

Cultura política, prensa y democracia



FLORENCE TOUSSAINT

Los medios de comunicación, la cultura política y las elecciones se encuentran, en las sociedades actuales, estrechamente relacionadas. Datos, interpretaciones, políticos, imágenes del poder, partidos llegan al ciudadano medio a través de la prensa, la radio y la televisión. La complejidad social ha hecho cada día más difícil el acercamiento directo, cara a cara, entre candidatos y electores. Por tanto, la relación se forja gracias a instrumentos tecnológicos que hacen de puente pero también de filtro entre unos actores y otros.

La prensa, primero de los medios de difusión masiva en aparecer y que en México cuenta con una rica historia de cinco siglos, nació orientada en nuestro país por intereses políticos; bajo distintos estilos, así se ha mantenido hasta la fecha. El poder y su estructura, compuesta por cuadros de funcionarios y representantes populares, han sido y son aún el interlocutor predilecto del periodismo impreso. Existen pocas excepciones de periódicos que busquen satisfacer preferentemente las necesidades informativas de los lectores comunes y corrientes, de los ciudadanos sin cargo ni mando.

La democracia misma, como concepto y ejercicio, se desarrolla con muchas dificultades a lo largo de más de cien años de historia del país. La República no se afianza como forma de gobierno hasta que cesan las intervenciones militares extranjeras y Juárez consolida el Estado nacional, casi a fines del siglo pasado. Por tanto, las prácticas democráticas toman sentidos y derroteros complejos, no siempre claros para las mayorías ni accesibles a ellas. Se trata de una democracia formal, de palabra, alejada de las necesidades mayoritarias. La prensa refleja tales dificultades y es, en su mayor parte, aliada del poder.

En materia de participación política, los antecedentes más destacados de cómo opera la prensa vinculada al gobierno se encuentran en las contiendas del siglo pasado. Desde 1841, fecha en que empezó a circular el diario *El Siglo XIX*, los periódicos se convierten en foro para las disputas por el poder. Los distintos grupos tienen sus publicaciones y en ellas expresan idearios y proyectos de gobierno. La claridad de sus planteamientos nos permite aun hoy reconocer su tendencia política. Además, algunos periódicos acostumbraban publicar en primera plana la fotografía de su candidato junto la mención de sus atributos, con lo que buscaban que los lectores votaran por él.

Durante el porfiriato, las sucesivas reelecciones de Díaz, que hicieron de los comicios una puesta en escena con desenlace conocido, dieron lugar al surgimiento de periódicos que se mantenían en circulación durante la campaña, el día de la votación y los posteriores a ella, para desaparecer después y resurgir solamente en el siguiente periodo electoral.

Con la creación en 1929 del partido único, el PNR (posteriormente PRI), los periódicos continuaron siendo voceros del poder. Hasta que no hicieron su irrupción la radio y la televisión, la prensa fue el medio más extendido y se consideró el de mayor alcance y más adecuado para llevar a la gente los reportes de actividades políticas y por supuesto del cambio sexenal de gobernantes. Sin una real competencia electoral en el país, el periodismo escrito resultaba homogéneo y, aun fuera de los tiempos electorales, constituía el principal propagandista de los actos de gobierno.

Muy avanzado este siglo, a partir de que las elecciones se han vuelto competitivas, la prensa comenzó a jugar un papel importante en la decisión electoral de los votantes,

aunque no a escala masiva. Esto último se debe al escaso tiraje de los diarios, al bajo índice de lectura entre los mexicanos y a la existencia de la radio y la televisión, que han venido a sustituir en gran medida a la prensa en la tarea de informar y crear opinión.

