonizarse mejor con la democratización general de la sociedad. Se abren en la radio espacios para distintas expresiones y opiniones, y comienzan a disolverse las barreras, las exclusiones, que impedían a los electores conocer de primera mano el punto de vista de las diferentes fuerzas políticas. Trabajos posteriores de Trejo nos indican, por ejemplo, que en la siguiente elección presidencial, la de 1994, la prensa escrita dio a las oposiciones en conjunto un espacio mayor al que recibió el partido gobernante. No era una cuestión menor.

La lección saltaba a la vista: para ser creíbles, para ser leídos, vistos o escuchados, los medios debieron abrirse y recoger la pluralidad real, sin confundir la noticia con las filias o las fobias propias de los editores. Por razones de prestigio, de credibilidad y de mercado, los medios se ven en la necesidad de actuar cada vez más como espacios abiertos y

<sup>1</sup> Raúl Trejo Delarbre, *Democracia sin mediaciones*, México, Cal y Arena, 2001.

<sup>2</sup> Pablo Arredondo, "Opacidad en la ventana electrónica: el proceso electoral de 1988 en los noticieros televisivos", en P. Arredondo, G. Fregoso y R. Trejo, *Así se calló el sistema, comunicación y elecciones en 1988*, Universidad de Guadalajara, 1991.

sensibles, ya no como coto reservado, proveedor de ventajas exclusivas. Tanto es así, que en la más reciente elección presidencial, la del proceso electoral del año 2000, como demostró el monitoreo de medios que por ley realiza el IFE en cada periodo de campañas, los principales noticieros de la radio y la televisión del país ofrecieron un tratamiento muy equilibrado, similar, a las tres principales opciones políticas. Es decir, en 12 años pasamos de una cobertura asimétrica y alineada de los medios, refractaria a las voces de la oposición, a un trabajo caracterizado por la reproducción de la situación política del país, es decir, a una mayor equidad e imparcialidad informativa.

No es mera casualidad que la expresión de la diversidad haya acabado por permear los medios, y que las elecciones altamente competidas en México hayan tenido lugar justamente cuando la prensa, la radio y la televisión consiguieron abrirse a la pluralidad. Un fenómeno sería inexplicable sin el otro.

Pero esta evolución democrática de la función informativa tiene como soporte otras premisas –además, por supuesto, de la convicción de los propios periodistas y dueños de los medios–. Cabe señalar, al respecto, que la preocupación del legislador por asegurar elecciones limpias y transparentes, fundadas en un genuino sistema de partidos, lo llevó a establecer un amplio conjunto de disposiciones legales para asegurar una presencia adecuada de las distintas ofertas político-electorales en los medios electrónicos de comunicación.

En ese sentido, la ley establece, en primer lugar, que los partidos gozarán de una presencia permanente en radio y televisión, haya o no campañas electorales, por lo que cuentan con un programa de 15 minutos al mes en cada medio. Además, existen los llamados *programas especiales*, que reúnen a todos los partidos en un programa de debate mensual sobre algún tema relevante de la agenda nacional. Por otra parte, en épocas de campaña se transmiten de forma adicional progra-

mas complementarios que abarcan en conjunto cien horas en televisión y 125 horas en radio, si se trata de una elección para el Congreso, o del doble si se elige al presidente de la República. Todos esos programas corren a cargo de los tiempos con que cuenta el Estado en los medios, y deben transmitirse, como dice la ley, en los horarios de mayor audiencia.

Adicionalmente, el IFE adquiere 400 anuncios en televisión y 10 mil en radio que pone a disposición de los partidos. Todos estos espacios, que resultan sin costo para ellos, se reparten con el siguiente criterio: entre los partidos con representación en el Congreso, 30% en partes iguales y el 70% restante en función de la votación obtenida en la elección previa. A los partidos nuevos les toca 4% del tiempo total a cada uno.

Pero, además, los partidos –y sólo ellos, ningún tercero– pueden comprar anuncios en radio y televisión. Para esta elección de 2003, lo más que pudo gastar cada candidato a diputado en su distrito electoral fue 849 mil pesos. Al tratarse de 300 distritos, cada partido estuvo en posibilidad de erogar como máximo en todas sus campañas 254 millones de pesos.

Para garantizar que ningún tercero compre publicidad electoral, en favor o en contra de partido o candidato alguno, y para que los topes de campaña que marca la ley se respeten, el IFE realiza un monitoreo de los anuncios que compran los partidos en radio y televisión. Con el mismo fin, también se contabilizan los desplegados e inserciones pagados de los partidos en la prensa escrita. Los monitoreos de anuncios y notas constituyen un importante instrumento para fiscalizar con profundidad y en detalle las erogaciones de los partidos, precisamente en el rubro al que destinan más recursos.

