

El *framing*  
de la **prensa**

S E R I E  
ciencias  
& sociales  
TERCERA DÉCADA



Dr. Enrique Fernández Fassnacht  
*Rector General*

Mtra. Iris Santacruz Fabila  
*Secretaria General*

Dr. Javier Velázquez Moctezuma  
*Rector de la Unidad*

Dr. Oscar Jorge Comas Rodríguez  
*Secretario de la Unidad*

Dr. José Octavio Nateras Domínguez  
*Director de la División de Ciencias Sociales y Humanidades*

Dra. Juana Juárez Romero  
*Jefa del Departamento de Sociología*

Dra. Milagros Huerta Coria  
*Coordinación Extensión Universitaria*

Ma. del Rosario Hoyos Alea  
*Jefa de la Sección de Producción Editorial*

# El *framing* de la prensa

Aquiles Chihu Amparán



LXI LEGISLATURA  
CÁMARA DE DIPUTADOS  
CONGRESO EDITIONAL  
**CONOCER  
PARA DECIDIR**  
EN APOYO A LA  
INVESTIGACIÓN  
ACADÉMICA

UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Iztapalapa Casa abierta al tiempo



Miguel Ángel  
  
Porrúa

---

MÉXICO

2011

Esta investigación, arbitrada por pares académicos,  
se privilegia con el aval de la institución coeditora.

CONOCER PARA DECIDIR

Coeditores de la presente edición

H. CÁMARA DE DIPUTADOS, LXI LEGISLATURA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD IZTAPALAPA  
MIGUEL ÁNGEL PORRÚA, librero-editor

Primera edición, junio del año 2011

© 2011

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD IZTAPALAPA  
Departamento de Sociología  
San Rafael Atlixco, núm. 86  
Col. Vicentina, Iztapalapa 09340  
México, D.F. tel: 5804.4750  
tel/fax: 5804.4755  
ISBN 978-607-477-376-7

© 2011

Por características tipográficas y de diseño editorial  
MIGUEL ÁNGEL PORRÚA, librero-editor

Derechos reservados conforme a la ley  
ISBN 978-607-401-350-4

Responsable de la edición:  
Mario Zaragoza Ramírez

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la *Ley Federal del Derecho de Autor* y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

IMPRESO EN MÉXICO



PRINTED IN MEXICO

---

[www.maporrúa.com.mx](http://www.maporrúa.com.mx)

Amargura 4, San Ángel, Álvaro Obregón, 01000 México, D.F.

## Agradecimientos

Este libro forma parte del proyecto más amplio intitulado *El framing del discurso en las campañas electorales en México (2006-2012): Rumbo a la elección presidencial de 2012*. Los antecedentes teórico-metodológicos de esta investigación se encuentran en dos libros: *El framing de los debates presidenciales en México (1994-2006)* (Chihu, 2008). El segundo es *El framing del spot político* (Chihu, 2010). En ambos se aplica como propuesta teórico-metodológica el *framing* del discurso de campaña. El discurso de campaña electoral abarca diferentes tipos de mensajes (discursos ante concentraciones multitudinarias; *spots* televisados, *spots* radiales, debates televisados, apariciones en programas de televisión, sitios de internet y páginas web) emitidos por los candidatos a un puesto de elección popular durante el periodo de tiempo legalmente definido como campaña electoral. El discurso electoral es un género discursivo dirigido con la finalidad estratégica de ganar una elección, es decir, aparecer como la opción preferida en el ánimo de los votantes, en comparación con los otros candidatos. La importancia del estudio del discurso de campaña radica en que en él se da un proceso de construcción de la imagen de los candidatos y de los partidos. La votación es un acto comparativo en el cual el elector se pregunta ¿a quién voy a darle mi voto?

Los mensajes del discurso de campaña constituyen importantes mensajes para la construcción de la imagen del candidato y de su partido, lo que les permite a los votantes obtener información que será utilizada para decidir por cuál candidato votar.

El proyecto, en su fase actual dio inicio en el año de 2007 cuando se puso en marcha el Laboratorio de Comunicación Política<sup>1</sup> como un espacio destinado al acopio, análisis y divulgación de esta clase de estudios en la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad de Iztapalapa. Este libro es resultado del proyecto financiado por el programa PRODES-PIFI.<sup>2</sup> Su publicación ha sido posible debido a la invaluable colaboración de varios colegas y amigos. El doctor Alejandro López Gallegos cumplió una importante participación como asesor del proyecto. Asimismo, desde el momento en que fue investido en su cargo institucional el doctor Javier Velázquez Moctezuma rector de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, ha apoyado de manera permanente el proyecto.

<sup>1</sup>El Laboratorio define una serie de acciones orientadas hacia tres objetivos principales: soporte a la docencia, apoyo a la investigación y desarrollo de vínculos con otros centros sobre temas asociados a la comunicación política. El Laboratorio tiene su portal en el sitio de internet: <<http://docencia.izt.uam.mx/chaalaboratorio.htm>>.

<sup>2</sup>PRODES-PIFI (PRODES: Proyecto de las Dependencias de Educación Superior. PIFI: Programa de Integridad de Fortalecimiento Institucional).

# Introducción

El discurso público es un proceso discursivo en el que los líderes, medios, movimientos, partidos y gobernantes se involucran en una política de significación sobre las controversias, la protesta y el orden público para que ciertas creencias e ideas predominen sobre otras o al menos logren cierta jerarquía de credibilidad. A partir de esta premisa, el objetivo de esta investigación fue el de analizar la agenda de la prensa en cuatro coyunturas: Los videoescándalos, el proceso del desafuero, la campaña presidencial y el conflicto postelectoral. La primera coyuntura inicia el 10. marzo de 2004<sup>3</sup> con los videoescándalos en los que se encuentran involucrados funcionarios del gobierno de López Obrador y militantes del PRD; la segunda comienza con el proceso de desafuero que inicia el 17 de mayo<sup>4</sup> de 2004, que alcanza su clímax el 7 de abril<sup>5</sup> de 2005 y termina el 27 de abril<sup>6</sup> de ese mismo año; la tercera comienza

<sup>3</sup>Video escándalo de Gustavo Ponce Meléndez, ex secretario de Finanzas del gobierno del DF.

<sup>4</sup>Anuncio de la Procuraduría General de la República (PGR) de que solicitará el desafuero de López Obrador para procesarlo por desacato a una orden judicial en torno al litigio del predio El Encino.

<sup>5</sup>Los diputados del Congreso de la Unión votan en su mayoría por el desafuero de López Obrador.

<sup>6</sup>Vicente Fox Quezada anuncia que su gobierno no impedirá a nadie competir en las elecciones presidenciales de 2006.

el 8 de enero<sup>7</sup> de 2006 y comprende los dos debates entre los candidatos presidenciales el 26 de abril<sup>8</sup> y el 6 de junio;<sup>9</sup> y la cuarta inicia con el día de la votación para la elección presidencial del 2 de julio<sup>10</sup> y el movimiento de impugnación que se expresa con dos manifestaciones, la del 16 de julio<sup>11</sup> y la del 30 de julio,<sup>12</sup> con el plantón a partir del 1o. de agosto,<sup>13</sup> las críticas al informe presidencial del 1o. de septiembre<sup>14</sup> y la resolución final del Tribunal Electoral que le otorga el triunfo al candidato Felipe Calderón Hinojosa el 5 de septiembre.<sup>15</sup>

En el análisis del discurso de la prensa se encuentra la extensa obra de Van Dijk en donde destaca su libro sobre la prensa como noticia (1990), desde una lingüística con su aportación del Análisis Crítico del Discurso (ACD). También tenemos el

<sup>7</sup>López Obrador solicita su registro como candidato presidencial, en la sede del Instituto Federal Electoral (IFE), acompañado por los dirigentes nacionales de los partidos que conforman la coalición electoral, la Alianza por el Bien de Todos integrada por el PRD, el PT y Convergencia.

<sup>8</sup>El primer debate entre los candidatos a la presidencia fue el 25 de abril de 2006 en el World Trade Center de la ciudad de México, Distrito Federal. Lo dirigió como moderadora Guadalupe Juárez. En este debate intervinieron Roberto Madrazo de la Alianza por México; Felipe Calderón, del Partido Acción Nacional; Patricia Mercado, del Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina; Roberto Campa, del Partido Nueva Alianza.

<sup>9</sup>El segundo debate entre los candidatos se llevó a cabo en la ciudad de México, Distrito Federal, el 6 de junio de 2006 en el World Trade Center. La moderadora fue Adriana Pérez Cañedo. En este debate intervinieron Roberto Campa, del Partido Nueva Alianza; Patricia Mercado, del Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina; Roberto Madrazo de la Alianza por México; Felipe Calderón, del Partido Acción Nacional; y López Obrador, de la Coalición Por el Bien de Todos.

<sup>10</sup>Elecciones presidenciales de 2006.

<sup>11</sup>Marcha de un millón de manifestantes, sale del Museo de Antropología y culmina en un mitin en el zócalo.

<sup>12</sup>Marcha de dos millones de manifestantes, sale del Museo de Antropología y culmina en un mitin en el zócalo.

<sup>13</sup>Plantón en el zócalo y avenida Reforma.

<sup>14</sup>6o. Informe de Gobierno del Presidente de la República Vicente Fox Quezada.

<sup>15</sup>Resolución del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

libro de Irene Fonte (2002), desde la perspectiva de la lingüística con un enfoque historiográfico. Asimismo el libro de Silvia González (2006), un estudio de carácter histórico. Por último, artículos como el de Ramón Santillán sobre el tema de la democracia (2004) y el de Erika Villegas (2006) sobre la marcha zapatista. A diferencia de estos trabajos situados unos en el campo de la lingüística; otros en la perspectiva de la historia; y los últimos, que emplean el análisis de contenido y al análisis cuantitativo de frecuencias sobre los temas de la agenda periodística. Mi propuesta se sitúa en la teoría del *framing*<sup>46</sup> como un análisis cualitativo, en el campo de la ciencia política y la sociología, con el objetivo de analizar de qué manera el establecimiento de la agenda la prensa contribuye con la construcción de un discurso público.

La hipótesis que guía esta investigación puede enunciarse de la siguiente manera: durante la elección presidencial de 2006 en México, el discurso de la prensa se orientó –durante la fase previa a las campañas e incluso durante las mismas– a establecer una agenda de acuerdo a la política de opinión e ideología del periódico, ya fuera a favor de un candidato o de un tema favorable a él, ya fuera orientada a desacreditar a su antagonista y a los temas favorables a él. En el caso de *La Jornada*, su política de opinión fue favorable a López Obrador, en el caso de *Reforma*, su política de opinión fue contraria a él. Desde la perspectiva de la teoría del *framing* se analizó de qué manera evoluciona la campaña de los medios<sup>47</sup> hasta convertirse en un asunto de prioridad nacional. En este sentido me-

<sup>46</sup>En este libro utilizaré la teoría del *framing*, marco teórico-metodológico que he aplicado en dos libros (Chihu, 2006a, 2008a) y en varios artículos (Chihu, 2004, 2005, 2006b, 2006c, 2007, 2008b, 2009) que pueden consultarse en mi sitio de Internet: <<http://docencia.izt.uam.mx.chaa>>.

<sup>47</sup>El esfuerzo de comunicación realizado durante la fase previa a la elección que intenta promover un candidato o un tema en los medios.

diante el establecimiento de la agenda<sup>18</sup> la prensa contribuye de manera fundamental en la construcción de un discurso público.<sup>19</sup> Los marcos dominantes del discurso de la prensa en la elección presidencial de 2006 en México fueron: ¿complot o victimización?, ¿guerra sucia o un peligro para México?, ¿fraude o elecciones limpias?

El libro está organizado en cinco capítulos. En el primero, se analiza la comunicación política. En el segundo se aborda el *framing* de la prensa. El tercero abarca los videoescándalos y el proceso de desafuero. En el cuarto se analiza la campaña electoral de 2006. El quinto trata sobre el conflicto postelectoral.

El *corpus*<sup>20</sup> del discurso de la prensa que analizamos comprende la política de opinión en los editoriales o articulistas de dos periódicos: *La Jornada* y *Reforma*, que han sido seleccionados por estar entre los más importantes del país y mostrar una posición antagónica en relación al candidato de la oposición, Andrés Manuel López Obrador. *La Jornada* y *Reforma* han desempeñado un papel fundamental en la transición de un periodismo sujeto a las censuras de un régimen autoritario a una prensa independiente.<sup>21</sup>

<sup>18</sup> La agenda es una metáfora que expresa el proceso a través del cual los temas considerados importantes por los medios de comunicación pasan a ser relevantes también en la agenda de las audiencias.

<sup>19</sup> Proceso en el que se muestra cómo medios, candidatos, partidos, gobernantes e instituciones se involucran en una "política de significación" sobre una controversia política, con la finalidad de que determinada ideología predomine sobre otras y adquiera cierta jerarquía de credibilidad.

<sup>20</sup> El *corpus* se compone por el universo de textos y datos que sirven de base a la descripción y al análisis de un fenómeno. El *corpus* está formado por datos orales, escritos, audiovisuales, que se toman de discursos emitidos por los actores políticos. El *corpus* debe cumplir con tres características: representatividad, exhaustividad y homogeneidad.

<sup>21</sup> Ambos periódicos se adhirieron a un nuevo conjunto de normas periodísticas y expandieron su base de financiamiento, intentaron hacer retroceder las barreras oficiales para hacer reportajes más críticos y agresivos. Su postura independiente les permitió crecer y desplazar a los periódicos tradicionales (Lawson, 2002: 65).

En parte, el perfil de *La Jornada* es producto de sus orígenes. Carlos Payán Verver (primer director del periódico) y Carmen Lira Saade (actual directora) fueron miembros del equipo director del periódico *Excélsior* dirigido por Julio Scherer García. Asimismo, junto con Manuel Becerra-Acosta, participaron en la fundación de *unomasuno*. Finalmente, en 1984, junto con un amplio conjunto de periodistas e intelectuales, fundaron *La Jornada*. Desde sus inicios, los académicos y periodistas (en su mayoría identificados como de izquierda), percibieron esta empresa periodística como un servicio público orientado a empoderar a los ciudadanos mexicanos en su lucha por democratizar al país y combatir las injusticias prevalecientes. Tomaban como modelo al periódico *El País* de España que había fungido como un foro ciudadano durante los últimos años de la dictadura de Franco (Hughes, 2003).<sup>22</sup>

Por su parte, *Reforma* tuvo su origen en una empresa editorial de carácter regional: el periódico *El Norte*, de Monterrey. Éste comenzó a adquirir prominencia, una vez que Alejandro Junco de la Vega, se hizo con la dirección del mismo en 1972-1973. Educado como periodista, Junco se propuso la doble meta de modernizar y profesionalizar al diario. Con respecto a la primera, Junco renovó la maquinaria editorial, y fue de los

<sup>22</sup>Una muestra de esta percepción de la misión y orientación del periódico se encuentra en el discurso que ofreció en 1984 Carlos Payán Verver (primer director del periódico) al lanzar la convocatoria pública para fundar el diario:

El diario se propone contribuir a la lucha por la defensa de la soberanía, la independencia nacionales y la solidaridad con las luchas de otros pueblos por hacer realidad esos principios; por el diario ejercicio y el respeto irrestricto a las garantías individuales y sociales que recogen las leyes fundamentales de México; por el compromiso con las necesidades y demandas de los trabajadores del campo y de la ciudad, así como de las mayorías marginadas del país; por la democratización de la vida pública y el ensanchamiento de la pluralidad política y el respeto a los derechos legítimos de las diversas minorías, y por la distribución igualitaria de la riqueza socialmente creada y la limitación de los privilegios políticos y económicos de toda índole.

primeros diarios en México (entre 1984-1985) en dotar a sus reporteros con computadoras personales. Con respecto a la profesionalización, Junco ideó un esquema para crear un sentido de carrera periodística dentro del diario. Para ello, Junco contrató a jóvenes recién egresados de la carrera de periodismo, a los cuales capacitaba dentro del diario, se les pagaba con salarios por encima del promedio y se les promovía según su desempeño. Asimismo, se hacía que los nuevos periodistas se ajustaran a normas éticas donde el punto central era evitar cualquier tipo de pago proveniente de funcionarios gubernamentales:

No recibían comisiones por la publicidad[...] se les prohibía recibir sobornos bajo amenaza de ser despedidos, y los regalos provenientes de los funcionarios de gobierno eran devueltos[...] El periódico incluso pagaba los viáticos de sus reporteros en algunos viajes oficiales[...] Con el tiempo, esta nueva visión del profesionalismo periodísticos se volvió parte de la cultura del periódico (Lawson, 2002: 72).

Modernización y profesionalismo periodístico eran, para Junco, las herramientas para producir un producto periodístico atractivo para la creciente clase media del norte del país. Complementó ese atractivo reorientando el formato y contenido del periódico: además de las usuales secciones de noticias nacionales, locales e internacionales, se incluyeron secciones de moda, alimentos, automóviles y propiedades inmuebles y vida suburbana, así como un suplemento dominical. El resultado fue que *El Norte* se convirtió en el periódico de mayor penetración en dicha parte del país. El éxito comercial de *El Norte* le dio a la empresa de Junco de la Vega, la capacidad financiera para lanzar un proyecto más ambicioso de periodismo: el periódico *Reforma*; el cual apareció el 20 de noviembre de 1993 y siguió casi las mismas pautas que su acompañante

norteño: modernización, un *staff* formado por jóvenes periodistas capacitados por el diario, formato atractivo y dirigido, sobre todo, a las clases medias prósperas. No obstante, *Reforma* también incluyó, dentro de su equipo, a periodistas y editorialistas experimentados que ya habían participado en empresas periodísticas independientes, como por ejemplo Raymundo Riva Palacio y Miguel Ángel Granados Chapa (Lawson, 2002: 77-78).

Hoy en día, ambos periódicos siguen conservando buena parte de su influencia, aunque en un terreno donde cada vez existen más periódicos independientes y críticos. En términos de números, ambos periódicos se encuentran entre los que tienen mayor circulación a nivel nacional. Según el *Padrón Nacional de Medios y Públicos 2007*, elaborado por la Dirección General de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación, *La Jornada* tiene una circulación declarada de 107 291 ejemplares diarios; por su parte, *Reforma* tiene una circulación declarada de 145 650 ejemplares diarios. Para apreciar estas cifras conviene compararlas con las de otros diarios importantes de circulación nacional: *El Universal* tiene una circulación declarada de lunes a sábado de 79 509 ejemplares y el domingo de 152 786; *Milenio Diario* tiene una circulación declarada de lunes a sábado de 26 140 ejemplares y el domingo de 24 906; *La Crónica de Hoy* tiene una circulación declarada de 43 020 ejemplares y *Excélsior* tiene una circulación declarada de lunes a sábado de 25 357 y el domingo de 27 490.<sup>23</sup>

<sup>23</sup>La información proviene de la página web del Padrón Nacional de Medios y Públicos: <[http://www.gobernación.gob.mx/PR\\_PNMP/](http://www.gobernación.gob.mx/PR_PNMP/)>. Última consulta: 22 de julio de 2007. No obstante, habría que tener cautela con estas cifras. Algunos autores señalan que, en general, los periódicos tienden a exagerar los números de su circulación. Por ejemplo, Chappell Lawson (2002), sostiene que entre 1995 y 1996 la circulación real de *La Jornada* era de 80 000 ejemplares diarios, mientras que para *Reforma* era de 85 000. Lawson hizo su cálculo sobre la base de entrevistas con directores y trabajadores de los pe-

En lo que se refiere a la orientación de los dos periódicos, Lawson (2002) realizó un análisis de contenido para los años 1995 y 1996. Según este análisis, *La Jornada* es un periódico de tendencia izquierdista, mientras que *Reforma* se ubica a la derecha pero cerca del centro. En un estudio más reciente, Villegas (2006) analiza la postura editorial de *La Jornada*, *Reforma* y *Milenio Diario* sobre la Marcha del Color de la Tierra, realizada por miembros del EZLN, entre el 23 de febrero y el 12 de marzo de 2004. Sobre la base de su análisis de contenido, Villegas concluyó que *La Jornada* tenía más articulistas de opinión identificados como de izquierda (28) que los que eran identificados como de derecha (8); por su parte, *Reforma* mostraba más articulistas identificados como de derecha (20), que articulistas identificados como de izquierda (7). En este sentido, podría decirse, que la ubicación de *La Jornada* como un diario de izquierda y de *Reforma* como un diario de derecha (aunque no de extrema derecha) parece consistente a lo largo del tiempo.

Las adscripciones institucionales y las actividades reconocidas de los articulistas de opinión que publican en cada uno de los periódicos, ofrecen algunos datos más sobre las orientaciones editoriales de ambos periódicos. En ambos pe-

---

riódicos, así como sobre la base de informes privados de consultores de mercado. Lawson no incluyó en su cálculo los ejemplares devueltos. En un informe más reciente Islas Reyes (2003) reportó que las cifras de circulación de *La Jornada* variaban mucho dependiendo de la fuente: la Unión de Voceadores registró que el periódico tenía un tiraje de 35 a 40 mil ejemplares, pero un informe entregado al Consejo de Administración de Demos (la empresa que edita el periódico) señalaba que el tiraje promedio diario para 2002 fue de 53 085 ejemplares; finalmente, ese mismo año, el periódico registró ante la Secretaría de Gobernación una circulación diaria de 114 548 ejemplares. Según la misma autora, las cifras de circulación de *Reforma* reportadas ante la Secretaría de Gobernación en el 2002 eran de 144 741 ejemplares de lunes a jueves y sábado; los viernes 155 751 ejemplares y los domingos 148 725 ejemplares. A pesar de esto, las cifras reportadas en el Padrón parecen representar un buen panorama comparativo de las cifras de circulación.

riódicos es prominente la participación de académicos como articulistas de opinión. Pero, en *La Jornada*, tienden a predominar académicos provenientes de instituciones de educación pública (UNAM, UAM), mientras que en *Reforma* predominan académicos provenientes de instituciones privadas (ITESM, ITAM). Por otra parte, en *La Jornada* existen más articulistas vinculados con organizaciones no gubernamentales, mientras que en *Reforma* es normal la participación, como articulistas, de empresarios.



## La comunicación política

### LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

En sus inicios, el estudio de la comunicación política se enfocaba en la comunicación que establecía el gobierno con el electorado, posteriormente se avocó al intercambio de discursos políticos entre la mayoría y la oposición. Este campo se amplió al estudio del papel que desempeñan los medios de comunicación en la información pública y después a la influencia que ejercen sondeos de opinión en la vida política. Hoy, engloba la comunicación en la vida política e integra tanto los medios de comunicación como los sondeos, el *marketing* político y la publicidad (sobre todo en los periodos electorales). Con Dominique Wolton (1998), podemos partir definiendo a la comunicación política como el espacio donde se intercambian los discursos de tres actores: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. Brian McNair (2003), define a la comunicación política como toda comunicación acerca de la política. Ésta amplia definición incluye toda la comunicación dirigida a actores políticos, por aquellos actores no políticos tales como votantes y columnistas de periódicos, y por último toda comunicación sobre esos actores políticos y sus actividades narradas en las noticias y

editoriales. Todo discurso político está incluido en esta definición. Por lo tanto, al hablar de comunicación política, deben tomarse en cuenta tanto las declaraciones verbales y escritas, como los significados visuales y símbolos, es decir, todos aquellos elementos de comunicación que constituyen una imagen o una identidad política.

McNair también señala que el estudio de la comunicación política debe enfocarse en la relación de tres actores: las organizaciones políticas, los medios de comunicación y los ciudadanos.<sup>24</sup> De acuerdo a este autor, las primeras, es decir, las organizaciones políticas, comprenden a los líderes políticos, actores que a través de medios organizacionales e institucionales influyen en el proceso de toma de decisiones. Esta categoría de actores incluye a los partidos políticos, como conjunto de individuos reunidos en una estructura organizacional e ideológica en busca de objetivos comunes. Los partidos, a pesar de sus diferencias, comparten un compromiso con los mecanismos institucionales, intentan convencer a la población de sus ideales y en periodos electorales someten a juicio sus políticas que deben regirse por las reglas constitucionales del sistema político en el que operan. Su funcionamiento dependerá básicamente de su habilidad para comunicarse con aquellos que votan y los legitiman. Hay otro tipo de organizaciones que son las públicas, éstas son organizaciones no partidistas con objetivos políticos (uniones comerciales, asociaciones profesionales) y no están identificadas entre sí ideológicamente pero sí mantienen semejanzas y rasgos comunes. En estas asociaciones los miembros se unen no sólo para resolver problemas comunes, sino para impulsar campañas de cambio o para plantear el perfil de un problema público. Los grupos de presión son una segunda categoría de actor no partidista. Menos institucionalizados y más cerrados, en sus

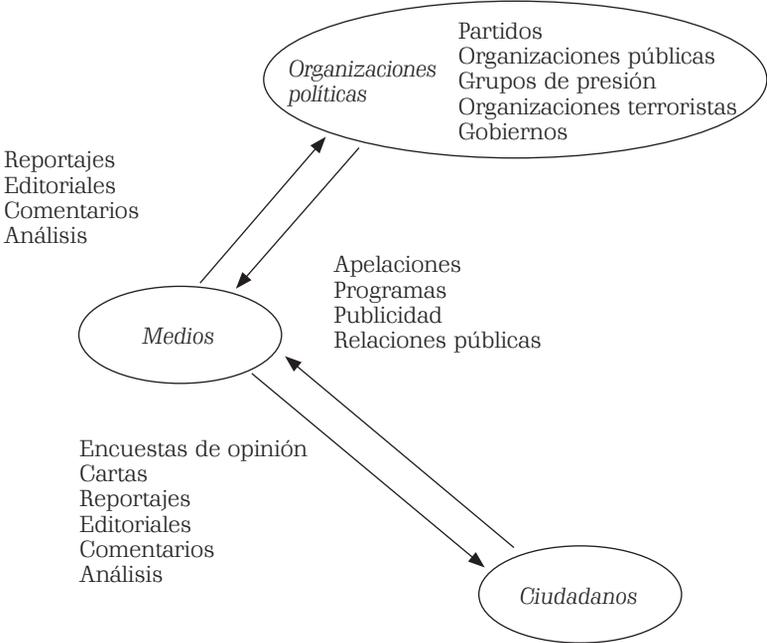
<sup>24</sup> Como se indica en el diagrama 1, que he tomado de McNair (2003).

objetivos políticos, son grupos preocupados por temas tales como el entorno natural, el cuidado animal o los efectos del consumo de ciertos alimentos y el uso de drogas y cosméticos. Otra categoría, la tercera, son las organizaciones terroristas, grupos no partidistas que utilizan tácticas terroristas para conseguir objetivos políticos. Ahora bien, las organizaciones descritas necesitan de otros actores para cumplir con sus objetivos; esta necesidad establece una relación entre actores.

El propósito de toda comunicación es persuadir, y el blanco de esta persuasión es la audiencia o el público. Cualquiera que sea el tamaño y la naturaleza de la audiencia, toda comunicación política tiene la intención de conseguir un efecto en los receptores del mensaje. Los medios representan a otro de los actores participantes en esta compleja dinámica. En los sistemas políticos democráticos, la función de los medios es doble: como transmisores de comunicación política que se genera fuera de las organizaciones mediáticas y como transmisores de mensajes políticos contruidos por los reporteros. En ambos aspectos su papel es crucial. Primero, los actores políticos deben hacer uso de los medios. Éstos, no transmiten la información política de una manera imparcial y neutral, emiten protestas y juicios parciales, y por ello su papel es central en el proceso político. Retransmiten e interpretan acontecimientos objetivos de la esfera política y facilitan percepciones subjetivas que recaen en la esfera pública. Son también importantes en el proceso político como transmisores de mensajes de los ciudadanos a los líderes políticos y viceversa. Por ejemplo, en la cobertura de las encuestas de opinión, los medios se vuelven la voz de la opinión pública, emitida en una escala de entendimiento o evaluación de una situación política en términos críticos. Además, las cartas de los ciudadanos presentadas por los periódicos, son otro indicador de la opinión pública y pueden ser consideradas en la elaboración de políticas.

Desde hace algunos años, en América Latina, en las campañas presidenciales se presenta una evolución en la comunicación política denominada por algunos autores americanización. Se trata de un acercamiento al modelo norteamericano en la construcción de las estrategias en las campañas electorales y en el cual se presentan ciertos rasgos: 1) Profesionalización (contratación de consultores, asesores, agencias de publicidad o relaciones públicas) y aplicación de estrategias de *marketing* clásicas siguiendo pautas similares a las de la publicidad comercial (análisis de audiencia, investigación de mercado). 2) *Management* por acontecimiento o por tema (o influencia de los pseudoacontecimientos en las noticias, *agen-*

Diagrama 1  
Elementos de la comunicación política



da setting). 3) Creciente personalización (focalización en personas y candidatos: “el mensaje es la persona”). 4) Emocionalización. 5) Campaña negativa con mensajes agresivos y acentuación de la competencia entre los candidatos (*negative campaigning*). Ante estas nuevas tendencias, la prensa y los demás medios de comunicación adquieren importancia por sus criterios de selección y presentación en la transmisión de la realidad política. En ese sentido, los partidos y políticos privilegian a la televisión para entrar en contacto con los electores por ser el medio más popular, y por medio del cual resulta más fácil llegar a los sectores menos interesados en la política. Una de las principales ventajas de la televisión es su carácter visual. Las informaciones visuales e imágenes refuerzan el grado de realidad que se concede a los contenidos presentados y aumenta al mismo tiempo la credibilidad de lo visto.

## EL DISCURSO POLÍTICO

El análisis de discurso no consiste en una serie de técnicas de investigación, sino que es un campo multidisciplinario que trata de dar cuenta de un objeto de estudio complejo. De acuerdo a Van Dijk (1997) el discurso, como objeto de estudio, presenta tres dimensiones: En una primera instancia, el discurso es un uso del lenguaje es decir, es la actividad verbal de los actores humanos. En segundo lugar, el discurso es un evento comunicativo, es decir, es una actividad mediante la cual los actores humanos se comunican entre sí ideas o creencias. Finalmente, el discurso puede ser considerado como una interacción verbal, es decir, como una actividad realizada por lo menos entre dos actores humanos en situaciones sociales delimitadas espacial y temporalmente. Estas tres dimensiones configuran una definición integral de lo que es el discurso: el

discurso es la actividad verbal de los actores humanos mediante la cual tratan de comunicar ideas o creencias en situaciones sociales delimitadas espacial y temporalmente. Esta definición de lo que es el discurso permite distinguir claramente los diferentes niveles y tipos de análisis que pueden llevarse a cabo sobre el discurso. Así, como actividad verbal, el discurso puede ser analizado a un nivel lingüístico únicamente, pero en tanto evento comunicativo ha de ser analizado a un nivel cognitivo y, finalmente, en tanto interacción social, el discurso, ha de ser analizado en un nivel sociológico. Dentro de cada nivel de análisis se admiten diferentes tipos de análisis de discurso. Esta investigación se ubica en el terreno del análisis sociológico del discurso, es decir, del estudio de las relaciones que guarda el contexto de los procesos políticos con los discursos de los actores sociales situados en una arena política determinada.

En opinión de Gilberto Giménez (1989), el discurso político es el discurso producido dentro de la escena política, al interior de los aparatos donde se desarrolla explícitamente el juego del poder: el discurso presidencial, ministerial o parlamentario, el discurso electoral, el de los partidos políticos, el discurso de la prensa política especializada, el discurso emitido en ciertos momentos por los medios de comunicación y, en algunos casos, el discurso de la magistratura, el del ejército y el de la policía. Para este autor, el discurso político es un discurso argumentado que se presenta como un tejido de tesis, argumentos y pruebas con el objetivo de presentar de una manera esquemática y teatral el ser y deber ser de la política ante una audiencia (este discurso argumentativo no se dirige a convencer al adversario sino a reconocer y confirmar los aliados y atraer a los indecisos; en la confrontación ideológica, el discurso cumple la función de reconocimiento, la identificación que permite a quienes defienden los mismos valores re-

conocerse como miembros de un mismo grupo). El discurso político es polémico, en él se argumenta no lo que el actor protagonista es sino lo que los actores antagonistas son y no son (se trata de un discurso que define al antagonista, lo ataca y lo desenmascara). El discurso político es estratégico, orientado a enmascarar las contradicciones, un discurso que pone en juego una estrategia retórica en la medida en que selecciona y ordena ciertas operaciones semánticas en función de objetivos estratégicos. El discurso político es *performativo*, quien lo emite no se limita a informar o a transmitir una convicción, sino que produce un acto, expresa públicamente un compromiso y asume una posición.

En sentido estricto, el discurso político es aquello que es dicho por sus actores o autores, los políticos (Van Dijk, 1999: 12). Sin embargo, los políticos no son los únicos que participan en la política, la actividad política y el proceso político también involucran a ciudadanos y votantes, grupos emergentes, activistas y disidentes, muchos de ellos se involucran activamente en el discurso político. El discurso político está constituido por el conjunto de prácticas discursivas realizadas por actores reconocidos en un proceso político con el propósito de cumplir metas y fines políticos específicos, tales como influir en decisiones políticas referentes a la distribución de recursos o el establecimiento de normas y leyes oficiales. En este contexto, resulta interesante la distinción entre discurso político y discurso público. Una ampliación y extensión del concepto disolvería la utilidad analítica del concepto de discurso político. Aun cuando el discurso público de muchos actores puede tener posibles efectos políticos, sólo se le puede incluir como discurso político, cuando trate explícitamente de influir en las decisiones políticas. Esto quiere decir, que ese discurso se pronuncia en las arenas o campos que reconocidamente alienan la producción de discurso político. También quiere decir,

que su destinatario es esencialmente el Estado o el gobierno, en tanto estructuras reconocidas en donde se procesan las decisiones políticas. En consecuencia, un discurso público se reconocerá como discurso político, cuando trate de intervenir concretamente en las expresiones de la toma de decisión: programas de gobierno, legislaciones, decretos (Van Dijk, 1999). El discurso público, se convierte en discurso político, cuando el tema sobre el cual versa ha quedado incluido en lo que se denomina agenda de gobierno. Para Van Dijk el discurso político presenta cuatro características básicas: En primer lugar, el discurso político es temático, es decir, trata sobre tópicos políticos (*political issues*). En segundo lugar, es público, queda registrado para un posible escrutinio por parte de un público o una audiencia masiva. En tercer lugar, el sujeto de enunciación no es meramente un individuo, sino que es siempre encarnación, portavoz, de la posición de algún tipo de agrupamiento político y se expresa así, no como una posición personal sino como representante de una posición política. Finalmente, el discurso es funcional al proceso político, es decir, debe tener (o buscar tener) algún tipo de influencia sobre el conjunto de procesos que involucran relaciones de poder y distribución de recursos. Van Dijk no define como discurso político el discurso de los medios (editoriales, las noticias y los programas de televisión) que pueden tratar sobre temas políticos y ser públicos. Considera que ello no los convierte en discurso político argumentando que su funcionalidad con respecto al proceso político es más bien indirecta y normalmente no persigue metas políticas, en la medida en que no se trata del discurso de un representante de una determinada posición política. Nosotros consideramos como discurso político al discurso de los medios, en la medida en que noticias en la televisión tienen grandes repercusiones, como las de los escándalos políticos o el hecho de que artu-

listas de opinión son miembros de un partido o tienen una línea política muy definida.

Desde la perspectiva del *framing* defino al discurso político como un conjunto de textos emitidos en una coyuntura política particular, en relación a un problema político al interior de un campo de identidad.

Las unidades de análisis son los textos producidos por los actores. Por textos, en este caso, se entiende la manifestación concreta del discurso, aquellos actos de lenguaje (un discurso oral o escrito) que poseen un comienzo y un final fácilmente identificable: libros, artículos, folletos, documentos, discursos, entrevistas, comentarios de radio y televisión (Donati, 1992). Un texto generalmente se encuentra impreso. Pero si escuchamos a un orador, también nos encontramos ante la expresión de un texto oral. También materiales visuales como fotografías, pinturas, películas y programas de televisión son formas alternativas de textos. Los textos nos permiten construir cómo los individuos ven los acontecimientos, a ellos mismos, a otros y al mundo en general. Cuando hablamos de la lectura de un texto, nos estamos refiriendo a que un lector es capaz de deducir lo que un autor escribió descifrando los símbolos escritos en las páginas del libro. Leer un libro significa crear significado de los símbolos que encontramos en el texto. Mientras que los símbolos se encuentran en el texto los significados no. Ellos se encuentran en la lectura del texto. Por ello no se puede hablar de encontrar el verdadero significado de un texto. Por el contrario, de lo que podemos hablar es de hablar que hemos construido un significado fuerte o bueno del texto. En este sentido es necesario buscar los elementos presentes en el texto. Un elemento central es el argumento. Todo argumento se compone de una demanda (que es sobre lo que el autor intenta convencernos) y evidencias para comprobar esa demanda. De acuerdo a esta propuesta metodoló-

gica de análisis del discurso, el análisis de coyuntura es el estudio de una arena política en donde existen un problema, un actor protagonista, un actor antagonista y una audiencia. El escenario es la arena política, el lugar concreto en donde cobran vida las controversias y los conflictos políticos.

La definición de un problema como una injusticia es el paso más importante para movilizar y atraer las simpatías de la audiencia. Esa movilización puede ser más efectiva si se definen además los agentes causales de ese problema. Como metodología en el análisis del problema utilizo el análisis de los marcos (*frame analysis*). Un marco (*frame*) es un esquema interpretativo que estructura el significado de la realidad. Un marco interpretativo de política (*policy frame*) es un principio de organización que transforma la información fragmentaria o casual en un problema político estructurado y significativo, en el que se incluye, implícita o explícitamente, una solución. Los marcos de política no son simples descripciones de la realidad sino construcciones o representaciones específicas que dan significado a dicha realidad y estructuran la comprensión de la misma. El análisis de marcos es el estudio de los marcos interpretativos de política tal y como se utilizan en la (re)construcción y negociación de la realidad por parte de los actores sociales y políticos en sus respectivos discursos. El método de marcos interpretativos de las políticas trata de identificar los marcos dominantes y/o en conflicto entre sí en el discurso de los actores, marcos que se construyen para dar sentido a diferentes situaciones y acontecimientos, atribuir culpas o causalidad, y sugerir líneas de actuación. Un marco interpretativo de política se encuentra integrado por una representación de un diagnóstico (algún hecho de la vida que se considera problemático y que necesita de cambios), la representación de un pronóstico (se propone una solución al problema que indica que es lo que se debe hacer) y una llamada a la acción (que fundamenta las razones para involucrarse en la acción correctiva).

En relación con el campo de identidad se pueden distinguir tres conjuntos de identidades o campos de identidad: los protagonistas, los antagonistas y las audiencias. Los individuos y colectividades definidos como protagonistas son aquellos que simpatizan con los valores, creencias, metas y prácticas del movimiento o bien, porque resulten beneficiados por él. Se llama campo de identidad protagonista a la constelación de atribuciones de identidad de individuos o colectividades consideradas como simpatizantes del movimiento. Estas atribuciones incluyen la personificación de los rasgos más positivos del movimiento en individuos particulares (héroes y heroínas) así como la utilización de marcadores colectivos de identidad que definen los rasgos del sector de población representado por el movimiento social. Los antagonistas son las personas o colectividades opuestas a los valores, creencias, metas y prácticas del movimiento o que pueden ser dañados por la acción del movimiento. El campo de identidad antagonista se constituye por las constelaciones de atribuciones de identidad de los individuos o colectividades considerados como oponentes del movimiento social. Entre los actores considerados como antagonistas podemos encontrar instituciones hostiles, enemigos públicos. Los activistas de los movimientos sociales construyen identidades antagonistas al identificar y definir los individuos, colectividades, creencias, valores y prácticas opuestos a las causas de los protagonistas. Al igual que en el caso de los actores protagonistas, esas atribuciones consisten en juicios acerca de la conciencia y el carácter moral de los antagonistas. Los campos de identidad de la audiencia son constelaciones de atribuciones de identidad de los individuos y colectividades consideradas como observadores neutrales o no comprometidos en el contexto de la acción colectiva, pero que pueden reaccionar favorablemente al discurso del movimiento social. El enmarcado de la audiencia es importante para los activistas del

movimiento, porque a través de él pueden identificar qué tipo de marcos pueden ser más resonantes para los grupos sociales que puedan unirse como aliados potenciales.