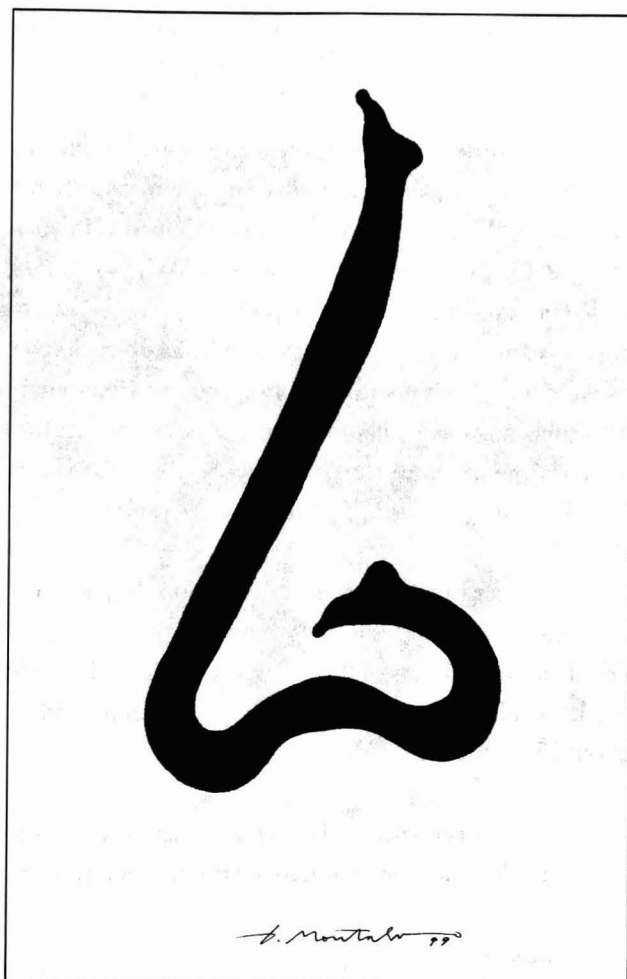
En este contexto, los diarios constituyen actualmente medios destinados a grupos reducidos. Sin embargo, su peso político continúa siendo significativo debido a que precisamente la elite que los consume está formada por aquellos con capacidad de influir en la sociedad, por ejemplo políticos de todas las tendencias, representantes populares, periodistas, intelectuales, académicos, científicos, investigadores, empresarios, grandes industriales y comerciantes.

Una de las características de la prensa mexicana es el cuantioso número de títulos editados en contraposición con la escasa cantidad de lectores. Existen en el país alrededor de trescientos diarios, de los cuales 26 se concentran en la Ciudad de México. En conjunto, el tiraje de estos últimos apenas alcanza el millón de ejemplares, según cifras declaradas por los periódicos pero no constatadas más que en ciertos casos como el de *El Universal*.

Con 10 millones de consumidores potenciales, la prensa de la capital cuenta con un ejemplar por cada 10 lectores, cifra muy baja si la comparamos con otros países como los Estados Unidos, Brasil o Argentina. Además hay que agregar el alto grado de analfabetismo funcional, lo cual hace más escaso el consumo de diarios entre la población mexicana.

Pocos son los estudios que se han hecho en torno a la situación de la democracia, las elecciones y la prensa en México. Es difícil por tanto, aun como hipótesis, señalar cuál es la influencia de este medio tanto en el desarrollo de la democracia como en la toma de decisiones electorales. Sin embargo, las investigaciones en torno a este asunto se han multiplicado a partir de que las elecciones se han vuelto más competitivas en el país, vale decir desde 1988.

La revisión de periódicos, el análisis de las notas en torno a los comicios, candidatos y partidos, se llevó a cabo de manera acuciosa tanto en las elecciones presidenciales de 1994 como en las recientes de 1997 para elegir al jefe de Gobierno del Distrito Federal. La Academia Mexicana de Derechos Humanos, el Instituto Federal Electoral y estudiantes universitarios se dedicaron a recabar datos acerca de la cobertura y los espacios otorgados a los candidatos y partidos participantes. A partir de esta información trataremos de elaborar una hipótesis que nos lleve a describir el comportamiento de los medios impresos, su relación con la democracia y los resultados electorales recientes.



Cuatro diarios capitalinos fueron objeto de la investigación relativa a los comicios de 1994: *Reforma*, *El Universal*, *El Nacional* y *La Prensa*. Los resultados fueron publicados en el libro *Las elecciones de 1994 en México vistas por los medios de comunicación*.¹ De los datos aportados por dicha investigación, tomaré sólo algunos, que nos permitan tener una visión de conjunto del comportamiento de los diarios en ese año electoral. Lamentablemente se trata de un estudio estrictamente cuantitativo, por lo que no tenemos información acerca de la conducta cualitativa, misma que suele modificar o ratificar lo que dicen las estadísticas. Sin embargo, por ser el único documento preciso, lo citaremos extensamente.

La conclusión principal que se desprende de este análisis de contenido electoral es que, si bien puede hablarse de un relativo equilibrio en la cobertura de los diferentes partidos y candidatos, los cuatro diarios seleccionados tendieron a favorecer en su cobertura al Partido Revo-

¹ Miguel Acosta, Manuel Martínez y Luz Paula Parra, *Las elecciones de 1994 en México vistas por los medios de comunicación*, Academia Mexicana de Derechos Humanos, México, 1995, pp. 73-81.

lucionario Institucional (PRI) y a su candidato a la presidencia, Ernesto Zedillo Ponce de León.²

Para obtener las conclusiones anteriores los autores se basaron en los siguientes resultados: en número de notas Ernesto Zedillo acumuló 31.5%, Cuauhtémoc Cárdenas (PRD) 22.1% y Diego Fernández de Cevallos (PAN) 18.7%. En lo que respecta a los partidos políticos, al PRI le correspondió 40%, al PRD 24% y al PAN 18.5%. La ubicación de dichas notas, dato importante para saber cómo jerarquizaron la información los diarios, tuvo lugar de la siguiente forma: en primera plana el PRI obtuvo 29%, el PRD 23% y el PAN 17%. En páginas editoriales el PRI logró 37%, el PRD 25% y el PAN 23%.