Por otra parte, al inicio de cada proceso electoral, la ley mandata al IFE para entregarle a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión un conjunto de lineamientos aplicables a noticieros elec-

trónicos para su trabajo de información de las actividades de campaña. Los lineamientos, elaborados por el consenso de todos los partidos políticos, no son obligatorios, pero intentan ofrecer de una forma sistemática las aspiraciones comunes de los partidos políticos en relación con los medios.

Otro capítulo que vincula a la autoridad electoral federal con los medios es el monitoreo a los noticieros de radio y televisión para dar a conocer la cobertura de las campañas y su calidad. Esta labor responde a una de las preocupaciones fundamentales que modularon la reforma electoral de 1996: el tema de las condiciones de la competencia. El gobierno federal, los partidos y, en su momento, el Congreso de la Unión, discutieron de qué manera se podían fomentar condiciones equitativas a través de las cuales encauzar la creciente competencia electoral. Con buen tino, desde mi percepción, el Legislador resolvió un dilema que tenía planteado: conjugar de manera productiva la más amplia libertad de expresión con la necesidad de crear un contexto de exigencia para que los medios masivos de comunicación contribuyeran a la recreación y a la expresión equilibrada de las diferentes ofertas políticas. Así, el IFE realiza el monitoreo y da a conocer la información, manteniendo su absoluto respeto a la libertad de expresión de los medios, y a la vez atendiendo su obligación legal de monitorear el comportamiento de los noticieros y difundirlo, llamando así la atención de la opinión pública y de los propios medios.

El solo hecho de presentar esta información es de por sí una contribución a generar un contexto de claridad acerca del trabajo que hacen los medios. Con frecuencia los propios medios así lo han entendido y reconocido, al señalar la utilidad que los monitoreos tienen para la evaluación interna que hacen de su labor.

Además de todos estos puentes que vinculan estrechamente a los medios, a la autoridad electoral y a los partidos para mejorar las condi-

ciones de la competencia, el IFE necesita de los medios para realizar sus tareas sistemáticas de preparación y organización de los comicios. De manera permanente, despliega campañas para que los ciudadanos estén en plenas condiciones de obtener su credencial para votar con fotografía y de ejercer su voto. Durante cada proceso electoral, se activan campañas invitando a los ciudadanos que han sido sorteados a capacitarse para fungir como funcionarios de casilla el día de la jornada electoral. Las campañas institucionales también abarcan la difusión y la promoción del voto libre y secreto y las acciones de educación cívica y formación ciudadana. Todo este esfuerzo puede llegar a millones de mexicanos a lo largo y ancho del país gracias a los medios de comunicación masiva. El IFE, como un órgano autónomo del Estado, no compra espacios en los medios electrónicos; su presencia se debe a la existencia de los tiempos del Estado.

Como se puede observar, en México la construcción del edificio electoral está íntimamente relacionada con los medios. El saldo es bueno, proceso electoral tras proceso electoral se ha obtenido una amplia participación ciudadana en las tareas de preparación y conducción de la jornada electoral, y las campañas políticas han estado donde deben estar: en el centro de atención de la opinión pública.

Lo mismo que en otras áreas de la vida pública, en los medios se ha conseguido pasar en pocos años de la pretendida unanimidad que reproducía una sola voz, una sola mirada del país, a vivir en un auténtico archipiélago de puntos de vista, donde se multiplican los análisis, las fuentes y los protagonistas. Es notorio que los medios han cambiado para proporcionar una oferta variada, con diferentes contenidos y maneras de acercarse y abordar la política.

No es poco lo que se ha logrado, pues existe ya una institucionalidad democrática y medios que se expresan en franca libertad y pluralidad. Pero nunca hay tareas concluidas. Actualmente hay que mirar hacia

los nuevos retos y desafíos a los que se enfrentan la política y los medios.

Así como en el terreno estrictamente político, el reto radica hoy en consolidar la democracia y no en demostrar que la alternancia es posible; en el campo de los medios tenemos por delante el desafío de pasar de garantizar la pluralidad a asegurar la calidad y el profesionalismo informativo.