Por lo que respecta a esta investigación, el discurso de campaña abarca un conjunto de comunicaciones públicas (incluye los discursos ante concentraciones multitudinarias; *spots* radiales y televisivos; entrevistas con medios de comunicación escritos y audiovisuales; debates televisados; carteles; folletos) emitidas por los candidatos a un puesto de elección popular durante el periodo de tiempo legalmente definido como campaña electoral. El discurso electoral es un género discursivo dirigido con la finalidad estratégica de ganar una elección, es decir, aparecer como la opción preferible en el ánimo de los votantes, en comparación con los otros candidatos. La importancia del estudio del discurso de campaña radica en que en él se da un proceso de construcción de la imagen de los candidatos y de los partidos. La votación es un acto comparativo en el cual el elector se pregunta ¿a quién voy a darle mi voto? Inherentemente se realiza un juicio comparativo y el votante se inclina por el candidato o partido que elige. Los mensajes del discurso de campaña constituyen vehículos importantes para la construcción de la imagen del candidato y de su partido que les permite a los votantes obtener información que será utilizada para decidir por cuál candidato votar.

Como metodología utilizo el análisis de los marcos (*frame analysis*). El *framing* es el proceso por el que una fuente de comunicación, por ejemplo un líder, un medio de comunicación, define y construye un asunto político o controversia pública (Nelson *et al.*, 1997: 567). El *framing* es el empleo de imágenes, palabras y el contexto para manipular cómo la gente piensa sobre una cuestión. Así, existen uno, dos o más marcos dominantes, tanto en el individuo, medios de comunicación, partidos, candidatos y opinión pública es firme, y su

empleo es primordialmente estratégico. El análisis estratégico de marcos lleva a reconocer que, hay más de un modo de contar una historia, en este sentido, el *framing* es la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración. El *framing* es en gran medida selección de información. En el caso del *framing* de los *spots*, el enmarcado es el acto de enfatizar ciertos aspectos de la persona de un candidato o de sus propuestas de gobierno con el objetivo de construir una opinión pública favorable al candidato protagonista o desfavorable al candidato antagonista.

#### LA AGENDA SETTING

¿Qué es una agenda? Rogers y Dearing (1987: 556) definen a la agenda como una lista de temas y eventos que son contemplados en determinados puntos del tiempo ubicados en grados de acuerdo a su orden y nivel jerárquico de prioridad e importancia. La hipótesis de la *agenda setting* plantea que existe una relación entre el énfasis dado por los medios de comunicación a varios tópicos y el grado de importancia que esos tópicos tienen para el público en general. En relación a cada actor existen tres tipos de agendas: la *agenda setting* de los medios, la *agenda setting* pública y la *agenda setting* política. La primera corresponde a los medios de comunicación, la segunda al público o votantes y la tercera a los grupos políticos o gobernantes, partidos y candidatos en campaña.

Desde la perspectiva del análisis de la *agenda setting*, la agenda es una metáfora que expresa el proceso a través del cual los temas considerados importantes por los medios de comunicación pasan a ser relevantes también en la agenda de las audiencias. El público recibe información a través de los medios sobre

determinados temas y también aprende de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar. En este sentido la *agenda setting* se refiere a una selección de temas que van a formar parte de una lista de asuntos que los medios transmiten al público para que éste los haga suyos. De manera que los medios seleccionan el índice de temas a destacar, además de un punto de vista y una opinión, que serán aceptados o rechazados por la audiencia.

En su artículo seminal, Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), en el cual abordaban la influencia de la agenda de los medios noticiosos sobre la agenda pública. Postulaban que los medios de comunicación (al dar o restar importancia a un tema, al cubrir más o menos extensamente una noticia) transmitían la relevancia y la jerarquización de los problemas que se perciben como importantes. Eso constituía el primer nivel de la *agenda setting*. Se sostenía que existía una transmisión de temas desde la agenda de los medios hacia la agenda pública. Es decir, los medios no determinaban qué decir sobre una cosa, sino sobre qué cosas hablar.

La hipótesis de partida es que son los medios quienes establecen la agenda durante una campaña política, es decir aquellos puntos que los medios de comunicación destaquen como los temas más relevantes de una campaña, serán considerados por la audiencia (potenciales votantes) como los más interesantes sobre los que tendrán que fijarse o habrá que tener en cuenta durante las elecciones.

En los últimos años, la teoría ha evolucionado. Si bien es cierto que hay una transmisión de temas, éstos tienen numerosos atributos. A la vez, así como hay temas más relevantes, también hay atributos con mayor jerarquía. Cuando los medios de comunicación describen un acontecimiento, dan más importancia a ciertos atributos que a otros o mencionan algunos con mayor o menor frecuencia. Precisamente, en eso consiste el segundo nivel de la *agenda setting*; en la transmi-

sión de esos atributos con jerarquía desde los medios de comunicación hacia la agenda pública. Las repercusiones de este segundo nivel se revelan en la posibilidad de que los medios no sólo determinen sobre qué pensar, sino también qué y cómo pensar sobre algo.

La *agenda setting* ha constituido un importante paso en la investigación sobre los efectos de los medios en las audiencias. La teoría es propuesta por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), quienes sugieren una metodología cuantitativa, para analizar qué relación se da entre los temas que los medios de comunicación consideran importantes y los temas que las personas consideran de relevancia para el país. El estudio abarcó dos partes. La primera en un análisis de la cobertura que los medios dieron a la campaña electoral de 1968 en *Chapel Hill* (California del Norte), con lo que construyeron la agenda de los medios de comunicación. La segunda en un sondeo a los ciudadanos de la misma ciudad, utilizando la pregunta de *Gallup*: ¿Cuál piensa usted que es el problema más importante que ha de afrontar hoy este país? De la que se extrajo la agenda de los ciudadanos. Utilizando la correlación estadística se comprobó que había una elevada relación entre la agenda de los medios de comunicación y la agenda de los ciudadanos. Los autores llegaron a la conclusión de que los medios consiguen trasladar a la audiencia la prioridad que ellos mismos otorgan a los temas. McCombs y Shaw concluyeron que los medios establecen la agenda del público, pues consiguen transferir a éste la jerarquía de los temas.

McCombs y colaboradores (1997) realizaron un análisis cuantitativo de las imágenes de los candidatos en las elecciones regionales y municipales en Navarra durante el año de 1995 en España. Estos investigadores se enfocan en el segundo nivel de la *agenda setting*, particularmente en la relación entre las imágenes de los candidatos presentada en los medios y en las

imágenes de los candidatos entre los votante. En esa investigación, McCombs y colaboradores consideran que los atributos que constituyen la imagen de los candidatos pueden ser analizados en términos de dos dimensiones, una sustantiva y una afectiva. La primera dimensión, la sustantiva se define en términos de tres categorías: 1) la ideología de los candidatos y su posición sobre los asuntos públicos (los candidatos son definidos como de "izquierda", "derecha", "centro"; 2) sus experiencias y calificaciones (abarca la competencia en términos de su currículum, oficio, experiencia previa en puestos públicos anteriores y detalles biográficos de los candidatos; y 3) sus características personales y personalidad (incluye los rasgos personales y de carácter de los candidatos, su trayectoria ética y moral, su carisma, su inteligencia natural, su coraje, ambición, autonomía). La dimensión afectiva es la posición de los medios en relación a los candidatos: positiva, negativa, neutral.

McCombs y Evatt (1995) extienden la afirmación de la teoría de la *agenda setting* a un segundo nivel: no sólo los medios consiguen transferir la prioridad que otorgan a los temas sino que consiguen transferir también la prioridad que otorgan a los rasgos, cualidades, características o atributos de esos temas. La *agenda setting* es entonces un proceso que puede afectar tanto a los temas sobre los que pensamos como la forma en que pensamos sobre ellos. Se llega a la conclusión de que los medios confieren *status*, crean estereotipos y fabrican imágenes. El segundo nivel de la *agenda setting* pone en conexión dos elementos tradicionalmente separados en la investigación, las cogniciones y los juicios. El segundo nivel de la *agenda setting* se acerca a la idea de *priming* ya que un atributo es un juicio sobre algo, y el *priming* es el proceso por el que una información se coloca como prioritaria en el juicio. Se acerca también a la teoría del *framing* según la cual los periodistas enfocan la realidad proporcionando al público una manera de interpretar los hechos.

## El *framing* de la prensa

PAN Y KOSICKI

Pan y Kosicki (1993) definen al enmarcado (*framing*) como un proceso mediante el cual el contenido del discurso es organizado. El enmarcado emplea varias técnicas como la inclusión y la exclusión para crear el efecto deseado en la audiencia que es el de destacar algún hecho con la finalidad de que el discurso adquiera prominencia, es decir, que las partes del discurso sean memorables para la audiencia. Los individuos constantemente organizan, clasifican e interpretan la información que se les presenta con la finalidad de dotarla de significado e interpretarla. Algunas de las maneras en que los individuos clasifican la información es mediante el uso de metáforas, ejemplares, consignas, representaciones e imágenes visuales.

De acuerdo a Pan y Kosicki (1993) el *framing* de la prensa, en relación a la construcción de la noticia, presenta cuatro estructuras:

*La estructura sintáctica.* Que al nivel más simple se remite a los patrones del orden de las palabras y frases que forman las oraciones. Para ello, la objetividad es muy importante, y se busca de tres maneras: la búsqueda de validez o factibilidad citando a los expertos o los datos empíricos. Estableciendo

nexos de contacto con la autoridad al citar las fuentes oficiales. Ubicando los puntos de vista de anomia o desviación de la norma social con el fin de marginarlos.

*La estructura de guión.* Desarrolla la historia, los periodistas presentan la información como historias para facilitar la transmisión y el flujo de la información y motivar a la audiencia. Los lectores buscan noticias sensacionalistas que cortan la respiración. El guión intenta responder ante la audiencia varias preguntas: quién, qué, dónde, cuándo, porqué y cómo. La naturaleza de la historia de las noticias provienen de dos factores: historias que describen una serie de eventos e historias que intentan conducir a la audiencia hacia un contexto, ambiente o experiencia más amplios que aquellos que experimenta cotidianamente. El guión se refiere a la secuencia de las partes de un evento que se vinculan a las representaciones mentales del evento, y la necesidad de crear una historia a menudo que las noticias se presentan muy personalizadas, sensacionalistas y dramatizadas.

*La estructura temática.* Algunas noticias no son eventos sino enfoques de un tema o tópico sobre el cual reportar eventos relacionados con el tema o problema. Estas historias son cubiertas sometiendo a prueba una hipótesis. La estructura temática de las noticias presenta diversos niveles de gradación en relación al tema como el núcleo de la noticia, los temas subordinados en relación a ese núcleo y las evidencias aportadas relacionadas con esos temas subordinados. La verificación de la hipótesis significa que los eventos y las fuentes de la noticia son cubiertos con el fin de sostener una hipótesis sobre una serie de eventos. La estructura temática sostiene o afirma una idea o hipótesis apoyada por la cita de eventos, fuentes y la selección de la información mostrada. El periodista mira su historia y juzga o decide por el lector acerca de la importancia del evento. Entonces el periodista procura que los lectores vean o compartan este punto de vista.

*La estructura retórica.* Tiene cinco dispositivos de enmarcado: metáforas, ejemplares, consignas, representaciones e imágenes visuales. Estos cinco dispositivos son empleados para agregar peso a la historia y constituyen una construcción propia del periodista. El empleo de estas técnicas retóricas es resultado del estilo del periodista. Pan y Kosicki (1993) denominan estructura retórica lo que Gamson y Lasch (1983) denominan paquete cultural. Gamson y Lasch definen a la cultura política como el conjunto de sistemas culturales disponibles para hablar, pensar, escribir y actuar en la política, como por ejemplo los mitos, las metáforas, el lenguaje, las ideologías, los valores, los símbolos y los marcos. En su perspectiva de análisis de la cultura política resulta sumamente importante el concepto de paquete cultural. El conjunto de elementos necesarios para construir un discurso político sobre un asunto de política pública es denominado por Gamson y Lasch como cultura del asunto político (*issue culture*). Los funcionarios públicos y sus oponentes políticos despliegan la cultura de un asunto político en sus discursos, los periodistas despliegan la cultura de un asunto político en sus comentarios sobre esos eventos. Los debates que ocurren en torno a un asunto de política pública representan una ocasión en la cual se despliega la cultura utilizada por los actores para discutir ese asunto de política. Las expresiones de ese debate (planes y programas de gobierno, discursos de representantes legislativos, comunicados y documentos de los partidos políticos, reportajes periodísticos, artículos de opinión de analistas políticos, caricaturas, entrevistas) forman la materia prima a partir de la cual se pueden analizar los elementos culturales involucrados en la discusión sobre un asunto político. La cultura de un asunto político posee una estructura que Gamson y Lasch denominan como paquete (*package*). Normalmente, un paquete cultural (*cultural package*) posee un núcleo (*core*) que con-

siste en un marco (*frame*). Ese marco es una idea central que produce una comprensión particular de los eventos relacionados con el asunto político en cuestión. Un paquete cultural es articulado o expresado como discurso a través del uso de un conjunto de dispositivos simbólicos (*symbolic devices*) mediante los cuales se expresan los elementos característicos de dicho paquete. El conjunto de dispositivos simbólicos utilizados para articular los paquetes culturales como discurso consta de dos partes: una parte de enmarcado (*framing*) y otra parte de razonamiento y justificación. La parte de enmarcado se refiere al modo en que el asunto político es interpretado por el actor que hace uso de ese paquete cultural específico. Todo asunto político se refiere a la existencia de una situación dentro de la realidad social, situación que es definida como un problema para el cual la política pública ha de aportar una solución. Dentro de esta perspectiva, el enmarcado llevado a cabo por un paquete cultural consiste en la interpretación particular que hace un actor político sobre el problema al cual se refiere el asunto político. En este sentido, la parte de enmarcado de un paquete cultural consiste en aquellos dispositivos mediante los cuales se organizan los datos provenientes de la realidad para producir una imagen coherente y clara del problema al que se refiere el asunto político. La parte de razonamiento y justificación consiste en la elaboración de argumentos (de causalidad, de plausibilidad y de validez moral) que apoyen la credibilidad del enmarcado (de la interpretación de la realidad) realizado por el paquete cultural en cuestión.

Cinco dispositivos de enmarcado sirven para definir el asunto en discusión y tres dispositivos de razonamiento sirven para justificar una línea general de política. Los dispositivos de enmarcado son: metáforas, ejemplares, consignas, representaciones e imágenes visuales. La metáfora es una figura retórica mediante la cual se pretende lograr una mejor com-

prensión de un evento mediante el uso de una analogía con otro evento. Así, la metáfora posee dos partes: en primer lugar, el sujeto principal que es el elemento el cual pretende ser explicado o sobre el cual se quiere incrementar su comprensión; en segundo lugar, el sujeto asociado que es el elemento con el cual se realiza la relación analógica y es el que aumenta nuestra comprensión sobre el sujeto principal. Se puede asumir que el sujeto asociado es un elemento al cual están asociadas ciertas propiedades de una manera inmediata y clara. Realizar una metáfora implica señalar que el sujeto principal es como el sujeto asociado en la medida en que posee más o menos los mismos atributos, sólo que la relación entre el sujeto principal y esos atributos no parece inmediata ni clara. La utilización del sujeto asociado en la metáfora tiene la finalidad de indicar que el sujeto principal posee ciertos atributos que no son percibidos de manera inmediata. Los ejemplares se refieren a la utilización de eventos históricos reales pasados o presentes para enmarcar al sujeto principal, o para clarificar el tipo de atributos que posee el sujeto principal. Las consignas constituyen la utilización de una frase, lema, *slogan*, título, concepto, para sugerir al marco general utilizado por el paquete. Las representaciones son las caracterizaciones de los sujetos principales ubicados por el paquete cultural.<sup>25</sup> Las imágenes visuales son los íconos e imágenes que sugieren el núcleo del paquete. Los dispositivos de razonamiento y justificación son tres: raíces, consecuencias y apelación a principios. Las raíces se refieren a los argumentos que especifican

<sup>25</sup>Se puede sugerir que el enmarcado de un asunto de política identifica en primer lugar a los sujetos involucrados en dicho asunto como actores participantes. Por ejemplo, en el caso de la política de bienestar analizado por Gamson y Lasch (1983) los sujetos principales identificados por los distintos marcos como actores participantes en el asunto político son los pobres, los funcionarios públicos que administran la política de bienestar y los empresarios. Las representaciones son modos de atribución de ciertos rasgos a estos sujetos que los caracterizan de manera particular.

el tipo de relación causal que existe entre el conjunto de eventos enmarcados por el paquete cultural. Cada paquete se diferencia de otro paquete por el tipo de relación causal que establece entre los eventos. Las consecuencias son los argumentos que especifican el tipo de consecuencias que se pueden esperar de los diferentes tipos de decisiones políticas. Mientras que la apelación a principios son los paquetes que recurren a apelaciones morales y a la defensa de ciertas normas preceptos generales. Mediante este recurso se argumenta a favor de la legitimidad moral del paquete cultural utilizado. En el ámbito de una arena política, los diferentes actores tratan de imponer que el debate sobre una cuestión pública esté orientado por las categorías, los valores, los conceptos de un paquete interpretativo con la finalidad de que las decisiones derivadas de ese paquete tengan legitimidad general. Como señalan estos autores, los diferentes actores alientan la carrera de paquetes interpretativos particulares y actúan como patrocinadores de alguno de esos paquetes (Gamson y Lasch, 1983: 401). Así tentativamente, se pueden identificar tres tipos de orientaciones correspondientes con los tres tipos de actores principales involucrados en la discusión de cuestiones de debate público. Los paquetes oficiales, que representan la posición de los funcionarios públicos y de aquellos partidos que apoyan una determinada política oficial. Los paquetes opositores, que representan las posiciones de aquellos partidos que se oponen a la política oficial y proponen una política alternativa. Los paquetes disidentes, que representan las posiciones de los movimientos sociales y que en algunos casos pueden ser similares a los paquetes opositores o pueden ser radicalmente opuestos a los paquetes oficiales y a los paquetes opositores. Un paquete interpretativo es un conjunto de elementos culturales que forman una unidad que es utilizada para realizar interpretaciones particulares sobre los problemas políticos. El asunto de

debate público en este caso es el funcionamiento de la política de bienestar. Se supone que es un asunto de debate público en la medida en que los actores políticos involucrados coinciden en que la política funciona mal y que es un problema. El marco central, entonces, expone de manera condensada las razones por las que esa política funciona mal.

PAOLO DONATI

El concepto de discurso ha sido utilizado en el estudio de los movimientos sociales para referirse a las ideologías o sistemas de creencias a través de los cuales la realidad es comprendida por los participantes en el movimiento. En este sentido, el análisis de discurso puede ser considerado como un enfoque moderno sobre el problema clásico de la ideología. Al considerar a las ideologías como sistemas de significado, el análisis de discurso permite centrar el análisis en las luchas que entablan los actores sociales por establecer el significado real de un evento. En esta lucha se da una continua legitimación y deslegitimación de diversos discursos que tratan de dar cuenta de un mismo evento. En este sentido, el discurso político constituye las interacciones entre individuos, grupos de interés, movimientos sociales e instituciones, mediante las cuales las situaciones conflictivas se convierten en problemas de política, se formula una agenda y se toman las decisiones (Donati, 1992: 139). En las arenas políticas nos encontramos siempre con interpretaciones en competencia por definir lo que es la realidad.

Una herramienta esencial en el análisis del discurso es el concepto de marco. Los orígenes de este concepto provienen de la psicología cognitiva y de los desarrollos sobre inteligencia artificial. Según ambas disciplinas, los seres humanos co-

nocen objetos o eventos externos, de una manera no lineal. En lugar de comenzar reconociendo las partes que componen a un objeto u evento y después formando una totalidad articulada con esas partes reconocidas, los seres humanos comienzan por producir una definición satisfactoria sobre una totalidad compleja, de manera que los componentes de ella adquiere un significado comprensible. Según la teorías cognitivas, el sujeto humano no se enfrenta a la realidad externa como si tuviera su mente en blanco. El proceso de enmarcado (*framing process*), consiste en reconocer a un evento u objeto como parte de una pauta o una tipología familiar de objetos u eventos similares. Al colocar a ese evento u objeto dentro de esta pauta o tipología, el sujeto puede producir una síntesis estructurada del mismo, pudiendo así asignarle un sentido o un significado a la totalidad y pudiendo, además, reconocer las partes que forman esa totalidad. Los datos perceptuales son agrupados bajo el encabezamiento de una categoría, un marco general que les proporciona una estructura y un significado reconocibles.

En consecuencia, un marco es una estructura general, estandarizada, predefinida (en el sentido de que ya pertenece al conocimiento del mundo que posee el receptor) que permite el reconocimiento y orienta la percepción (Donati, 1992: 141). Un marco es una estructura de percepción seleccionada dentro de las que existen en la memoria, que es utilizada cada vez que el agente se enfrenta a una nueva situación. El marco incluye no sólo una síntesis de los componentes del objeto o evento, sino también incluye hechos relacionados, antecedentes y consecuentes. Desde la perspectiva de los marcos, el lenguaje no es un instrumento de descripción de la realidad, sino un instrumento para definir la realidad. La descripción es algo muy diferente a una definición: mediante la descripción se puede esperar que el juicio último de la realidad puede

zanjar la cuestión de qué descripción es más precisa sobre la realidad; pero en la definición se ponen en juego los criterios mismos que señalan qué definición de la realidad es la más objetiva. El discurso es el lugar en donde se llevan a cabo los esfuerzos por definir la realidad de manera que alcancen una validez colectiva. Los marcos son las herramientas –o armas– básicas usadas en estos esfuerzos. Mediante el análisis del discurso político se trata de estudiar las maneras en que la realidad política queda enmarcada a través del discurso, y cómo entienden las personas esa realidad mediante el filtro de ese enmarcado. El proceso de investigación consiste en la reconstrucción de los marcos utilizados en la conversación y en el razonamiento acerca de un problema (*issue*). Este proceso comienza con la definición del tópico y concluye con el análisis del enmarcado propiamente dicho.

Selección y definición del tópico. El análisis del discurso político comienza con la elección de un problema (*issue*) social y político. Lo que hace que un objeto quede incluido como problema o tema político es, precisamente, que existe una disputa sobre la definición del objeto. Más aún, es posible que un problema esté compuesto por la combinación de diferentes objetos, en cuyo caso se presenta el problema de decidir cuál objeto es el clave para definir al problema.

La metáfora del texto. Una vez definido el tópico central dentro de un problema (*issue*) se hace necesario identificar los discursos que se realizan sobre él, lo que quiere decir, identificar a los actores que son relevantes en la construcción del discurso sobre ese tópico. Donati distingue tres actores en la constitución de los discursos políticos: 1) las instituciones y organizaciones políticas; 2) los medios de comunicación, y 3) los grupos. Pero los actores en sí mismos no son las unidades de análisis del análisis del discurso. Las unidades de análisis son los textos producidos por esos actores. Por textos, en

este caso, se entiende aquellos actos de lenguaje llevado a cabo por los actores que poseen un comienzo y un final fácilmente identificable: libros, artículos, folletos, documentos, discursos, entrevistas, comentarios de radio y televisión. La decisión de tomar al texto como unidad de análisis mínima en el análisis del discurso obedece a la idea de que ese tipo de acto de lenguaje es la unidad mínima que posee un significado global sobre un objeto o evento, criterio que no puede ser cumplido por las unidades de análisis clásicas por el análisis lingüístico de discurso, como por ejemplo, las palabras o las oraciones. Lo que trata de hacer el análisis del discurso es reconstruir una estructura argumentativa utilizada para definir un objeto u evento y en este sentido, un texto puede ser considerado como la definición de un objeto de investigación según un marco. La tarea de codificación, entonces consistirá en la clasificación de los textos relevantes de acuerdo con el marco que utilizan en la definición de lo que ha sido elegido como el objeto o tópico de investigación.

El proceso de enmarcado. De manera que un texto se compone de un tópico (el objeto o evento) y un marco (la estructura de percepción mediante la cual ese objeto es definido). El objetivo del análisis del discurso es decidir, ante un texto, cual es el marco utilizado por el actor en el momento de producir su discurso. Para lograr este objetivo se realizan dos operaciones: 1) Deducir la forma de argumentación. Cada texto, dentro del *corpus*, posee una forma de argumentación. La forma de argumentación es el indicador de la existencia de una estructura o modelo de conocimiento, mediante la cual el objeto es percibido. Esa estructura es propiamente un marco: una pauta cognitiva perceptiva. 2) Categorizar la forma de argumentación. Esa estructura debe ser individualizada mediante una categoría abstracta referente a objetos, eventos o acciones. Se trata de una categoría general que es de conoci-

miento más general que el objeto mismo que es enmarcado. Esa categoría es un modelo de orientación que permite comprender el conjunto de elementos concretos que forman al tópico. En otras palabras, se trata de condensar un texto complejo en una frase compuesta por unas pocas categorías, pero que al mismo tiempo permita hacer sentido de lo que dice el texto. Debemos tomar en cuenta aquí que el procedimiento del enmarcado procede por analogía, es decir, una situación compleja trata de hacerse comprensible haciendo referencia a otro objeto con el cual puede ser comparado el tópico enmarcado. Así, en el ejemplo que pone Donati, con respecto al tópico naturaleza, los discursos pueden enmarcarla según diversas analogías (la naturaleza no puede ser explotada sino con la presencia de un costo, la naturaleza es una maquinaria delicada).

Por último, Donati señala las diferencias del análisis de los marcos con respecto al análisis de contenido. El análisis del discurso puede ser considerado como una variedad del análisis de contenido, pero con sus propias peculiaridades: 1) Las unidades de análisis: mientras el análisis de contenido tiende a enfocarse en palabras simples, aunque abarca también textos completos, el análisis de discurso considera a los textos como su única unidad de análisis. Se siguen también ciertas consecuencias de esta elección de la unidad de análisis. El análisis de contenido privilegia las técnicas cuantitativas de análisis, mientras que el análisis del discurso posee una orientación más cualitativa. Finalmente, el análisis de contenido clasifica sus unidades de análisis según su contenido manifiesto, mientras que el análisis del discurso toma en cuenta el contenido sintético del texto y a partir de él trata de reconstruir las categorías de significado o el marco subyacente que da su organización al texto. 2) Las estructuras del texto: mientras el análisis de contenido se enfoca en los mecanismos sintácticos o léxi-

cos que organizan un texto, el análisis de discurso se enfoca en las estructuras argumentativas y retóricas del texto. De esta manera, el análisis del discurso se concentra en los procesos semánticos, es decir, en los modos en que un texto produce significado. Las figuras retóricas, como las metáforas, son consideradas por el análisis del discurso como elementos básicos que sustentan la estructura del texto (ya que el marco opera por analogía, y una metáfora es siempre una analogía). Para el análisis del discurso el significado de un texto depende de las analogías contenidas en él. De ahí que el análisis del discurso ponga especial atención no en las partes en donde se lleva a cabo una argumentación racional, plana, sino en las partes más imaginativas, las metáforas, las construcciones extrañas (Donati, 1992: 153).

3) La construcción de categorías: el análisis de contenido ha tenido normalmente una orientación sociológica. Es decir, las unidades de análisis del análisis de contenido son interpretadas como indicadores que revelan la forma de pensamiento del actor productor del texto, y a su vez esa forma de pensamiento es relacionada con las condiciones sociales del actor. Por ejemplo, los discursos o textos pueden ser codificados para encontrar si una ideología es inclusiva o exclusiva o si una opinión está a favor o en contra de la ecología, por ejemplo. En cambio el análisis del discurso se concentra en investigar cómo es que los actores comprenden un determinado tópico y si una determinada definición de la realidad es convincente para ellos. En este sentido, el análisis del discurso trata de investigar los argumentos que manejan los actores para estar a favor o en contra de una determinada definición de un tópico. El análisis del discurso se interesa en qué entiende la gente de un texto o de un problema (*issue*); en cómo el uso de las metáforas resalta algunos aspectos de un problema y oculta otros, funcionando así como un dispositivos argumentativo y persuasivo; en cómo

el enmarcado es resonante con la cultura de la gente, haciendo así más o menos probable la persuasión, especialmente cuando el discurso suena no racional. Para comprobar esto, el texto debe ser traducido a categorías de sentido común, más que a categorías analíticas. Esto último, en realidad tiene que ver con el grado en que un marco tiene resonancia sobre la audiencia a la que se dirige el texto.

## LA TEORÍA DEL *FRAMING*

El concepto de marco (*frame*) tal y como es utilizado en esta investigación, tiene su origen en dos autores: Erving Goffman y Gaye Tuchman. El primero, en su obra *Frame analysis* (1974) define a los marcos como esquemas de interpretación que permiten a la gente organizar los eventos de la vida, dotándolos de significado e interpretándolos.<sup>26</sup> Los marcos definen situaciones o problemas y pueden ser vistos como encuadres de referencia para examinar cómo las controversias son concebidas en el discurso público. Por su parte, Tuchman en *Making news* (1978) retoma el concepto de Goffman e introduce su clásica metáfora de la noticia como una ventana por la que se miran los acontecimientos: “La noticia es una ventana al mundo... Pero la vista desde una ventana, depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio” (Tuchman, 1978: 4). Según las características de la ventana, su tamaño, su colocación o su

<sup>26</sup>Un marco (*frame*) es un esquema interpretativo que simplifica y condensa el “mundo que está ahí afuera” puntualizando y codificando selectivamente objetos, situaciones, acontecimientos, experiencias y secuencias de acciones en el pasado y presente de cada individuo. Los marcos permiten a los individuos “ubicar, percibir, identificar y clasificar” los acontecimientos que tienen lugar dentro de su espacio vital o en el mundo en general (Goffman, 1974: 24).

forma, la realidad se observa de una forma determinada. Del mismo modo, los marcos de la noticia seleccionan, destacan y limitan el significado de la información. En estos dos trabajos el concepto de marco es el mismo: un esquema interpretativo que simplifica y condensa el mundo exterior seleccionando y codificando eventos, situaciones, experiencias y acciones en el pasado y en el presente de cada individuo. Los marcos permiten a los individuos ubicar, percibir, identificar y clasificar los eventos que suceden en el mundo en general.

Analizo el concepto de marco a partir de tres significados: como nombre, como verbo y como proceso. En su primera acepción, la palabra marco (*frame*), como nombre se refiere a la forma en que algo es construido o unido u organizado y al conjunto de circunstancias que sirven como escenario de un evento o a un orden establecido o sistema. En este sentido, un marco de referencia le permite a su usuario situar, percibir, identificar y etiquetar los acontecimientos (Goffman, 1974). En su segunda acepción, como verbo, enmarcar (*to frame*) significa planificar, moldear o dar forma, usualmente uniendo las partes del esqueleto de una estructura. Enmarcar significa seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más sobresalientes en un texto comunicativo, de tal manera que se promueva una particular definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y una recomendación o un tratamiento para el tema descrito (Entman, 1993: 52). En su tercera acepción, enmarcado (*framing*) es el proceso mediante el cual una fuente de comunicación, como los medios informativos, define y construye un tema político (*political issue*) o una controversia pública (*public controversy*) (Nelson *et al.*, 1997). Entre los estudiosos de los medios de comunicación, el *framing* es considerado como un proceso a través del cual un conjunto de textos comunicativos –mediante la selección de ciertos aspectos de la realidad y el ocultamiento de

otros— construye la percepción de los individuos (Entman, 1993; Pan y Kosicki, 1993). El enmarcado es el proceso mediante el cual el contenido del discurso es organizado. El enmarcado emplea varias técnicas como la inclusión y la exclusión para crear el efecto deseado en la audiencia que es el de destacar algún hecho con la finalidad de que el discurso adquiera prominencia, es decir, que las partes del discurso sean memorables para la audiencia. Los individuos constantemente organizan, clasifican e interpretan la información que se les presenta con la finalidad de dotarla de significado e interpretarla.

Tuchman y Tankard nos ofrecen dos metáforas para comprender el concepto de *framing*. En *Making news* (1978) Tuchman introduce su clásica metáfora de la noticia como una ventana por la que se miran los acontecimientos: “La noticia es una ventana al mundo[...] Pero la vista desde una ventana, depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio” (Tuchman, 1978: 4). Según las características de la ventana, su tamaño, su colocación o su forma, la realidad se observa de una forma determinada. Del mismo modo, los marcos de la noticia seleccionan, destacan y limitan el significado de la información. En estos dos trabajos el concepto de marco es el mismo: un esquema interpretativo que simplifica y condensa el mundo exterior seleccionando y codificando eventos, situaciones, experiencias y acciones en el pasado y en el presente de cada individuo. Por su parte, Tankard (2004) considera que los marcos de las noticias funcionan como el enmarcado de una pintura en dos maneras. En primer lugar, al igual que un marco que sostiene una pintura en la pared, que destaca cierta información para llamar la atención sobre el material, se trata del corte de una fotografía o del fragmento de una escena de la vida real que deja de lado otras escenas, en este caso, el énfasis está dado en la de selección, en el énfasis y en la exclusión.

En segundo lugar, de manera semejante a un marco, construido de un material particular –madera o metal– que sugiere un tono particular para apreciar la pintura, en este caso, el cuadro aporta el marco interpretativo con el cual la historia será juzgada, en este caso los marcos funcionan como patrones de presentación e interpretación. De manera general, un marco funciona como la estructura de una casa o edificio sobre la que se levanta la construcción, en arquitectura el marco es la estructura usada para construir una casa, en las noticias un marco es la idea que organiza la historia de la noticia, en este sentido un marco es la idea central organizadora que aporta sentido a los eventos y sugiere cuál es el problema o la controversia (Tankard, 2004).

Los marcos le indican a las audiencias cómo pensar sobre un tema de controversia pública. La manera en cómo se enmarca una noticia determina la interpretación que de ella realizará la audiencia. Un clásico ejemplo es el del análisis de Kahneman y Tversky (1984), en el que los marcos se desarrollan en términos de salvar vidas o evitar muertes. Kahneman y Tversky realizaron un experimento para conocer los efectos de los marcos informativos en la gente. Se trataba de una encuesta en la que se preguntaba:

Imagine que los Estados Unidos se están preparando para la llegada de una enfermedad asiática extraña en la que se espera que morirán 600 personas. Se cuenta con dos programas alternativos (A y B) para combatirla. Se estima que las consecuencias de la aplicación de los programas son las siguientes. Si se adopta el programa A, 200 personas se salvarán. Si se adopta el programa B, hay un tercio de posibilidades de que las 600 personas se salven y dos tercios de que no se salve ninguna.

En este caso, el 72 por ciento de los encuestados eligió el programa A y el resto, un 28 por ciento, el programa B. La otra

pregunta presentaba las mismas opciones pero enfocadas en términos de muertes más que de vidas. “Si se adopta el programa C, 400 personas morirán. Si se adopta el programa D, hay un tercio de posibilidades de que nadie muera y dos tercios de que 600 mueran”. Un 22 por ciento escogió el C y un 78 por ciento el D. En consecuencia, se puede observar que las respuestas a una u otra opción varían según el marco se presente como vidas para salvar o muertes a evitar.

Entre los estudiosos de los medios de comunicación, el enmarcado (*framing*) es considerado como un proceso a través del cual un conjunto de textos comunicativos, mediante la selección de ciertos aspectos de la realidad y el ocultamiento de otros, construye la percepción de los individuos. El enmarcado de las noticias es el proceso mediante el cual el contenido del discurso es organizado, este enmarcado emplea varias técnicas como la inclusión y la exclusión para crear el efecto deseado en la audiencia que es el de destacar algún hecho con la finalidad de que el discurso adquiera relevancia, es decir, que las partes del discurso sean recordadas por la audiencia. El enmarcado es el proceso mediante el cual una fuente de comunicación construye y define un problema social o político (*political issue*) para la audiencia (Nelson *et al.*, 1997). El concepto de *framing* ha sido empleado en los estudios de comunicación política, para designar el proceso a través del cual una fuente (una historia en medios como los periódicos o la televisión, o quizás un individuo en lo particular) define el problema de fondo que subyace en un problema político particular y subraya un conjunto de consideraciones relacionada con ese tema. Gamson y Modigliani, por ejemplo, señalan que: “Un marco es una idea central organizadora que aporta sentido a los eventos importantes y sugiere cuál es el problema de fondo” (1989: 57). Mientras que Entman escribe que:

Enmarcar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida para darles más relevancia en un texto comunicativo, para de esta manera promover una particular definición del problema, una evaluación moral, y/o recomendar un tratamiento o remedio para el problema descrito (1993: 52).

La teoría del *framing* parte de la premisa de que la manera en que la información es presentada tiene influencia en las respuestas que darán los individuos sobre el tema en cuestión. Un marco es la perspectiva infundida a un mensaje que promueve el énfasis y la elección de ciertas piezas de información sobre otras. Una vez adoptados por la audiencia, los marcos influyen en los puntos de vista que los individuos tienen sobre los problemas y las soluciones planteadas para resolver esos problemas. El *framing* constituye uno de los más importantes conceptos en el estudio de la opinión pública. La evidencia de las investigaciones sobre las campañas políticas sugiere que la opinión pública depende de los marcos elegidos por las elites. El efecto *framing* ocurre cuando dos planteamientos de un problema lógicamente equivalentes (pero no transparentemente equivalentes) llevan a la elección de diferentes opciones. El efecto *framing* ocurre cuando, en el curso de la descripción de un evento o un problema, el narrador enfatiza una serie de consideraciones que origina que la audiencia se enfoque en esas consideraciones al construir sus opiniones.

¿Cuáles son los pasos en la reconstrucción del enmarcado?

El proceso de reconstrucción de los marcos utilizados en el discurso público comprende tres pasos: 1) la selección del actor, del evento, o del problema social y político; 2) la elección de los textos; 3) el análisis del enmarcado.

El análisis de los marcos del discurso público comienza con la elección del actor, del evento o del problema que será

enmarcado. Se define el actor protagonista y el actor antagonista, así como el evento y el contexto político en el que se desarrolla el discurso y la acción política.

Una vez definidos los actores, los eventos, la coyuntura política y el problema, es necesario identificar los textos realizados en el campo discursivo. Por textos, se entiende aquellos actos de lenguaje llevado a cabo por los actores que poseen un comienzo y un final fácilmente identificable: libros, artículos, folletos, documentos, discursos, entrevistas, comentarios de radio y televisión. El conjunto de los textos comprende un *corpus* que debe cumplir los requisitos de representatividad, exhaustividad y homogeneidad.