Al evaluar ya no el número de notas sino el espacio que en conjunto ocuparon éstas en los diarios, observamos que a Zedillo le correspondió 32%, a Cárdenas 20% y a Fernández de Cevallos 18%. Además, el PRI como tal, obtuvo 34%, el PRD 25.5% y el PAN 21%.

Por periódico se obtuvieron los siguientes resultados: *Reforma* mantuvo un equilibrio entre PRI, PRD y PAN;

² *Ibid.*, p. 73.



El Universal privilegió al PRI y a los partidos minoritarios; *El Nacional* dio su mayor espacio al PRI; *La Prensa* favoreció, por amplio margen, al PRI en detrimento de los demás contendientes.³

En síntesis, las elecciones presidenciales de 1994 fueron cubiertas por los cuatro periódicos elegidos de tal manera que el PRI saliera favorecido.

Respecto al proceso electoral de 1997, destacaremos —como una muestra de lo que la prensa aportó a la contienda electoral— el comportamiento editorial de tres diarios de la capital con tiraje considerable y credibilidad entre los lectores: *Reforma*, *La Jornada* y *El Universal*.

En un análisis de contenido llevado a cabo (a petición de la autora) por los investigadores Aimée Vega y Rodrigo García, con la misma metodología utilizada en *Las elecciones de 1994...* por Acosta, Martínez y Parra, se obtuvieron los resultados siguientes:

En cuanto al número de notas publicadas en una semana compuesta por los días 26 de mayo y 3, 11, 19 y 27 de junio (escogidos como muestra) los tres diarios favorecieron tanto al candidato Cuauhtémoc Cárdenas como a su partido, el PRD. En conjunto, les dedicaron 86 notas. Les siguió el PRI y su candidato con 61 y el PAN y su candidato

con 47. Estas cifras se reflejan en la cantidad de espacio dedicado a los contendientes en los periódicos: el PRD obtuvo 9.8 planas, el PRI 7.9 y el PAN 4.1. Asimismo, el candidato más fotografiado fue Cuauhtémoc Cárdenas con 50 imágenes; el candidato del PRI, Alfredo del Mazo, obtuvo 35 y el del PAN, Carlos Castillo Peraza, 19.

En cuanto a cada diario en particular, *Reforma* concedió a Cárdenas 18% de las notas que publicó sobre el proceso electoral (que en total fueron 107), 13% a Del Mazo y 10% a Castillo Peraza. En el mismo rubro, *La Jornada* otorgó 9% a Cárdenas (de un total de 159), 9% a Del Mazo y 4% a Castillo Peraza. Por su parte, *El Universal* otorgó 6% a Cárdenas (de un total de 156), 5% a Del Mazo y 2.5% al candidato del PAN.

En lo que respecta a la opinión y el análisis periodísticos, es decir artículos, editoriales y columnas, los tres diarios trataron

³ *Ibid.*, p. 79.

de una manera más positiva al abanderado del PRD y de forma más negativa a los del PRI y el PAN. En términos cuantitativos, la muestra señala que el candidato del PRD y sus declaraciones recibieron una mayor atención. Entre éste y Alfredo del Mazo hubo una diferencia de 16 artículos y entre los candidatos del PRI y del PAN de 14. Estas distancias entre los candidatos también se aprecian en cuanto al número de planas que se les otorgaron y a las fotos de ellos publicadas en estos diarios.

En materia de agenda, los periódicos resaltaron temas que no favorecían a Cárdenas. En este análisis, los números anteriores se vuelven relativos. La amplia cobertura destinada al candidato del PRD incluyó involucrarlo en escándalos y confrontaciones.

En la semana tomada como muestra, destacaron los asuntos siguientes: el debate entre Cárdenas y Del Mazo y la presentación de Castillo Peraza en el Canal 7 de televisión. Todos los demás candidatos opinaron al respecto, todos de una manera desfavorable tanto para Cárdenas como para Del Mazo, y calificaron al debate de “excluyente”.