La democracia, como sistema político, permite la expresión sin cortapisas de la diversidad política, hace emerger la pluralidad y le da un cauce cierto, legal y legítimo a la convivencia y a la competencia de distintas corrientes políticas. La vida social en democracia es la expresión y la renovación constantes de un amplio y colorido mural en movimiento. Implica, necesariamente, confrontación y, por qué no decirlo, tensión entre diagnósticos, visiones y propuestas distintos. En eso consiste el debate político, y precisamente los espacios del Estado que permiten la expresión de la pluralidad, como el Congreso, son el escenario natural de la disputa política. Por supuesto, la celebración regular y sistemática de elecciones, en las que los partidos buscan hacerse del respaldo de los ciudadanos mientras procuran que sus adversarios pierdan apoyo, implica también el ejercicio sistemático y abierto del debate, del intercambio público de críticas, de una nutrida y, a veces, férrea contienda. Estas rutinas son consustanciales al ejercicio de la democracia.

Los medios deben ser capaces de asimilar que la disputa es natural, y no considerarla un síntoma ominoso de la vida pública que merecería ser sancionado. Pero también deben saber colocarse más allá de esa disputa, no ser parte de ella.

Los medios deben buscar la objetividad y están diseñados para dar información y crear opinión, sus reflexiones cuentan y su labor desempeña un papel en la vida pública que va más allá de la transmisión neutral de las informaciones. La información no inventa los hechos políti-

cos, pero sin duda el tratamiento que se les da modula su importancia.

Esa función mediadora debería reforzarse, no reducirse en virtud de la importancia de la prensa escrita y electrónica en la determinación de la agenda nacional. Lo más importante es que las distintas voces se expresen con profesionalismo en su propio contexto y con el ánimo de servir a la comunidad. En este punto, vale reiterar que el derecho a la información parte de la consideración de que no hay libertades ni derechos absolutos, no puede haberlos, pues siempre han de estar acotados por las esferas de libertad y por los derechos de otros. Ése es un principio de aplicación universal que vale tanto para las instituciones del Estado como para los medios que tienen a su cargo la delicada tarea de decidir conforme a sus propios códigos de ética qué publicar o difundir.

Está claro que los medios no sustituyen a la escuela en su función de educar, y tampoco suplantán a los partidos, pero hay que reconocer que influyen sobre la cultura cívica de la ciudadanía, que finalmente encarna o no los valores de la democracia: si reproducen los códigos guerreros, la tolerancia tendrá un terreno menos fértil en el cual asentarse; si priman las filtraciones y especulaciones, restan campo a una justicia apegada del todo a derecho; si difunden primordialmente las ocurrencias y gracejadas de los políticos, estarán coadyuvando a hacer de la política un espectáculo circense. Al contrario, si los medios promueven la difusión de discusiones respetuosas, documentadas, elevan la calidad del debate público; su investigación periodística es primordial para conocer el país real en tiempo real como condición para la consolidación de un contexto democrático; gracias a su esfuerzo profesional son visibles hechos que el ojo no entrenado confunde o no ve, sobre todo cuando se trata de prácticas o conductas apartadas de la verdad o la legalidad que adquieren notoriedad cuando se convierten en noticias.

Además, el punto de vista editorial es imprescindible para que la fis-

calización de la vida pública sea un ejercicio plural de crítica y no mero motivo de escándalo. Esa conjunción entre la información y la opinión que es propia de los medios resulta una condición imprescindible para el buen funcionamiento de las instituciones y el elemento más eficaz para la formación de la ciudadanía.

Alguna vez he expresado que los mismos principios que permiten al IFE asegurar la limpieza y la credibilidad de las elecciones son los principios que sirven a los medios para cumplir con su tarea. Me refiero, sobre todo, a los principios de certeza, legalidad, independencia y objetividad.

Tanto en el ámbito periodístico como en el electoral es indispensable la certeza, sin la cual sería imposible generar la confianza de los electores o del público que sigue a los medios. En rigor, el principio de certeza es aquél que nos obliga a evitar la especulación, a proceder siempre sobre la base de elementos plenamente verificables y, por ello, inobjetables.

A la vez, el principio de legalidad, entendido como apego al marco normativo vigente, y sobre todo a los derechos de terceros, es fundamental tanto para la autoridad electoral como para los medios. Si no hay libertad al margen de la ley, tampoco se ejerce la libertad de expresión allí donde no se respetan los derechos básicos de las personas.

Además, tanto la actividad informativa como la electoral requieren sujetarse al principio de independencia, es decir, mantenerse al margen de cualquier clase de presiones e intereses particulares que intenten inclinar la balanza en su favor. La autonomía significa que prevalezcan los intereses profesionales sobre la influencia de los gobiernos, los partidos y otros grupos de presión existentes en la sociedad.