Un texto se compone de un tópico (evento, actor, problema) y un marco (la estructura de percepción mediante la cual ese tópico es definido). El objetivo del análisis es decidir, ante un texto, cual es el marco utilizado por el actor en el momento de producir su discurso. Las guías metodológicas para llevar a cabo este paso son las siguientes: Cada texto, dentro del *corpus*, posee una forma de argumentación. La forma de argumentación es el indicador de la existencia de una estructura o modelo mediante la cual el tópico es percibido. Esa estructura es propiamente un marco. Esa estructura debe ser individualizada mediante una categoría abstracta que represente objetos, eventos o acciones. Se trata de una categoría que es de conocimiento más general que el tópico mismo que es enmarcado. En otras palabras, se trata de condensar un texto complejo en una frase compuesta por unas pocas categorías que permitan dar sentido a lo que dice el texto. El procedimiento del enmarcado procede por analogía, es decir, una situación compleja trata de hacerse comprensible haciendo referencia a otro objeto con el cual puede ser comparado el tópico enmarcado. Un marco es una forma de categorización (analógica o metafórica) cuyo propósito es transferir significado desde

algo que ya es conocido hacia algo que es nuevo. El mecanismo del enmarcado como un proceso de categorización que permite incluir nuevos objetos u eventos dentro de sistemas de significados ya existentes, permite explicar los procesos semánticos mediante los cuales se produce significado. Los objetos son incluidos dentro de estructuras con la finalidad de hacerlos similares a otros objetos, haciéndolos así significativos, cuando un objeto es enmarcado toma las propiedades comunes a esa clase de objetos. Debido a la naturaleza analógica de los marcos, los textos dicen algo más de lo que dicen textualmente. El análisis de marcos trata de encontrar esos significados ocultos dentro de los textos.

## El desafío

### EL ESCÁNDALO POLÍTICO

Una de las crisis más fuertes en la carrera política de López Obrador tiene lugar como consecuencia a raíz del episodio de los videoescándalos. Durante ese acontecimiento mediático, en las cadenas nacionales de televisión, uno de sus colaboradores y varios militantes del PRD fueron presentados como responsables involucrados en actos de corrupción. Como respuesta, intentando reducir el daño López Obrador recurrió a una estrategia defensiva: el discurso de reparación de la imagen. López Obrador utilizó en su discurso la estrategia de reducción de la ofensa en su variante de ataque al acusador.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> En su libro *Accounts, Excuses, and Apologies* William Benoit (1995), desarrolla una teoría sobre las estrategias discursivas en la reparación de la imagen. En esta teoría del discurso de restauración de la imagen como estrategia de defensa, Benoit expone como idea central que los seres humanos se involucran en recurrentes interacciones comunicativas con la finalidad de reducir o evitar los daños a su reputación (cara o imagen). Su análisis parte de la premisa que la imagen, cara y reputación son muy importantes para la gente, instituciones, partidos y otros grupos u organizaciones. Cuando estos actores consideran que otros sospechan de su conducta, se encuentran motivados a construir mensajes para restaurar la buena reputación, lo que denomina la reparación de imagen. La hipótesis que Benoit desarrolla es la de que los seres humanos se involucran en recurrentes patrones comunicativos tendientes a reducir el daño causado por acusaciones a la reputación y a la

Su discurso giró en torno al marco del complot. Esta metáfora militar de la guerra fría, fue la imagen retórica que utilizó en su discurso a raíz del evento de los videoescándalos. El discurso de la prensa escrita (*La Jornada* y *Reforma*) se ubicó en torno a posiciones de defensa y ataque los marcos fueron los del complot y el de victimización respectivamente.

En el libro *El Escándalo Político* (2000) Thompson se refiere al escándalo como un acontecimiento que implica una transgresión a las normas de tal magnitud que provoca una respuesta pública (Thompson, 2001: 32).<sup>28</sup> También el escándalo

---

imagen de un actor político. La restauración o reparación de la imagen o reputación, es una tarea que la gente emprende en la vida cotidiana, frecuentemente la gente ofrece excusas o disculpas por aquellos aspectos de la conducta que ofenden o provocan un reproche o rechazo de quienes nos rodean.

Benoit considera que existen cinco estrategias en el discurso de restauración de la imagen:

1) Negación (*denial*). Es el discurso de defensa ante ataques o sospechas en el cual simplemente se niega haber cometido dicha acción.

2) Evasión de la responsabilidad (*evading responsibility*). Quienes están imposibilitados para negar el acto en cuestión, suelen evadir o reducir su responsabilidad.

3) Reducción de la ofensa (*reducing offensiveness*). Una persona acusada de mala conducta puede reducir el descontento argumentando que estaba enfermo.

4) En la variante de la acción correctiva (*corrective action*) el acusado opta por corregir el problema.

5) En la variante de la mortificación (*mortification*) el acusado admite su responsabilidad sobre el acto erróneo y pide disculpa, enfatizando su preocupación.

<sup>28</sup> Para Thompson, el escándalo presenta varios rasgos característicos: Su existencia implica la transgresión de ciertos valores, normas o códigos morales. Su ocurrencia denota un elemento de secreto u ocultamiento, pero no obstante ello, llegan al conocimiento de los no participantes. Algunos no participantes desapruueban las acciones o acontecimientos y pueden sentirse ofendidos por la violación a la norma. Otros no participantes expresan su desaprobación denunciando públicamente las acciones o acontecimientos. La revelación de las acciones o acontecimientos y la condena que recae sobre la conducta puede perjudicar la reputación de los actores señalados. Al definir el escándalo, se refiere a él como una falta moral. Thompson distingue entre el concepto de escándalo y el de calumnia, que aun cuando se encuentran muy próximos en

ha sido definido como una reacción de indignación ante lo que se percibe como un atentado en contra de alguna de las normas sociales que regulan la conducta de los gobernantes o de los aspirantes a serlo. Un abuso de poder o la violación de la confianza social que ha cometido el actor político afectado y que provoca una reacción social que puede repercutir en el sistema político (Jiménez, 1994: 7). En este sentido, se considera al escándalo político como una reacción de la opinión pública en contra de un actor político al que se considera responsable de un abuso de poder o de la violación de la confianza sobre la que se basa la posición de autoridad que tiene ese actor. La naturaleza del escándalo político conserva un estrecho nexo con las bases de la autoridad política que se encuentran en la confianza social. La política en los tiempos modernos encuentra esa base de la confianza de la autoridad en el concepto de representación como la idea de la responsabilidad y la obligación de rendir cuentas a los gobernados. El escándalo pone en duda la confianza social y la representatividad sobre la que se asienta la autoridad del actor político involucrado y exige una respuesta de ese actor que de ser satisfactoria restablecerá la relación de confianza.

Cuando el acusado no es culpable, el escándalo se convierte en estigma,<sup>29</sup> en un proceso en el que se intenta estig-

---

su significado, al denotar imputaciones dañinas o difamatorias, no obstante difieren en el hecho de que el escándalo no implica necesariamente, como la calumnia, que las acusaciones imputadas fuesen falsas.

<sup>29</sup>Los griegos crearon el concepto estigma para denotar signos corporales mediante los cuales se intentaba exhibir algo malo en el *status* moral de quien los mostraba. Esos signos consistían en cortes o quemaduras en el cuerpo y señalaban que el portador era un esclavo, un criminal o un traidor, una persona corrupta, ritualmente deshonrada, a quien debía evitarse. Goffman (1963) señalaba que cuando los individuos desarrollaban una conducta desviada, adquirían un estigma, un poderoso negativo nivel social que cambiaba radicalmente la imagen de la persona y su identidad social. El estigma ejerce un poder de estatus sobre las dimensiones de la identidad social a través del cual el individuo es disminuido en las mentes de los demás y con-

matizar a un actor político determinado. Un proceso mediante el cual se intenta asignar una nueva identidad política (con un *status* moral inferior) al actor que se considera responsable. De esta manera, se busca estigmatizar y marcar con una nueva etiqueta de tal manera que el actor acusado sea identificado por el público con el nuevo *status* inferior y se le atribuya la nueva identidad estigmatizada. Desde esta perspectiva, el escándalo es un proceso político en el que las elites políticas (líderes políticos, periodistas, autoridades) intentan estigmatizar a un personaje político, mientras que otra parte de las elites intenta defenderlo. En este proceso, se genera un clima de opinión en el que el público o bien identifica al actor político en cuestión a través de la etiqueta del estigma o se abstiene de hacerlo si opta por defenderlo (Jiménez, 1994: 17).

## LOS VIDEOESCÁNDALOS

En el programa nocturno televisado *El Noticiero* dirigido por Joaquín López Dóriga, se muestra en video a Gustavo Ponce, secretario de Finanzas del gobierno de la ciudad de México, realizando apuestas en un casino del hotel *Bellagio* de Las Vegas, Nevada, en Estados Unidos (el periodista de televisión aseguró que se tienen documentados cuando menos 17 viajes del funcionario al mismo destino desde el 30 de diciembre de 2003 hasta el 5 de enero de 2004. Durante la transmisión de la noticia se dijo contar con información según la cual, desde el año pasado, Gustavo Ponce compró, tan sólo en una casa de cambio, más de 550 mil dólares). René Bejarano aparece en otro video, dos días más tarde en el noticiero *El Mañanero*,

---

secuentemente, aislado socialmente. En algunas ocasiones, una comunidad, un grupo o la sociedad en su conjunto, estigmatizan a un individuo a través de rituales o ceremonias de degradación.

donde se presentó un video llevado por el diputado federal del Partido de Acción Nacional (PAN), Federico Döring, en el cual aparece Carlos Ahumada en su oficina, entregando, en dos fechas diferentes, fuertes cantidades de dinero (se estimaban 8 millones) a René Bejarano, coordinador de la fracción del Partido de la Revolución Democrática (PRD) y presidente de la Comisión de Gobierno de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF). Esa noche, en el noticiero *Nueva Visión*, Carlos Loret de Mola presentó otro video de una reunión efectuada dos meses después de aquella, en la que aparecen Carlos Ahumada y René Bejarano, este último recibiendo otra cantidad de dinero. Posteriormente, Carlos Imaz aparece en otro video recibiendo dinero.

¿Cuál es el enmarcado que realiza la prensa sobre los videoescándalos?

### LA JORNADA

En esta primera coyuntura, que comprende los videoescándalos, el marco dominante es el del complot de parte de las instituciones gubernamentales que tienen como objetivo obstaculizar a López Obrador en su camino como candidato en la elección presidencial de 2006. Y de manera tajante, el editorial del 11 de marzo, señala claramente que se trata de “un *complot* desde las cloacas del poder público”.<sup>30</sup> Los marcos de diagnóstico –mencionados de manera explícita en la mayoría

<sup>30</sup> “Tales revelaciones, aunadas a la información sobre el sofisticado *operativo* de espionaje que tuvo que realizarse en un casino de Las Vegas para videograbar al ex secretario de Finanzas capitalino –o bien para robar las cintas de video del establecimiento–, *operativo* que probablemente requirió de gestiones oficiales, han generado una suerte de contraescándalo ya no por los presuntos actos ilícitos de funcionarios del gobierno capitalino y perredistas destacados, sino por la evidencia de que la difusión de los videos correspondientes fue orquestada, de manera posiblemente delictiva, mediante un *com-*

de los editoriales de *La Jornada*— son los de la corrupción y el espionaje. Por un lado, la corrupción de los funcionarios del gabinete de López Obrador y por el otro, el espionaje de las instituciones en el poder. Los marcos de pronóstico son los de la limpieza de las estructuras clientelares del PRD y su institucionalización.<sup>34</sup>

De acuerdo a *La Jornada*, el video en el que se observa al presidente del Partido Verde Ecologista de México senador Jorge Emilio González Martínez, negociando un soborno de dos millones de dólares, pone de manifiesto dos facetas de la vida política de nuestro país: la corrupción y el espionaje. En cuanto a la corrupción, el video del llamado “niño verde” confirma que el PVEM es una lucrativa empresa familiar disfrazada de partido ecológico, carente de una ideología política, motivada con el único fin de beneficiarse de los subsidios estatales. En cuanto al espionaje, el “niño verde” acusó a la Secretaría de Gobernación y la Presidencia de la República de haber participado en la grabación y la difusión del video. Omar Núñez, empleado del partido, acusó a Sebastián Carducci y a Santiago León Aveleyra, disidentes del Verde Ecologista, de haber actuado en acuerdo con el secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda. Para ello, Núñez exhibió una conversación telefónica con esos dos opositores internos de González Martínez.<sup>32</sup> En el segundo video aparece apostando en Las Vegas, Gustavo Ponce Meléndez ex secretario de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal. De acuerdo al editorial de *La Jornada*, su fuga haría pensar que el ex funcionario del gobierno capitalino está vinculado al fraude por 31 millones de pesos en el

---

plot desde las cloacas del poder público”, editorial, “Videos desde las cloacas del poder”, *La Jornada*, 11 de marzo de 2004.

<sup>31</sup> Señalados respectivamente en los siguientes editoriales: “Corrupción: pistas múltiples”, *La Jornada*, 9 de marzo de 2004; “Los desafíos del PRD”, *La Jornada*, 26 de marzo de 2004.

<sup>32</sup> “El verde de los dólares”, *La Jornada*, 25 de febrero de 2004.

que está involucrado un subordinado suyo, Caetano Oliveira y otros empleados de la delegación Gustavo A. Madero. Asimismo, se señala que en la lucha política, se recurre al espionaje, a la grabación furtiva de videos comprometedores, a la grabación de conversaciones telefónicas privadas y a su exhibición en los medios de comunicación; y al respecto concluye, es obligado suponer que en la realización de los videos que muestran al ex secretario de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal apostando en Las Vegas se encuentra la intención de golpear a Andrés Manuel López Obrador y de minar sus posibilidades como aspirante a la Presidencia de la República.<sup>33</sup> René Bejarano, ex secretario particular del jefe de gobierno capitalino, Andrés Manuel López Obrador, y coordinador de la fracción perredista de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, aparece en el tercer video recibiendo fajos de billetes de manos de Carlos Ahumada Kurtz, empresario favorecido con contratos durante la administración de Rosario Robles cuyas empresas aparecen ahora vinculadas con los fraudes por 31 millones de pesos contra las delegaciones Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón y Tláhuac. En ese editorial *La Jornada* también se refiere a la corrupción y al espionaje como una forma de remplazar la política con el escándalo y de ahorrarse el debate con el adversario y buscar su destrucción mediante emboscadas mediáticas.<sup>34</sup>

La organización delictiva que se conformó dentro del Gobierno del Distrito Federal y que reclutó, en una primera pista al ex secretario de Finanzas de la institución, Gustavo Ponce Meléndez, a otros funcionarios y al empresario Carlos Ahumada Kurtz. En una segunda pista, estrechamente vinculada a la primera, pero diferente, en estricta lógica institucional, figuran personalidades de la primera línea del perredismo,

<sup>33</sup> "GDF: Ir hasta el fondo", *La Jornada*, 3 de marzo de 2004.

<sup>34</sup> "En el pozo de fango", *La Jornada*, 4 de marzo de 2004.

como Rosario Robles, ex jefa del gobierno capitalino y ex presidenta del partido; René Bejarano, ex secretario particular de Andrés Manuel López Obrador y ex coordinador de la fracción perredista en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal; Carlos Imaz, jefe delegacional en Tlalpan y Ramón Sosamontes. La crisis en el gobierno capitalino y en el partido del que surgió obedece a la formación de un clima de opinión pública para aprovechar la venalidad de algunos perredistas con el propósito de destruir –política y mediáticamente– al titular de ese gobierno, cancelar sus perspectivas a futuro y desarticular su proyecto ideológico y social. En ese operativo confluyen instancias nacionales o internacionales capaces de hacer un trabajo de espionaje de alta tecnología, como el que se realizó en un hotel de Las Vegas para documentar furtivamente las francachelas del ex secretario de Finanzas del GDF. Sin embargo, si López Obrador pretende rescatar su imagen de honorabilidad y la viabilidad de su mandato, no tiene más alternativa que emprender una limpieza rápida y a fondo de su equipo y deslindarse con acciones políticas y judiciales, de las estructuras clientelares perredistas en las que se refugia la corrupción.<sup>35</sup> En opinión de *La Jornada*, el senador panista Diego Fernández de Cevallos obtuvo la primicia como espectador de los videos que muestran a René Bejarano y a Carlos Imaz, recibiendo dinero del empresario Carlos Ahumada Kurtz. La difusión de los videos correspondientes fue orquestada mediante un complot desde las cloacas del poder público. Los datos de la reunión en el Hotel Presidente confirman que el Cisen –organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación– participó en la manipulación de los videos.<sup>36</sup>

En su crítica al PRD, *La Jornada* señala que llegó a su octavo Congreso sumido en la peor crisis de su historia y sin ha-

<sup>35</sup> "Corrupción: pistas múltiples", *La Jornada*, 9 de marzo de 2004.

<sup>36</sup> "Videos: desde las cloacas del poder", *La Jornada*, 11 de marzo de 2004.

ber logrado superar, en tres lustros de existencia, el tribalismo, el caudillismo y los rescoldos corporativos que constituyen su vicio de origen. El aspecto más visible de esta crisis es la manifestación de corrupción que salió a la luz pública a través de la exhibición en los medios de cuadros destacados del partido al momento de recibir dinero. Si bien ello pudo ser producto de una conspiración para desacreditar al perredismo y a su más importante posición de poder, el Gobierno del Distrito Federal, lo fundamental es que, con conjura o sin ella, la corrupción encontró condiciones para instalarse en las filas perredistas y personas dispuestas a dejarse corromper. La solución para salir de esta crisis es la de institucionalizar al PRD.<sup>37</sup>

Finaliza esta primera coyuntura con dos editoriales que apoyan la tesis del complot. De acuerdo a *La Jornada*, el titular de la Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delincuencia Organizada de la Procuraduría General de la República, José Luis Santiago Vasconcelos, dio una prueba del involucramiento de diversos funcionarios federales en la distorsión de los escándalos de Carlos Ahumada para alimentar un clima de linchamiento mediático, y acaso judicial, contra el Gobierno del Distrito Federal, su titular, López Obrador, y el proyecto político y social que representa.<sup>38</sup> Tras la detención en Cuba de Carlos Ahumada, el reclamo por el Paraje San Juan podría ser visto como el primer capítulo, fallido, de la conspiración, ahora evidente, orientada a desprestigiar al Gobierno del Distrito Federal y eliminar mediante maniobras de opinión pública o un proceso de inhabilitación de apariencia legal, a López Obrador de la competencia electoral de 2006.<sup>39</sup>

Por lo que respecta a los articulistas de opinión, en relación a la posible existencia de un complot, uno de ellos se

<sup>37</sup> "Los desafíos del PRD", *La Jornada*, 26 de marzo de 2004.

<sup>38</sup> "PGR: procuración facciosa", *La Jornada*, 7 de abril de 2004.

<sup>39</sup> "Capturas en La Habana", *La Jornada*, 22 de abril de 2004.

pregunta: ¿hay alguien más detrás de estos hechos?, ¿hay una conjura? No puedo afirmarlo, pero sería una ingenuidad absoluta pensar que no hay una agenda, impulsada y concertada para conseguir, justamente, deteriorar a López Obrador durante varias semanas hemos vivido bajo el signo de la corrupción.<sup>40</sup> Que el mensaje que el gobierno foxista ha enviado al país con la campaña mediática de este mes de marzo de 2004 contra el jefe de gobierno capitalino y el PRD es muy claro: y es que el actual grupo en el poder está dispuesto a todo con tal de no soltar el poder, y que la disputa por la silla presidencial en 2006 va a ser sin reglas y sin principios.<sup>41</sup> También se señala que el complot fue realizado por Carlos Salinas de Gortari, quien deseaba vengarse de Ponce por haber sido el principal acusador de su hermano Raúl y destruir al mismo tiempo a López Obrador. Además de mencionar que Ahumada vendió a Salinas el material que videograbó en sus oficinas y en Las Vegas, con el apoyo de Los Pinos, el procurador Rafael Macedo de la Concha, el secretario de Gobernación, Santiago Creel y con la asesoría del senador Diego Fernández de Cevallos.<sup>42</sup> Se asegura que a Ponce lo investigaban por un delito federal: lavado de dinero. El gobierno federal tenía la información para detenerlo y no lo hizo. Prefirió difundir el video.<sup>43</sup> “Los videos, que fueron el arma del gobierno foxista para tratar de destruir a quien consideraban un obstáculo para 2006, son ahora su perdición, pues empiezan a mostrar su imbricación en las acciones ilegales de un complot”.<sup>44</sup>

El *affaire* Ahumada no consiguió los objetivos políticos que se proponían los grupos de Fox y de Salinas con vistas a 2006, y sí logró evidenciar el nivel de corrupción y de incom-

<sup>40</sup> Adolfo Sánchez Rebolledo, “Corrupción”, *La Jornada*, 11 de marzo de 2004.

<sup>41</sup> Luis Javier Garrido, “El complot”, *La Jornada*, 12 de marzo de 2004.

<sup>42</sup> Luis Javier Garrido, “La trama”, *La Jornada*, 16 de abril de 2004.

<sup>43</sup> Octavio Rodríguez Araujo, “Crisis política”, *La Jornada*, 22 de abril de 2004.

<sup>44</sup> “Las cenizas”, Luis Javier Garrido, *La Jornada*, 7 de mayo de 2004.

petencia de las cuatro principales dependencias del gobierno foxista que se involucraron junto con Los Pinos en la preparación de ese complot delictivo, y que ahora buscan su ocultamiento –la Procuraduría General de la República y las secretarías de Gobernación, Hacienda y de Relaciones Exteriores.<sup>45</sup>

## *Reforma*

En esta coyuntura, la mayoría de los articulistas de opinión del periódico *Reforma*, sostienen una política de opinión en contra de López Obrador. El marco de diagnóstico de los articulistas es el de la corrupción, mencionado de manera explícita sólo por dos de ellos.<sup>46</sup>

Los editorialistas de *Reforma* escriben sobre lo que consideran los rasgos característicos de la imagen del candidato del PRD. En primer lugar, se le define como un candidato incapaz de elegir sus colaboradores. Se menciona que no existen personas más cercanas al jefe de gobierno del DF que las tres que han sido cuestionadas recientemente. Su chofer Nico, su Tesorero Gustavo Ponce y el que fuera su secretario particular y actual líder de la fracción perredista de la asamblea capitalina René Bejarano. Aquí se le acusa o bien de incapacidad para elegir a sus colaboradores o de complicidad.<sup>47</sup> O es un hombre y un político mediocre que no sabe escoger a sus

<sup>45</sup> Luis Javier Garrido, "El engaño", *La Jornada*, 14 de mayo de 2004.

<sup>46</sup> Manuel Jáuregui, "Humo y espejos", *Reforma*, 26 de marzo de 2004, Ezra Shabot, "¿Complot?", *Reforma*, 12 de mayo de 2004.

<sup>47</sup> "Es falso de toda falsedad que López Obrador no supiera de los viajes a Las Vegas de su Tesorero [...] Cualquier persona que sepa cualquier cosita de política y gobiernos sabe que los subalternos de alto nivel no se MUEVEN a ningún lado sin la venia y el conocimiento expreso de su Jefe. Uno de los requisitos obligados para cualquier funcionario de alto nivel, de municipio para arriba, es el estar localizable 24/7 (horas y días)", Manuel Jáuregui, "Devaluada la política", *Reforma*, 4 de marzo de 2004.

colaboradores ni controlarlos o es un político malicioso y astuto que jugó con dos personajes turbios pero leales y que le resolvían los problemas políticos y financieros.<sup>48</sup> En segundo lugar, se le califica como el candidato que representa el retorno del viejo PRI, un emisario del pasado.<sup>49</sup> En tercer lugar, se le acusa de ser el candidato responsable de la desviación de los recursos destinados a los servicios urbanos como vía para llegar a la Presidencia de la República,<sup>50</sup> el candidato de la obra pública permanente y de los *déficits* que también lo serán.<sup>51</sup> En cuarto lugar, se le define como un dictador. La idea del complot es, en todo caso, un instrumento simplificador de la realidad, diseñada con la intención de justificar lo injustificable: el autoritarismo y la corrupción.<sup>52</sup> Otro articulista señala que mientras López Obrador no critique al gobierno de Fidel Castro en sus maneras dictatoriales de gobernar le lleva a sospechar que “la dictadura de Fidel le parece a Andrés Manuel una forma muy adecuada de gobernar a un pueblo”.<sup>53</sup> De ahí la analogía con Hugo Chávez: “Ambos menosprecian las instituciones, desconfían de la democracia ‘formal’ y están convencidos de que su misión última es encabezar la liberación del pueblo. Un pueblo, un *Führer*: Hugo para los venezolanos, Andrés para los mexicanos”.<sup>54</sup> Se le señala como un precandi-

<sup>48</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “¡Valiente honestidad!”, *Reforma*, 6 de marzo de 2004.

<sup>49</sup> *Idem*.

<sup>50</sup> Jorge Castañeda, “Ahumada y López Obrador”, *Reforma*, 10 d marzo de 2004.

<sup>51</sup> Denise Dresser, “Contra los hombres providenciales”, *Reforma*, 29 de marzo de 2004.

<sup>52</sup> Ezra Shabot, “¿Complot?”, *Reforma*, 12 de mayo de 2004.

<sup>53</sup> Enrique Canales, “El PRD se cubanizó”, *Reforma*, 11 de mayo de 2004.

<sup>54</sup> “No hay, pues, que chuparse el dedo. Si AMLO gana la presidencia en el 2006, no estaremos ante la alternancia de la alternancia, y la consecuente consolidación de nuestra democracia, sino ante el entronizamiento de un caudillo que no respetará límites ni instituciones”, Jaime Sánchez Susarrey, “Andrés, Hugo y el pato”, *Reforma*, 13 de marzo de 2004.

dato que organiza, con recursos públicos, manifestaciones de apoyo, “con acarreados comprados, como público pagado para rebotar autoelogios, rollo demagógico, fantasías y ocurrencias estrafalarias. Este tipo de ‘eventos’ son propiedad exclusiva de los grandes demagogos de la historia, en su mayoría de corte fascista: ya zurdos o derechos”.<sup>55</sup> Se menciona la trilogía López Obrador, Hugo Chávez y Fidel Castro.

El comunicado de la cancillería cubana precisa que el caso es un escándalo político y no legal, le da la razón al jefe de Gobierno en la teoría del complot y señala que Carlos Ahumada confesó haber urdido la conspiración con meses de antelación... Fidel se ha echado así a Andrés Manuel al bolsillo y, además, se ha convertido en uno de sus principales aliados para el 2006 (Dios los hace y ellos se juntan... Hugo, ahí te hablan, sólo faltas tú).<sup>56</sup>

Y por último, aparece la justificación para que la campaña negativa pase a convertirse en guerra sucia, mediante el empleo del lenguaje obsceno, tal y como lo expresa un articulista del periódico *Reforma*:

Estiércol mental es un descriptor adecuado para referirme a las declaraciones y a las justificaciones del Niño Verde, René Bejarano, Rosario Robles, Andrés Manuel y otros en relación a la serie de videos[...] ya se anunció el próximo lanzamiento de estiércol mental en el Zócalo donde Andrés Manuel expresará el siguiente argumento: a) si el Zócalo lleno de gente grita que yo no soy corrupto, b) eso demuestra que yo no soy corrupto. A todos nos conviene que el PRD se dé un baño de lejía, incluyendo su forma de pensar tan estiercolera.<sup>57</sup>

<sup>55</sup> Manuel Jáuregui, “Más a Chávez”, *Reforma*, 17 de marzo de 2004.

<sup>56</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “De Cuba con amor”, *Reforma*, 10. de mayo de 2004.

<sup>57</sup> Enrique Canales, “Estiércol mental”, *Reforma*, 9 de marzo de 2004.

## EL DESAFUERO

La segunda crisis que vivió López Obrador como jefe de gobierno fue la del proceso del desafuero. El proceso de desafuero seguido en contra de López Obrador abarca del 17 de mayo de 2004 al 27 de abril de 2005. En este proceso, destacan tres fechas. La primera, es la del 17 de mayo de 2004 cuando se anuncia de parte de la Procuraduría General de la República (PGR) que solicitará el desafuero del jefe de gobierno capitalino, Andrés Manuel López Obrador para procesarlo por desacato a una orden judicial en torno al litigio del predio El Encino. La segunda, el 7 de abril de 2005, cuando los diputados del Congreso de la Unión votan en su mayoría por el desafuero de López Obrador. La tercera, el 27 de abril de 2005, con el discurso del Presidente de la República Vicente Fox Quezada, quien anuncia que su gobierno no impedirá a nadie competir en las elecciones presidenciales de 2006.

En 2004, se responsabilizó al Gobierno del Distrito Federal de violar una orden judicial que exigía la suspensión de la construcción de una calle cercana a un terreno expropiado años atrás por administraciones anteriores.<sup>58</sup> Aunque los trabajos fueron suspendidos, se alegó que el cumplimiento de la orden había sido dilatorio y se responsabilizó directamente a López Obrador. El gobierno federal encabezado por Vicente Fox solicitó, por medio de la Procuraduría General de la República, un juicio de desafuero al Congreso de la Unión, para que López Obrador respondiese ante la justicia por sus presuntas

<sup>58</sup>El proceso se origina en la demanda al Gobierno del Distrito Federal sobre la base de expropiación incorrecta de "El Encino". El 9 de noviembre de 2000, la entonces Jefa de Gobierno, Rosario Robles, expropió un terreno llamado "El Encino", ubicado en Santa Fe, Cuajimalpa, el dueño demandó al gobierno el 11 de marzo de 2004.

responsabilidades.<sup>59</sup> El tema originó una controversia en la opinión pública, ya que López Obrador consideraba el proceso de desafuero como una maniobra política para eliminarlo como candidato a la Presidencia de la República en el 2006, debido a que aun cuando se le declarara inocente, no podría registrarse como candidato mientras tuviera curso el proceso. El desafuero se consumó el 7 de abril de 2005 con el voto a favor de los diputados de los partidos Acción Nacional y Revolucionario Institucional (la Cámara de Diputados votó por 360 a favor, 127 en contra y dos abstenciones), como consecuencia se llevaron a cabo grandes movilizaciones populares en rechazo, por lo cual el presidente Vicente Fox terminó por anunciar que su gobierno no impediría a nadie ser candidato en el 2006.

### *La Jornada*

Durante el proceso del desafuero, *La Jornada* continúa como política de opinión el marco interpretativo del complot y adopta una posición crítica en contra del presidente Vicente Fox y los miembros de su gabinete a quienes señala como partícipes del complot. El presidente es acusado de ser el defensor de intereses transnacionales y oligárquicos, miembro de “una facción que ha perdido el rumbo, la lucidez y el control de sí misma y del país”. Y que, en su interés por eliminar a López Obrador de las elecciones de 2006, ha generado dos incidentes diplomáticos.<sup>60</sup> En otro editorial, se critica al Ejecutivo federal por dejar correr los primeros tres años y seis meses de su sexenio, procesos legales irregulares que habrían podido

<sup>59</sup> Como Jefe de Gobierno del Distrito Federal desde 2000, López Obrador tenía, como muchos otros funcionarios de su nivel, fuero constitucional; es decir, no podía ser sujeto a un proceso administrativo o penal a menos que el Congreso de la Unión, por alguna excepción, decidiera retirárselo.

<sup>60</sup> “El verdadero rostro del foxismo”, *La Jornada*, 19 de mayo de 2004.

ocasionar un pago de más de mil 800 millones de pesos con cargo al erario público, o bien con la destitución del jefe del gobierno capitalino, y la decisión de López Obrador de no pagar la indemnización por el predio de San Juan, se señala como correcta.<sup>61</sup> En ocasión de la marcha “México contra la delincuencia”, se comenta que Vicente Fox ha asumido un protagonismo en la convocatoria a la marcha y su declaración en el sentido de que el Distrito Federal es la entidad de más alta criminalidad en el país.<sup>62</sup> El mes de agosto, Vicente Fox se pronuncia a favor de que los diputados de su partido, en el próximo periodo legislativo aprueben el desafuero al Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, como “una oportunidad de sentar precedente para que ningún gobernante vuelva a intentar ponerse por encima de la ley”.<sup>63</sup> En octubre, en su página editorial, *La Jornada* asegura que el complot existió y que funcionarios de la Procuraduría General de la República, del Cisen (dependiente de la Secretaría de Gobernación, que encabeza Santiago Creel) y el senador Diego Fernández de Cevallos participaron, días antes de que estallara el escándalo, en una reunión con Ahumada, en un hotel capitalino.<sup>64</sup>

Como un “golpe de Estado parlamentario” califica *La Jornada* a la alianza entre el PRI, el PAN y el gobierno federal.<sup>65</sup> Y critica el pacto entre el presidente de la Cámara de Diputados, Manlio Fabio Beltrones, y los coordinadores de las bancadas panista y priísta de esa instancia, Emilio Chuayffet y José Gon-

<sup>61</sup> “Paraje San Juan: El descaró”, *La Jornada*, 28 de mayo de 2004.

<sup>62</sup> “Marcha: Injerencia indebida”, *La Jornada*, 26 de junio de 2004.

<sup>63</sup> “Inadmisibles uso faccioso del poder”, *La Jornada*, 20 de agosto de 2004.

<sup>64</sup> “La doble moral del grupo gobernante”, *La Jornada*, 20 de octubre de 2004. Posteriormente, el gobierno federal ante la expulsión de Cuba de Ahumada, reacciona con la expulsión del representante cubano y una virtual ruptura de relaciones. De acuerdo a *La Jornada*, ello vino a reforzar la percepción generalizada de que el presidente Vicente Fox y su equipo estaba tratando de ocultar su participación en la difusión de los videos.

<sup>65</sup> “Cómplices y liberticidas”, *La Jornada*, 2 de abril de 2005.

zález Morfín orientado a aprobar el desafuero de López Obrador.<sup>66</sup> Días más tarde, el 7 de abril de 2005, el editorial señala que 360 diputados federales

aprobaron la destitución de un gobernante democráticamente elegido legalizaron una conjura que, como se dijo ayer en este espacio, no es sólo contra los derechos ciudadanos de Andrés Manuel López Obrador, los votantes de la ciudad de México y la izquierda democrática y civilista; es, también, y sobre todo, un atentado a las perspectivas de la democracia en el país, una negación de las posibilidades de construir una nación más justa, libre y equitativa por medios pacíficos e institucionales. Es, también, una confirmación del control del país y de sus instancias de poder por parte de una coalición clandestina político-empresarial que tiene como instrumentos al actual grupo gobernante y a las dirigencias priísta y panista y, por medio de éstas, al Poder Legislativo.<sup>67</sup>

Al día siguiente, *La Jornada* habla de un “golpe de Estado preventivo, perpetrado por el foxismo contra un aspirante a la presidencia”.<sup>68</sup> Finalmente, reconoce que

la noche del 27 de abril Vicente Fox asumió, por tercera ocasión en lo que va de su mandato (hay que recordar la cancelación del proyecto de aeropuerto en San Salvador Atenco y la oposición a la guerra estadounidense contra Irak) talla de verdadero estadista: en el momento en que el mandatario decidió desmarcarse de la conspiración fraguada en su entorno inmediato y garantizar los derechos políticos de López Obrador y sus seguidores, y deponer el hostigamiento oficial en su contra.<sup>69</sup>

<sup>66</sup> “Los operarios de la guillotina”, *La Jornada*, 5 de abril de 2005.

<sup>67</sup> “Por lo que hace al gobierno de Vicente Fox, el grupo gobernante ha dado un paso sin retorno desde su, inepto, reaccionario y más o menos apacible, a una inocultable versión moderna del huertismo.” “La oligarquía de siempre”, *La Jornada*, 8 de abril de 2005.

<sup>68</sup> “El codo borra lo que escribe la mano”, *La Jornada*, 9 de abril de 2005.

<sup>69</sup> “Las voces de la conjura”, *La Jornada*, 29 de abril de 2005.

¿Cuál es la política de opinión de los articulistas de *La Jornada*? En su mayoría, los articulistas mantienen una posición favorable frente a Andrés López Obrador. Luis Javier Garrido, considera absurda la acusación penal del gobierno federal en contra de López Obrador y un acto de grave irresponsabilidad de Vicente Fox con el propósito de inhabilitar a López Obrador como candidato en 2006. Asimismo, menciona las declaraciones del ex canciller Jorge Castañeda, sosteniendo que hay que impedir llegar a la Presidencia a quien tanto odian “por las buenas, por las malas o como sea”, como parte de la preparación para el 2006 de “una elección de Estado”.<sup>70</sup>

## Reforma

En la coyuntura del desafuero, los articulistas de opinión del *Reforma* adoptan una política de opinión de ataque en contra de López Obrador.<sup>71</sup> Jaime Sánchez Susarrey califica a López

<sup>70</sup>Luis Javier Garrido, “La acusación”, *La Jornada*, 21 de mayo de 2004, Luis Javier Garrido, “La inhabilitación”, 28 de mayo de 2004.

<sup>71</sup>Una de las excepciones la encontramos en Guadalupe Loeza, tomemos como ejemplo, dos de sus artículos: “Por lo que se refiere a la manifestación en apoyo al Jefe de Gobierno, era impresionante la cantidad de gente, de jóvenes, mujeres, hombres y niños que le manifestaban su solidaridad. Era impresionante el furor y la alegría con que gritaban todas esas gargantas que no se cansaban de recordarle: “¡iiiNo estás solo, no estás solo!!!”. Y vaya que no estaba solo, en todo caso en esos momentos, en que lo acompañábamos 100, 200, 300, 400 mil personas, las que hubieran sido. Lo importante era que le quedara bien claro tanto a AMLO que estábamos con él, así como al Gobierno de Fox que muchos, muchísimos no estamos de acuerdo con su desafuero”, Guadalupe Loeza, “¡iiiNo, al desafuero!!!”, *Reforma*, 30 de agosto de 2004.

“En prácticamente todos los periódicos, de prácticamente todos los caricaturistas, su cartón del lunes estaba pintado todo de negro. La mayoría lo había titulado con la siguiente frase: La justicia ha muerto. Por ejemplo, los de *La Jornada*, en el de Magú se leía: ¡No al desafuero! El Fisgón, Helguera, Rocha, Rius y Ahumada escribieron: ¡No a la canallada del desafuero! Los moneros que también estaban enlutados por el caso El Encino: La Justicia ha muerto eran Jabaz, Patricio y Hernández de *Milenio Diario*. Por su parte, Naranjo y Helioflores de *El Universal* también manifestaron su descontento,

Obrador como un personaje que miente, incompetente y cómplice de la corrupción, que tiene dificultades para percibir la realidad, un personaje “paranoico”, con complejo de persecución y que tiene problemas de personalidad. No importa dónde esté, siempre descubrirá complots y se verá a sí mismo como “la encarnación del bien”.<sup>72</sup> Al comentar una foto en la cual aparecen el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México y los miembros de su gabinete, este articulista, le atribuye a su discurso de ese día el título de “El manifiesto del Peje” y considera que el llamado a las movilizaciones y los actos de protesta, constituyen veleidades golpistas en el que se está pronunciando abiertamente por subvertir o abolir el orden legal existente. Y agrega, que esa foto “expele aromas insurreccionales y golpistas. Huele a pólvora”.<sup>73</sup> Se define la imagen de López Obrador como la de un líder autoritario: “El mejor caldo de cultivo para que los *líderes autoritarios y providenciales* lleguen al poder es, justamente, el de la crisis de las instituciones democrá-

---

pintando su espacio de negro, en el cual nada más se leía: ¡No a la canallada del desafuero! Daba tristeza constatar cuán tristes estaban todos estos moneños, periodistas cuyo único objetivo es, semana a semana, hacernos reír de la realidad política mexicana. Por otro lado, daba gusto ver su unión respecto a una misma protesta. Cuento lo anterior porque ayer también yo quería mandar al periódico mi texto todo de negro”, Guadalupe Loaeza, “Apachurramiento moral”, *Reforma*, 5 de abril de 2005.

<sup>72</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “AMLO: impedimentos”, *Reforma*, 29 de mayo de 2004.