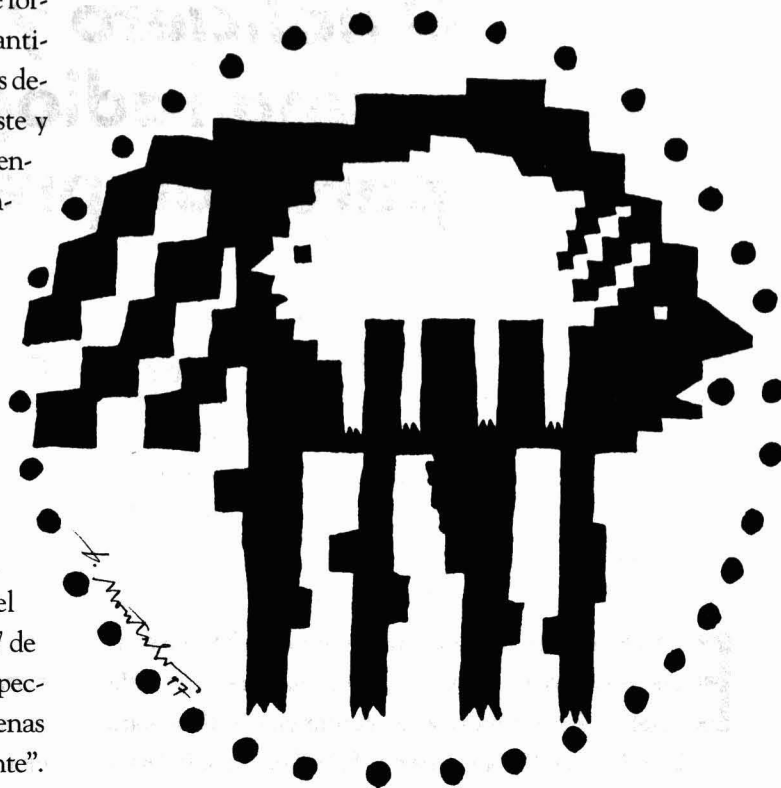
Fueron cubiertas ampliamente la pugna entre el PRD y la banca, el careo entre Cárdenas y Córdoba Montoya y el caso de los videos apócrifos en contra del abanderado del PRD.

Otro de los asuntos tratados de manera extensa fueron las encuestas. Casi todos los periódicos, y especialmente *Reforma* y *El Universal*, llevaron a cabo sus propios sondeos de opinión. Los resultados derivaron en notas generadas desde los diarios y reproducidas por los demás. En la medida en que éstas daban la ventaja a Cuauhtémoc Cárdenas, el despliegue a favor de este candidato se fue acrecentando.

El tema que debía haber sido central, las propuestas y actos de campaña de los candidatos, si bien apareció en dos de los días de la muestra, estuvo lejos de abarcar la mayor cantidad de espacio.

En resumen, cuantitativamente, el PRD y su abanderado recibieron una mayor atención, aunque en materia de selección de notas el tratamiento no fue tan favorable a Cuauhtémoc Cárdenas.

En vista de que las elecciones de 1994 y 1997 fueron de distinto rango, resulta difícil hacer una comparación entre ambas. Sin embargo, si tomamos en cuenta únicamente a los partidos políticos, independientemente de quiénes hayan sido los candidatos, sobresalen las diferencias entre unos comicios y otros. En el primer caso, el PRI continuó siendo el favorito de los periódicos. Además, la equidad—medida en distancia entre la cifras correspondientes a un partido y el siguiente—fue menor. Hubo un amplio



margen entre el número de notas y la cantidad de espacios dedicados al PRI y los de los otros partidos, situación que permitió que aquél destacara por sobre su contendiente más cercano.

Por el contrario, el proceso electoral de 1997 mostró, al menos así lo hacen ver los diarios elegidos como muestra, por una mayor apertura y vocación democrática. Si bien las cifras señalan que el PRD fue el partido más favorecido por los periódicos, sus contrincantes no estuvieron tan alejados de él. Hubo una mayor equidad y el despliegue de opciones pudo observarse a lo largo de toda la campaña.

Más allá del comportamiento de los medios, hay que señalar que las contiendas electorales cada vez se llevan a cabo en condiciones políticas distintas, incluso bajo leyes electorales diferentes y con instituciones modificadas, como el caso que analizamos. Estos hechos influyen de manera fundamental en los resultados pero también tienen su reflejo en la prensa. Su tradicional apego al poder, propiciado por una estructura vertical y autoritaria, de partido único y presidencialismo férreo, comienza a quebrarse a partir del paulatino cambio de esas prácticas. El surgimiento de una cultura política distinta marca a los diarios, a los medios de comunicación en general. Y ese viraje en éstos propicia a su vez que los lectores modifiquen su punto de vista, es decir, hace que cambie su cultura política. ♦