Finalmente, el principio de objetividad nos debe poner a salvo de suposiciones y prejuicios, alejándonos de las inevitables filias y fobias personales. En el terreno de los medios, la objetividad es el principio más socorrido y también, justo es decirlo, el más difícil de aplicar, pues

nadie está libre de opiniones y prejuicios. Para ponerlos entre paréntesis es necesario un alto grado de profesionalismo y, desde luego, una consistente capacidad de autocontención.

Hay cuestiones pendientes que afectan a los medios, a las instituciones y a los actores políticos. La primera tiene que ver con una realidad que no se limita a la acción de los medios, pero que no puede cambiar sin su concurso. Concretamente, el nivel de nuestra cultura política se corresponde dramáticamente con muy bajos índices de aprovechamiento escolar y, en general, con un abatimiento del interés de la sociedad por los asuntos públicos. Los datos obtenidos como resultado de encuestas realizadas de manera independiente por la Secretaría de Gobernación y el IFE no dejan lugar a dudas sobre cuáles son nuestras deficiencias en este punto. Ya es grave que se muestren datos alarmantes respecto al escaso conocimiento de los ciudadanos sobre sus derechos, pero el asunto se complica cuando se advierte la muy baja estima que tienen las instituciones democráticas, en particular los partidos y las cámaras legislativas. La dimensión de lo público aparece en general como un universo ajeno y poco confiable. Esa percepción, no siempre justa, ayuda muy poco a nuestra convivencia.

La presencia de esos rasgos negativos en la cultura política nacional demuestra que el cambio político no produce modificaciones lineales ni unívocas en la percepción de la vida pública, que no hay nada automático en la formación de una conciencia favorable a las instituciones y los sujetos de la democracia y que, por lo mismo, se hace necesario un esfuerzo suplementario por parte de los partidos, el gobierno, la autoridad electoral, la escuela y, sin lugar a dudas, los medios, que ayude a elevar y fortalecer los valores democráticos.

Es posible que en los países de larga tradición democrática la participación ciudadana siga las líneas de una costumbre que se reproduce a sí misma, pero en el caso de una democracia reciente como es la nues-

tra, sería por completo injustificable asimilar la fragilidad de la cultura democrática a la expresión de una inexistente rutina electoral o al imposible desencanto del modelo representativo. Justamente por la razón de que México es un país heterogéneo, diverso y subdesarrollado, donde aún coexisten o se combinan las formas modernas de organización política con la tradición de la democracia comunitaria y la herencia autoritaria, es indispensable no cejar en el empeño de elevar el nivel de la cultura cívica propiamente democrática, de modo que al participar los ciudadanos lo hagan informados y, por decirlo así, libremente, con pleno conocimiento de causa. Por supuesto, la disposición ciudadana a participar está correlacionada positivamente con la valoración de la propia actividad política, pues a mayor descrédito de la política, cuanto más sea ésta concebida como una actividad inherentemente corrupta, mezquina y carente de sentido, más fino será el suelo sobre el que pueda echar raíces el sistema democrático. En esta tarea, el papel de los medios resulta fundamental.

Hace falta un esfuerzo mayúsculo para que los ciudadanos perciban la democracia como un régimen deseable en razón de su superioridad ética y política sobre otros órdenes políticos alternativos. Se trata de hacer un sentido común la idea de la democracia no como mera enseñanza retórica o el proyecto de unos cuantos, sino como lo que es en realidad: una necesidad común para la viabilidad y la convivencia de una sociedad masiva y extraordinariamente plural, diversificada en sus condiciones culturales, políticas y también económicas, vinculada al mundo de mil maneras, diferenciada en sus opciones, en sus modos de vida, en sus intereses, visiones y sensibilidades, tal como es la sociedad mexicana.

En definitiva, entre los medios y la democracia hay principios comunes, una relación sustantiva que se retroalimenta mutuamente y que tiene su fundamento en el ejercicio de la responsabilidad de todos los

actores. Se ha superado una etapa donde lo más importante era garantizar los derechos y las libertades de la ciudadanía; ahora entramos de lleno al desafío de elevar la calidad de nuestra democracia. Tanto en el planteamiento como en la solución de los nuevos problemas, los medios tienen un importante papel que jugar.

Es hora de superar una época en la cual la libertad de expresión tenía como tarea prioritaria hacer visible una situación que estaba velada a la mirada pública, para entrar de lleno en otra donde se requiere construir un sentido crítico colectivo, una visión que sea capaz de elevar la calidad del debate público construyendo un contexto de exigencia general que nos abarque a todos: a la ciudadanía, a la autoridad electoral, a los partidos y sus candidatos, y también a los propios medios.