<sup>73</sup> “La foto del jueves de la semana pasada en varios diarios nacionales me evocó inmediatamente a Franqui, aunque no exactamente por las mismas razones. Lo que ambas tienen en común es *el aliento revolucionario y el olor a pólvora*. En la foto de hace una semana aparece el Jefe de Gobierno de la Ciudad de México y los miembros de su gabinete. Alguien que está convencido de que las instituciones no existen o que están al servicio de una camarilla con intereses y convicciones perversas, emprenderá más temprano que tarde una *operación de limpieza* para librar al pueblo de semejante yugo. Si dicha operación se encabeza, como hizo *Hugo Chávez*, desde la Presidencia de la República, tanto mejor. ¡*Patria o muerte, venceremos!* Y sí, la foto del jueves de la semana pasada expele *aromas insurreccionales y golpistas. Huele a pólvora*”, Jaime Sánchez Susarrey, “Retrato de gobierno”, *Reforma*, 19 de junio de 2004.

ticas. Así ha ocurrido en la historia de América Latina, pero también de Europa. Baste recordar el ascenso del *fascismo* y el *nazismo* en Italia y Alemania en la primera mitad del siglo xx".<sup>74</sup>

En esta fase, la estrategia de López Obrador es calificada de la preparación para una lucha de largo plazo.

Su objetivo es revolucionario en sentido estricto. En su discurso en el Zócalo, el jueves pasado, fue muy claro: Nuestro objetivo principal es la regeneración de la vida pública de México, ahora con más razón debemos emprender una renovación tajante, una verdadera purificación de la vida pública; ahora más que nunca debemos echar a andar un gran movimiento transformador capaz de crear una nueva legalidad, una nueva economía y una nueva convivencia social, con menos desigualdad y más justicia social.<sup>75</sup>

En el discurso del 24 de abril de 2005, pronunciado en el zócalo capitalino después de la manifestación que agrupó a más de un millón y cuarto de manifestantes, López Obrador señala que la campaña en su contra es impulsada desde Los Pinos.

*[...]el asunto del desafuero no es de naturaleza jurídica, sino política.*

*La consigna es inhabilitarme políticamente para que mi nombre no aparezca en las boletas electorales de 2006.*

<sup>74</sup>Jaime Sanchez Susarrey, "La hora de Lopez", *Reforma*, 21 de agosto de 2004.

<sup>75</sup>"El asalto al poder no debe ni puede ser a través de un partido político (el PRD), que por cierto es débil, sino mediante un movimiento social que dependa directamente de él. Las masas y su líder se deben comunicar directamente, sin intermediarios. Por eso, el jueves anunció la formación de un comité ciudadano, en el que participan los perredistas, pero que no depende ni se subordina a ninguna organización constituida... Lo único que cambió con el desafuero es la estrategia para tomar el poder. Mientras consideró que la vía electoral y estrictamente legal estaba abierta, moderó su discurso y se presentó como un hombre tranquilo y moderado (aunque en varias ocasiones dio zarpazos, como en el caso del Paraje San Juan). Ahora que considera que este camino le fue cerrado, optará por la vía alterna", Jaime Sánchez Susarrey, "Regeneración y purificación", *Reforma*, 9 de abril de 2005.

[...] Pretenden apropiarse el derecho del pueblo a elegir; quieren decidir desde Los Pinos, como antes, sobre quién sí y quién no debe participar en la contienda electoral de 2006. Esto es a todas luces un agravio y un retroceso a la incipiente democracia mexicana.

[...] El Presidente de México debe actuar como hombre de Estado, como estadista, no debe comportarse como jefe de partido, de facción o de grupo. El Presidente debe representar a todos los mexicanos. El Presidente debe ser factor de concordia y de unidad nacional. *El Presidente no puede utilizar a las instituciones de manera facciosa para ayudar a sus amigos ni para destruir a sus adversarios.* La política, aunque se piense lo contrario, porque la han manchado los malos políticos, pero *la política es tan limpia que ni los más sucios políticos van a poder mancharla.* La política es un noble oficio, es lo que permite al ser humano ponerse al servicio de los demás.<sup>76</sup>

El proceso de desafuero termina el 27 de abril de 2005 con el discurso de Vicente Fox anunciando que su gobierno no impediría a nadie competir en las elecciones presidenciales de 2006. Al respecto, el articulista de opinión ya mencionado opinaba:

Para López Obrador, lo ocurrido constituye una victoria en varios frentes[...] Las encuestas muestran que una buena parte de la población, equivocadamente o no, creyó en la denuncia del complot que buscaba privarlo de sus derechos políticos. Pero además, y por último, la víctima acosada y perseguida se yergue ahora como un líder astuto y valiente, vaya, como un personaje indestructible.<sup>77</sup>

<sup>76</sup> *La Jornada*, 25 de abril de 2005.

<sup>77</sup> Jaime Sánchez Susarrey, "Y sí, apenas empieza", *Reforma*, 30 de abril de 2005.



## La campaña electoral

### EL FRAMING DE LA CAMPAÑA ELECTORAL

Existe una amplia literatura acerca de la forma en que los medios de comunicación, especialmente los medios impresos, cubren las campañas electorales (Devitt, 1997; Covington *et al.*, 1993; Gan *et al.*, 2005; Broh 1980; Burden, 2002; Iyengar *et al.*, 2004; Jones, 2003; Kahn, 1991; Kahn y Kenney 2002; Kiouisis y McCombs, 2004; Koetzle y Brunell, 1996; Lichter y Smith, 1996). La mayor parte de esta literatura se ha confinado al caso de los Estados Unidos, aunque cada vez existen más estudios que analizan la mediatización de las campañas electorales en otros países (Strömback y Luengo, 2006; Strömback, 2007; McCombs *et al.*, 1997; Rawnsley 1997; Hughes y Lawson, 2004). Una de las conclusiones más importantes a las que han llegado los estudiosos del caso norteamericano, es que los medios de comunicación tienden a adoptar el “marco” (*frame*) del “juego” (*strategic game*) para comunicar a las audiencias las noticias de política y, en especial, las campañas electorales. Este marco produce dos tipos de interpretaciones generalizadas sobre los procesos políticos (incluyendo la campaña electoral) y sobre los propios políticos. En primer lugar, el marco del juego invita a centrar la atención

en cómo se juega el juego, es decir, invita a la audiencia a valorar las habilidades de los jugadores para comportarse según las reglas del juego. En términos periodísticos, el marco del juego influye en la forma en que los periodistas presentan las noticias de política, en especial las de las campañas electorales. De esta manera, los periodistas tienden a hacer énfasis en las estrategias, más que en los temas de campaña; hacen juicio sobre las buenas o malas movidas de los jugadores; toman nota de las modificaciones en la estrategia después de una movida juzgada equivocada. Por otra parte, al explicar la política en general y las campañas electorales en particular como un juego, se induce a considerar que la única motivación de los políticos es, precisamente, ganar el juego. Sólo el interés propio en obtener la victoria (y obtener poder) es lo que motiva a los políticos. Una consecuencia es que los periodistas desestiman sistemáticamente en sus reportajes, cualquier otra motivación que los políticos pudieran expresar para explicar su conducta política (considerando, en general, esas otras motivaciones, en el mejor de los casos, como subordinadas a la motivación central de ganar, y en el peor, como una máscara cínica que oculta esa motivación central). Otra conclusión importante es que la preferencia por el marco del juego para interpretar y comunicar los eventos políticos es, en buena medida, el efecto de la orientación comercial de los medios de comunicación. Orientados a obtener la mayor audiencia posible, los medios de comunicación tienden a orientar su política editorial según la máxima de la novedad y el dramatismo. El marco del juego tiende a cumplir con ambas expectativas. En efecto, al centrar la atención en el desarrollo del juego electoral, los medios dramatizan la campaña electoral, ofreciendo un gancho para que la audiencia se identifique emocionalmente con el desarrollo del juego. Es por ello que algunos investigadores han utilizado la metáfora de la “carrera

de caballos" (*horse-race*) para hacer referencia a la forma en que los medios tienden a comunicar la campaña electoral: todo queda reducido a una carrera en la cual los competidores pelean por la punta o por no quedar atrás (véase Broh, 1980; Iyengar *et al.*, 2004). Finalmente, los investigadores han concluido que esta forma de comunicación política disminuye la calidad del proceso político democrático, al propiciar el cinismo tanto entre el electorado como entre los propios actores políticos (véase Capella y Jamieson, 1996). Por ejemplo, Patterson (1996, 1998) ha destacado tres consecuencias negativas del comercialismo sobre la calidad de la democracia norteamericana: 1) Enmarcar la política y las campañas electorales como un juego despolitiza al proceso político, pues los temas políticos son considerados (tanto por los electores como por los propios actores políticos) como meros recursos dentro del intento por ganar el juego, y no como objetos de un debate serio. 2) El comercialismo impulsa a los periodistas a identificarse más como intérpretes de la política que como comunicadores de la misma; es decir los reportajes noticiosos tienden a ser más interpretativos que descriptivos. 3) Como consecuencia de lo anterior, los propios políticos tienen cada vez menos espacios para expresar su propia voz en los medios; hay una tendencia a la disminución del tiempo que los políticos pueden hablar en televisión o radio, y una disminución en el número de líneas en los que se cita directamente a los políticos. En general estas tres consecuencias determinan que los medios de comunicación transmitan los aspectos más negativos de la política, contribuyendo así a la insatisfacción y al desapego de los ciudadanos respecto al sistema político. Los medios, no se convierten en medios de transmisión de información política para la ilustración de los ciudadanos.

Existe cierta evidencia de que esta forma de enmarcar la política y las campañas electorales como un juego ha ido ge-

neralizándose progresivamente en otros países democráticos muy diferentes a Estados Unidos. Por ejemplo, en un análisis comparado sobre la forma en que los periódicos enmarcan la política en Suecia y en España, Strömbäck y Luengo (2006) encuentran que, en general, el marco del juego tiende a predominar como la forma de interpretación de la competencia electoral en ambos países. Pero, ¿qué podemos decir en el caso de un país en transición a la democracia como México? En este capítulo se presenta un análisis cualitativo de la forma en que *La Jornada* y *Reforma* interpretaron la campaña presidencial de 2006, especialmente en referencia a la figura de Andrés Manuel López Obrador.<sup>78</sup>

### *La Jornada*

Después de los sucesos vinculados a los videoescándalos y al desafuero, a partir de enero de 2006 el principal marco de referencia construido en la página editorial de *La Jornada* es el de la guerra sucia.

En la página editorial de *La Jornada*, el principal actor criticado es el Presidente de la República Vicente Fox. En dos de sus editoriales de mayo, este periódico señala que Vicente Fox “se empeña en convertir los comicios de julio próximo en una elección de Estado” y que “debe empezar a comportarse como estadista y no como jefe de la campaña de Felipe Calderón”.<sup>79</sup>

<sup>78</sup> Una descripción y análisis detallados de esta coyuntura y el discurso de campaña electoral pueden consultarse en mi libro *El framing del spot político* (Chihu, 2010).

<sup>79</sup> “La actitud del Ejecutivo federal ante las elecciones del próximo 2 de julio no deja lugar a dudas: el foxismo está empeñado en heredar la Presidencia a Felipe Calderón Hinojosa, y para ello no ha dudado en volcar el aparato propagandístico gubernamental en un nada sutil apoyo al aspirante panista, el cual, por su parte, no ha tenido escrúpulos para articular sus lemas y motivos electorales con el discurso y las líneas publicitarias del gobierno saliente. La connivencia del poder público con el partido del Presidente ha experi-

Y se le demanda que “saque las manos del proceso electoral”. Ya que con su apoyo propagandístico a Felipe Calderón, ha causado daño a “la precaria institucionalidad democrática, la cual parece sujeta a una regresión a los tiempos del *tapado*, el *dedazo*, la aplanadora oficial y otros conceptos de la subcultura política que habrían debido desaparecer tras la llegada a Los Pinos de un candidato no priista.”<sup>80</sup> Al Presidente de la República, se le acusa de activismo partidista y optar por no atender sus compromisos de gobierno y dedicarse de lleno a la campaña presidencial, cuyo principal objetivo es que su partido, el PAN, conserve el poder, para lo cual no ha dudado en atacar a los rivales del aspirante panista,<sup>81</sup> en especial al de la coalición Por el Bien de Todos, López Obrador. A Vicente Fox y sus colaboradores más cercanos se les cuestiona estar empeñado en heredar la Presidencia a Felipe Calderón Hinojosa y de volcar el aparato propagandístico gubernamental en apoyo al aspirante panista. Esta actitud representa “una escandalosa regresión a los peores tiempos del PRI” y que “el foxismo se empeña en convertir los comicios de julio próximo en una elección de Estado”. La página editorial de ese día termina haciendo un llamado al presidente “a comportarse como estadista y no como jefe de la campaña de Felipe Calderón”.<sup>82</sup> En esta perspectiva, a la figura presidencial se le acusa de dañar la

---

mentado una escandalosa regresión a los peores tiempos del PRI, cuando ese instituto político funcionaba como una mera extensión electoral de los instrumentos presidenciales. El político opositor que llegó a Los Pinos con la promesa de ‘cambiar’ las reglas del juego y de gobernar con sentido democrático y republicano es hoy un gobernante que no vacila en recurrir a los peores ardides con tal de desacreditar a los opositores y de heredar su cargo a un correligionario”, “Fox: ¿jefe de Estado o jefe de campaña?”, *La Jornada*, 19 de mayo de 2006.

<sup>80</sup> “Comicios bajo sospecha”, *La Jornada*, 23 de mayo de 2006.

<sup>81</sup> “Vacío de poder en el gobierno de Fox”, *La Jornada*, 21 de abril de 2006.

<sup>82</sup> “Fox: ¿jefe de Estado o jefe de campaña?”, *La Jornada*, 19 de mayo de 2006.

precaria institucionalidad democrática, “sujeta a una regresión a los tiempos del *tapado*, el *dedazo*, la aplanadora oficial y otros conceptos de la subcultura política que habrían debido desaparecer tras la llegada a Los Pinos de un candidato no priísta”. En suma, se le pide “sacar las manos del proceso electoral”.<sup>83</sup>

Por lo que se refiere al PAN, en su página editorial *La Jornada* lo acusa de desarrollar una campaña negativa y una “guerra sucia” en contra de López Obrador, en un editorial se pone como ejemplo uno de los *spots* de este partido en contra del candidato del PRD, y el *spot* es calificado como “terrorismo verbal que convierte al adversario en enemigo y busca exterminarlo porque un ‘peligro para México’ no se disipa con votos. La escalada de agresión ha ido de la ridiculez del desafue-ro al linchamiento moral con fines de aniquilamiento”.<sup>84</sup> De igual manera participan en esta campaña negativa el PRI con una serie de *spots* en contra de López Obrador y el IFE que ha rechazado las impugnaciones interpuestas por la coalición Por el Bien de Todos contra los *spots* en los cuales Roberto Madrazo reta a López Obrador a debatir y lo vincula a los hechos de corrupción cometidos por René Bejarano, Carlos Imaz y Gustavo Ponce. De acuerdo a ese editorial, el mensaje que deja el fallo del IFE es preocupante, porque el que debería ser el árbitro de las elecciones parece estar decantado hacia dos partidos PRI y PAN y no representa, como debería, a todas las organizaciones políticas del país. A dos meses de las elecciones, se corre el riesgo de contar con un IFE débil y parcial. Lo cual sería un golpe a la incipiente democracia mexicana.<sup>85</sup>

Un día antes de las votaciones por la elección presidencial, en su página editorial *La Jornada*, denuncia el sabotaje al

<sup>83</sup> “Comicios bajo sospecha”, *La Jornada*, 23 de mayo de 2006.

<sup>84</sup> “Las ‘manos limpias’ impulsan la guerra sucia”, *La Jornada*, 9 de abril de 2006.

<sup>85</sup> “IFE: vía libre a la guerra sucia”, *La Jornada*, 12 de abril de 2006.

sitio *web* de López Obrador, a través de la colocación de una carta falsa con fecha del 3 de julio en la que López Obrador llama a la población a la resistencia civil. “La *guerra sucia* contra Andrés Manuel López Obrador (AMLO), candidato de la coalición Por el Bien de Todos, tuvo ayer viernes su más reciente episodio de provocación cuando la página *web* [www.lopezobrador.org.mx](http://www.lopezobrador.org.mx) fue alterada para colocar una falsa carta del perredista, fechada el 3 de julio un día después de las elecciones, en la cual insta a la ciudadanía a comenzar de inmediato un movimiento permanente de resistencia civil hasta que se reconozca nuestra victoria.”<sup>86</sup>

¿Cuál es el enmarcado que construye el editorial de *La Jornada* sobre la imagen de Felipe Calderón?

<sup>86</sup>La información sobre la falsa carta fue manejada por varios medios sin rigor alguno, provocando entre algunos escuchas la sensación de que se trataba de una información veraz. A las 7:46 horas, Pedro Ferriz de Con, de Radio Imagen Informativa, señaló que AMLO ‘asume una derrota e invita a todos a reaccionar con una marcha civil’. Poco después, a las 8:02, Oscar Mario Beteta, de Radio Fórmula, aludió a la gravedad que implica que un partido político desvirtúe los resultados de la elección, tras lo cual entrevistó al consejero del Instituto Federal Electoral Virgilio Andrade, quien extrañamente dejó de lado su imparcialidad como funcionario electoral y respaldó la autenticidad de la carta... Minutos más tarde, a las 8:23, el vocero del PRD declaró en el mismo noticiero que la misiva era una provocación y deslindó a su partido de la misma. Vano esfuerzo: instantes después, Ferriz de Con le dio la palabra a Juan Molinar Horcasitas de la casa de campaña del Partido Acción Nacional, quien afirmó que ‘la carta tiene cierta credibilidad’. Acto seguido, Ferriz de Con se negó a darle espacio a Claudia Sheinbaum, de la campaña de AMLO, impidiéndole así desmentir la veracidad de la carta. Posteriormente, Beteta entrevistó a David Penchyna, integrante de la campaña del Partido Revolucionario Institucional, quien criticó al aspirante perredista sin importar que otros comunicadores, como Martín Espinoza, de Radio 98.5, y José Gutiérrez Vivó, de Monitor, habían informado poco antes sobre el *hackeo* de la página *web*... Extrañamente, la agencia estatal Notimex se hizo eco de esta interpretación amañada cuando publicó, a las 11:30, el despacho titulado ‘Se proclama AMLO ganador y llama a la resistencia civil permanente’. Notimex tan sólo difundió el deslinde del PRD a las 11:49. En contraste, más de una hora antes, a las 10:15, la nota de *El Universal* decía: “*Hackean* página de campaña de AMLO”, “Elecciones: zancadilla de última hora”, *La Jornada*, 10. de julio de 2006.

Durante el debate sostenido entre los cinco candidatos presidenciales *La Jornada* destaca el ataque de López Obrador en contra de Felipe Calderón, en donde el candidato de la coalición Por el Bien de Todos, se refirió a los contratos obtenidos en el sector público por la empresa Hildebrando S.A. de C.V., de la que es director Diego Hildebrando Zavala Gómez, y socia Margarita Zavala Gómez, cuñado y esposa, respectivamente, del aspirante panista a la Presidencia, Felipe Calderón Hinojosa. Y que concluye con la interrogante: “¿puede acaso presumir de ‘manos limpias’ un aspirante presidencial con un cuñado tan incómodo?”<sup>87</sup> A este respecto, según *La Jornada*, también el IFE se encuentra involucrado y señala que su autoridad llega disminuida y desacreditada a la culminación de las campañas políticas. Se denuncia la componenda bipartidista en la que se decidió la composición del Consejo General de ese organismo, en el cual el PRI y el PAN marginaron al PRD. Asimismo, se señala la existencia de las relaciones contractuales que vinculan al organismo electoral con la empresa Hildebrando S.A. de C.V., propiedad de Diego Zavala Gómez del Campo, cuñado del aspirante presidencial blanquiazul. Esta escasa credibilidad de IFE se ha extendido al padrón electoral, al Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP).<sup>88</sup> A este organismo también se le responsabiliza de no impedir el “terrorismo electoral” en que ha incurrido el PAN y no se pronuncia en relación a los anuncios del PAN que buscan provocar miedo entre los ciudadanos por un posible triunfo en las urnas de, y los *spots* en los cuales afirma que la gente podría perder hasta sus casas si López Obrador, a quien califican de un peligro para el país, vence en los comicios presidenciales.<sup>89</sup> No obstante, sí prohíbe los anuncios de la coali-

<sup>87</sup> “¿Manos limpias con cuñado incómodo?”, *La Jornada*, 8 de junio de 2006.

<sup>88</sup> “IFE: credibilidad y sospechas”, *La Jornada*, 13 de junio de 2006.

<sup>89</sup> “El terrorismo electoral, responsabilidad del IFE”, *La Jornada*, 24 de junio de 2006.

ción Por el Bien de Todos sobre Diego Hildebrando Zavala, el cuñado del candidato presidencial del Partido Acción Nacional, Felipe Calderón. El 27 de junio, se da a conocer la información emitida por Carmen Aristegui en el noticiero radiofónico Hoy por Hoy, en relación a que en un sitio de Internet al servicio de la campaña de Felipe Calderón era posible acceder, previa identificación de usuario (hildebrando117) y clave, a los registros del padrón electoral. Por lo que *La Jornada* exigía el esclarecimiento inmediato, profundo y público de las sospechas surgidas en torno a posibles manipulaciones del padrón (los rasurados, especialmente) orientadas a favorecer al candidato presidencial oficial.<sup>90</sup>

El marco de la guerra sucia también es sostenido los articulistas de opinión de *La Jornada*. Se denuncia que Vicente Fox está orquestando desde Los Pinos una ilegal campaña para imponer a Felipe Calderón.<sup>91</sup> Se critica al periódico *Crónica* en dos de sus titulares del 7 y 8 de marzo: “Células chavistas apoyan aquí eje Caracas-La Habana-México” y “Operan grupos bolivarianos 10 centros logísticos en DF” que dan a entender un supuesto apoyo político, ideológico y financiero que estaría recibiendo la candidatura de López Obrador de los gobiernos de Hugo Chávez y Fidel Castro.<sup>92</sup> Se denuncian los

<sup>90</sup> “El padrón, en manos de Hildebrando”, *La Jornada*, 27 de junio de 2006.

<sup>91</sup> Luis Javier Garrido, “El elector”, *La Jornada*, 20 de enero de 2006.

<sup>92</sup> “[...] la fabricación artificial de la información de *Crónica* tiene como finalidad trabajar sobre las emociones de la gente y dejar fijada la idea sobre el nuevo ‘eje del mal’ emergente (Chávez-Castro-López Obrador), así como reforzar la caracterización del candidato del PRD como una figura ‘violenta’, cuyos partidarios estarían formando ‘grupos de autodefensa’ para ‘resistir con las armas’ en caso de una derrota electoral en julio próximo. En definitiva, se trata de una típica acción de ‘distracción’ dirigida no tanto a influir sobre la razón como en las emociones, cuyo objetivo es ir generando un clima de caos que alimente la paranoia en la opinión pública con el fin de inducir, otra vez, el voto del miedo. Es decir, la fabricación de un consenso para que el actual sistema de dominación se siga reproduciendo.” Carlos Fazio, “Preparando el voto del miedo”, *La Jornada*, 13 de marzo de 2006.

*spots* sucios<sup>93</sup> y la guerra sucia:<sup>94</sup> “No deja de ser curioso que la guerra contra AMLO y su partido se dé desde el flanco ultrazquierdista de *la otra campaña* hasta el flanco ultraderechista de El Yunque, apoderado del PAN. ¿Por qué López Obrador ha sido convertido en el negro de la feria?”<sup>95</sup> Se denuncian los negocios del cuñado incómodo<sup>96</sup> con el padrón

<sup>93</sup>Luis Linares Zapata, “Los ayatolas de los *spots sucios*”, *La Jornada*, 3 de mayo de 2006.

<sup>94</sup>“La guerra sucia de Vicente Fox buscando impedir que Andrés Manuel López Obrador llegue a la Presidencia es contra el pueblo mexicano, al que con sus *spots* televisivos la derecha en el poder trata con profundo desprecio, buscando confundirlo y engañarlo para evitar que comprenda que el verdadero peligro para todos es el continuismo, y que con Felipe Calderón prosiga la destrucción de México como un proyecto soberano e independiente, lo que ha sido la obsesión de Fox [...] El verdadero peligro para México sería que un individuo sin principios y sin ética, y sometido a intereses del extranjero, como Felipe Calderón, ocupe la silla presidencial”. Luis Javier Garrido, “El peligro”, *La Jornada*, 2 de junio de 2006.

<sup>95</sup>La llamada *guerra sucia* de las campañas no es tal por una sencilla razón: las guerras son entre dos o más adversarios, y en el México de estos días pareciera que sólo hay un adversario: López Obrador, quien por lo general no ha querido entrar en esa guerra. Sólo excepcionalmente ha habido *spots* negativos de su lado en contra de Calderón o de Madrazo. La mayor parte de éstos han sido de propuestas, de exhibición de lo hecho como gobernante, de imagen. En cambio, del otro lado, los *spots* han sido elaborados con mentiras, con correlaciones absurdas, con acusaciones improbables, con [...], en fin, basura para consumo de una población que le cree a lo que ve en la televisión[...] El *subcomandante Marcos*, desde el 20 de junio de 2005 hasta ahora se ha dedicado a lo mismo, y con estilo similar: decir mentiras y amplificar verdades a medias. Su más reciente mentira fue el 2 de junio, según nota de Bellinghausen en este diario publicada el día siguiente. Es tal la obsesión de *Marcos* contra el PRD que en referencia a los *pecados* cometidos contra los atenquenses, dijo que el primero fue ‘la estupidez y la traición’ a cargo del perredista (y lo subrayó explícitamente) presidente municipal de Texcoco[...] ¿Por qué *Marcos* parece preferir el triunfo de Calderón que el de AMLO? Quizá esto tampoco sea un misterio. Por lo pronto, lo que se ve, es que la ultraderecha y la ultrazquierda coinciden en tirarle a López Obrador. ¡Curioso!, ¿no?”, Octavio Rodríguez Araujo, “Tirarle al negro”, *La Jornada*, 8 de junio de 2006.

<sup>96</sup>“El otorgamiento a la empresa privada de software Hildebrando, propiedad de los Calderón, tanto de un contrato para elaborar la base de datos del padrón de electores y del Programa de Resultados Electorales Prelimina-

electoral y a la denuncia de la guerra sucia, le continúa el presagio de un fraude.<sup>97</sup>

Los articulistas de opinión de *La Jornada* utilizaron el marco del juego para interpretar las elecciones presidenciales del año 2006. Así, por ejemplo, Leon Bendesky, en una crítica generalizada a todos los candidatos en campaña, les atribuye sólo una motivación: “tener poder: todo el poder que se logre alcanzar”.<sup>98</sup> En otro ejemplo aún más claro, Octavio Rodríguez Araujo, en una crítica hacia la campaña negativa lanzada por el PAN en contra de Andrés Manuel López Obrador, sostiene que la campaña electoral ha dejado de ser un debate para convertirse en un “juego”: “Las campañas electorales, que debieran ser debates de proyectos para el país y sus habitantes, se han convertido en peleas de gallos con todos los criminales trucos que sus dueños emplean para divertir a los nada respetables (pero sí sanguinarios) espectadores”.<sup>99</sup> Algunas

---

res del IFE (*La Jornada*, 20/4), como de cuatro contratos entre 2003 y 2005 para elaborar el mecanismo por el cual la Sedeso maneja los padrones con la información detallada de 41.9 millones de mexicanos incluidos en los programas de combate a la pobreza y de Liconsa (*La Jornada*, 13/5) fue el segundo escándalo que tampoco pudo responder el candidato del PAN, a pesar de que entrañaba un tráfico de influencias de miembros de su familia y graves delitos electorales y que confirmaba *la manipulación que hacía el gobierno de Fox del proceso electoral*”, Luis Javier Garrido, “El escándalo”, *La Jornada*, 9 de junio de 2006.

<sup>97</sup> “El fraude electoral ha tenido históricamente dos vertientes: las presiones ilícitas a los votantes, configuradas por la *guerra sucia* en los medios, la compra de votos y las amenazas a los votantes en su sitio de trabajo, y la de las manipulaciones al padrón y a la votación, que parece estarse preparando”, Luis Javier Garrido, “El árbitro”, *La Jornada*, 23 de junio de 2006. “La campaña terminó, como era de esperarse, con una andanada de esports deleznales del panismo, de rumores de toda índole, fabricados desde Los Pinos, y de amenazas yunquistas de fraude”, Luis Javier Garrido, “La final”, *La Jornada*, 30 de junio de 2006.

<sup>98</sup> León Bendesky, “Todos en campaña”, *La Jornada*, 23 de enero de 2006.

<sup>99</sup> Octavio Rodríguez Araujo, “La propaganda del PAN”, *La Jornada*, 13 de abril de 2006.

veces los articulistas utilizan una metáfora cercana a la de juego al sostener que la campaña electoral se ha convertido en un “espectáculo”. Así, por ejemplo: “Los medios televisivos, dedicados a convertir a la campaña en una pasarela de corte y confección de imagen, de aplausos y diatribas cada vez más inaudibles”.<sup>400</sup> Lo que salta a la vista cuando los articulistas de *La Jornada* recurren al marco del juego para interpretar la campaña electoral presidencial es que están evaluando negativamente el desempeño de los actores políticos. Al comunicar la idea de que la campaña es (o se ha convertido en) un “juego” o un “espectáculo”, parecen sugerir que la política electoral es “poco seria”, “vacua”, un “mero entretenimiento”, mientras que las cosas “serias” transcurren más allá de las elecciones. Así, por ejemplo, en un artículo titulado sintomáticamente “Más allá de las encuestas”, Rolando Cordera sostiene que mientras los candidatos, y los comentaristas políticos, se entretienen en imaginar extrapolaciones sobre los datos de la última encuesta, y se olvidan de discutir los grandes problemas nacionales como la desigualdad o la violencia del narcotráfico. Como sostiene enfáticamente Cordera: “Lo malo está en otro lado”.<sup>401</sup> En otro ejemplo, José Blanco es más detallado en su crítica, al sostener que por su preocupación por “ganar las elecciones”, los candidatos son incapaces de pensar “seriamente”, de ofrecer argumentos razonados sobre las causas del subdesarrollo en México, en suma, no pueden pensar a “profundidad”.<sup>402</sup>

Sin embargo, el marco del juego no es el único que utilizaron los articulistas de *La Jornada* para interpretar la campaña electoral de 2006, otro marco que manejaron fue el de: “la

<sup>400</sup> Ilán Semo, “Camuflajes”, *La Jornada*, 11 de marzo de 2006.

<sup>401</sup> Rolando Cordera Campos, “Más allá de las encuestas”, *La Jornada*, 29 de enero de 2006.

<sup>402</sup> José Blanco, “Lo de fondo”, *La Jornada*, 24 de enero de 2006.

política es [y las elecciones son] una lucha". Este marco va a desplazar al marco del juego como el instrumento central de interpretación. Este desplazamiento va a estar condicionado por un evento central: el inicio de la campaña negativa del PAN en contra de Andrés Manuel López Obrador. Una de las consecuencias centrales de la aplicación de este marco es que se va a producir un juicio generalizado sobre el proceso electoral, sobre determinados actores políticos (el PAN, Felipe Calderón, Vicente Fox, el IFE), en base al cual los articulistas de *La Jornada* plantean la idea de que existió un fraude electoral en las elecciones presidenciales de 2006.

El articulista que más frecuentemente utiliza este marco es Luis Javier Garrido. En su primer artículo sobre esta coyuntura, establece el tono del resto de sus artículos. Según este articulista, el comportamiento de Vicente Fox previo al inicio de las campañas electorales ha sido el de un "activismo" a favor del candidato del PAN, Felipe Calderón, un activismo que es exactamente igual al que utilizaban los presidentes priístas para apoyar a su sucesor. Más aún el activismo de Fox recurre a la misma estrategia de los presidentes del antiguo régimen priísta: utiliza "todos los recursos del Estado" para apoyar a su candidato favorito. Así pues, el final de la presidencia de Fox no es más que un retorno al viejo autoritarismo priísta. Por un lado, este activismo de Fox responde a sus intereses personales: si Calderón queda en la presidencia, le brindará protección frente a los actos de corrupción cometidos durante su sexenio (un ejemplo de los cuales es el caso de los hijos de Martha Sahagún, acusados de usar sus influencias para obtener contratos de construcción). Pero por otro lado, dice Garrido, al apoyar a Calderón, Fox está apoyando la continuidad del "modelo neoliberal", sobre el cual se basa la dominación de "los grupos oligárquicos" sobre "los mexicanos". La unidad de propósitos de dichos grupos oligárquicos se revela

en la actitud que han asumido los medios televisivos en las elecciones de 2000, los cuales se han convertido, meramente, en “voceros gubernamentales”. El mismo Instituto Federal Electoral, al permitir el activismo del presidente Fox, se revela como un ingrediente más dentro de la “coalición oligárquica” que busca perpetuarse en el poder a través de la imposición del Calderón. La conclusión es inevitable: “Las elecciones no son en los países dominados por el capitalismo neoliberal procesos democráticos porque sus mecanismos se hallan bajo el control de unos cuantos”.<sup>403</sup>

Esta visión de unos grupos oligárquicos, actuando con una estrategia común, donde Vicente Fox aparece como un actor central para imponer, utilizando los recursos del Estado, a Felipe Calderón y mantener la continuidad del “modelo neoliberal”, prácticamente se va a extender a todos los artículos escritos por Garrido durante esta coyuntura. Así, por ejemplo, a finales de marzo, Garrido interpretará el “icállate chachalaca!” de López Obrador como una respuesta legítima frente al activismo presidencial, que no es más que el intento de esos “grupos oligárquicos” de seguir en el poder:

El principal problema que afecta al proceso electoral es la injerencia ilegal de Vicente Fox, que no sólo está utilizando los recursos del Estado para imponer a su candidato, igual que hicieron los presidentes priístas en el pasado, sino que cotidianamente, en discursos y declaraciones, hace campaña por él, ya que el IFE ha sido incapaz de callarlo y someterlo a la ley. Un gobernante tiene la obligación de guardar silencio ante un proceso electoral, y cuando no lo hace es el derecho de todos callarlo.<sup>404</sup>

Y, finalmente hacia junio, a medida que se acercaban las elecciones Luis Javier Garrido siguió manejando el mismo

<sup>403</sup> Luis Javier Garrido, “El elector”, *La Jornada*, 20 de enero de 2006.

<sup>404</sup> Luis Javier Garrido, “La desesperación”, *La Jornada*, 24 de marzo de 2006.

argumento general. En su último artículo escrito dentro de los límites de esta coyuntura, este articulista sostiene que, el único “riesgo” que puede enfrentar el país por los resultados electorales es que los “grupos oligárquicos” no quieran aceptar el triunfo de López Obrador. De esta manera, para este articulista, las múltiples declaraciones que empezaron a emerger en ese mes, en el sentido, de los riesgos de una protesta poselectoral encabezada por López Obrador, son otras tantas manifestaciones de la “desesperación” de los “grupos oligárquicos” frente a un posible triunfo del candidato de la Coalición por el Bien de Todos:

Las posibilidades de triunfo del abanderado de Acción Nacional son tan remotas [...] que “el escenario apocalíptico” de supuestas protestas de izquierda a partir del 3 de julio por el resultado de las elecciones, que han planteado el gobierno y televisa, y del cual se hacia eco Héctor Aguilar Camín [...] no aparece más que como un nuevo y torpe ardid de la coalición foxista-salinista para tratar de confundir y amedrentar a los mexicanos.<sup>105</sup>

En resumen, Luis Javier Garrido asume, en todo momento, a lo largo de toda coyuntura, el marco del “fraude electoral”. Según este marco, los procesos electorales en México tienden a ser “necesariamente” fraudulentos porque son los miembros de los “grupos oligárquicos” los que tienden a ocupar los puestos en las “instituciones democráticas”. Debido a que los individuos que ocupan las instituciones tienen sus intereses ligados con grupos oligárquicos, las instituciones (como el IFE) no pueden ser verdaderos garantes de la democracia; esas instituciones siempre estarán sesgadas para favorecer los intereses de los grupos oligárquicos. También según este marco, el fundamento de la democracia, como consecuencia de lo dicho anteriormente, no son las instituciones

<sup>105</sup>Luis Javier Garrido, “El árbitro”, *La Jornada*, 23 de junio de 2006.

que regulan el proceso electoral, sino la participación popular: dado que las instituciones (y los hombres que las manejan) apuntan necesariamente a la realización de un fraude electoral, sólo un “pueblo” consciente políticamente puede detener ese fraude, votando masivamente en las elecciones. En otras palabras, tal parece que Luis Javier Garrido, al bosquejar el marco del fraude electoral, también bosqueja el marco de “las instituciones contra el pueblo”. En efecto, los artículos de Garrido tiene constantes referencias al “pueblo” y sus aspectos positivos. Por ejemplo refiriéndose a la huelga minera que ocurrió en Michoacán durante el mes de abril Garrido dice:

En la primavera de 2006 marcada por la otra campaña y por la lucha de los trabajadores mineros y metalúrgicos se abre una nueva fase en la historia de las luchas sociales en México. El primero de mayo la movilización de los trabajadores va a ser en torno a la defensa de sus derechos fundamentales, que las contrarreformas neoliberales buscan cancelar [...].<sup>406</sup>

Un mes más tarde la idea de que las elecciones de 2006 son, en realidad, un enfrentamiento decisivo entre los grupos y oligárquicos y el pueblo es expresada con toda claridad: Las elecciones se han visto como un enfrentamiento entre Andrés Manuel López Obrador y el salinismo [...] Las elecciones están siendo, sin embargo, algo más: la confrontación entre una oligarquía sin escrúpulos y un pueblo que quiere poner un alto al desastre nacional y no admite ser manipulado.<sup>407</sup>

En esta valoración, que centra la democracia en la acción del pueblo, López Obrador no escapa a las críticas por parte de Garrido. En efecto, para este articulista, en ocasiones López Obrador toma decisiones que lo alejan del “pueblo”, y toma esas decisiones porque, de una u otra manera, sigue atado a

<sup>406</sup>Luis Javier Garrido, “El enfrentamiento”, *La Jornada*, 29 de abril de 2006.

<sup>407</sup>Luis Javier Garrido, “El desinflé”, *La Jornada*, 26 de mayo de 2006.

su partido (el PRD) por consideraciones electorales. Así pues, Garrido no identifica inmediatamente a la acción del pueblo con la candidatura de López Obrador. Por ejemplo, al evaluar el ofrecimiento que López Obrador le hizo al rector de la UNAM para que en su futuro gabinete ocupara la Secretaría de Gobernación, Garrido dice: López Obrador cometió un error al declarar a López Dóriga [...] que encargaría la política interior a Juan Ramón de la Fuente, el cuarto rector neoliberal en la historia de la UNAM [...] El gazapo fue mayúsculo además [...] porque se torna contra su propia candidatura, pues muchísimos sectores populares no votarán ya por él.<sup>108</sup>

No obstante, en general, la candidatura de López Obrador es considerada por Garrido como auténticamente popular y, por tanto, en ella se encuentra la oportunidad de que el pueblo pueda derrotar a los grupos oligárquicos neoliberales: “El poder de los grupos oligárquicos [...] no cambiarán de tajo con el voto del 2 de julio, pero la correlación de fuerzas empezará a ser muy diferente al salir el PRIAN del poder, abriéndose serias posibilidades de frenar la destrucción de México como un proyecto soberano e independiente”.<sup>109</sup>

Otros articulistas que siguen la misma línea argumentativa esbozada por Luis Javier Garrido son Antonio Gershenson y Luis Linares Zapata: mezclan una crítica muy fuerte hacia Fox y Calderón, lo cual les sirve para delinear su punto de vista favorable hacia López Obrador. Por ejemplo, en uno de sus primeros artículos sobre las elecciones, Gershenson produce una comparación entre López Obrador, por un lado, y Calderón y Madrazo por el otro: El candidato presidencial del PAN procura, ante el escándalo de los hijos de la señora Martha, deslindarse del gobierno [...] El candidato del PRI no sólo

<sup>108</sup>Luis Javier Garrido, “El reacomodo”, *La Jornada*, 3 de febrero de 2006.

<sup>109</sup>Luis Javier Garrido, “El peligro”, *La Jornada*, 2 de julio de 2006.

debe de cuidarse de acarreados [...] sino de aquéllos de sus compañeros de partido que insisten en sustituirlo [...] En cambio, Andrés Manuel López Obrador da un paso adelante en la definición del proyecto alternativo: de las definiciones de programa y de medios para alcanzarlo, pasa al anuncio de tres propuestas para el gabinete.<sup>410</sup>

Aquí ya hay una primera evaluación de López Obrador, diametralmente opuesta a las que prevalecieron en *Reforma*. Parece intencional que los dos primeros párrafos empiecen hablando de los candidatos del PAN y del PRI. Mientras que en esos dos párrafos se trata de describirlos haciendo referencias a estrategias políticas inmediatas (Calderón “procura deslindarse” del escándalo de los hijos de Martha Sahagún para preservar su imagen electoral; Madrazo debe cuidarse de las maniobras al interior de su partido), se resalta la diferencia con López Obrador quien “da un paso adelante” al empezar a perfilar un programa político. Más allá de la estrategia y la maniobra, López Obrador busca establecer temas políticos: “las definiciones de programas y de medios para alcanzarlo”.

De hecho, en sucesivos artículos Antonio Gershenson llevará a cabo un análisis de las encuestas electorales enmarcado entonces los sucesos de la campaña dentro del marco de la carrera de caballos, evaluando la posición de los candidatos de las encuestas y, a consecuencia de ello, sus estrategias electorales. En estas evaluaciones, invariablemente, López Obrador es visto de manera positiva, mientras que sus adversarios, especialmente Calderón, el segundo lugar hasta mayo, son considerados como si tuvieran estrategias deficientes. Así, en su primer artículo sobre análisis de las encuestas, Gershenson sostiene que los resultados que colocan a López Obrador en primer lugar indican una tendencia a la alza de este candidato,

<sup>410</sup> Antonio Gershenson, “Peculiares elecciones”, *La Jornada*, 5 de febrero de 2006.

tendencia que se había visto detenida por la llamada “tregua navideña” (la cual impidió a los precandidatos partidistas hacer actos de proselitismo durante la segunda mitad del mes de diciembre de 2005). En cambio, dice Gershenson, los candidatos del PRI y el PAN están peleando por el segundo lugar. Aquí Gershenson utiliza un coloquialismo para caracterizar a la estrategia electoral de ambos partidos: ambos se están metiendo “autogoles”, queriendo indicar con ello que ambos candidatos y sus partidos han realizado acciones que comprometen su credibilidad electoral: en el caso del candidato del PRI, el apoyo ofrecido al gobernado del Puebla, Mario Marín, en el asunto de violación de los derechos humanos de la periodista Lydia Cacho; en el caso del candidato del PAN, la invitación que realizó el CEN del PAN al ex primer ministro español José María Aznar y que resultó contraproducente, debido a que unos comentarios públicos hechos por Aznar fueron interpretados como una injerencia indebida en los asuntos internos de México. En otras palabras, Gershenson ve a un López Obrador a la alza gracias a una estrategia electoral clara (“estar emitiendo compromisos de solución”), mientras que los otros dos partidos parecen no ser capaces de diseñar una estrategia electoral clara.<sup>141</sup>

En otro artículo, publicado a principios de marzo, también dedicado al análisis de las encuestas, Gershenson vuelve a hacer la misma apreciación: López Obrador es un político solvente con una estrategia electoral clara: contraer “compromisos con la gente”. Pero Gershenson va añadir otros dos elementos más, algo que vincula a López Obrador con el “sentimiento popular”: por un lado es el candidato más modesto en su forma de vivir (Gershenson alude a que López Obrador vive en un departamento de 140 metros cuadrados, mientras

<sup>141</sup> Véase Antonio Gershenson, “Encuestas y autogoles”, *La Jornada*, 26 de febrero de 2006.

que Calderón vive en uno de 270 y Madrazo en uno de 1 300); por otro lado, la obra de gobierno de López Obrador, en especial su obra social (la ayuda a los adultos mayores y la creación de preparatorias). Dice Gershenson:

Ni Calderón ni Madrazo pueden presentar algo similar. De por sí, como no quieren el cambio real, lo que pueden ofrecer de cambios estará en la superficie; pero además, no será mucha la gente que crea que van a cumplir esas promesas, con la bola de mentiras que se han dicho en el actual gobierno y en los inmediatos anteriores.<sup>112</sup>

Para este articulista, no sólo la estrategia electoral es equivocada tanto en Calderón como en Madrazo, sino que su propia trayectoria política, y sus vínculos gubernamentales, los colocan en desventaja. La visión de Gershenson se va a modificar a partir de abril. Después del “incidente chachalaca”, las encuestas empezaron a reflejar un acortamiento de las distancias entre López Obrador y Calderón. Sin embargo, en su valoración va a sostener dos puntos. En primer lugar, va a rechazar los resultados de las que llama “encuestas surrealistas”, señalando que forman parte de una campaña de “negativa” contra López Obrador. En segundo lugar, va a denunciar esta estrategia electoral de Calderón precisamente como antidemocrática, incluso fascista (como lo sugiere el título del artículo publicado a principios de abril).<sup>113</sup> Para mediados de mayo, cuando la mayoría de las encuestas daban como delantero a Calderón, Gershenson volvió a realizar un análisis de las mismas y trató de demostrar que las encuestas estaban manipuladas para producir esa ventaja. Tomó como ejemplo las encuestas de marzo y abril realizadas por Consulta Mitofsky para Televisa.

<sup>112</sup> Antonio Gershenson, “Encuestas, rectificaciones y fortunas”, *La Jornada*, 5 de marzo de 2006.

<sup>113</sup> Antonio Gershenson, “Los alumnos de Goebbels”, *La Jornada*, 9 de abril de 2006.

Según Gershenson, lo que le dio en la encuesta de abril la delantera a Calderón fue, simplemente, que en dicha encuesta se entrevistaron a menos personas del nivel socioeconómico “bajo”, en los cuales la preferencia a favor de López Obrador era más marcada. En efecto, según Gershenson, en la encuesta de marzo, las personas de nivel socioeconómico bajo eran el 61.3 por ciento de la muestra, y en la encuesta de abril eran el 51 por ciento: “es claro que esa reducción de pobres baja los votos a favor de AMLO [...] Esta trampa puede haber contado de manera importante en la reducción de preferencias de AMLO”.<sup>144</sup>

Este análisis realizado por Gershenson es importante para la forma en que analiza la campaña electoral. Digamos que Gershenson le añade otra dimensión al marco del “fraude electoral”. En efecto, si se pueden modificar los resultados de las encuestas mediante una manipulación en el diseño de las muestras, entonces las encuestas dejan de ser un indicador objetivo de la “carrera de caballos” entre los candidatos. Más bien, las encuestas se convierten en un arma dentro de la lucha electoral, y estarían diseñadas, precisamente, para generar efectos de opinión que terminarían por producir, en efecto, el triunfo de un candidato sobre otro. En otras palabras, Gershenson termina por decir que al igual que otras instituciones de la democracia mexicana, tampoco las encuestas pueden gozar de credibilidad si son utilizadas para tratar de sesgar la opinión a favor de un candidato sobre otro: “Esto tiende a debilitar la confianza del público en las encuestas en general. Ya andamos alrededor de 40 por ciento de rechazo a las encuestas”.<sup>145</sup>

La campaña negativa del PAN no es reconocida como tal, para enfatizar el carácter fundamentalmente antidemocrático de la campaña del PAN, para resaltar que con ella el PAN viola

<sup>144</sup> Antonio Gershenson, “Las encuestas y las trampas”, *La Jornada*, 21 de mayo de 2006.

<sup>145</sup> *Idem.*

las reglas del juego electoral democrático, los articulistas de *La Jornada* prefieren utilizar el término guerra sucia. Señalando de esta manera que no se trata de una estrategia electoral, sino de un instrumento de destrucción política. Del mismo modo, por ejemplo, a Felipe Calderón se le desconoce cualquier atributo democrático o político. Y a Vicente Fox, se le vincula una y otras vez con motivaciones “religiosas”, incluso fundamentalistas, para desconocer sus motivaciones democráticas. Dado que uno de los bandos dentro de la lucha no se comporta democráticamente, las elecciones no pueden ser consideradas democráticas. Así, por ejemplo, Luis Linares Zapata va a subrayar el carácter antidemocrático de la intervención de Fox en las elecciones vinculándolo con asuntos religiosos: “recibir de manos de su hija un crucifijo cuando presentaba al gabinetazo”.<sup>446</sup> Más adelante, menciona que grupos religiosos estuvieron implicados en las tareas mismas del gobierno: “abrir las nóminas públicas a grupos confesionales [...] Fox cedió a su consejero estrella, Ramón Muñoz, la parte directiva de una intentona enfocada a colocar en áreas delicadas, a personas identificadas con agrupaciones políticas de extrema derecha”.<sup>447</sup> Y más adelante: “Pero las áreas de inteligencia (Cisen) no escapan a la recatada y pueril mirada de sus intenciones evangelizadoras”.<sup>448</sup> En esta última frase, Linares Zapata, parece utilizar una expresión metafórica para caracterizar al comportamiento de Fox: para él “la política es una cruzada”, una misión para evangelizar a los no conversos. Una implicación moderada de este vínculo entre religión y política es, simplemente, que al anteponer la adscripción religiosa a cualquier otro criterio, se sacrificó la eficiencia del

<sup>446</sup> Luis Linares Zapata, “Fox: dispendio y bandazo”, *La Jornada*, 1 de marzo de 2006.

<sup>447</sup> *Idem.*

<sup>448</sup> *Idem.*

gobierno: “El resultado puede observarse a simple vista en la incompetencia que van mostrando tan angélicos como improvisados funcionarios”.<sup>119</sup> Más grave sin embargo, es que esta vinculación entre religión y política pueda conducir a una nueva forma de autoritarismo político en México: Él [Fox] y sus gerentes y patrocinadores no sacaron al PRI de Los Pinos para cambiar la sustancia del viejo régimen autoritario por la nueva práctica pública de la apertura, la rendición de cuentas, la pluralidad, la tolerancia y, sobre todo, el afán igualitario que distingue a la vida democrática, sino que simplemente quisieron introducirse, ellos mismos para controlar los botones del mando establecido.<sup>120</sup>

## *Reforma*

La mayoría de los articulistas de opinión en *Reforma* adoptaron una actitud crítica hacia López Obrador como candidato durante la campaña electoral. Prácticamente sólo Guadalupe Loeza tuvo una posición abiertamente a favor del candidato de la Alianza por el Bien de Todos. Algunos otros (como, por ejemplo, Denisse Dresser y Sergio Aguayo) adoptaron posiciones igualmente críticas hacia todos los candidatos. Aquí nos concentraremos en destacar el enmarcado realizado por los comentaristas más críticos hacia López Obrador. En especial en el discurso de opinión de dos de sus más conocidos editorialistas: Jaime Sánchez Susarrey y Enrique Krauze. De ellos, Sánchez Susarrey es el que más artículos dedicó al análisis de la coyuntura electoral. De manera general, podríamos agrupar sus artículos escritos en esta coyuntura en dos conjuntos. Por un lado, los artículos que, adoptando el marco del juego, analizan la posición de los candidatos en las encuestas electora-

<sup>119</sup> *Idem.*

<sup>120</sup> *Idem.*

les, evalúan los aciertos y los errores de las estrategias electorales y tratan de establecer predicciones sobre el resultado electoral. Por el otro, los artículos dedicados íntegramente a evaluar la personalidad de López Obrador. En el caso del primer tipo de artículos es notorio que, Sánchez Susarrey siempre asume una posición crítica hacia la estrategia electoral de López Obrador, independientemente de la situación de la elección. *Grosso modo*, podríamos distinguir tres etapas de la elección, en términos de las encuestas electorales.

- 1) De enero a marzo, López Obrador se presenta como el candidato puntero, aunque, con una tendencia progresivamente descendente en las preferencias de voto hacia el candidato de la Alianza por el Bien de Todos.
- 2) Entre abril y mayo, Calderón da la vuelta y se coloca como candidato puntero, y, finalmente.
- 3) En junio, una situación de “empate técnico” entre Calderón y López Obrador, en la que las diferentes encuestas realizadas ponen a uno o a otro como puntero, pero con dos o tres puntos porcentuales de diferencia entre ellos.

Pues bien, sea cual sea la situación, Sánchez Susarrey considera siempre que la estrategia electoral de López Obrador es deficiente. Por ejemplo, en su primer artículo sobre las elecciones, Sánchez Susarrey sostiene que la ventaja de López Obrador es precaria, pues se basa en un conjunto más bien pequeño de votantes duros y un conjunto mucho más grande de votantes flotantes. Y son éstos los que pueden desertar en su apoyo a López Obrador y costarle la victoria. De hecho, dice Sánchez Susarrey, eso está ocurriendo ya: desde enero las preferencias de voto no han hecho más que descender: Pero dice el dicho, y dice muy bien, que no todo lo que brilla es oro. Y en este caso, el brillo aparente del candidato del partido del sol azteca oculta más de lo que muestra. Primero,

porque la diferencia de votos que lo separa de Felipe Calderón es de apenas 2 millones. Pero lo más grave no es eso. Lo más grave es que las intenciones de voto en favor de López Obrador ya alcanzaron su techo y no han hecho más que decrecer en los últimos meses.<sup>121</sup>

A finales de marzo, después de ocurrido el “incidente chachalaca” y establecido que López Obrador no participaría en el primer debate entre los candidatos presidenciales, Sánchez Susarrey vuelve a hacer una evaluación de las encuestas y la estrategia electoral de los candidatos. En esta nueva evaluación, Sánchez Susarrey sostiene que existe una tendencia al acercamiento entre López Obrador y Calderón. Sánchez Susarrey concluye que esta tendencia implica un doble movimiento. Primero, Calderón acertó al modificar su estrategia electoral. Segunda, desde el mes de febrero la tendencia descendente en la preferencia por López Obrador es sostenida. Lo importante es la forma en que Sánchez Susarrey juzga el comportamiento de López Obrador y su equipo de campaña frente a estas tendencias. La tónica de este juicio es que pareciera que López Obrador carece de reflejos para responder a las situaciones imprevistas de la campaña, y su propio equipo de campaña parece carecer de la capacidad de evaluar un terreno político en movimiento. En otras palabras, ni López Obrador, ni su equipo de campaña parecen comportarse racionalmente, sino que operan como autómatas, repitiendo siempre la misma respuesta frente a los cambios en las encuestas:

AMLO y su equipo están haciendo cuentas alegres. La razón es doble: por una parte, están convencidos de que no hay quien los pare y, por la otra, apuestan a que la población asuma su victoria como un hecho irreversible. Pero, como ya dije arriba, nada está aún escrito. Y algo más importante y funda-

<sup>121</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “Arrancan”, *Reforma*, 21 de enero de 2006.

mental: López Obrador y sus entornos cercanos tienen la piel muy delicada: no sólo no soportan la crítica, sino que además se ponen muy nerviosos ante cualquier descenso en las encuestas. Su respuesta inmediata siempre es la misma: denunciar un complot en su contra y desconocer los resultados.<sup>122</sup>

A principios de mayo, una vez confirmado que Calderón aventajaba en las encuestas, Sánchez Susarrey vuelve a hacer una evaluación de las estrategias electorales. En esta ocasión nuevamente reitera la falta de “reflejos políticos” de López Obrador y su equipo. Incluso apunta las confusiones reinantes en la campaña lopezobradorista, al citar las declaraciones contradictorias de dos importantes cuadros del equipo de López Obrador (Manuel Camacho Solís y Ricardo Monreal): mientras uno sostiene que habrá cambios en la estrategia, el otro sostiene que no hay nada que modificar. La imagen es, nuevamente, la de políticos poco profesionales que no parecen saber cómo comportarse en una competencia electoral: Todas las encuestas recientes muestran la misma tendencia; mientras AMLO va para abajo, Felipe Calderón va para arriba y ya es el puntero. Ulises Beltrán le otorga una ventaja de 5 puntos, *Reforma* 7, GEA/ISA 8, María de las Heras 3 y Mitofsky –curiosamente– 1. No hay, pues, ninguna duda. Estamos ante una tendencia. Sólo AMLO en sus delirios puede asegurar que se trata de un complot. Lo cierto es que los errores y los aciertos cuentan y cuestan en las campañas. Por eso, lo que hace unos meses parecía imposible se ha vuelto realidad: los ciudadanos le están pasando la factura al Peje.

Manuel Camacho, por su parte, utiliza un lenguaje sibilino. ¿Están truqueadas –se le pregunta– las encuestas? No, pero sí. ¿Cómo? –replica el reportero. Los números son manipulables –insiste. Entonces están truqueadas –replica el replicante. No, pero sí –concluye, lúcido, Camacho. Y anuncia un

<sup>122</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “Encuestas”, *Reforma*, 4o. de abril de 2006.

inminente cambio de táctica, que no de estrategia. Lo que, cuando menos, equivale a reconocer que se cometieron errores y que por eso Manuel Andrés López Obrador (AMLO) ha caído en las preferencias electorales. Pero entonces aparece Ricardo Monreal, general de cinco estrellas como Manuel Camacho, y afirma que no hay rectificación que hacer. Por fin, ¿en qué quedamos?, ¿hubo o no hubo errores?, ¿habrá o no rectificación?<sup>123</sup>

Finalmente, en junio, cuando la campaña entró en su recta final y la mayoría de las encuestas reflejaba una situación de empate técnico, Sánchez Susarrey analiza las encuestas disponibles y evalúa, en términos muy negativos, la estrategia electoral de López Obrador. En efecto, según Sánchez Susarrey, para tratar de recuperar terreno en la elección, López Obrador instrumentó su propia estrategia de guerra sucia, la cual se inició al final del segundo debate presidencial, cuando López Obrador acusó al cuñado de Calderón de aprovechar su parentesco con éste para obtener contratos públicos. Según Sánchez Susarrey, sin embargo, esta estrategia es criticable porque tiene en su base un problema de ética política: se basa en la mentira y la calumnia y no en el señalamiento de errores verdaderos de su contrincante: La moneda está en el aire. Unas encuestas favorecen a AMLO y otras a Felipe Calderón. Pero la diferencia es prácticamente la misma: dos o tres puntos de ventaja, según el caso. No hay puntero definido. Hay empate técnico, efecto del debate y el posdebate. Porque el candidato del PAN ganó el primero, pero perdió el segundo. Además, ya entraron en la recta final y no es probable que en los próximos días ocurra un giro radical. Vamos, pues, hacia una elección muy cerrada que decidirán los electores indecisos el 2 de julio.

<sup>123</sup> Jaime Sánchez Susarrey, "Caída libre", *Reforma*, 13 de mayo de 2006.

Pero independientemente de las cuentas alegres del Peje y sus entornos, vale detenerse en el tono y el contenido de su campaña negativa en las últimas semanas. Y vale detenerse porque muestran y anuncian un futuro muy ominoso. Lo primero que hay que resaltar es el cinismo en el mentir e, incluso, en falsear documentos. Calderón no ha propuesto IVA en medicinas y alimentos, no firmó ningún documento relacionado con el Fobaproa y no otorgó como secretario de Energía contratos a Hildebrando por 2 mil 500 millones de pesos.<sup>124</sup>

En resumen, cuando Sánchez Susarrey evalúa las estrategias electorales de los candidatos, tiende a ser sumamente crítico frente a la estrategia electoral de López Obrador y su equipo. La crítica tiene dos sentidos. Por un lado, resalta su incapacidad de adaptación frente a la naturaleza cambiante de un entorno incierto como lo es una campaña electoral. Esta crítica señala que López Obrador y su equipo carecen de la inteligencia necesaria de un buen político profesional para desempeñarse en el contexto de las campañas electorales democráticas. Por otro lado, cuando sucede un cambio de estrategia, como por ejemplo, la implementación de una campaña negativa en contra de Calderón, Sánchez Susarrey critica este cambio en la estrategia como contraria a la democracia porque tienen un fundamento cuestionable éticamente: la mentira y la calumnia.

Pero la parte fundamental de las críticas hacia López Obrador se centran en la evaluación de su personalidad política. Aquí, los articulistas van a coincidir en el enmarcado de la personalidad política de López Obrador que, en parte, no es más que la reproducción de los enmarcados realizados durante las coyunturas de los videoescándalos y del desafuero. En efecto, en su primer artículo de enero, por ejemplo, Jaime

<sup>124</sup> Jaime Sánchez Susarrey, "Sí a la libertad", *Reforma*, 17 de junio de 2006.

Sánchez Susarrey explora las posibilidades de que pueda existir un conflicto poselectoral en México. Según su diagnóstico, las bases institucionales de la democracia en México son muy diferentes a 1994 y, en general, son lo suficientemente sólidas para garantizar un desarrollo pacífico de las elecciones. Pero sostiene que el único factor que podría desestabilizar este escenario es, precisamente, López Obrador, por su negativa a otorgarle un voto de confianza a las autoridades electorales: Las condiciones para una elección transparente, equitativa y limpia existen. Pero la verdad es que no bastan para conjurar un conflicto poselectoral. Y no bastan porque uno de los principales actores de la contienda no las considera como una garantía. López Obrador y Leonel Cota lo han dicho claramente: no están dispuestos a reconocer la imparcialidad del árbitro (IFE) hasta que concluya la contienda.<sup>125</sup>

Sánchez Susarrey considera que la estrategia electoral de López Obrador está orientada en función de un cálculo político que poco tiene que ver con la consolidación de la democracia en México. Según Sánchez Susarrey, López Obrador está dispuesto a cualquier cosa con tal de llegar a ser presidente de México, incluso si los resultados electorales le son adversos. En opinión de Sánchez Susarrey, López Obrador calculaba, desde enero de 2006, que si los resultados electorales reflejaban una victoria muy ceñida de Calderón (o de Madrazo, aunque esto era menos plausible), recurriría a la movilización popular para demandar la anulación de las elecciones. En otras palabras, López Obrador, según Sánchez Susarrey, es un hombre que no simpatiza con las instituciones políticas, si éstas se oponen a su proyecto político: De entrada, porque López Obrador y Leonel Cota operan con un razonamiento muy simple: la conjura del PRIAN, que incluye obviamente al

<sup>125</sup> Jaime Sánchez Susarrey, "Choque de trenes", *Reforma*, 7 de enero de 2006.

gobierno de la República y potencialmente al Instituto Federal Electoral, le confiere a Calderón o a Madrazo una ventaja ilegítima. La intención es arrebatarse la victoria al candidato de los pobres por todos los medios, pero si la resistencia popular y la movilización logran detener ese macrofraude y lo convierten en una pequeña victoria, el candidato del PRD tendrá muchas más posibilidades de que la opinión pública nacional e internacional compre su alegato y apoye su exigencia de que la elección sea anulada.<sup>126</sup>

Por lo que se refiere a la personalidad de López Obrador, Sánchez Susarrey en un artículo de principios de marzo, desde el primer párrafo sostiene que la posibilidad de que si llega a la Presidencia será un retroceso para México, pues su programa de gobierno se opone al proceso de modernización de México: Esta no es una elección como las otras. Lo que está en juego es todo el proceso de modernización y, con ello, el futuro de México. La victoria de AMLO (o de AMLO, según su acta de nacimiento) implicaría un giro de 180 grados. Equivaldría al regreso del viejo PRI, el de Echeverría y López Portillo. Con un agravante adicional: López Obrador es un líder popular que no se detendrá ante nada ni ante nadie.<sup>127</sup>

Y así sucesivamente, va a desarrollar una serie de imágenes sobre López Obrador, todas las cuales representan aten-

<sup>126</sup> *Idem*. Esta cita permite hacer un comentario adicional. Sánchez Susarrey empieza a destacar desde aquí un aspecto de la personalidad de López Obrador, que será retomado en artículo subsecuentes: López Obrador es un "simple", un hombre sin ideas ni conceptos político refinados. En otros artículos, Sánchez Susarrey va a inferir dos consecuencias de esta característica de López Obrador. En primer lugar, su "simpleza" es, en parte, la explicación de su fortaleza electoral, es lo que lo identifica con "el pueblo". Pero, en segundo lugar, esa "simpleza" es también lo que permite ver en López Obrador un riesgo si llega a ser presidente: de esa simpleza es de donde López Obrador extrae su particular visión de la política como un combate a muerte entre "buenos" y "malos", los "de arriba" y los "de abajo".

<sup>127</sup> Jaime Sánchez Susarrey, "Siete ingenuidades", *Reforma*, 4 de marzo de 2006.

tados contra la democracia en México. Así, la segunda imagen que pretende transmitir Sánchez Susarrey es que López Obrador se coloca en contra de un principio de sabiduría actual, a saber, la economía no debe ser dirigida por estrategias políticas. López Obrador además es emparentado con Mao y con Lenin. Tercera imagen: López Obrador es más afín al PRI de lo que se reconoce. Cuarta imagen López Obrador es un actor que está en contra de las instituciones de la democracia. Quinta imagen, López Obrador se opone a la autonomía de la banca central en México. Sexta imagen, López Obrador se apoderará autoritariamente del PRD para convertirlo en un instrumento personal. Séptima imagen, López Obrador busca instaurarse como un dictador: “el problema no es que AMLO/MALO llegue al poder, el problema es que no se va a ir”.<sup>128</sup> En un artículo posterior, Sánchez Susarrey vuelve a presentar una lista en la cual se vuelve a criticar la personalidad política de López Obrador. En ese artículo se enumeran los siguientes cuestionamientos a López Obrador:

- 1) López Obrador sólo busca el poder;
- 2) López Obrador es frío, calculador. Tiene una visión simplista y binaria de la política. La política para López Obrador es la guerra;
- 3) López Obrador tiene una visión religiosa de la política. La austeridad es un resabio de una visión monacal: “la honestidad y la perseverancia son virtudes teologales”;
- 4) López Obrador es un pragmático. Las alianzas no tienen que ver con convicciones: “En ese mundo todo se vale. No importa el talante ni la perversidad del aliado potencial. Si sirve a la causa hay que sumarlo”;
- 5) Mentira y simulación forman parte de la política (si ésta se entiende como guerra). López Obrador es, por definición, mentiroso;

<sup>128</sup> *Idem.*

- 6) Para López Obrador “La economía debe estar al servicio de la política”;
- 7) López Obrador no es negociador;
- 8) López Obrador no es un ser pensante, no es inteligente. “AMLO no es un hombre de ideas ni de conceptos. Su visión del mundo es maniquea y muy simplista”. Lo simple es creíble en política, pero no bueno para la democracia.<sup>129</sup>

El cuestionamiento a la personalidad intrínsecamente autoritaria de López Obrador se va a intensificar después que se produzca el “incidente chachalaca”. Para Jesús Silva-Herzog Márquez, el exabrupto “icállate chachalaca!”, no es un accidente, sino un reflejo las bases fundamentales de la psicología de López Obrador. Silva-Herzog también emplea el marco del “mesianismo” para evaluar la personalidad del candidato de la Alianza por el Bien de Todos. Lo califica de “iluminado”. De esta evaluación se derivan, sin embargo, todas sus otras cualidades negativas. Es arrogante: “Con la soberbia del iluminado”. Es mentiroso: “la simulada cortesía [...] la farsa del respeto”. Es intolerante.<sup>130</sup>

Para junio, Sánchez Susarrey expresará con toda claridad que, dadas las características de la personalidad de López Obrador, éste es un verdadero peligro para la sociedad mexicana en caso de que llegara a ser presidente de México. To-

<sup>129</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “10 mandamientos”, *Reforma*, 18 de marzo de 2006.

<sup>130</sup> Jesús Silva-Herzog Márquez, “Respeto”, *Reforma*, 20 de marzo de 2006. En este artículo existe una frase que puede interpretarse como una metáfora “animalesca” para caracterizar el comportamiento político de López Obrador. Silva-Herzog escribe: “Cállese, señor Presidente. Con todo respeto. La frase contiene el presente y el futuro. La personalidad entera en una frase. Contiene este instante y lo que viene. López Obrador en una nuez. *El gruñido* revela el olfato del candidato puntero: su pleito ya no es con sus adversarios formales sino con su antecesor”. La idea de que López Obrador utiliza “gruñidos” en lugar de palabras para comunicarse políticamente, es una forma de implicar que López Obrador está más cerca de los impulsos naturales de los animales, que del diálogo que caracteriza a la vida democrática.

mando como punto de partida la estrategia de guerra sucia implementada por López Obrador después del segundo debate, Sánchez Susarrey sostiene que los *spots* a través de los cuales se desarrolla esa campaña negativa, están manufacturados de tal forma que invitan al linchamiento mediático de las personas que son acusadas en dichos *spots*. Más aún, a partir de esta identificación de culpables se crea una concepción específica de la justicia: “lo que este mensaje concita y anuncia es una cacería de brujas”. “La justicia expedita y por propia mano no es condenable; antes al contrario, es la forma de superar las deficiencias y complicidades de un sistema formal que no le cumple al pueblo”. La implicación de Sánchez Susarrey es clara: si López Obrador se comporta como un ángel en busca de justicia durante la campaña electoral, no podrá hacer menos si es presidente de la República, pero en ese caso, la misma libertad de expresión estaría en riesgo, pues en su afán de justicia, López Obrador, no se detendría frente a ningún escrúpulo legal: “Los atentados contra la libertad de unos hoy, terminarán con la libertad de todos mañana. Una vez que la maquinaria de la purificación se eche a andar no se detendrá. Será implacable contra todo lo que se oponga a la voluntad de AMLO presidente [...] Será como en la época más dura del priato pero mucho peor”.<sup>434</sup>

Para Enrique Krauze, la personalidad política de López Obrador puede ser considerada como mesiánica. En un artículo publicado a mediados de febrero, Krauze comenta una entrevista de Joaquín López Dóriga, en la cual López Obrador afirmaba ser admirador de Cristo porque había sido perseguido en su tiempo. Según Krauze, estas referencias a Cristo no eran una ocurrencia pasajera de López Obrador, sino que revelaban algo esencial de su actitud personal frente a la políti-

<sup>434</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “Sí a la libertad”, *Reforma*, 17 de junio de 2006.

ca: "hacer política es una misión religiosa". Para Krauze, este rasgo de López Obrador es sumamente riesgoso para la democracia en México, dada la presencia de este actor político en la vida pública mexicana. Haciendo una suerte de análisis de discurso sobre la respuesta dada por López Obrador a Joaquín López Dóriga, Krauze llega a la conclusión de que no sólo tiene esa tendencia a ver la política en términos religiosos, sino que incluso puede inferirse legítimamente que es un fundamentalista: a la escueta pregunta de López Dóriga, López Obrador –que por haber sido el último entrevistado ya conocía, de manera aproximada, el cuestionario– pudo haber contestado, llanamente, con la palabra "católico" y pasar a otra cosa. En principio no lo hizo porque, como los jesuitas postconciliares con quienes tiene muchos puntos en común, le interesaba deslindarse del catolicismo tradicional. Para hacerlo aclaró que es "cristiano" pero matizando con un adverbio revelador, en estos días de fervor universal: "fundamentalmente". Él no "piensa que ser cristiano es nada más asistir a los templos o a las iglesias". Él va a los fundamentos. Y los fundamentos son –"lo digo porque a veces se olvida"– comprometerse con los pobres hasta ser perseguido por los poderosos. López Obrador no es "fundamentalmente cristiano" porque admire la doctrina de Amor de los Evangelios, porque crea en el perdón, la misericordia, la "paz en la tierra a los hombres de buena voluntad". El suyo no es el Jesús cuyo reino no es de este mundo. Él es "fundamentalmente cristiano" porque (y la conjunción, que focaliza la respuesta, es decisiva) admira a Jesús en la justa medida en que la vida de Jesús se parece (sin ningún paralelismo, "no, para nada") a la suya propia.<sup>132</sup>

Así pues, para Krauze, la personalidad de López Obrador es básicamente antidemocrática. El mesianismo político de

<sup>132</sup> Enrique Krauze, "Con el Jesús en la boca", *Reforma*, 19 de febrero de 2006.

López Obrador es la base de todas sus otras características políticas desagradables: es la base de su visión maniquea del campo político, con su división entre los buenos y los malos, es la base de su poca tolerancia a la crítica, es la base de su pedido de una lealtad incondicional a su proyecto. En opinión de Krauze, López Obrador:

Ha dicho que quiere “purificar a México”. El llamado a la pureza no es casual y tiene mil ramificaciones que convendrá explorar en su momento. La vocación de pureza, por ejemplo, le veda el acceso a los símbolos (por fuerza impuros) de bienestar material. La idea de la pureza propia le hace ver enemigos y malquerientes (impuros todos) allí donde sólo hay opiniones distintas; y le permite salvar a quienes, con un pasado priista (como el suyo), se han purificado acercándose a él.<sup>133</sup>

Krauze concluye su artículo expresando preocupación por el hecho de que la sola presencia de López Obrador, con su personalidad mesiánica, puede representar un riesgo inmediato para todos los mexicanos: Una cosa está clara: si López Obrador no se atreve a ver con ojos críticos su propia actitud mesiánica, si insiste en concebir la política como una misión religiosa y no como un quehacer cívico y republicano frente a cuya natural impureza sólo cabe el respeto a las leyes y las instituciones creadas por los hombres, los mexicanos viviremos pronto (gane o pierda) tiempos de zozobra, “con el Jesús en la boca”.<sup>134</sup>

<sup>133</sup> *Idem.*

<sup>134</sup> *Idem.*



## El conflicto poselectoral

### LA COMUNICACIÓN DE LA PROTESTA

A diferencia de otros actores políticos, los movimientos sociales adoptan pautas de comportamiento colectivo “inusuales”, en especial, la protesta pública. Esta acción colectiva, desafío o protesta pública ha sido definida como “repertorios de confrontación”.<sup>435</sup> De éstos podemos distinguir “repertorios contenciosos” y “repertorios no contenciosos”, los primeros consisten en formas de acción colectiva violentas como la quema de vehículos y la construcción de barricadas, los segundos son formas de acción colectiva pacíficas como la quema de banderas y de monigotes. La protesta constituye un recurso no convencional para intervenir en el proceso de toma de decisiones políticas del gobierno. El carácter no convencional es evaluado en función de los principios de la democracia representativa que considera que la intervención sobre la toma de decisiones debe hacerse, o bien directamente, mediante el uso de la oposición parlamentaria, o bien indirectamente, mediante el voto de los ciudadanos en las elecciones. Mediante el uso de la

<sup>435</sup> El concepto de “repertorios de confrontación” (*contention repertoires*) constituye la totalidad de los medios que dispone un grupo para plantear múltiples demandas y exigencias a individuos o grupos (Tilly, 1986: 4).

protesta los movimientos sociales utilizan canales indirectos para influir en las decisiones de los funcionarios públicos. En la medida en que la protesta es un recurso que utilizan los sectores sociales que tienen menos poder su éxito depende de la capacidad de activación de otros grupos para que entren en la arena política. Además, la protesta pone en movimiento un proceso de persuasión indirecta, mediado por los medios de comunicación y otros actores más poderosos, dirigido a obtener el apoyo de esos grupos con el fin de conseguir decisiones políticas favorables a los sectores sociales menos poderosos.

El poder de la protesta radica en su capacidad para atraer la atención de la opinión pública mediante formas de acción colectiva no ortodoxas y presionando a los funcionarios públicos. Donatella Della Porta y Mario Diani (1999) proponen un modelo del proceso de comunicación de la protesta: 1) El sector social directamente interesado en una decisión política se puede denominar como núcleo de la protesta. 2) De este núcleo surge un liderazgo que trata de dirigir la acción de la protesta y mantener las relaciones externas del núcleo de protesta. 3) Los medios de comunicación difunden el mensaje de la protesta. Un mensaje que, en primera instancia, está dirigido a los funcionarios públicos, el verdadero objetivo de la protesta. 4) Para que la protesta tenga éxito debe producir estímulos positivos que influyan en la decisión de los funcionarios públicos: ganar simpatías entre aquellos sectores que poseen más recursos para influir en la toma de decisiones. Los sectores menos poderosos siempre tienen que buscar involucrar a aquellos sectores que pueden influir más fácilmente a los funcionarios públicos.

Las formas de protesta pueden variar desde formas muy convencionales hasta formas más conflictivas que pueden incluir episodios violentos. Las formas de acción también pueden cambiar según sea el objetivo del movimiento. Mientras las formas de acción que se concentran en el sistema político

buscar cambiar realidades externas, en cambio, las estrategias culturales buscan cambiar el sistema de valores de una sociedad y buscar la transformación interna de los actores. Tanto las estrategias políticas, como las estrategias culturales varían en grados que van desde formas convencionales y pacíficas hasta formas abruptas y violentas. El repertorio de confrontación que adoptó el movimiento de protesta poselectoral fue el de un plantón en el zócalo y la avenida Reforma.<sup>436</sup>

## LAS INSTITUCIONES CONTRA EL PUEBLO

El IFE había tomado dos acuerdos sobre la difusión de información una vez que terminara la elección. El primero fue que

<sup>436</sup>La coyuntura del conflicto poselectoral abarca del 2 de julio al 1o. de diciembre de 2007, y comprende tres periodos: 1) Las instituciones contra el pueblo (3 al 30 de julio). López Obrador desconoce los resultados del cómputo distrital realizado en los 300 consejos electorales federales, anuncia la impugnación de esos resultados ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación y, anuncia la instalación de un plantón en el zócalo y avenida Reforma a partir del 30 de julio, hasta que se resolviera la demanda de realizar un nuevo conteo voto por voto de la elección presidencial. En este periodo el movimiento realiza dos manifestaciones, una de un millón de manifestantes que sale del Museo de Antropología y culmina en un mitin en el zócalo; otra de dos millones que sale del Museo de Antropología y culmina en un mitin en el zócalo. 2) La Convención Nacional Democrática (30 de julio al 16 de septiembre). El TEPJF rechaza la demanda de abrir todos los paquetes electorales y proceder a un nuevo conteo total de los votos. Asimismo califica a la elección presidencial como válida, a pesar de las irregularidades detectadas, y entrega la constancia de presidente electo a Felipe Calderón. Por su parte, López Obrador convocó a refundar las instituciones del país, llamó a la formación de la Convención Nacional Democrática y fue electo por ésta como presidente legítimo de México. Se levanta el plantón en el zócalo y Reforma. 3) El presidente legítimo (17 de septiembre al 1o. de diciembre). López Obrador asumió (el 20 de noviembre) el cargo de presidente legítimo, en una ceremonia efectuada en el zócalo. Los diputados electos del PRD impidieron que Vicente Fox ofreciera en la Cámara de Diputados su último informe de gobierno y, finalmente, en medio de especulaciones y enfrentamiento, Felipe Calderón tomó protesta como presidente electo en la tribuna de la Cámara de Diputados.

ningún medio daría a conocer los resultados de encuestas de salidas y conteos rápidos, si la diferencia entre el primero y segundo lugar era menor a un nivel de error estadístico de  $\pm 2.5$  por ciento.<sup>137</sup> El segundo fue que el IFE no daría a conocer los resultados de su conteo rápido, diseñado con una muestra bastante amplia de casillas electorales, si el comité científico que supervisaría dicho ejercicio estimaba que sus resultados impedían afirmar con certeza al ganador.<sup>138</sup> El mensaje del consejero presidente, Luis Carlos Ugalde, ofrecido a las 23:00 hrs., anunciando que no se presentarían los resultados del conteo rápido ordenado por el propio IFE, abrió un espacio de indefinición de la situación política que fue llenado por los actores políticos en los días subsiguientes.