## Los autores

### **Luis Maira**

Especialista en relaciones internacionales, es fundador, en México, del Instituto de Estudios de Estados Unidos del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), del que fue su primer director. Formó parte de la Cámara de Diputados de Chile entre 1965 y 1973. Se desempeñó como ministro de Planificación y Cooperación durante el periodo presidencial de Eduardo Frei Ruiz-Tagle. Fue embajador de su país en México. Recientemente fue nombrado embajador de Chile en Argentina.

### **Leonardo Curzio**

Licenciado en Sociología por la Universidad de Provenza, Francia, maestro en Sociología Política por la misma universidad y doctor en Historia por la Universidad de Valencia, España. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Ha impartido cátedra en la Universidad Nacional Autónoma de México, en la Universidad Iberoamericana, en la Universidad de las Américas y en la Escuela Nacional de Antropo-

logía e Historia. Es profesor visitante en la Universidad de Valencia, España.

Ha publicado diversos libros y, como analista político, ha colaborado en radio, en televisión y en periódicos como *Excélsior*, *El Financiero*, *El Universal* y *La Crónica de Hoy*.

### **Yolanda Meyenberg Leycegui**

Doctora en Ciencias Sociales por el Colegio de México. Es investigadora del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México y miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

Entre sus publicaciones recientes están *Las reglas y los comportamientos: 25 años de reformas institucionales en México*, coordinación del libro junto con Mario Herrera [México, ISS-UNAM (Colección México: escenarios del nuevo siglo), 2003]; “Las elecciones presidenciales del 2 de julio del 2000”, *Revista del Instituto de Investigaciones Históricas*, núm. 23, enero-junio de 2002; *El 2 de julio. Reflexiones posteriores*, coordinación del libro (México, IIS-UNAM / Flacso / UAM-I, 2001); *Los ciudadanos y la cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores*, en coautoría con Julia Isabel Flores (México, IFE / IIS-UNAM, 2001).

### **Raúl Trejo Delarbre**

Doctor en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es investigador titular en el Instituto de Investigaciones Sociales, profesor en el posgrado en Ciencias Sociales de la misma universidad y miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Es autor de una docena de libros propios,

entre los más recientes se encuentran *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones* (México, Cal y Arena, 2001) y *Volver a los medios. De la crítica, a la ética* (México, Cal y Arena, 1997). Es columnista político en *La Crónica de Hoy* y otros diarios mexicanos y miembro del Instituto de Estudios para la Transición Democrática.

### **María Eugenia Valdés Vega**

Doctora en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Es profesora-investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana y miembro del Sistema Nacional de Investigadores (nivel 1). Su línea de investigación es Cultura política y comportamiento electoral.

Entre sus publicaciones se cuentan “Elecciones en el nuevo régimen. La contienda federal de 2003 en México”, *Revista Mexicana de Estudios Electorales* (México, Sociedad Mexicana de Estudios Electorales, 2003); “Los medios y la democracia en México”, en *Elecciones y partidos en México 2000* (México, UAM / IIL, 2003).

### **José Woldenberg**

Licenciado en Sociología y maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México. Fue presidente del Instituto de Estudios para la Transición Democrática, consejero ciudadano del Consejo General del Instituto Electoral Federal (1994-1996) y consejero presidente del Instituto Federal Electoral (1996-2003). Actualmente es académico de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y director de la revista *Nexos*.

Es autor, entre otros libros, de *La construcción de la democracia* (México, Plaza y Janés, 2002); *Memoria de la izquierda* (México, Cal y Arena, 1998); *Violencia y política* (México, Cal y Arena, 1995); *Historia documental del SPAUNAM* [México, UNAM (Ediciones de Cultura Popular), 1989] y *Antecedentes del sindicalismo* (México, Fondo de Cultura Económica, 1981).

*Democracia y medios de comunicación* terminó de imprimirse en Talleres Gráficos de México, Av. Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, 06280 México D.F., en el mes de septiembre de 2004. El cuidado de la edición estuvo a cargo de Nilda Ibareguren, técnica especializada “A”. El tiraje fue de 6 mil ejemplares impresos en papel cultural de 75 gramos y forros en cartulina couché mate de 210 gramos. Se utilizó la fuente tipográfica Goudy.

Esta obra se difunde en formato pdf en la Biblioteca Electrónica del Instituto Electoral del Distrito Federal desde el 1° de julio de 2010.