Podemos decir que hubo dos marcos interpretativos durante la protesta postelectoral. El que manejó López Obrador puede denominarse “las instituciones contra el pueblo”. El que utilizó Calderón puede describirse como “las elecciones las hacen los ciudadanos”.

Durante la campaña electoral López Obrador señaló que la democracia más que ser un asunto de instituciones o procedimientos, era un asunto de tener la capacidad de ser sensible a la voz del pueblo. Cuando las instituciones representativas carecían de esa capacidad dejaban de ser democráticas. López Obrador utilizó esta idea central durante su discurso postelectoral. En sus dos primeros mensajes, en la noche del 2 de

<sup>137</sup>Fabiola Martínez y Alonso Urrutia, “Difusión de conteos, sólo con margen superior a 2.5 por ciento”, *La Jornada*, 29 de junio de 2006.

<sup>138</sup>Véase “Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral, por el que se aprueban diversas disposiciones relativas a la realización y difusión del ejercicio de Conteo Rápido, el día de la jornada electoral del 2 de julio de 2006”, 22 de junio de 2006, consultado en Internet: <[http://www.ife.org.mx/docs/Internet/Estructura\\_IFE/CG/sesiones\\_CG/acuerdos\\_CG/2006/22JUN/acuerdos22jun2006\\_pdf/CGo220606ap15.pdf](http://www.ife.org.mx/docs/Internet/Estructura_IFE/CG/sesiones_CG/acuerdos_CG/2006/22JUN/acuerdos22jun2006_pdf/CGo220606ap15.pdf)>. También véase, Fabiola Martínez y Alonso Urrutia, “A las 23:00 horas, ‘probables’ resultados del conteo rápido”, *La Jornada*, 30 de junio de 2006.

julio, López Obrador empezó a bosquejar esta separación entre instituciones y pueblo. En el primer mensaje exigió: “que el IFE respete nuestros resultados”. En el segundo mensaje, en el zócalo, la separación se estableció aún con más claridad. López Obrador sostuvo la posibilidad de que “alguien” podría “escamotear” el triunfo en la elección presidencial y que ese agente o agentes indeterminados podría incluir al IFE: “quiero decir a ustedes que vamos a defender nuestro triunfo, no vamos a permitir que nos quieran escamotear el resultado electoral. Lamento mucho que el Instituto Electoral no haya dado el resultado”.<sup>439</sup>

El 3 de julio, cuando los resultados del PREP mostraron una ventaja de cerca de 500 000 votos a favor del Calderón, López Obrador apuntaló la idea de una separación entre las instituciones y el pueblo al negarse a aceptar los resultados del PREP. Según esta idea, la operación del PREP, por ser sofisticada y técnica, era una “caja negra”, que no estaba sujeta a una supervisión ciudadana directa. Por lo tanto, se podía sospechar que, en algún momento de la operación de captura o en el proceso de subir la información a la página de internet “algo” podía haber ocurrido. La existencia de esas “zonas oscuras” dentro de los procesos institucionales le sirvió a López Obrador para construir un discurso en el cual las instituciones se encontraban separadas de los ciudadanos. Fue por esta razón que López Obrador articuló inmediatamente su demanda central: conteo voto por voto y casilla por casilla. Se trataba, en un primer momento, de sustituir un “mecanismo oscuro” como el del PREP, por un “mecanismo abierto” que era el recuento manual de los votos contenidos en los paquetes electorales.

<sup>439</sup> Véase discurso de Andrés Manuel López Obrador en el Hotel Marquis de la Ciudad de México; también discurso de Andrés Manuel López Obrador en el Zócalo de la Ciudad de México, 2 de julio de 2006.

López Obrador articuló la demanda de que durante el cómputo distrital se diera el conteo voto por voto y casilla por casilla. Además planteó la demanda de que la gente estuviera presente durante el cómputo distrital en las sedes de los 300 distritos electorales federales.<sup>140</sup> El cómputo distrital terminó el 6 de julio y el Consejo General del IFE informó que Felipe Calderón había obtenido el mayor número de votos. Con el 98.45 por ciento de las casillas computadas, el Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) mostró los siguientes resultados: Felipe Calderón 14 027 214 votos (36.38 por ciento); Andrés Manuel López Obrador 13 624 506 votos (35.34 por ciento).<sup>141</sup> Posteriormente, el IFE le dio el triunfo a Felipe Calderón con 15 000 284 votos (35.89 por ciento), delante de Andrés Manuel López Obrador con 14 756 350 votos (35.31 por ciento).<sup>142</sup>

Al terminar el cómputo oficial, López Obrador anunció que impugnaría judicialmente los resultados electorales ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.<sup>143</sup> Según los asesores jurídicos del PRD, durante el cómputo distrital, los consejeros distritales se condujeron irregularmente al no proceder a la apertura de 50 mil de 130 mil casillas que

<sup>140</sup> Jorge Ramos, Lilia Saúl, Arturo Zárate y Jorge Herrera, "López Obrador llama a perredistas a acudir a las juntas distritales", *El Universal*, 5 de julio de 2006.

<sup>141</sup> Lilia Saúl y Jorge Ramos, "AMLO exige contar voto por voto y duda del PREP", *El Universal*, 4 de julio de 2006.

<sup>142</sup> Jorge Herrera y Arturo Zárate, "IFE: logró Calderón la mayoría de votos", *El Universal*, 7 de julio de 2006.

<sup>143</sup> Según el Cofipe, si un partido no está conforme con el resultado del cómputo en un distrito, debe presentar un escrito de impugnación, el cual se añade al expediente del cómputo distrital el cual, a su vez, es remitido al TEPJF. La forma de impugnación que los asesores jurídicos del PRD escogieron para no reconocer los cómputos distritales, fue el llamado "juicio de inconformidad". En el juicio de inconformidad los partidos pueden impugnar las determinaciones de las autoridades electorales si consideran que éstas han violado la Constitución u otros preceptos legales.

presentaban “omisiones visibles e inconsistencias”.<sup>144</sup> Los asesores jurídicos del PRD decidieron interponer un juicio de inconformidad (el cual sería más adelante llamado el “recurso líder” de todos los juicios de inconformidad presentados por la Coalición) en el cual se incluían argumentaciones sobre todos los aspectos del proceso electoral desde la intervención del presidente Fox, los *spots* negativos en contra de López Obrador y el uso de programas sociales para inducir el voto. Este recurso líder sería interpuesto el 9 de julio en la Junta Distrital Ejecutiva 15 del Distrito Federal.<sup>145</sup> En definitiva, la Coalición interpondría 231 juicios de inconformidad ante el TEPJF.<sup>146</sup>

El discurso del 8 de julio estableció la separación entre las instituciones y el pueblo, justificando así el paso hacia la movilización social para cuestionar el resultado electoral. En la primera parte del discurso, López Obrador trató de mostrar que era un hecho evidente la existencia del “grupo de privilegiados” al cual había hecho referencia durante la campaña electoral. Y que también era un hecho evidente que dicho grupo había manipulado el proceso electoral: “Estamos conscientes de que nos enfrentamos a un grupo de poder económico y político, que está acostumbrado a triunfar a toda costa, sin escrúpulos morales de ninguna índole”.<sup>147</sup> López Obrador señalaba que el IFE estaba del lado de este grupo y en contra del pueblo:

<sup>144</sup> Lilia Saúl, “Coalición pro AMLO niega que busque anular comicios”, *El Universal*, 8 de julio de 2006. *La Jornada* reporta que son 55 mil las casillas en las que la coalición dijo tener pruebas sobre inconsistencias, Andrea Becerril, “Recuento total, exigirá AMLO en ‘juicio de inconformidad’”, *La Jornada*, 8 de julio de 2006.

<sup>145</sup> Alonso Urrutia, “Empieza la coalición por el Bien de Todos presentación de impugnaciones”, *La Jornada*, 10 de julio de 2006.

<sup>146</sup> Arturo Zárate, “Llegaron sólo 364 recursos al TEPJF”, *El Universal*, 21 de julio de 2006.

<sup>147</sup> Discurso de Andrés Manuel López Obrador en la Primera Asamblea Informativa realizada en el zócalo de la Ciudad de México, 8 de julio de 2006.

El Instituto Federal Electoral, que debió actuar con imparcialidad, *se convirtió* en un ariete del partido de la derecha y *se entregó* por entero a la simulación electoral. Baste señalar que el miércoles, al igual que como lo hicieron el domingo, *manipularon* el sistema de cómputo e información. Y aunque *ellos ya sabían de antemano* cual iba a ser el resultado, durante todo el día *utilizaron a la televisión* para dar a conocer los supuestos cómputos electorales distritales, jugando, ultrajando, pisoteando el sentimiento de esperanza de millones de mexicanos.<sup>148</sup>

En ese discurso López Obrador termina con tres puntos de acción:

- 1) La realización de una marcha nacional, desde los 300 distritos electorales federales hacia la ciudad de México;
- 2) la realización de una Segunda Asamblea Informativa para el 16 de julio en el Zócalo de la Ciudad de México, y
- 3) la formación de comités de difusión.

Posteriormente, López Obrador presentó ante la prensa videos y grabaciones que, según su perspectiva, documentaban la realización de un fraude electoral. López Obrador sostuvo que el mecanismo principal del fraude no había sido la manipulación por parte de las autoridades electorales de los resultados, sino la alteración sistemática de las actas de escrutinio en las casillas electorales.<sup>149</sup> Después de la Segunda Asamblea Informativa del 16 de julio, se instalan los campamentos permanentes en el zócalo y la avenida Paseo de la Reforma. La decisión de López Obrador de realizar el plantón se dio en el momento en que el TEPJF se encontraba recabando todavía los juicios de inconformidad. De hecho, es el hasta día

<sup>148</sup>Discurso de Andrés Manuel López Obrador en la Primera Asamblea Informativa realizada en el zócalo de la Ciudad de México, 8 de julio de 2006.

<sup>149</sup>Jorge Ramos, "López Obrador ve fraude 'a la antigua', no cibernético", *El Universal*, 18 de julio de 2006.

31 de julio cuando el TEPJF anunció que su primera tarea en el desahogo de las impugnaciones al cómputo distrital sería resolver si procedía o no un recuento en los 300 distritos electorales.<sup>150</sup> Si no procediese ese recuento total, los magistrados procederían a atender en cada juicio de inconformidad los planteamientos específicos para la nulidad de las casillas impugnadas de manera específica.<sup>151</sup>

Así pues, en esta primera etapa, la lógica de la protesta postelectoral lopezobradorista era presentar una imagen vivida de un pueblo organizado exigiendo el recuento voto por voto. Y para ello era preciso mostrar físicamente la presencia de ese pueblo mediante los campamentos colocados en el centro político y económico del país. López Obrador esperaba que esta presencia del pueblo podría tener un efecto sobre los magistrados del TEPJF, en el sentido de que privilegiaran el “espíritu de la ley” electoral (el respeto a los principios constitucionales), por sobre los procedimientos específicos del proceso electoral.

## LA CONVENCIÓN NACIONAL DEMOCRÁTICA

El 5 de agosto, la sala superior del TEPJF declaró inadmisibles un conteo total de los votos aduciendo varias razones: La Coalición por el Bien de Todos sólo impugnó el cómputo en 230 distritos electorales, lo cual era incongruente con su pretensión de que se contabilizaran la totalidad de las casillas de los 300 distritos. La Coalición no había logrado probar fehacientemente la forma en que el gobierno federal hubiera podido afectar el escrutinio y cómputo de los votos. Tampoco

<sup>150</sup> Arturo Zárate, “Tribunal analiza si procede recuento”, *El Universal*, 10. de agosto de 2006.

<sup>151</sup> Alonso Urrutia, “Determina el TEPJF analizar un nuevo conteo voto por voto”, *La Jornada*, 10. de agosto de 2006.

probó en qué medida la desigualdad en los medios de comunicación, los excesos en gastos de campaña o la propaganda de extranjeros a favor del PAN incidieron en ese mismo escrutinio y cómputo. Los magistrados dejaron en claro que su resolución no era un análisis del proceso electoral en su conjunto, sino solo respecto a si la coalición había presentado pruebas contundentes en el sentido de que se hubiera influido irregularmente en el cómputo distrital de votos, hasta el punto en que fuera necesario realizar un nuevo conteo de los votos. Por otra parte, declaró “parcialmente fundados” 149 juicios de inconformidad presentados en otros tantos distritos electorales y determinó que se abrirían 11 mil 839 casillas correspondientes al 9 por ciento del total, haciendo un total aproximado de 3 millones 800 mil votos que se volverían a contar.<sup>152</sup> Este recuento iniciaría el miércoles 9 de agosto.

López Obrador respondió señalando que la decisión del TEPJF de declarar improcedente el recuento voto por voto era consecuente con el marco “las instituciones contra el pueblo”. El punto central de su discurso del 5 de agosto en el zócalo fue que la decisión de los magistrados, se encontraba guiada por un criterio estrecho y coincidía con una opinión existente entre miembros del círculo próximo a Calderón. López Obrador leyó copias de correos electrónicos intercambiados entre César Nava, secretario general adjunto del PAN, y el diputado Juan Molinar Horcasitas, en donde expresaban su aceptación de un recuento en un número pequeño de casillas. López Obrador señaló que esa coincidencia de opiniones expresaba, en realidad, un acuerdo obscuro entre el PAN y los magistrados. Por otra parte, reiteró la argumentación inicial del marco

<sup>152</sup> Alonso Urrutia y Fabiola Martínez, “Es *inadmisibile* la exigencia de recontar todos los votos: TEPJF”, *La Jornada*, 6 de agosto de 2006. También Arturo Zárate y Jorge Herrera, “Tribunal inicia el miércoles el recuento parcial de votos”, *El Universal*, 6 de agosto de 2006.

“las instituciones contra el pueblo”: el Tribunal debía obedecer más al “espíritu de la ley” que a los procedimientos formales. En otras palabras, dada la gravedad del asunto, el Tribunal debería haber adoptado una decisión para cumplir con los principios constitucionales que rigen la realización de los procesos electorales, el Tribunal debió haberse comportado en función de la Constitución y no en función del purismo procedimental: “No estamos acudiendo a una agencia del Ministerio Público; estamos hablando de un tribunal que, de acuerdo con la Constitución, tiene el propósito de dar certeza al proceso electoral, un tribunal para garantizar nada menos que la autenticidad de la democracia”.<sup>153</sup>

Dos días después, el 7 de agosto, López Obrador comenzará a modificar el sentido de la resistencia civil pacífica. Ese día López Obrador previó la posibilidad de que el TEPJF convalidara la imposición de Felipe Calderón. Ante esa posibilidad, sostuvo que la resistencia civil debía cambiar la consigna “voto por voto” por la de “un movimiento para la transformación del país”.<sup>154</sup> El 13 de agosto López Obrador hace más clara esta redefinición. En primer lugar, vuelve a enviar mensajes en el sentido de que la concepción de la resistencia civil se ha modificado, al sostener que la misma podría convertirse en un movimiento social que podría “durar años”. En segundo lugar, comenzó a dotar a su movimiento de un “programa político” mínimo: combatir la pobreza, oponerse a la privatización del petróleo, la electricidad, la seguridad pública y la educación; hacer valer el derecho al acceso a la información pública; enfrentar la corrupción, y la renovación de las instituciones. Finalmente, planteó una serie de acciones inmediatas: mantener el

<sup>153</sup>Véase Andrea Becerril, “Faltó al tribunal *altura de miras*, señala López Obrador, y le exige rectificar”, *La Jornada*, 6 de agosto de 2006.

<sup>154</sup>Jorge Ramos, “AMLO: seguirá la resistencia si se convalida la imposición”, *El Universal*, 8 de agosto de 2006.

plantón; realizar una protesta el 10. de septiembre con ocasión del informe de gobierno del presidente Fox; celebrar el 15 de septiembre con una ceremonia alternativa y al día siguiente una Convención Nacional Democrática.<sup>155</sup> El 15 de agosto, López Obrador anunció la convocatoria formal para realizar la Convención Nacional Democrática. Los términos de la convocatoria dicen mucho del cambio en el movimiento social. La convención se articularía ya no en torno a la demanda de voto por voto, sino fundamentalmente como un foro para iniciar “una discusión sobre la crisis política abierta por la imposición antidemocrática y la solución a los problemas fundamentales” del país.<sup>156</sup>

A partir del 5 de agosto (fecha en la que el TEPJF declara que el conteo voto por voto es improcedente) al 5 de septiembre (fecha en que el TEPJF declara válida la elección presidencial y presenta el conteo final de la misma) se observa un proceso de reorganización y reconfiguración de la resistencia civil lopezobradorista. Esto se va a expresar en la convocatoria formal para llevar a cabo una Convención Nacional Democrática. La resistencia civil se transformaría así en un movimiento de carácter más permanente, cuyas características organizativas formales provendrían precisamente de los resolutivos de la citada convención. Esta reconfiguración de la resistencia civil también tendrá efectos sobre la vida política

<sup>155</sup> Jorge Ramos, “López Obrador prevé que se extienda la resistencia civil”, *El Universal*, 14 de agosto de 2006.

<sup>156</sup> La formulación del marco “las instituciones contra el pueblo” se hace explícita en esta convocatoria: “De consumarse el fraude electoral para imponer al candidato de la derecha en la Presidencia de la República se estaría pisoteando la voluntad del pueblo expresada en las urnas el 2 de julio y violando a la vista de todos la Constitución, a este agravio que representa en los hechos reducir la democracia a una mera farsa había que agregar la decadencia y el descrédito de las instituciones que han dejado de representar el interés general del pueblo”. Jorge Ramos, “López Obrador convoca a convención democrática”, *El Universal*, 16 de agosto de 2006.

de los partidos que conformaban la coalición por el bien de todos. Por ejemplo, el PRD se vio sometido a un debate interno sobre cuál debía ser la línea de conducta de sus legisladores (diputados y senadores) electos, sobre todo tomando en cuenta que debían rendir protesta formal el 29 de agosto para que se pudiera instalar el Congreso de la Unión el 1o. de septiembre. Una primera propuesta (sugerida por Ricardo Monreal) era que los legisladores electos del PRD (y de hecho, de la Coalición) no participaran en las actividades del congreso hasta que no se resolviera el asunto de la elección presidencial. No obstante, otras corrientes del PRD se manifestaron en contra de esta postura y sostenían que la resistencia civil lopezobradorista se fortalecería si tenía un apoyo parlamentario. El 17 se definió que los diputados perredistas electos rendirían protesta formalmente el 29 de agosto y desde el Congreso apoyarían la resistencia civil de López Obrador.<sup>157</sup> El 22 de agosto se definieron los coordinadores de las bancadas parlamentarias del PRD en la Cámara de Diputados y en la Cámara de Senadores. Según los medios informativos, los elegidos finalmente no fueron personas cercanas a López Obrador. No obstante refrendaron su apoyo a la resistencia civil de López Obrador.<sup>158</sup>

El 28 de agosto, la sala superior del TEPJF declaró como improcedentes o infundados la mayor parte de los juicios. En el caso de los 231 juicios presentados por la Coalición por el Bien de Todos, los magistrados desecharon la mayoría porque sus expedientes carecían de alguno de los documentos referidos por la ley: falta de firma, recursos presentados extemporáneamente, no acreditación de los hechos y de las causas de nulidad de las casillas impugnadas, y hasta carencia de perso-

<sup>157</sup> Andrea Merlos, Ricardo Gómez y Jorge Herrera, "Legisladores electos del PRD sí rendirán protesta; AMLO lo avaló", *El Universal*, 18 de agosto de 2006.

<sup>158</sup> Francisco Reséndiz, "Pierden candidatos de AMLO para el Congreso", *El Universal*, 23 de agosto de 2006.

nalidad legal de los promotores del juicio. Por lo demás, los magistrados rechazaron el argumento de que las inconsistencias en las actas de los cómputos distritales fueran el resultado de una conducta “dolosa” y concluyeron que más bien se trataba de “errores aritméticos”, por lo cual no se podía configurar una responsabilidad a las autoridades electorales. No obstante, en los juicios de inconformidad aceptados se procedió a la anulación de las casillas impugnadas, para una anulación total de 237 mil 736 votos.<sup>159</sup>

Después de conocerse la decisión del TEPJF en el sentido de desechar la mayoría de los juicios de inconformidad presentados por la coalición, López Obrador llamó a desconocer, durante la realización de la convención nacional democrática, el conteo final que realizaría el TEPJF. Asimismo, propuso analizar el título que recibiría el representante del movimiento que se articularía después de la convención: “coordinador de la resistencia civil” o “presidente legítimo”.<sup>160</sup>

El 10. de septiembre, después de días de especulación sobre si el presidente Fox podría dar su último informe de gobierno, los legisladores del PRD impidieron que ello ocurriera. El senador del PRD, Carlos Navarrete subió a la tribuna de la Cámara, pero en lugar de fijar la posición de su partido, afirmó que bajo las circunstancias de una “suspensión de las garantías constitucionales de facto” (haciendo referencia al operativo policiaco que se había implementado, desde días atrás para impedir que las posibles protestas de los seguidores de López Obrador obstaculizaran la realización de la ceremonia del informe), no había condiciones para sesionar. Inmediatamente los legisladores perredistas ocuparon la tribuna y Navarrete sostuvo que no se retirarían, hasta que no se reti-

<sup>159</sup> Arturo Zárate, “Sin cambios, primero y segundo de la contienda”, *El Universal*, 29 de agosto de 2006.

<sup>160</sup> Jorge Ramos, “AMLO propone desconocer conteo”, *El Universal*, 29 de agosto de 2006.

rara dicho operativo policiaco. Bajo estas condiciones, aunque el presidente Fox llegó hasta la Cámara de Diputados, no ingresó al Salón de Plenos y entregó el texto de su informe en la entrada de la Cámara de Diputados.<sup>161</sup>

Resueltos los juicios de inconformidad, la última fase del proceso electoral consistía en la declaración de validez de la elección. En esta última fase la sala superior del TEPJF tendría que entrar en detalle a analizar el conjunto de la argumentación presentada por la coalición por el Bien de Todos, en el sentido de que durante todo el proceso electoral se habían cometido irregularidades que, en última instancia, comprometían el cumplimiento de los principios constitucionales que debían regir la realización del proceso electoral. El 5 de septiembre, la sala superior del TEPJF declaró la validez de la elección presidencial, aunque resaltó un conjunto de eventos sucedidos durante el proceso electoral que pusieron en riesgo la equidad de la competencia electoral. Entre ellos, las declaraciones del presidente Vicente Fox y la propaganda promovida por el Consejo Coordinador Empresarial.<sup>162</sup> Al día siguiente, en medio de las protestas de los seguidores de López Obrador, Felipe Calderón recibiría, en la sede del TEPJF, la constancia de presidente electo.

El 5 de septiembre, después de que el TEPJF declarara válida la elección presidencial, López Obrador rechazó dicha declaración de validez. Definiendo a Felipe Calderón como un “presidente espurio” sostuvo que el único gobierno legítimo provendría de las decisiones de la Convención Nacional Democrática. Ese mismo día, los legisladores de la coalición anunciaron que impedirían la toma de posesión de Felipe Calderón como presidente de México el 1o. de diciembre.<sup>163</sup>

<sup>161</sup> “Impiden mensaje de Fox”, *El Universal*, 2 de septiembre de 2006.

<sup>162</sup> Arturo Zárate y Carlos Avilés, “Tribunal declara presidente electo a Felipe Calderón”, *El Universal*, 6 de septiembre de 2006.

<sup>163</sup> Jorge Ramos, “AMLO desconoce fallo; seguirá en la lucha, afirma”, *El Universal*, 6 de septiembre de 2006.

Del 6 al 16 de septiembre se produce la etapa final del plantón en el zócalo y Reforma. Dos eventos marcan esta etapa. El primero es la creación, el 14 de septiembre, del Frente Amplio Progresista, que aglutinaría a los partidos de la coalición por el bien de todos. La creación del Frente Amplio parecía responder a dos necesidades. Por un lado fortalecer la alianza entre los partidos que formaban la coalición más allá de la coyuntura electoral. Por el otro, trataba de ser una respuesta a la difícil relación entre el movimiento de resistencia civil lopezobradorista y la actividad parlamentaria de los legisladores electos provenientes de los partidos que formaron la coalición. En efecto, el FAP fue pensado como una coalición legislativa cuyas principales funciones serían, por un lado, presentar en la Cámara de Diputados las propuestas legislativas provenientes del “gobierno legítimo” encabezado por López Obrador y por el otro, oponerse a todas aquellas iniciativas legislativas que atentaran contra el programa mínimo de dicho “gobierno legítimo”.<sup>164</sup> El FAP pretendía ser el instrumento de coordinación entre la resistencia civil lopezobradorista extra-parlamentaria, y la acción parlamentaria. El otro evento fue la realización de la Convención Nacional Democrática, el 16 de septiembre, fecha en la cual también se levantó oficialmente el plantón del zócalo,<sup>165</sup> al que acudieron, según calcularon los propios organizadores un millón de delegados. Dos fueron las conclusiones más importantes de la Convención. En primer lugar, se decidió que la estructura del movimiento que surgiría de la Convención sería la de un “gobierno legítimo”, en oposi-

<sup>164</sup> Francisco Reséndiz, “Busca frente amplio ser un verdadero contrapeso”, *El Universal*, 15 de septiembre de 2006.

<sup>165</sup> Los plantones sobre Paseo de la Reforma se habían levantado desde el 13 de septiembre.

ción al gobierno espurio de Felipe Calderón; este “gobierno legítimo” estaría encabezado por López Obrador, en su calidad de “presidente legítimo”. Este “gobierno legítimo” tendría su propio gabinete. En segundo lugar, se decidió que el “presidente legítimo” asumiría sus funciones el 20 de noviembre, con una ceremonia masiva en el zócalo de la capital.<sup>166</sup>

Durante los días que transcurrieron del 16 de septiembre al 20 de noviembre, pareció transcurrir una tregua relativa en el enfrentamiento postelectoral. Por un lado, López Obrador realizó una gira extensa por el estado de Tabasco en apoyo al candidato de la coalición por el bien de todos para la gubernatura del estado. La gira, por lo demás, prefiguró lo que López Obrador tenía contemplado hacer una vez que asumiera su cargo de “presidente legítimo”: llevar a cabo una gira nacional a “ras de tierra” visitando a los municipios más pobres del país para ganar simpatías para el “gobierno legítimo”, recoger demandas de la gente y mantener viva la resistencia contra el gobierno de Felipe Calderón. La gira de López Obrador duró casi un mes, hasta la víspera de la elección a mediados del octubre. No obstante lo anterior, el candidato de la Coalición perdió frente al candidato del PRI.<sup>167</sup>

López Obrador regresó a la Ciudad de México para tomar posesión el 20 de noviembre como “presidente legítimo” de México. Durante su toma de protesta, definió lo que serían los principales de su programa de gobierno: en primer lugar, se trataría de un “gobierno itinerante”, es decir, según sus propias palabras, López Obrador despacharía tres días de la semana en el Distrito Federal, y los cuatro restantes visitaría cada uno de los municipios del país; en segundo lugar, las

<sup>166</sup> Jorge Ramos y Jorge Herrera, “Convención elige a AMLO ‘presidente legítimo’”, *El Universal*, 17 de septiembre de 2006.

<sup>167</sup> Jorge Teherán, Alberto Morales y Roberto Barboza, “Aventaja en Tabasco el PRI; impugnará PRD”, *El Universal*, 16 de octubre de 2006.

principales tareas políticas que tendría su gobierno itinerante serían: renovar las instituciones públicas; defender el derecho a la información y buscar la apertura de los medios de comunicación; atender el problema migratorio; vigilar la actuación del poder judicial; combatir la corrupción; impedir el cobro del IVA a alimentos y medicinas; reorientar el gasto público hacia la salud, la educación y la creación de empleos; impedir la privatización de la industria petrolera y eléctrica.<sup>168</sup> Por otro lado, durante este tiempo otro evento empezó a adquirir prioridad dentro de la agenda política: la toma de posesión de Felipe Calderón como Presidente Constitucional de México. Ya desde principios de septiembre, después del éxito que habían obtenido los perredistas al evitar que Vicente Fox ofreciera su último informe de gobierno en la Cámara de Diputados, la dirigencia del PRD había señalado que impediría la toma de posesión del Felipe Calderón. No obstante, durante la mayor parte de septiembre y octubre no se establecieron estrategias claras sobre este asunto. Ni siquiera durante la convención se realizó un pronunciamiento concreto en este sentido. Pero a mediados de noviembre, el FAP se vio obligado a concretar su estrategia, ya que desde el 9 de noviembre, el presidente de la mesa directiva de la Cámara de Diputados, el panista Jorge Zermeño, había solicitado a la Policía Federal Preventiva salvaguardar el recinto de la Cámara de Diputados a fin de que se pudiera realizar la toma de posesión de Felipe Calderón como Presidente Constitucional de México. Más aún, en su solicitud, Zermeño pedía esa salvaguardia no sólo al exterior del recinto parlamentario, sino también en su interior: “Estará contemplado el operativo de seguridad que sea necesario para que nadie tome la tribuna con elementos de seguridad dentro y fuera de la Cámara y con un llamado a los propios legisladores

<sup>168</sup> Andrea Becerril y Alonso Urrutia, “AMLO se compromete a defender al pueblo y la soberanía nacional”, *La Jornada*, 21 de noviembre de 2006.

para evitar que suban a tribuna”.<sup>169</sup> Al día siguiente se informó que el equipo de transición de Felipe Calderón estudiaba las condiciones para la toma de posesión. Una de las cosas que dejó en claro el equipo de Calderón era que no habría una sede alterna para la toma de posesión: el presidente electo acudiría a la Cámara de Diputados.<sup>170</sup> Más aún, el 14 de noviembre, Jorge Zermeño envió oficios a diferentes autoridades con el fin de garantizar la seguridad del recinto parlamentario el 10. de diciembre. En los días siguientes estas peticiones se materializaron en un cerco de seguridad que incluyó la presencia de 400 elementos del Estado Mayor Presidencial y de la Policía Federal Preventiva en el interior de la Cámara y la instalación de bardas metálicas de 2,5 metros de altura y el despliegue de 1 200 elementos de seguridad en el exterior.<sup>171</sup> Como consecuencia de estos movimientos, el FAP denunció la “militarización” de la zona, y endureció su postura respecto a la posible toma de posesión de Calderón, al sostener que actuarían con “energía” y “determinación” para impedir la toma de posesión. Más aún, el coordinador de los senadores del PRD, Carlos Navarrete, afirmó que si como consecuencia de esa acción “enérgica” y “determinada” se derivaban actos de violencia, la responsabilidad recaería en el “gobierno y sus representantes” y no en los legisladores del FAP.<sup>172</sup> Complementando esta postura de los legisladores del FAP, durante el acto en el que López Obrador asumió como “presidente legítimo”, la convención llamó a los

<sup>169</sup> Andrea Merlos y Ricardo Gómez, “Habrá vigilancia dentro y fuera de la Cámara: Zermeño”, *El Universal*, 10 de noviembre de 2006.

<sup>170</sup> Sergio Javier Jiménez y Juan Arvizu, “Evalúan condiciones para toma de protesta”, *El Universal*, 11 de noviembre de 2007.

<sup>171</sup> Véase, Ricardo Gómez, “Incrementan seguridad en interior de San Lázaro”, *El Universal*, 18 de noviembre de 2006; Andrea Merlos, “Amurallan San Lázaro; despliegan 1 200 efectivos”, *El Universal*, 20 de noviembre de 2006.

<sup>172</sup> Jorge Teherán, “Habrá actuación enérgica durante toma de protesta”, *El Universal*, 23 de noviembre de 2006.

simpatizantes de López Obrador a concentrarse en el zócalo desde las 7 de la mañana para apoyar las medidas tomadas por los legisladores del FAP para impedir la toma de posesión de Calderón.<sup>173</sup>

Durante la última semana de noviembre, Felipe Calderón, en reiteradas ocasiones afirmó que asistiría a la Cámara de Diputados a tomar posesión.<sup>174</sup> Roto cualquier intento de negociación entre el FAP y el PAN, la tensión se incrementó al interior de la Cámara de Diputados. El 28 de noviembre se suscitó una batalla campal dentro del pleno de la Cámara de Diputados entre legisladores del PAN y del FAP. Como resultado de la misma los legisladores del PAN se adueñaron de la tribuna de la Cámara de Diputados y decidieron permanecer ahí hasta el 10 de diciembre para garantizar que Felipe Calderón pudiera acceder y cumplir con la toma de protesta como Presidente Constitucional de México.<sup>175</sup> Todavía durante estos pocos días antes de la toma de posesión se realizaron negociaciones entre legisladores del PAN y del FAP para garantizar la toma de posesión de Calderón. Aunque todas estas negociaciones finalmente se vinieron abajo, a final de cuentas, los legisladores del FAP decidieron de último momento evitar enfrentamientos durante la toma de protesta, al tiempo que los legisladores del PAN permanecieron en la tribuna. Así, en medio de una tribuna llena de diputados panistas, Felipe Calderón tomó protesta como Presidente Constitucional de México.<sup>176</sup>

¿Cuál fue la posición de la prensa en esta coyuntura?

<sup>173</sup> Francisco Reséndiz, "AMLO 'asume' y expone plan de 20 compromisos", *El Universal*, 21 de noviembre de 2006.

<sup>174</sup> Sergio Javier y Arturo Zárate, "Calderón: iré a San Lázaro por obligación, no por capricho", *El Universal*, 28 de noviembre de 2006.

<sup>175</sup> Ricardo Gómez y Andrea Merlos, "Diputados de PAN y PRD se disputan la tribuna", *El Universal*, 29 de noviembre de 2006.

<sup>176</sup> Ricardo Gómez y Andrea Merlos, "Los 'moderados' dentro de PAN y PRD se impusieron", *El Universal*, 2 de diciembre de 2006.

## *La Jornada*

De acuerdo a los editoriales de *La Jornada*, el *impasse* en que terminó la jornada electoral, es preocupante y confirma los temores previos a los comicios de una indefinición prolongada de los resultados, una autoridad electoral rebasada por los contendientes y la perspectiva de un veredicto que no va a ser fácilmente aceptado por las fuerzas rivales. Mientras Felipe Calderón, apoyado en los números del PREP exigía ser declarado triunfador López Obrador cuestionaba esas cifras, exhibía actas no correspondientes con su asiento en los resultados preliminares y señalaba un faltante cercano a los tres millones de votos en las cuentas oficiales. En un comunicado, el IFE hizo referencia a un misterioso archivo de inconsistencias que sugería una operación de rasurado del padrón electoral. El enmarcado de pronóstico realizado por *La Jornada* indica que todo parece indicar “que el grupo en el poder, las cúpulas empresariales y los conglomerados mediáticos, respaldados por dos de los partidos perdedores el PRI y Nueva Alianza, se aprestan a proclamar el triunfo de Felipe Calderón Hinojosa y a convalidar una elección que requiere una revisión exhaustiva y una limpieza profunda”.<sup>177</sup>

En sus editoriales *La Jornada* denuncia algunas irregularidades como el caso de las urnas repletas de votos encontradas en el basurero del bordo de Xochiaca, la desaparición hormiga de sufragios opositores en el Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP), las tendencias registradas en la actualización de ese instrumento durante la noche del domingo y la madrugada del lunes, así como la súbita aparición de 2 millones y medio de votos colocados por el Instituto Federal Electoral (IFE) en un “archivo de inconsistencias”, en

<sup>177</sup> “Colapso del IFE”, *La Jornada*, 4 de julio de 2006.

los cuales se muestra una tendencia favorable a López Obrador.<sup>178</sup> *La Jornada* se suma a la demanda de la Coalición Por el Bien de Todos, del conteo voto por voto, la cual vendría a resolver las dudas sobre la legitimidad de un proceso electoral, en el que los resultados oficiales señalan una diferencia final de votos de 0.58 por ciento entre ambos contendientes.<sup>179</sup> Con fundamentos en el artículo 41 de la Constitución Política de México, que establece que los principios rectores en la organización de las elecciones son: certeza, independencia y objetividad, *La Jornada* demanda la apertura de los paquetes electorales y el conteo de los votos.<sup>180</sup> La autoridad del IFE es cuestionada: "Conforme pasan los días y aparecen nuevos elementos que hacen pensar en la posibilidad de que el 2 de julio se haya operado un fraude a la voluntad popular, los funcionarios del organismo se enmarañan más y más en sus propias declaraciones e incoherencias".<sup>181</sup> Se recuerdan varias irregularidades: la negativa del presidente del Instituto, Luis Carlos Ugalde, de dar a conocer la encuesta de salida; la desacreditación, por ese mismo funcionario, del Programa de Resultados Preliminares (PREP); la turbiedad con la que se operó ese instrumento; la omisión de las actas con inconsistencias, que se contabilizaron hasta que López Obrador hizo notar el faltante de más de dos millones y medio de votos; la rapidísima incorporación de tales sufragios al conteo total; la extralimitación del propio Ugalde, quien el jueves 6, tras el fin de unos cómputos distritales también marcados por la sospecha, prácticamente levantó la mano al aspirante oficialista.<sup>182</sup>

<sup>178</sup> "El voto en la basura", *La Jornada*, 5 de julio de 2006.

<sup>179</sup> "Conteo voto por voto, el pilar de la legitimidad", *La Jornada*, 8 de julio de 2006.

<sup>180</sup> "Resultados electorales, sociedad burlada", *La Jornada*, 9 de julio de 2006.

<sup>181</sup> "Los enredos del IFE", *La Jornada*, 10 de julio de 2006.

<sup>182</sup> "IFE: estímulos indecentes", *La Jornada*, 12 de julio de 2006.

En opinión de *La Jornada*, la culminación, por parte del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), del cómputo de votos en las casi 12 mil casillas en las que determinó realizar un recuento de resultados, evidencia la serie de irregularidades que afectaron a los comicios presidenciales del 2 de julio y la manipulación realizada en los días siguientes por el Instituto Federal Electoral.<sup>183</sup>

Andrés Manuel López Obrador tuvo razón. La denuncia que hizo al inicio de marzo de 2004 en el sentido de que era víctima de un complot no fue ni una fantasía paranoica ni un recurso para evitar el escrutinio público sobre su administración. La maquinación de Estado para impedir que llegara a la Presidencia de la República resultó cierta. Carlos Ahumada, piedra angular de la intriga palaciega, lo confesó en La Habana, Cuba, de acuerdo con el video dado a conocer ayer por la periodista Carmen Aristegui.<sup>184</sup>

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación acreditó el 6 de septiembre de 2006 a Felipe Calderón como presidente electo. En opinión de *La Jornada*, ese acto, que debiera ser muestra de "fortaleza institucional y de vigencia de las leyes, exhibe en cambio, en el contexto nacional presente, la monumental descomposición de las instituciones y la ilegalidad que imperan en la República".<sup>185</sup>

Durante la campaña electoral, los articulistas de *La Jornada* utilizaron el marco del fraude para interpretar el proceso. Este marco conduce a la idea de que las elecciones, en realidad, no son más que la representación de una confrontación más profunda entre una coalición oligárquica y el pueblo. En segundo lugar, el marco de la lucha supone que el juego electoral se ha transformado en una lucha, precisamente porque

<sup>183</sup> "¿Qué cuesta contar?", *La Jornada*, 14 de agosto de 2006.

<sup>184</sup> "Confesión en La Habana", *La Jornada*, 19 de agosto de 2006.

<sup>185</sup> "Simulación y realidad", *La Jornada*, 7 de septiembre de 2006.

uno de los actores involucrados no ha respetado las reglas del juego electoral. En función de esta interpretación, los articulistas de *La Jornada* van a inferir un diagnóstico de la situación del país después de las elecciones: México es una sociedad dividida en dos bandos; más allá de las elecciones, siguen existiendo las bases de una confrontación social. Veamos los siguientes ejemplos: “El 2 de julio muestra a México claramente dividido y fuertemente confrontado. La mayor parte del norte votó por Calderón, casi todo el sur por López Obrador. Los ricos sufragaron mayoritariamente por el PAN, los pobres lo hicieron por la Coalición Por el Bien de Todos”.<sup>186</sup> Los articulistas de *La Jornada* afirman que en efecto hubo un fraude electoral.<sup>187</sup>

En el marco del fraude se encuentra la idea de que las instituciones, por sí mismas, carecen de la capacidad para controlar las conductas de grupos económicos poderosos. Contrario a lo que diría un discurso institucional, las reglas que definen a las instituciones, no imponen restricciones sobre la conducta de los actores sociales. Los intereses son más poderosos que las reglas institucionales. Por tanto, la primera forma de darle credibilidad y validez a la idea de fraude es

<sup>186</sup>Luis Hernández Navarro, “La sombra del 88”, *La Jornada*, 4 de julio de 2006.

<sup>187</sup>“Yo sí estoy seguro que no ganaron Felipe Calderón, Roberto Madrazo, Roberto Campa ni Patricia Mercado. Mi razonamiento es muy sencillo y, por lo mismo, poco original pero contundente: 1) El IFE y Televisa tenían encuestas de salida (*exit polls*) que no se dieron a conocer a las 8 de la noche del domingo 2 de julio. ¿Por qué? Porque presentaban a López Obrador encima de Calderón, como se demostró en las encuestas de salida de medios extranjeros. 2) Los resultados del conteo rápido realizado por el IFE en siete mil 636 casillas, y que se iba a dar a conocer a las 11 de la noche del mismo domingo, no fueron informados. ¿Por qué? Por lo mismo que en el punto anterior. 3) Los resultados del cómputo de cada uno de los 300 distritos fueron alterados para que ganara Calderón y, lo más importante, porque este personaje, su partido (el PAN) y sus voceros en diversos medios han tratado en todo momento de convencer de que los votos ya fueron contados y que volverlos a contar no sólo es una ofensa para los miles de funcionarios de casillas, sino para los votantes”, Octavio Rodríguez Araujo, “Voto por voto”, *La Jornada*, 20 de julio de 2006.

sostener que su fuente se encuentra precisamente en la formación de una coalición oligárquica que busca defender sus intereses frente al peligro de perder sus privilegios. En otras palabras, la primera evidencia del fraude es la evidencia de que sí se formó una coalición oligárquica contra la candidatura de López Obrador: los episodios de los videoescándalos, el desafuero y la campaña electoral pueden sustentar ese argumento: “Las sospechas de fraude son compartidas por más y más gente conforme transcurre el tiempo. Y hay razones más que evidentes para tenerlas. La historia no comenzó el 2 de julio. [...] esta vez los verdaderos poderes fácticos se han esforzado por evitar que una persona sea candidato y luego presidente.”<sup>188</sup>

En este sentido, por ejemplo la crítica principal se hace al funcionamiento del PREP durante la noche del 2 de julio. El PREP, al ser un procedimiento tecnológico, controlado por sólo unos cuantos técnicos, es juzgado más como una instancia de manipulación que como un componente más del proceso democrático. La idea de fraude cibernético también apunta en el mismo sentido: las nuevas tecnologías no contribuyen al avance democrático, porque al ser administradas por una minoría, parecen susceptibles de producir una manipulación de la voluntad popular de la mayoría.<sup>189</sup>

<sup>188</sup> Octavio Rodríguez Araujo, “Por la defensa del voto”, *La Jornada*, 6 de julio de 2006.

<sup>189</sup> “La información que todos buscaban ansiosamente el domingo por la noche, las actualizaciones del PREP, no se encontraban disponibles de manera directa en la web del IFE. Para acceder a esa información era necesario ir a la página de los “difusores” de los resultados electorales preliminares. ¿Quiénes son los “difusores”? Básicamente los medios de información, desde Reforma hasta Televisa [...] Este hecho, en sí mismo, es extraordinario. El principal responsable de organizar e imprimir credibilidad a los resultados de la elección más importante en la vida nacional se ausentó del escenario y dejó el papel principal de esta obra a los medios de (des)información. [...] Lo mínimo que podríamos pedir al IFE y su PREP es un mínimo de rigor y claridad. Des-

Y en una formulación más contundente: “En todos los informes del PREP se incluía que se había procesado 98.45 por ciento de las actas. ¿Y el otro 1.55 por ciento?”<sup>190</sup> Continuando con esta argumentación se concluye que el resultado electoral fue producto de una lucha desigual, que condujo al fraude electoral, la lucha debe continuar a través de la protesta y la ocupación de la calle. Dado que en la lucha durante el proceso electoral se violaron los procedimientos legales del juego democrático, el formulismo legal dejan de tener sentido. Dado que la democracia ya no puede sostenerse sobre la base de unas reglas que no se cumplieron, la única forma de asegurar el orden democrático es regresar al espíritu fundamental de la democracia: la voluntad popular. Aquí es donde los articulistas de *La Jornada* van a bosquejar, en mayor o menor medida, su apoyo a la demanda articulada por López Obrador de contar voto por voto. El conteo voto por voto, a la vista de todos, supone un mecanismo sencillo de transparentar la elección. La oposición a esta demanda no refleja sino precisamente el interés por mantener en la oscuridad lo que pasó en las elecciones. Cuando el TEPJF decide no proceder al recuento voto por voto y valida la elección presidencial, es rápidamente ali-

---

graciadamente, nadie aclara estas dudas, ni los “difusores” del PREP ni el propio IFE. Cuando la transparencia se opaca, ¿por qué confiar en los resultados?”, Alejandro Nadal, “La democracia prohibida”, *La Jornada*, 5 de julio de 2006.

<sup>190</sup> “Según se publicó en estas páginas el pasado miércoles 5 de julio, el director de la Unidad de Servicios de Informática del IFE dijo que, después del agregado, ‘ahora sí, sólo faltan (por) computar 2 mil 17 casillas en total’. Es el tal 1.55 por ciento. Y el mismo funcionario, más adelante en la misma información, dijo que eran ‘entre 700 y 900 mil votos’. Resultó que buena parte de esas casillas estaban en Chiapas, Oaxaca, Estado de México y otras entidades en las que López Obrador obtuvo amplia ventaja y, claro, muchos votos. Aunque no se pueda tener una cantidad exacta, ni está claro si fue deliberado el haber dejado fuera a estas más de 2 mil actas, el valor de ese PREP doblemente mocho, es ya nulo. Pero durante esos días se vendió la imagen de que Calderón ganó”, Antonio Gershenson, “Del PREP mocho a los votos programados”, *La Jornada*, 9 de julio de 2006.

neado por los articulistas como parte de la coalición oligárquica que se opone a la manifestación democrática de la voluntad popular.

Durante la mayor parte el marco del fraude fue utilizado para criticar las acciones negativas del PAN, de Calderón, de Fox. A partir de este momento el marco de la lucha será utilizado para interpretar positivamente las acciones emprendidas por la resistencia postelectoral encabezada por López Obrador. En efecto, el marco del fraude permite a los articulistas darle una interpretación democrática a la protesta postelectoral. La cuestión más interesante es la forma en que los articulistas de *La Jornada* producen una separación de la protesta respecto al liderazgo de López Obrador. Al momento de hablar sobre la protesta postelectoral, los articulistas resaltan la autonomía de los participantes respecto al liderazgo de López Obrador. Tratando de contrarrestar la imagen de masas manipuladas (que como veremos forma parte de la forma en que los articulistas de *Reforma* tratan de dar una interpretación antidemocrática de la protesta postelectoral), los articulistas de *La Jornada* realizan sistemáticamente dos elecciones léxicas. O bien, por un lado se refieren a los participantes como ciudadanos, implicando así que su participación es resultado de una reflexión autónoma de las condiciones postelectorales. O bien, por el otro lado se refieren a los participantes englobándolos colectivamente con sustantivos positivos como el pueblo, o la sociedad, implicando que no forman simplemente una masa heterogénea, sino que existe un grado de identificación que supone la existencia de una voluntad colectiva autónoma. Es esto lo que le da su carácter democrático a la protesta postelectoral. Veamos el siguiente ejemplo:

...es la primera vez que constato que un líder puede convocar a medio millón de personas [...] con dos días de anticipación y que, además, esas personas demuestren emoción y entrega apretujadas e incómodas en el zócalo [...]. Me

consta también que pueblos enteros, de diversos puntos de la geografía del país, se pagaron el viaje a la Ciudad de México.”<sup>191</sup>

Por supuesto la legitimación democrática de la protesta postelectoral también pasa por una legitimación democrática de la personalidad política de López Obrador. Por ejemplo, López Obrador es retratado como un líder responsable: “Si él quisiera [...] podría llevar a sus seguidores, que son muchos más que los que caben en el zócalo, a una lucha de enfrentamientos. Pero no lo ha querido ni lo quiere”.<sup>192</sup>

## Reforma

En la coyuntura del conflicto poselectoral, los articulistas de opinión de *Reforma* siguen siendo críticos hacia López Obrador. Pero esto ocurre ahora de manera casi unánime. Articulistas que durante la campaña electoral trataron de realizar un juicio ponderado de López Obrador (como Denisse Dresser, Sergio Aguayo, Carmen Aristegui), ahora critican su decisión de realizar el megaplantón en el zócalo y la avenida Reforma. Nuevamente, sólo Guadalupe Loeza mantendrá su apoyo a López Obrador. Al igual que en el análisis del discurso de opinión de este periódico durante la campaña electoral, nuestro análisis se basará fundamentalmente en los artículos de Jaime Sánchez Susarrey y Enrique Krauze.

Para los articulistas del *Reforma* el conflicto poselectoral es visto no simplemente como una protesta más. Enrique Krauze, por ejemplo, trata de establecer una relación de la coyuntura actual con la historia de México. Según este argumento, históricamente en México la democracia sólo ha existido du-

<sup>191</sup> Octavio Rodríguez Araujo, “El líder y el pueblo”, *La Jornada*, 13 de julio de 2006.

<sup>192</sup> *Idem*.

rante tres breves periodos (la República Restaurada en el siglo XIX, la presidencia de Francisco I. Madero, y el periodo que inicia básicamente en el año 2000). En este contexto histórico, el conflicto poselectoral puede tener consecuencias epocales negativas para la democracia en México. Krauze escribe: “Este México, que ensaya por tercera ocasión la democracia, enfrenta una prueba crucial de la que depende no sólo nuestro futuro como sociedad civilizada (respetuosa de las leyes, las libertades, las instituciones) sino también –en alguna medida– el futuro de la democracia en Latinoamérica”.<sup>193</sup>

Desde esta perspectiva, los articulistas de *Reforma* producen un discurso de opinión enfocado a despojar de cualquier semblante democrático a la protesta poselectoral encabezada por López Obrador y la dirigencia del PRD. La forma más extrema de hacer aparecer la protesta poselectoral como esencialmente antidemocrática, es vincularla con la personalidad y la trayectoria política de López Obrador. Jaime Sánchez Susarrey es quien mejor ejemplifica esta estructura argumentativa. Por ejemplo, en su primer artículo correspondiente a la coyuntura del conflicto pos electoral, se refiere a López Obrador con adjetivos que implican características negativas de su personalidad: “El personaje es muy predecible, terriblemente lento, tedioso y, repito, predecible”.<sup>194</sup> Para este articulista, López Obrador es un hombre fuera de su tiempo, un personaje anacrónico. En efecto, la lentitud que Sánchez Susarrey le atribuye a López Obrador, da a entender que una personalidad bien adaptada al momento actual es rápida, fácilmente adaptable a circunstancias cambiantes. En otra parte del artículo, Sánchez Susarrey destaca otro rasgo de la personalidad política de López Obrador:

<sup>193</sup> Enrique Krauze, “La voz de la legalidad”, *Reforma*, 16 de julio de 2006.

<sup>194</sup> Jaime Sánchez Susarrey, “Predicción cumplida”, *Reforma*, 8 de julio de 2006.

López Obrador se negó sistemáticamente, a lo largo de toda la campaña, a reconocer una sola de las encuestas que le era desfavorable, ya fuere porque lo empataba con Calderón o porque lo situaba en el segundo sitio. *Su respuesta fue siempre idéntica*: esas encuestas están cuchareadas, “truqueadas”; la única verdadera y confiable es la que yo tengo guardada y me sitúa con una ventaja de 40 puntos.<sup>195</sup>

Para Sánchez Susarrey López Obrador es una persona repetitiva, y una personalidad bien adaptada al mundo actual no repite, innova, produce nuevos cursos de acción. Si López Obrador es lento, repetitivo, predecible, entonces no puede comportarse como se espera de un político. Un verdadero político es flexible, se adapta a las circunstancias cambiantes del entorno político, debe tener reflejos rápidos, debe innovar en la estrategia cuando las cosas no funcionan. El verdadero político democrático debe tener un sentido de realismo, es decir, la capacidad de observar sin prejuicios las informaciones que provienen de la realidad misma. López Obrador no tiene ese realismo. Prefirió sustituir la percepción de la realidad, por las convicciones, por las creencias. Lo cual remite nuevamente a la idea de una personalidad antimoderna. Porque, a final de cuentas, las personalidades modernas, herederas de La Ilustración, prefieren observar la realidad que aferrarse a las creencias. Quien se aferra a las creencias antes que observar a la realidad, está preso de una actitud religiosa hacia el mundo. Recuérdese, en este contexto, que durante la campaña electoral se llegó a la conclusión de que López Obrador tenía una visión religiosa de la política. Conclusión: López Obrador no tiene sentido de realismo, se aferra a las creencias, es una personalidad dominada por una actitud fundamentalmente religiosa, por tanto es una personalidad antimoderna, no adaptada a las necesidades de la democracia moderna:

<sup>195</sup> *Idem.*

Pero el punto verdaderamente importante no está en el ilusionismo que creó el candidato de la Alianza por el Bien de Todos, sino en su incapacidad personal, psicológica, de entrar en contacto con la realidad y reconocer el mundo tal cual es, cada vez que le resulta adverso. Los resortes mentales de este personaje están a la vista: por una parte, tiene un componente mesiánico, iluminado, que le impide asumirse como un individuo común y corriente.<sup>196</sup>

Sánchez Susarrey, en definitiva, termina por concluir que López Obrador está cerca de la enfermedad mental, de la locura. De hecho, en un artículo posterior, Sánchez Susarrey afirma: "López Obrador, *dentro de su demencia*, sabe que es imposible que la ventaja de 244 mil votos a favor de Calderón se revierta".<sup>197</sup> Así pues, dada la personalidad, profundamente irracional, de López Obrador, contraria al ideal de un político racional, estratégico, adaptado a la política democrática, sus acciones políticas no pueden ser sino el reflejo de esa personalidad y, por lo tanto, son intrínsecamente antidemocráticas. Así, por ejemplo, las acusaciones de fraude levantadas por López Obrador son descalificadas reiteradamente como irracionales:

Las quejas contra los resultados de la elección presidencial no se han extendido a las elecciones de diputados y senadores. Sin embargo, fueron los mismos ciudadanos los que contabilizaron los votos en los tres casos. ¿Cómo explicar, entonces, que haya habido irregularidades mayúsculas en una urna y no en las otras? ¿Por qué unas actas están alteradas y las otras son immaculadas? Es simplemente imposible. No hay lógica ni coherencia.<sup>198</sup>

<sup>196</sup> *Idem.*

<sup>197</sup> Jaime Sánchez Susarrey, "Siete falsedades y...", *Reforma*, 22 de julio de 2006.

<sup>198</sup> *Idem.*

No sólo las características psicológicas de López Obrador son utilizadas para restarle carácter democrático a la protesta electoral. La forma misma de la protesta y de la movilización es también despojada de todo carácter democrático.<sup>199</sup> Esto es realizado mediante una serie de asociaciones que conducen a la conclusión de que la protesta, la movilización son formas de acción que no corresponden con las formas de acción de los ciudadanos en una democracia. Así, por ejemplo, se vincula directamente, como si existiera una relación lógica y necesaria, entre protesta y movilización, por un lado, y violencia y radicalización: “AMLO amenazó públicamente, ante 1 millón de personas en el zócalo, a la familia de Felipe Calderón. A los tres días, el candidato victorioso fue objeto de una agresión por un grupo de mujeres y de jóvenes.”<sup>200</sup>

<sup>199</sup> Si bien es cierto que las acciones de protesta y la movilización en las calles de masas de individuos no tiene porque considerarse como intrínsecamente democrática, también es cierto que la acción de protesta es un recurso importante en las sociedades democráticas. Por esta razón resulta tanto más sorprendente que los articulistas de *Reforma* realicen apreciaciones tan negativas sobre la protesta poselectoral como un asalto a los fundamentos mismos de la democracia. Por ejemplo, Jesús Silva-Herzog Márquez llega a sostener que la protesta poselectoral recuerda a las técnicas del “fascismo italiano”: “La izquierda guiada por López Obrador no tiene más que asumir la vergüenza de sus comillas. Esa ‘izquierda’ no es una formación moderna que busque la implantación de un programa reformista sino una formación auténticamente reaccionaria que se acoge a la filosofía política del fascismo italiano y las técnicas argumentativas del castrismo”, Jesús Silva-Herzog Márquez, “De comillas”, *Reforma*, 25 de septiembre de 2006.

<sup>200</sup> “López Obrador no sólo no la condenó, sino que la justificó: los ciudadanos están irritados por el fraude, le dijo a Loret de Mola. Ahora sabemos, además, que el más violento de los agresores se llama Diego Valle y trabaja en la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal. Todo indica, pues, que el ataque fue orquestado. El mensaje ya fue enviado y es muy claro: mis amenazas, Felipe, no son vanas, cuídate y cuida a tu familia. Y ustedes, el resto de los ciudadanos, incluidos empresarios, periodistas e intelectuales, tomen nota: porque si esto hago a plena luz del día con el candidato vencedor, imaginense lo que puede sucederles a ustedes”, Jaime Sánchez Susarrey, “Siete falsedades y...”, *Reforma*, 22 de julio de 2006.

Los articulistas de *Reforma* utilizan el concepto ciudadano para los individuos que no participan en las movilizaciones y las acciones de protesta convocadas por López Obrador y que, potencialmente, estarían en contra de esas movilizaciones y protestas. Más aún, los ciudadanos se caracterizan por ser medidos, pacíficos, contrarios a las acciones directas de protesta.<sup>204</sup> En otras ocasiones utilizan vocablos que acentúan el carácter colectivo (y no la participación individual): el movimiento, las masas. En los casos más extremos, los participantes son referidos con metáforas militares: “organizaciones bien disciplinadas y dirigidas con inteligencia”, sus huestes. En resumen, tal pareciera que quienes participan en las movilizaciones convocadas por López Obrador, dejan de formar parte de la comunidad de ciudadanos democráticos, y se convierten en algo diferente. Por principio de cuentas se convierten en entes parciales, incapaces de asumir una posición objetiva y crítica ante la realidad: son simpatizantes o seguidores. Los participantes dejan de ser individuos para convertirse en una masa informe, fácilmente manipulable por el líder. Finalmente, los participantes dejan de ser ciudadanos para convertirse en parte de una organización militar y dispuesta al combate, Mediante estas denominaciones, los participantes en la protesta poselectoral carecen de los atributos de los buenos

<sup>204</sup> “La ruta de la descalificación es un sendero extraordinariamente riesgoso para López Obrador. Es cierto: se trata de su terruño: el lugar de las movilizaciones, de la confrontación y de la radicalización. Nadie conoce ese paraje como él. Pero ahora ese lugar representa un riesgo que nada tiene que ver con los riesgos conocidos. Ante el desafío, López Obrador tenía buenas, sólidas razones. Por eso convenció a muchos del atropello. Hoy defiende un caso extremadamente débil. Nadie, que no sea un devoto de su causa, le concede razón. Ayer tenía en su contra las torpezas e ineptitudes de Vicente Fox. Hoy enfrenta a millones de ciudadanos que observaron un proceso competido y una jornada ejemplar. A millones que votaron con tranquilidad. A millones que recibieron y contaron los votos”, Jesús Silva-Herzog Márquez, “La inmolación”, *Reforma*, 24 de julio de 2006.

ciudadanos democráticos: en tanto simpatizantes y seguidores se implica que se dejan guiar más por el entusiasmo que por la reflexión ponderada; en tanto masa, los participantes renuncian a su autonomía individual, y en tanto huestes, los participantes son retratados como proclives a la violencia en contraposición con los ciudadanos pacíficos:

La misma actitud está presente también en su programa (“purificador” de todas las instituciones), en el contenido polarizante y el tono *ad terrorem* de su discurso (gestos desafiantes, admoniciones, anatemas, puños cerrados, dedos flamígeros), en la *obediencia de sus huestes (que por momentos recuerdan las “turbas divinas” del sandinismo)* y en su desdén por el Derecho (arma burguesa en contra de los pobres).<sup>202</sup>

La estructura argumentativa adoptada por los articulistas de *Reforma* termina por restar valor democrático a la protesta poselectoral al sostener que el fundamento de la misma es un discurso falsamente democrático. Así, por ejemplo, Enrique Krauze muestra que la apelación al pueblo es en realidad una estrategia retórica que oculta el liderazgo personalizado y autoritario. Krauze niega que la entidad pueblo pueda ser esgrimida legítimamente en una argumentación democrática. El pueblo no existe. Toda manifestación colectiva de una voluntad nunca será la voluntad del pueblo. No es el pueblo los millones de mexicanos que no votaron por López Obrador. Pero tampoco es el pueblo los millones de votantes que votaron a su favor. Por lo mismo, tampoco puede ser el pueblo quienes acuden a las asambleas convocadas por el ex candidato de la Alianza por el Bien de Todos. Toda acción colectiva es siempre una fracción de todos los mexicanos. El pueblo nunca podrá actualizarse en los hechos. Por tanto, es ilegítimo

<sup>202</sup> Enrique Krauze, “Golpismo ‘democrático’”, *Reforma*, 13 de agosto de 2006.

cualquier discurso que pretenda ostentarse como expresión de la voluntad popular. No es un discurso democrático. De hecho, Krauze termina por descubrir las raíces autoritarias (por no decir totalitarias) de todo discurso que apele al pueblo. Porque el pueblo sólo se materializa a través del líder. Por eso para Krauze la democracia como voluntad popular no es verdaderamente democrática, pues sólo oculta la posibilidad de un gobierno personalista y autoritario: “La gente”, “el pueblo”, no son, por principio, los 27 034 972 mexicanos de todas las clases que no votaron por él; no son siquiera los 14 756 350 ciudadanos que lo apoyaron en las urnas. “La gente”, “el pueblo”, son aquellos que puede movilizar en las calles y plazas del país, y que lo ven como él se ve a sí mismo, como el Mesías de México. ¿Y quién interpreta los deseos de ese “pueblo”, depositario de la ley natural y divina, no de la despreciable ley escrita por los hombres? El líder carismático que encarna la Verdad, la Razón, la Historia y el Bien, el líder que prometió salvar a México de la opresión, la desigualdad, la injusticia y la miseria, el que “purificará la vida nacional”: Andrés Manuel López Obrador.<sup>203</sup>

De esta manera, la protesta poselectoral no puede ser considerada democrática, en primer lugar, porque es la ocurrencia de un líder que es más religioso que político y muy próximo a la enfermedad mental. En segundo lugar, no es democrática porque la protesta y la movilización constituyen invitaciones a la violencia y a la radicalización, las cuales son contrarias a los valores democráticos de paz y mesura. En tercer lugar, la protesta poselectoral es antidemocrática porque no es realizada por ciudadanos democráticos; en la protesta participan seguidores, las masas o las huestes, subordinados por el líder carismático. Finalmente, la protesta poselectoral es antidemocrática porque se basa en un discurso falsamente democrático que

<sup>203</sup> Enrique Krauze, “Democracia secuestrable”, *Reforma*, 23 de julio de 2006.

apela a la voluntad popular como principio de legitimación, pero que en realidad oculta el carácter autoritario del liderazgo de López Obrador.

Hacia el final de esta coyuntura, a medida que se aproxima la toma de posesión de Felipe Calderón como presidente electo de México, los articulistas de *Reforma* hacen un balance general sumamente negativo de la protesta poselectoral. Así, por ejemplo, Jaime Sánchez Susarrey concluye que la protesta poselectoral tuvo finalmente como resultado reducir a su proporción exacta la figura política de López Obrador. Según Sánchez Susarrey, durante la protesta poselectoral, López Obrador perdió todo su capital político acumulado, no tanto como efecto de sus errores, sino al revelar su verdadera identidad:

Perogrullo: el Peje no va a la baja, va en picada. La amenaza que representaba en la víspera del 2 de julio se ha convertido en una opera bufa. El Rey de Cacahuete preside el Poder Ejecutivo de la República de las Manías en forma itinerante. Desde ese trono lanza rayos a diestra y siniestra. Nadie se salva, pero los más odiados son los amigos de antaño, tanto en el mundo del periodismo como del dinero, que lo han traicionado.<sup>204</sup>

Enrique Krauze, por su parte, argumenta que la protesta poselectoral terminó por revelar, por un lado, las tendencias autodestructivas de López Obrador, y reveló su verdadero rostro antidemocrático:

Pero desde hace mucho tiempo estaba claro –para quien quisiera verlo– que López Obrador no es un demócrata. Es un revolucionario con mentalidad totalitaria y aspiraciones mesiánicas que utiliza la retórica de la democracia para intentar acabar con este tercer ensayo histórico de democracia y de-

<sup>204</sup> Jaime Sánchez Susarrey, "Balance final", *Reforma*, 7 de octubre de 2006.

volver al país a la zona que, por desgracia, ha sido el ambiente natural de México a través de los siglos: el 97 por ciento teocrático, monocrático, dictatorial, revolucionario.<sup>205</sup>

## CONSIDERACIONES FINALES

En este libro exponemos algunos de los rasgos de la forma en que la prensa escrita en México interpreta los eventos políticos. Para ello, elegimos tres eventos políticos. En primer lugar, un “escándalo político” en el que se vio involucrado el entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador. En segundo lugar, enfocamos nuestra atención a la campaña electoral presidencial de 2006, sobre todo en los dos principales contendientes, Felipe Calderón Hinojosa, candidato presidencial del Partido Acción Nacional (PAN), y Andrés Manuel López Obrador, candidato presidencial de la Coalición por el Bien de Todos. Finalmente, nos concentramos en un conjunto de eventos de protesta en el contexto de lo que llegó a ser conocido como el “conflicto postelectoral”. Dichos eventos fueron encabezados por el ex candidato presidencial López Obrador, y estuvieron dirigidos a denunciar un presunto fraude electoral, y su demanda principal era el recuento físico de los votos; posteriormente estas acciones de protesta darían origen a un movimiento social de largo alcance que hasta la fecha (2010) aún persiste.

Nuestro análisis de estos eventos se realizó dentro del amplio espectro de la comunicación política. Específicamente, en los términos de la teoría del *framing* (enmarcado o encuadre). Como señalamos al principio de este libro, la política tiene un carácter inherentemente comunicativo, pues la toma

<sup>205</sup> Enrique Krauze, “Tres por ciento democrático”, *Reforma*, 10 de septiembre de 2006.

de decisiones requiere de un proceso de transmisión de información e imágenes. Esto puede entenderse tanto en un sentido ascendente como descendente: de los ciudadanos a los políticos, o bien de los políticos a los ciudadanos, sin olvidar la multitud de instancias intermediarias entre ambos polos del circuito comunicativo-político. La teoría del *framing* enfoca este proceso comunicativo-político, haciendo énfasis en el carácter *constitutivo* de la comunicación respecto a la realidad política. Al entender el *framing* como el proceso mediante el cual una fuente de comunicación (un presidente en una conferencia de prensa, un medio de comunicación informando sobre ello) define y construye un tema político o una controversia pública, observamos que la comunicación en el proceso político no es puramente instrumental (por ejemplo, al proporcionar insumos de información para la toma de una decisión, o al manipular intencionalmente determinados datos para sesgar las decisiones) sino que es propiamente constitutiva. La comunicación no sólo nos proporciona los medios para decidir; de hecho, nos dice sobre qué hemos de decidir, cuál es el problema que hemos de solucionar. Del mismo modo, la teoría del *framing* sostiene que en el proceso de comunicación la identidad de los actores políticos puede ser reconstituida, resposicionándose en el campo político.

La teoría del *framing* ha sido utilizada para analizar la cobertura periodística de los eventos políticos, particularmente para el caso de la cobertura de las campañas electorales. Estas investigaciones han sido guiadas por la preocupación de si los medios de comunicación contribuyen a la formación de ciudadanos informados dentro de una perspectiva normativa que asigna a los medios de comunicación la tarea de ser medios de formación de ciudadanos cívicamente competentes. Como señalamos en su momento, los estudiosos en esta área han concluido que, en general, los medios de comunicación tien-

den a representar la política y las acciones políticas como “juegos estratégicos”, realizados por ambiciosos jugadores que no tienen otro propósito que ganar el juego, cualquiera que éste sea. Esta forma del discurso de la prensa escrita aleja a ésta de su papel ideal de proveedor de información para crear una ciudadanía informada y participativa. En vez de ello, este tipo de discurso centrado en el *frame* del “juego estratégico”, tiende a despolitizar los debates públicos, a dar más importancia a lo que dicen los periodistas que lo que dicen los políticos, generando así una percepción sumamente negativa de la política, contribuyendo a la apatía y la insatisfacción de los ciudadanos con respecto a las instituciones y los políticos mismos.

Una de las peculiaridades de nuestra investigación es que se concentra en los procesos de *framing* que se produjeron en unos de los posibles géneros de la cobertura periodística, a saber, el género de opinión o como nosotros preferimos llamarlo, el “discurso de opinión”. Entendemos el discurso de opinión como un conjunto de formatos textuales (que abarcan los editoriales institucionales de los periódicos, las columnas y los artículos de opinión), a través de los cuales se evalúan los eventos públicos y se busca atribuir responsabilidades sobre las situaciones problemáticas evaluadas. Desde este punto de vista, una característica fundamental del discurso de opinión es su carácter abiertamente sesgado; más aún, se puede decir que el discurso de opinión tiene como objetivo último producir la movilización de los lectores en torno a ciertas posiciones ideológicas. Por otra parte, es importante señalar que esta función del discurso de opinión sólo se produce a través de ciertas características contradictorias. En efecto, por ejemplo, Van Dijk (1998) sostiene que el discurso de opinión combina “proposiciones evaluativas” (juicios normativos) con “creencias factuales” (mención de hechos sociales). Es

esta combinación lo que crea el efecto específico del discurso de opinión. Por un lado, el discurso de opinión debe ser reconocido como eso, como una “toma de posición” (abiertamente subjetivo, sesgado, incluso partidista); pero al mismo tiempo, el discurso de opinión debe poseer una cierta “credibilidad”; es decir, debe crear en el lector la impresión de que la toma de posición está fundamentada en algo más que las meras inclinaciones subjetivas del autor. Citar hechos sociales de “conocimiento público” o “teorías” sobre los hechos sociales que son ampliamente compartidas, forman parte de la estructura del discurso de opinión para fomentar esa credibilidad.

A partir de las consideraciones anteriores, nuestra investigación nos ha permitido comprender los siguientes procesos. Durante los eventos del escándalo político y los que giraron en torno al conflicto postelectoral, es posible detectar una tendencia a la polarización del discurso de opinión, de tal forma que los dos periódicos considerados en este estudio parecen tomar posiciones ideológicas fuertes respecto a los eventos considerados. En efecto, si consideramos en primer lugar, los videoescándalos y el problema del desafuero, podemos observar cómo, de una manera constante, el discurso de opinión de *La Jornada* tiende únicamente a reproducir el *frame* del “complot” que, de hecho, forma parte del discurso político propio del protagonista del evento: Andrés Manuel López Obrador. Por su parte, el discurso de opinión de *Reforma* tiende a reproducir el *frame* de la “corrupción” y la “victimización” que, de hecho, es el discurso político del gobierno del presidente Vicente Fox.

Esta polarización y alineación vuelve a producirse en el caso del conflicto postelectoral de 2006. Mientras *La Jornada* tiende a orientar su discurso de opinión de acuerdo con los *frames* de “fraude electoral” y “las instituciones contra el pueblo”, característico del discurso de protesta de López Obrador; el discurso de opinión de *Reforma* está orientado por los *fra-*

mes de “elecciones limpias” y “López Obrador es un peligro para México”, propio del discurso electoral y postelectoral de Felipe Calderón Hinojosa.

Cuando analizamos, por otro lado, el discurso de opinión sobre la campaña electoral presidencial de 2006, hemos intentado ubicar una problemática un tanto distinta. Postulando como punto de partida que, en general, el discurso de la prensa escrita sobre las campañas electorales parece ajustarse a un modelo de cobertura centrado en el *frame* del “juego estratégico” o de la “carrera de caballos”, tratamos de evaluar la significancia de dicho *frame* en el discurso de opinión de la prensa escrita mexicana sobre las campañas electorales. En efecto, nuestro análisis revela que tanto *La Jornada* como *Reforma* hacen uso del *frame* del juego estratégico para definir la situación de las campañas electorales. No obstante, es posible realizar algunos comentarios adicionales. En primer lugar, en el discurso de opinión de *La Jornada* se produce una variante peculiar del *frame* del juego estratégico, y que hemos denominado el *frame* de la guerra o la “guerra sucia”.<sup>206</sup> En segundo

<sup>206</sup> Podríamos indicar las siguientes diferencias entre el *frame* del juego estratégico y el *frame* de la guerra sucia. El *frame* del juego estratégico poseería las siguientes implicaciones interpretativas: 1) “Publicidad”: los juegos, en especial, por ejemplo, las contiendas deportivas tienden a ser desplegados ante una audiencia, un “público” que puede apreciar el desempeño y esfuerzo de los jugadores. 2) “Arbitraje”: aunque no necesariamente, la idea de que las elecciones son juegos permite imaginar la existencia de “árbitros”, es decir, instancias que pueden enjuiciar y, en su caso, sancionar a los jugadores cuando violan las reglas del juego. 3) “Profesionalismo”: nuevamente, en especial cuando asimilamos las elecciones con contiendas deportivas, asociamos a los participantes con la idea de “jugadores profesionales”, es decir, actores entrenados en las dificultades del juego en cuestión y con la capacidad para desempeñarse profesionalmente en ese terreno. 4) “Límites”: finalmente, como todo juego o contienda deportiva, las elecciones se realizan en un espacio temporal delimitado, hay un inicio y un fin reconocidos para el desarrollo del juego. Una vez llegado al fin, los jugadores deberían reconocer (si son profesionales) su situación al final del juego: ganador o perdedor. Contra estas implicaciones, el *frame* de la guerra sucia tiene las siguientes implicacio-

lugar, existe un uso específico del *frame* del juego estratégico en el discurso de opinión de ambos periódicos; este uso tiene las mismas consecuencias polarizadoras que hemos considerado anteriormente. En efecto, mientras que en el discurso de opinión de *La Jornada*, el candidato presidencial del PAN, Felipe Calderón, es considerado como un “mal jugador” (sobre todo en el sentido de ignorar o quebrantar conscientemente las reglas del juego electoral), López Obrador es considerado como el “buen jugador” que sabe sacar provecho de las posibilidades del juego electoral. La situación simétricamente inversa ocurre en el caso del discurso de opinión de *Reforma*, donde, sobre todo, López Obrador es representado como un actor que carece incluso de los recursos psicológicos para adaptarse al juego electoral.

¿Qué tienen de interés estos hallazgos de nuestro análisis? Ciertamente, como ya indicamos, no es extraño que la inclinación ideológica de los periódicos se revele más claramente en el discurso de opinión, pues una de las características de éste es, precisamente, la oportunidad que ofrece para

---

nes interpretativas: 1) “Conflictividad”: Las luchas suponen el enfrentamiento entre dos bandos por una cuestión (o un conjunto de cuestiones) respecto a las cuales existen posiciones encontradas; la relación que se supone entre esos bandos no puede ser una de diálogo o una de interacción reguladas por reglas (como el caso del juego) sino de enfrentamiento. 2) “Deslimitación”: Las luchas, a diferencia de los juegos, no están reguladas por un espacio temporal delimitado, el final de una lucha sólo existe cuando uno de los bandos triunfa sobre el otro e impone su punto de vista, e incluso éste no es un final definitivo; en otro tiempo el rival ahora vencido puede regresar para tratar de modificar la correlación de fuerzas existente. 3) “Heroísmo”: En las luchas lo que se aprecia más de los participantes es la voluntad y la capacidad para hacer las cosas que le den la victoria al propio bando; normalmente se dota de una apreciación de “héroe” a quien se destaca en una lucha. 4) “Arbitrariedad”: A diferencia de los juegos, las luchas no pueden ser reguladas por una instancia neutral que pueda imponer sanciones sobre los participantes; los propios participantes imponen sus reglas y tratan de aprovechar cualquier oportunidad para hacer avanzar su posiciones sin considerar aspectos morales o de otro tipo que los restringan de tomar una decisión.

la expresión de posturas abiertamente ideológicas. Lo que nos llama la atención es la relativa persistencia de la polarización discursiva de los dos periódicos mencionados. Más aún, nos llama la atención el grado en que los *frames* utilizados en el discurso de opinión, tienden a acercarse a los *frames* que utilizaron los actores políticos en su propio discurso. Esto último es interesante porque el discurso de opinión en la prensa escrita parece desempeñar un papel político especial. En efecto, si bien el discurso de opinión es abiertamente sesgado e incluso ideológico, también expresaría el grado de autonomía de la prensa con respecto a actores políticos y sociales poderosos. El discurso de opinión en la prensa escrita, en general, tendería a ser crítico con respecto a los políticos profesionales, los empresarios, los sindicatos, etcétera. Por tanto, cabría esperar que los *frames* que orientan el discurso de opinión de los periódicos, serían distintos de alguna manera de los utilizados por los actores políticos involucrados en la situación problemática. Sin embargo, esto es precisamente lo que no ocurre como lo revela nuestro análisis: el *framing* que estructura el discurso de opinión de *La Jornada* y *Reforma* muestra poco grado de autonomía con respecto al *framing* que estructura el discurso político de los actores poderosos durante este periodo de análisis.

¿Qué implicaciones tiene esto? Nuestro análisis podría contribuir a dar una mayor base empírica a la idea de la existencia de un proceso de “polarización política” en México entre los años 2004 y 2006, y que quizá aún se extienda hasta ahora. Alejandro Moreno (2008) ha mostrado que existe evidencia proveniente de encuestas de opinión pública de que, en efecto, las opiniones de los ciudadanos mexicanos respecto a la evaluación de las elecciones presidenciales de 2006, estaban polarizadas, y que esa polarización se extendió más allá de 2006. Este autor sostiene que el proceso de polarización

política debería explicarse como un proceso de formación de opinión pública mediante procesos de comunicación política. Según Moreno, aunque la polarización se expresó de manera general, era particularmente más aguda en los ciudadanos más informados políticamente y que mostraban identidades partidarias más fuertes. En este sentido, el autor que seguimos sostiene que la polarización política en México durante el 2006 se puede explicar porque si las élites políticas se encuentran marcadamente divididas o polarizadas con respecto a un tema específico, los segmentos más informados de la opinión pública, afines o contrarios por predisposición a cada una de las posturas encontradas de las élites, también estarán marcadamente divididos (Moreno, 2008: 43). En otras palabras, la polarización de la opinión pública mexicana podría explicarse si existía un proceso de comunicación que reflejara de alguna manera la polarización entre las élites políticas. Nuestra investigación muestra cómo el discurso de opinión en dos importantes miembros de la prensa escrita mexicana, en lugar de manifestar autonomía respecto a las élites políticas enfrentadas, tendió a reflejar los *frames* dominantes en el discurso político de esas élites. De esta manera, el discurso de opinión de la prensa escrita puede considerarse como uno de los factores que contribuyó a la producción y reproducción de la polarización política en México durante este periodo.

## Glosario

### Acontecimiento mediático

Para que un evento se convierta en noticia tiene que cumplir varios requisitos: relevancia, interés y novedad (Díaz, 2008). Galtung y Ruge (1965) mencionan varios indicadores que originan un acontecimiento mediático: frecuencia (la frecuencia de difusión del medio), intensidad (la intensidad tiene que superar un umbral para que el evento sea tomado en consideración), significación (la significación depende de la relevancia del evento de tal manera que afecte a la audiencia por muy lejana que se encuentre), resonancia (la resonancia determina el grado de aceptación del evento), inesperado (que no se espera, que es raro, puesto que lo cotidiano no atrae la atención), continuidad (aunque la intensidad vaya disminuyendo, que el evento sea considerado noticia durante un tiempo), perteneciente a una élite (que personas pertenecientes a una élite estén involucradas en el evento y el público de los no pertenecientes no se identifique con ellos), personificación (personificado, representado como la acción de personas concretas), negatividad (los eventos negativos se perciben más fácilmente).

El acontecimiento mediático (*media event*) puede llegar a convertirse en hiperacontecimiento (*media hype* o *media cir-*

cus) cuando un evento recibe una amplia cobertura en los medios, una cobertura fuera de proporción.

### *Agenda Setting*

En relación a cada actor existen tres tipos de agendas: la agenda *setting* de los medios, la *agenda setting* pública y la *agenda setting* política. La primera corresponde a los medios de comunicación, la segunda al público o votantes y la tercera a los grupos políticos o gobernantes, partidos y candidatos en campaña.

La agenda es una metáfora que expresa el proceso a través del cual los temas considerados importantes por los medios de comunicación pasan a ser relevantes también en la agenda de las audiencias. El público recibe información a través de los medios sobre determinados temas y también aprende de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar. En este sentido la *agenda setting* se refiere a una selección de temas que van a formar parte de una lista de asuntos que los medios transmiten al público para que éste los haga suyos. De manera que los medios seleccionan el índice de temas a destacar, además de un punto de vista y una opinión, que serán aceptados o rechazados por la audiencia.

### *Análisis de coyuntura*

El análisis de coyuntura es el estudio de una arena política en donde existen: un actor protagonista, un actor antagonista, una audiencia y un problema. El escenario es la arena política, el lugar concreto en donde cobran vida los dramas sociales y los conflictos políticos. Una arena política, es un espacio social en el cual, ante la mirada de un público, se desarrolla un enfrentamiento entre los actores políticos (protagonistas y antagonistas). Los integrantes de una arena se componen por los grupos o partidos involucrados y la audiencia, la neutralidad

o apoyo de esta última será un factor determinante en la contienda; por esta razón, los principales actores tienen como objetivo derrotar al contrario y tener como aliados a la audiencia. La coyuntura política ha sido definida como un desplazamiento significativo de la correlación de fuerzas, que equivale al equilibrio provisorio resultante de la desigualdad de situación y de potencial de poder entre dos o más protagonistas confrontados entre sí, a raíz de un acontecimiento desencadenante que funciona frecuentemente como revelador de las contradicciones sociales hasta entonces latentes. Una coyuntura se sucede en momentos y presenta uno o más “nudos críticos” que se identifican con los momentos de mayor condensación de las contradicciones y, por lo tanto, de mayor presión y tensión.

#### Análisis de los marcos y análisis de contenido

A diferencia del análisis de contenido que tiende a enfocarse en palabras simples, el análisis de los marcos considera a los textos como su única unidad de análisis. Mientras que el análisis de contenido privilegia las técnicas cuantitativas de análisis, el análisis de los marcos posee una orientación más cualitativa. El análisis de contenido clasifica sus unidades de análisis según su contenido manifiesto, mientras que el análisis de los marcos toma en cuenta el contenido sintético del texto y a partir de él trata de reconstruir las categorías de significado o el marco subyacente que da su organización al texto. El análisis de contenido se enfoca en los mecanismos sintácticos o léxicos que organizan un texto, el análisis de los marcos se enfoca en las estructuras argumentativas y retóricas del texto. De esta manera, el análisis de los marcos se concentra en los procesos semánticos y en la forma en que un texto produce significado. Las figuras retóricas, como las metáforas, son consideradas por el análisis de los marcos como elementos

básicos que sustentan la estructura del texto (ya que el marco opera por analogía, y una metáfora es siempre una analogía). Para el análisis de los marcos el significado de un texto depende de las analogías contenidas en él. De ahí que el análisis de los marcos ponga especial atención no tanto en las partes en donde se lleva a cabo una argumentación racional, plana, sino más bien en las partes más imaginativas, las metáforas.

#### Antagonista

El antagonista es aquella persona o colectividad contraria a los valores, creencias y metas del protagonista.

#### Audiencia

La audiencia la constituyen los observadores de una representación o performance y cuyas opiniones son importantes para los actores. La audiencia se compone de personas o colectividades definidas como observadores no comprometidos o neutrales, pero que, de alguna manera son considerados como audiencias potencialmente interesadas y potencialmente susceptibles de responder (frecuentemente, de manera favorable) hacia las actividades de los protagonistas. Una tarea central de la puesta en escena implica la promoción y publicidad de las actividades. El discurso de los políticos requiere de audiencias.

#### Arena

La arena es el lugar concreto en donde cobran vida los conflictos políticos. Una arena, es un espacio social en el cual, ante la mirada de un público, se desarrolla un enfrentamiento entre los actores políticos (protagonistas y antagonistas). Los integrantes de una arena se componen por los grupos o partidos involucrados y la audiencia, la neutralidad o apoyo de esta última será un factor determinante en la contienda; por

esta razón, los principales actores tienen como objetivo derrotar al contrario y tener como aliados a la audiencia.

#### Artículo de opinión

Es un género periodístico que se escribe con el propósito de interpretar los acontecimientos, y que al mismo tiempo señala la importancia de esos hechos para la coyuntura política particular, así como las posibles consecuencias sociales, económicas y políticas que de ellos se deriven.

A diferencia del editorial, ya no es la institución la que se expresa, sino el periodista, político o intelectual, quienes interpretan los acontecimientos con la intención de provocar una opinión en el público. De esta manera, mediante sus juicios y comentarios el articulista expresa su punto de vista, y en ocasiones solicita algún comportamiento específico por parte del público. El artículo de opinión es un género periodístico que de manera personal informa e interpreta los acontecimientos, y establece alguna tesis o doctrina.

#### Campañas electorales

Una campaña electoral es un proceso de persuasión planificado, que se realiza durante el periodo precedente a las elecciones de acuerdo con reglas y a electores con el objetivo de influir en su elección a la hora de votar. Las campañas son una forma de comunicación política y en ellas se produce el discurso público de tres actores que se expresan públicamente sobre la política: los candidatos de los partidos, los periodistas y la opinión pública.

#### Campaña negativa

La campaña negativa más que ocuparse de destacar las virtudes de un candidato apunta a resaltar los defectos del adversario. Un candidato no realza sus elementos propios posi-

vos sino que destaca lo negativo que representa el oponente. Se dirige a atacar la reputación de un candidato u opción política.

### Campo de identidad

En relación al campo de identidad se pueden distinguir tres conjuntos de identidades o campos de identidad: los protagonistas, los antagonistas y las audiencias. Los individuos y colectividades definidos como protagonistas son aquellos que simpatizan con los valores, creencias, metas y prácticas del movimiento o bien, porque resulten beneficiados por él. Se llama campo de identidad protagonista a la constelación de atribuciones de identidad de individuos o colectividades consideradas como simpatizantes del movimiento. Estas atribuciones incluyen la personificación de los rasgos más positivos del movimiento en individuos particulares (héroes y heroínas) así como la utilización de marcadores colectivos de identidad que definen los rasgos del sector de población representado por el movimiento social. Los antagonistas son las personas o colectividades opuestas a los valores, creencias, metas y prácticas del movimiento o que pueden ser dañados por la acción del movimiento. El campo de identidad antagonista se constituye por las constelaciones de atribuciones de identidad de los individuos o colectividades considerados como oponentes del movimiento social. Entre los actores considerados como antagonistas podemos encontrar instituciones hostiles, enemigos públicos. Los activistas de los movimientos sociales construyen identidades antagonistas al identificar y definir los individuos, colectividades, creencias, valores y prácticas opuestos a las causas de los protagonistas. Al igual que en el caso de los actores protagonistas, esas atribuciones consisten en juicios acerca de la conciencia y el carácter moral de los antagonistas. Los campos de identidad de la audiencia son constelaciones de atribuciones de identidad de los individuos y colectividades

consideradas como observadores neutrales o no comprometidos en el contexto de la acción colectiva, pero que pueden reaccionar favorablemente al discurso del movimiento social. El “enmarcado” de la audiencia es importante para los activistas del movimiento social, porque a través de él pueden identificar qué tipo de “marcos” pueden ser más “resonantes” para los grupos sociales que puedan unirse como aliados potenciales.

### Columna

La columna tiene tres características que configuran su esencia: su periodicidad, la titulación fija en nombre y en tipografía, y su carácter eminentemente personal y emotivo. La columna es el género periodístico que con una frecuencia determinada, interpreta, analiza, valora y orienta al público respecto de sucesos noticiosos diversos.

A diferencia del editorial y del artículo de opinión, no es preciso que el columnista asuma una posición frente a los hechos. El columnista escribe sobre asuntos conocidos, pero a los cuales no se les ha prestado la debida atención; o bien se interesa por relatar alguna experiencia personal y para hacerlo aprovecha un suceso noticioso.

Debido a la intención de la columna, los comentarios y los juicios de valor que la integran no tienen una naturaleza argumentativa y persuasiva, sino que se distinguen por ser informativos y analíticos.

### Comunicación política

En sus inicios, el estudio de la comunicación política se enfocaba en la comunicación que establecía el gobierno con el electorado, posteriormente se avocó al intercambio de discursos políticos entre la mayoría y la oposición. Más tarde, este campo se amplió al estudio del papel que desempeñan los medios de comunicación en la información pública y después

a la influencia que ejercen sondeos de opinión en la vida política. Hoy, engloba todo, la comunicación en la vida política e integra tanto los medios de comunicación como los sondeos, el *marketing* político y la publicidad (sobre todo en los periodos electorales). La comunicación política es el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen la legitimidad para expresarse públicamente sobre la política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos.

### Controversia política

Un desacuerdo político consiste en una serie de negociaciones entre los partidos en conflicto, y este desacuerdo es factible de resolverse examinando los hechos de la situación. La controversia política en cambio, es inmune a la solución mediante el examen de los hechos, dichas disputas son intratables. Por ejemplo, el desacuerdo entre los partidos en relación a si el aborto debe o no legalizarse. O en nuestro caso, ¿hubo fraude o las elecciones presidenciales de 2006 fueron limpias?

### *Corpus*

El *corpus* se compone por el universo de textos y datos que sirven de base a la descripción y al análisis de un fenómeno. El *corpus* está formado por datos orales, escritos, audiovisuales, que se toman de discursos emitidos por los actores políticos. El *corpus* debe cumplir con las siguientes características: representatividad, exhaustividad y homogeneidad.

### Coyuntura política

El análisis de coyuntura es el estudio de una arena política en donde existen: un actor protagonista, un actor antagonista, una audiencia y un problema. El escenario es la arena política, el lugar concreto en donde cobran vida los conflictos políticos.

Una coyuntura política se sucede en fases que presentan uno o más periodos críticos.

#### Crisis de comunicación

Una crisis es un evento en la vida de un actor, tratése de un líder, un partido o una organización, que origina la ruptura del funcionamiento normal de la vida de ese actor. Esa crisis ocasiona un grave daño en la imagen, reputación y legitimidad. Cuando una crisis amenaza la imagen, los valores, credibilidad y honestidad, el actor responde ante la audiencia con un discurso comunicativo que trasmite una serie de mensajes tendientes a enfrentar esa crisis. La teoría del discurso de la reparación de la imagen da cuenta del análisis de esta comunicación entre el actor y la audiencia.

#### Debates presidenciales

Confrontación en tiempo idéntico entre candidatos presidenciales, sobre temas políticos establecidos, para ganar el voto de la audiencia.

#### Discurso político

El discurso es el conjunto de textos emitidos en una coyuntura política particular y en un campo de identidad en relación a un problema político. Como método aplico el “análisis de los marcos”, “enmarcar” (*framing*) significa seleccionar determinados aspectos de la realidad percibida en un texto para con este propósito promover una definición del protagonista, del antagonista, del problema y recomendar alternativas para la solución del problema.

#### Discurso público

La esfera pública es un concepto abstracto que define la arena en la cual se escenifica el debate. Se trata del espacio

hipotético que todos habitamos, generando y compartiendo ideas, conocimientos y en donde la opinión pública es construida. Es cualquier lugar en el que la gente se encuentra, comparte y discute ideas en un proceso de influencias recíproco (Lilleker, 2006: 172).

El establecimiento de la agenda de las noticias (*agenda setting*) en un día particular constituye la manera en que una historia, un evento, un conflicto es narrado por los medios. En la democracia, los políticos compiten entre sí para lograr aparecer como noticia del día, en la televisión o en los titulares de la prensa. De la misma manera, los medios se enfrentan entre sí y además con los políticos, con el objetivo de imponer sus políticas de opinión y el enmarcado de la noticia (*framing news*).

#### Discurso de restauración de imagen

El discurso de reparación de la imagen constituye una estrategia discursiva de defensa. Estas estrategias de ataque y defensa ya han sido analizadas por William Benoit en su teoría funcional del discurso de campaña electoral que constituye un aporte a la comunicación política, particularmente al análisis del *spot* político televisado. Esta teoría se enfoca principalmente en el análisis de las funciones que cumplen los mensajes orientados a persuadir a los electores cumpliendo tres funciones básicas: Aclamar (*aclaiming*), situar al candidato desde un punto de vista favorable, atacar (*attacking*), ubicar al candidato opositor desde un punto de vista desfavorable, y defenderse (*defending*), responder a los ataques de los opositores intentando de reparar la propia reputación. Cada una de estas funciones está orientada a la construcción del discurso público sobre dos aspectos, un tema político o la imagen de los candidatos. Mientras que los temas políticos tratan sobre el pasado, los planes futuros o el

proyecto general de los candidatos; la imagen o carácter se refiere a las cualidades personales, el liderazgo e ideales de los candidatos.

El discurso de reparación de la imagen como estrategia de defensa ha sido analizado por Benoit en su teoría del discurso de la restauración de la imagen. Esta teoría parte de la premisa que la imagen, cara y reputación son muy importantes para la gente, instituciones, partidos y otros grupos u organizaciones. Cuando estos actores consideran que otros sospechan de su conducta, se encuentran motivados a construir mensajes para restaurar la buena reputación, lo que denomina la reparación de imagen. La hipótesis que Benoit desarrolla en su teoría del discurso de restauración de la imagen es la de que los seres humanos se involucran en recurrentes patrones comunicativos tendientes a reducir el daño causado por acusaciones a la reputación y a la imagen de un actor político. La restauración o reparación de la imagen o reputación, es una tarea que la gente emprende en la vida cotidiana, frecuentemente la gente ofrece excusas o disculpas por aquellos aspectos de la conducta que ofenden o provocan un reproche o rechazo de quienes nos rodean.

### Editorial

El editorial, un artículo sin firma, es el género periodístico que al interpretar y valorar una noticia expresa el punto de vista institucional. Su objetivo es explicar el significado del suceso noticioso y con ello, influir en la opinión pública. El editorial está vinculado temáticamente con la información más importante del día. Su propósito es mostrar la posición del periódico respecto a la noticia.

El editorial explica, valora y juzga un hecho noticioso de importancia. Este juicio institucional refleja la postura ideológica de cada periódico. En algunos editoriales, dada la impor-

tancia de un tema, se realiza un llamado a la acción, buscando la respuesta del público, en especial en períodos electorales. En el editorial también se adopta una posición de equilibrio exhortando al cumplimiento de las normas, llamando a la concordia.

#### Enmarcado del antagonista

El “enmarcado del antagonista” se refiere a la definición que propone el candidato de sus contrincantes electorales. Esto puede ser considerado como equivalente a lo que los expertos del *marketing* político denominan como “campaña negativa”, dirigida a atribuir al candidato o a los candidatos contrincantes una serie de atributos, de cualidades o de características que en términos de valores se oponen a lo que los electores esperan de un buen funcionario público.

#### Enmarcado de diagnóstico

Los “procesos de enmarcado” (*framing process*) constituyen los esfuerzos estratégicos realizados conscientemente por un grupo de individuos con el propósito de construir creencias y significados que legitimen y motiven a la acción colectiva. Todo esfuerzo de “enmarcado” representa tres tareas fundamentales: Diagnosticar, es decir, considerar una condición o evento social como problemático, que necesita ser modificado. Pronosticar, proponer una solución para la condición o evento social problemático. Movilizar, proponer motivos para que los actores se comprometan a participar en la acción correctiva.

Los “marcos de diagnóstico” involucran la identificación de un problema y la atribución de culpa o causalidad. Si bien la identificación del problema puede resultar una tarea sencilla, resulta más difícil lograr un consenso al interior del movimiento social respecto de las responsabilidades o las causas

de la condición problemática. En la medida en que se realicen atribuciones diferentes, pueden surgir, al interior del movimiento, diferentes alas o tendencias que dificulten los intentos de “enmarcado”.

#### Enmarcado de motivos

El enmarcado de motivos se refiere a un llamado a la movilización, a un motivo fundamental para entrar en acción.

#### Enmarcado de pronóstico

El enmarcado del pronóstico sugiere soluciones al problema e identifica las estrategias, tácticas y los objetivos. De esta manera queda especificado qué hacer.

#### Enmarcado del protagonista

El enmarcado del protagonista se refiere a la autodefinición que hace de sí el candidato en términos de lo que en la literatura se ha denominado imágenes del candidato. En este caso el enmarcado está dirigido típicamente a mostrar al candidato como una personalidad confiable y como un líder político capaz de asumir las tareas correspondientes al gobierno, es decir, capaz de tomar las decisiones que ha propuesto como solución a los problemas planteados por él. Un aspecto interesante de este proceso de enmarcado tiene que ver con las relaciones entre la imagen del candidato y el partido político al que pertenece. Los mensajes políticos pueden variar, por ejemplo, en la medida en que la imagen del candidato se apoye fuertemente en la imagen del partido o se aleje de él, manteniéndolo como algo marginal. El análisis de este eje y del que tiene que ver con la definición del antagonista, tienen que tomar en cuenta, por supuesto, el carácter interactivo de las campañas electorales, es decir, el hecho de que en buena medida las acciones de cada candidato responden a las acciones

de sus contrincantes. Así, pues, al examinar las definiciones que hace de sí mismo un candidato debemos tomar en cuenta el grado en que esas definiciones responden a ataques provenientes de sus contrincantes.

### Escándalo político

Un escándalo constituye un conjunto de eventos o acciones que conllevan la transgresión de una norma social, que salen a la luz y provocan una respuesta pública. El escándalo constituye una falta moral y se distingue de la calumnia en la cual las acusaciones imputadas son falsas. El escándalo es un conjunto de acciones, acontecimientos o circunstancias que poseen varios rasgos característicos: Su existencia implica la transgresión de ciertos valores, normas o códigos morales. Su ocurrencia denota un elemento de secreto u ocultamiento, pero no obstante ello, llegan al conocimiento de los no participantes. Algunos no participantes desaprueban las acciones o acontecimientos y pueden sentirse ofendidos por la violación a la norma. Otros no participantes expresan su desaprobación denunciando públicamente las acciones o acontecimientos. La revelación de las acciones o acontecimientos y la condena que recae sobre la conducta puede perjudicar la reputación de los actores señalados.

El escándalo político consiste en un proceso en el que se intenta estigmatizar a un actor político determinado. El escándalo es un proceso mediante el cual se intenta asignar e imponer una nueva identidad política (con un *status* moral inferior) al actor que se considera responsable. De esta manera, se busca estigmatizar y marcar con una nueva etiqueta de tal manera que el actor responsabilizado sea identificado por el público con el nuevo *status* inferior y se le atribuya la nueva identidad estigmatizada. Desde esta perspectiva, el escándalo es analizado como un proceso político, como un curso de

acontecimientos en los que unas elites políticas (líderes políticos, periodistas, autoridades) intentan estigmatizar a un personaje político, mientras que otra parte de las elites intenta defenderlo. Este es el punto de vista que sostiene Jiménez (1994: 17) cuando analiza al escándalo como el intento de creación de un clima de opinión con la finalidad de que el público identifique al actor político en cuestión a través de la etiqueta del estigma o para que se abstenga de hacerlo si quiere defenderlo.

El escándalo provoca una reacción de indignación ante lo que se percibe como un atentado en contra de alguna de las normas sociales que regulan la conducta de los gobernantes o de los aspirantes a serlo. El escándalo implica un abuso de poder o la violación de la confianza social que ha cometido el actor político afectado y que provoca una reacción social que puede repercutir en el sistema político (Jiménez, 1994). El escándalo político es una reacción de la opinión pública en contra de un actor político al que se considera responsable de un abuso de poder o de la violación de la confianza sobre la que se basa la posición de autoridad que tiene ese actor. La naturaleza del escándalo político conserva un estrecho nexo con las bases de la autoridad política que se encuentran en la confianza social. La política en los tiempos modernos encuentra esa base de la confianza de la autoridad en el concepto de representación como la idea de la responsabilidad y la obligación de rendir cuentas a los gobernados. El escándalo pone en duda la confianza social y la representatividad sobre la que se asienta la autoridad del actor político involucrado y exige una respuesta de ese actor que de ser satisfactoria restablecerá la relación de confianza.

### Estigma

Los griegos crearon el concepto estigma para denotar signos corporales mediante los cuales se intentaba exhibir

algo malo en el status moral de quien los mostraba. Esos signos consistían en cortes o quemaduras en el cuerpo y señalaban que el portador era un esclavo, un criminal o un traidor, una persona corrupta, ritualmente deshonrada, a quien debía evitarse. Goffman (1963) señalaba que cuando los individuos desarrollaban una conducta desviada, adquirirían un estigma, un poderoso negativo nivel social que cambiaba radicalmente la imagen de la persona y su identidad social. El estigma ejerce un poder de estatus sobre las dimensiones de la identidad social a través del cual el individuo es disminuido en las mentes de los demás y consecuentemente, aislado socialmente. En algunas ocasiones, una comunidad, un grupo o la sociedad en su conjunto, estigmatizan a un individuo a través de rituales o ceremonias de degradación.

### *Framing*

Enmarcar (*framing*) significa seleccionar determinados aspectos de la realidad percibida en un texto para con este propósito promover una definición del protagonista, del antagonista, una definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y recomendar alternativas para la solución del problema.

### *Framing de la fotografía*

En retórica de la imagen, Roland Barthes (1964) realiza un análisis estructural del significado de la imagen fotográfica. En este trabajo distingue tres diferentes tipos de mensajes: el mensaje denotado, el mensaje codificado connotado y el mensaje no codificado connotado, todos ellos de en relación a la capacidad del lector para descifrar cada mensaje. Los conceptos de denotación y connotación constituyen las herramientas claves a través de las cuales explica los mensajes lingüísticos en la imagen. Mientras que el mensaje de-

notado, constituye el significado literal, libre de toda asociación lingüística y es la representación análoga de la realidad por la que el lector no requiere de ningún conocimiento especial para descifrarlo (en este sentido, la fotografía es la imagen literal de un objeto en un proceso libre de codificación), a diferencia de este estado “inocente” de significado, la connotación constituye el significado oculto que requiere de descifrar y decodificar. Empleando el ejemplo del mensaje publicitario Panzani, Barthes explica la manera en que los tres mensajes distintos se relacionan con el mensaje lingüístico. En el mensaje publicitario, la connotación del mensaje sumada a la denotación del *spaghetti* y *jitomates*, representan la italianidad.

#### *Framing* de la noticia

La estructura externa de la noticia, que aparece en la primera plana o portada del periódico, contiene tres elementos: el titular, el texto y las ilustraciones (López, 2009). Los titulares constituyen el principal elemento de la información y cumplen la función de llamar la atención del lector. El titular es el título de la información, el encabezado compuesto por antetítulo, título y subtítulo. El texto es la información que contiene cada una de las columnas. Las ilustraciones son las fotos o caricaturas que ilustran la noticia de la primera plana.

#### *Framing* verbal

El *framing* verbal es el enmarcado de los textos escritos y los textos orales. En los *spots* televisados los primeros son las palabras escritas que aparecen en la imagen de la pantalla de los *spots* como mensajes, consignas o *slogans*. Los segundos corresponden a la voz de audio, voz del narrador o del actor protagonista del *spot*.

## Funciones de los marcos

Los “marcos” cumplen tres funciones: “puntúan”, es decir señalan y ordenan los objetos de la realidad exterior; producen orientaciones de atribución y producen orientaciones de articulación. “Puntuación”, mediante esta función los “marcos” permiten que los actores sociales perciban una condición social, o una serie de eventos, como una injusticia, redefinen como injusto o inmoral lo que, previamente había sido visto como desafortunado pero quizá tolerable. “Atribución”, los “marcos” están directamente conectados con la acción, deben de orientar directamente a los actores a la acción. La definición de la situación realizada por la función de “puntuación” no es suficiente para producir orientaciones para la acción. En consecuencia, los marcos de acción colectiva realizan una doble tarea de atribución: por un lado, a atribuir la responsabilidad o la culpa por una situación injusta a una institución o actor reconocible (atribución diagnóstica) y por otro lado, concebir soluciones y acciones específicas para acabar con la situación injusta (atribución de pronóstico). “Articulación”, esta función permite a los actores articular y alinear, un vasto conjunto de eventos y experiencias, de manera que puedan mantenerlos juntos de un modo relativamente unificado y significativo. La “articulación” supone que las maneras de dar significado a los escenarios sociales no dependen de los elementos de contenido, sino de la manera en que esos contenidos son articulados. De ahí la posibilidad de distintas lecturas ideológicas de una misma situación.

### *Framing del riesgo*

La manera en cómo se enmarca una noticia determina la interpretación que de ella realizará la audiencia. Un clásico ejemplo es el *framing* del riesgo de Kahneman y Tversky (1984),

en el que los marcos se desarrollan en términos de salvar vidas o evitar muertes. Kahneman y Tversky realizaron un experimento para conocer los efectos de los marcos informativos en la gente. Se trataba de una encuesta en la que se preguntaba:

Imagine que los Estados Unidos se están preparando para la llegada de una enfermedad asiática extraña en la que se espera que morirán 600 personas. Se cuenta con dos programas alternativos (A y B) para combatirla. Se estima que las consecuencias de la aplicación de los programas son las siguientes. Si se adopta el programa A, 200 personas se salvarán. Si se adopta el programa B, hay un tercio de posibilidades de que las 600 personas se salven y dos tercios de que no se salve ninguna.

En este caso, el 72 por ciento de los encuestados eligió el programa A y el resto, un 28 por ciento, el programa B. La otra pregunta presentaba las mismas opciones pero enfocadas en términos de muertes más que de vidas. “Si se adopta el programa C, 400 personas morirán. Si se adopta el programa D, hay un tercio de posibilidades de que nadie muera y dos tercios de que 600 mueran”. Un 22 por ciento escogió el C y un 78 por ciento el D. En consecuencia, se puede observar que las respuestas a una u otra opción varían según el marco se presente como vidas para salvar o muertes a evitar.

### *Framing visual*

La imagen es la figura, representación, semejanza o apariencia de algo o alguien. Como representación visual de un objeto, las imágenes conforman objetos materiales, signos que habitan el mundo visual: *spots*, videos, cine, fotografías, pinturas, grabados y la realidad misma. De la misma manera, como representación mental de la realidad, las imágenes constituyen el imaginario que habita nuestra mente, visiones,

fantasías, esquemas, modelos. Para definir a la imagen visual es necesario partir del hecho de que todo objeto de percepción está constituido por una unidad de forma y color. Las unidades de percepción visual se integran por los elementos de forma y color, los formemas y los cronemas. Los primeros son los elementos geográfico-topológicos como los puntos, líneas, áreas o cuerpos, los segundos son todos los colores. Los formemas y cronemas se unen en un signo visual. A las figuras de la imagen la semiología los llama actantes. El concepto de actante comprende a personas, animales y cosas, y en general, se refiere a términos que por cualquier razón participan en el proceso narrativo sea que realicen el acto o que lo sufran. Los actantes pueden ser de tres tipos: actantes fijos, actantes móviles y actantes vivientes. Los actantes fijos son los elementos visuales estáticos, tales como los elementos de la naturaleza, que no se desplazan como árboles o montañas. Los actantes móviles son elementos naturales o artificiales que se desplazan en el espacio: el río, los medios de transporte. Finalmente, los actantes vivientes pueden, a su vez, ser subdivididos en personas (actores humanos) y animales.

#### Imágenes de los candidatos

El constructor de imagen puede mejorar las cualidades dramáticas del candidato, maximizar las características personales positivas e intentar minimizar u ocultar las propiedades negativas. Así pues, el hacedor de imagen indaga para encontrar aquellas cualidades especialmente valoradas por el electorado y alrededor de ellas construye la campaña a través de los medios de comunicación.

#### Marco

El concepto de marco (*frame*) tal y como es utilizado en esta investigación, tiene su origen en dos autores: Erving Goffman

y Gaye Tuchman. El primero, en su obra *Frame analysis* (1974) define a los marcos como esquemas de interpretación que permiten a la gente organizar los eventos de la vida, dotándolos de significado e interpretándolos. Los marcos definen situaciones o problemas y pueden ser vistos como encuadres de referencia para examinar cómo las controversias son concebidas en el discurso público. Por su parte, Tuchman en *Making news* (1978) retoma el concepto de Goffman e introduce su clásica metáfora de la noticia como una ventana por la que se miran los acontecimientos: "La noticia es una ventana al mundo... Pero la vista desde una ventana, depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio." (Tuchman, 1978: 1). Según las características de la ventana, su tamaño, su colocación o su forma, la realidad se observa de una forma determinada. Del mismo modo, los marcos de la noticia seleccionan, destacan y limitan el significado de la información. En estos dos trabajos el concepto de marco es el mismo: un esquema interpretativo que simplifica y condensa el mundo exterior seleccionando y codificando eventos, situaciones, experiencias y acciones en el pasado y en el presente de cada individuo. Para Goffman, los marcos permiten a los individuos ubicar, percibir, identificar y clasificar los eventos que suceden en el mundo en general (1974: 21).

Los marcos realizan diversas tareas: enfocan la atención sobre situaciones particulares consideradas problemáticas; hacen atribuciones referentes a la culpabilidad por la existencia de tales situaciones problemáticas y articulan situaciones alternativas, dentro de las cuales se define el papel de los propios movimientos en la resolución de las situaciones problemáticas. Snow y Benford (1988) acuñan el concepto de procesos de enmarcado (*framing process*) que cumple tres tareas centrales: 1) el diagnóstico (*diagnostic frame*) de algún evento o acontecimiento de la vida social como problemático y que

necesita una modificación; 2) la presentación de una solución (*prognostic frame*) para el problema diagnosticado que especifique lo que se ha de hacer; y 3) un llamado a las armas (*motivational frame*) una motivación para proponer un remedio y comprometerse en la acción correctiva. Los marcos de diagnóstico (*diagnostic frames*) y de pronóstico (*prognostic frames*) tienen como fin producir la movilización del consenso. Los marcos de motivos (*motivational frame*) se relacionan con la movilización y proporcionan el ímpetu y los motivos para generar la participación.

En la realización de estas tres tareas los procesos de enmarcado realizan simultáneamente la construcción y atribución de identidades. Se pueden distinguir tres conjuntos de identidades o campos de identidad que son el resultado de esos procesos de enmarcado: los protagonistas, los antagonistas y las audiencias. El campo de identidad de los protagonistas consiste en una serie de significados atribuidos la identidad de los individuos y grupos destinados a convertirse en los defensores de la causa del movimiento. El campo de identidad de los antagonistas consiste en una serie de atribuciones de identidad a individuos y grupos opuestos al movimiento. El campo de identidad de las audiencias es el concepto aplicado a los conjuntos de atribuciones de identidad a individuos y grupos a los que se supone imparciales o bien observadores no comprometidos, y que pueden reaccionar ante las actividades del movimiento.

#### Marco dominante

En un proceso político, en relación a una controversia, a nivel discursivo son construidos varios marcos interpretativos de política que surgen en distintas coyunturas políticas específicas a las cuales estos marcos otorgan particulares significados. No obstante, estos marcos interpretativos particulares se

encuentran subordinados a un marco mayor que engloba al conjunto de los marcos surgidos en cada coyuntura. Este marco lo denominé marco dominante porque explica y da significado al conjunto de marcos particulares surgidos en cada coyuntura, los cuales adquieren su significado pleno sólo en referencia al marco dominante.

El concepto de marco dominante, no debe confundirse con el concepto de marco maestro. Snow y Benford han acuñado el término de marco maestro, el cual desempeña la misma función que un marco de significación para la acción colectiva con la diferencia en que cumple esa función a una escala más grande (Show y Benford, 1992: 138). Los marcos maestros cumplen las mismas funciones que los marcos interpretativos pero en relación a un conjunto de organizaciones de varios movimientos sociales. Un ejemplo lo constituye el marco de los derechos en Estados Unidos en donde los derechos se convirtieron en la meta de varios movimientos: los feministas, los ambientalistas, los homosexuales, los discapacitados, los ancianos, los niños, las minoría étnicas.

Más bien, el concepto de marco dominante que propongo, se asemeja al de símbolo dominante tal y como lo analizó Turner (1967, 1974)<sup>207</sup> en relación a los símbolos dominantes, sobre los otros símbolos, en el ritual de los Ndembu y en referencia al símbolo dominante de la Virgen de Guadalupe, sobre los otros símbolos, en los distintos campos y arenas de la lucha de la Independencia. Lo interpreto como una relación de relevancia y jerarquía, de dominación y subordinación en términos de significado, en términos simbólicos y semánticos, en donde un grupo de símbolos, palabras, conceptos, se encuentran relacionados como resultado de estar conectados, a

<sup>207</sup> Victor Turner (1980) [1967], *La selva de los símbolos*, Siglo XXI, España. Victor Turner (1974), *Dramas, fields, and metaphors*, Ithaca y Londres, Cornell University Press.

diferentes niveles, por su uso en un particular contexto. De esta manera, en una coyuntura histórica, en donde surgen varios marcos interpretativos es necesario determinar cuál es el marco dominante que permite comprender el proceso político en su conjunto y a los distintos marcos particulares. De manera que, en primer lugar, es necesario ubicar la totalidad en un proceso político que comprende un solo marco dominante y varias coyunturas. En segundo lugar, el siguiente paso es el de determinar los marcos interpretativos que permiten interpretar a cada coyuntura, y que son explicados por el marco dominante. De esta manera, metodológicamente se facilitan las tareas de codificación, análisis e interpretación del *corpus* que comprende un conjunto de textos correspondientes a un proceso político, que comprende varias coyunturas, en donde el conflicto surge en torno a una controversia al interior de un campo de identidades políticas.

#### Marco interpretativo de política

Un marco (*frame*) es un esquema interpretativo que estructura el significado de la realidad. Un marco interpretativo de política (*policy frame*) es un principio de organización que transforma la información fragmentaria o casual en un problema político estructurado y significativo, en el que se incluye, implícita o explícitamente, una solución. Los marcos de política no son simples descripciones de la realidad sino construcciones o representaciones específicas que dan significado a dicha realidad y estructuran la comprensión de la misma. El análisis de marcos (*frame analysis*) es el estudio de los marcos interpretativos de política tal y como se utilizan en la (re)construcción y negociación de la realidad por parte de los actores sociales y políticos en sus respectivos discursos. El método de marcos interpretativos de las políticas (*policy frames*) trata de identificar los marcos dominantes y/o en con-

flicto entre sí en el discurso de los actores, marcos que se construyen para dar sentido a diferentes situaciones y acontecimientos, atribuir culpas o causalidad, y sugerir líneas de actuación.

Un marco interpretativo de política se encuentra integrado por una representación de un diagnóstico (algún hecho de la vida que se considera problemático y que necesita de cambios), la representación de un pronóstico (se propone una solución al problema que indica que es lo que se debe hacer) y una llamada a la acción (que fundamenta las razones para involucrarse en la acción correctiva).

### Metáfora

¿Qué es una metáfora? Las raíces etimológicas de la palabra metáfora se remontan a la palabra *metapherein*, que significa transferir. Una metáfora es una transferencia que se realiza al nombrar una cosa en términos de otra.<sup>208</sup> En la base de la idea de transferencia se encuentra el punto de vista de la comparación implícita, en la que la entidad que es transferida es comúnmente conocida, de manera que la frase, planteamiento o la afirmación metafórica puede ser reemplazada por la afirmación literal. Por ejemplo, la metáfora “Ricardo es un león”, es reemplazada por la frase literal “Ricardo es valiente”, porque un idéntico lógico y afectivo significado puede ser reestablecido literalmente, ya que la metáfora simplemente trae semejanzas ya existentes.

<sup>208</sup> “Tropo que consiste en trasladar el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita, por ejemplo, las perlas del rocío, la primavera de la vida, refrenar las pasiones. Aplicación de una palabra o de una expresión a un objeto o a un concepto, al cual no denota literalmente, con el fin de sugerir una comparación (con otro objeto o concepto) y facilitar su comprensión, por ejemplo, el átomo es un sistema solar en miniatura”. *Diccionario de la lengua española*, Real Academia Española. 2004, España, Espasa.

El término metáfora describe una similitud o analogía que en el lenguaje sirve para conectar dos términos a manera de puente, implicando la transferencia de significado que se transporta de un lado hacia el otro. Las metáforas presentan dos ideas o términos en relación de tal manera que uno es usado para definir el otro. Por ejemplo la frase “López Obrador es un peligro para México” recurre a la idea de “un peligro para México” para esclarecer, confirmar o modificar la concepción que la audiencia tiene de “López Obrador”. En este ejemplo, el sujeto de la metáfora, López Obrador, es llamado el blanco o el tópico. La idea que es usada para transferir nuevo significado al blanco (que López Obrador es peligroso) es llamada el vehículo o fuente de la metáfora. Se trata de una analogía o transferencia de los rasgos o características de la fuente de la metáfora hacia el blanco de la metáfora. De manera que para analizar las metáforas es necesario llevar a cabo dos procedimientos metodológicos, primero designar los dos términos o componentes de la metáfora y segundo, identificar las propiedades que son transferidas de un término al otro (Kaplan, 2005).

¿Cuál es la importancia de la metáfora? Las metáforas cumplen un rol importante en la estructuración de la realidad política, iluminando u oscureciendo ciertos aspectos a expensas de otros. A menudo, los líderes políticos en sus discursos emplean metáforas, Churchill: la cortina de hierro; Mao: tigre de papel. La enfermedad como metáfora. La metáfora de la enfermedad ejemplifica el poder persuasivo de las metáforas debido a que la norma social establece la necesidad de la curación y el reestablecimiento de un individuo sano. Por ejemplo, la metáfora del cáncer es descrita en imágenes que describen una conducta negativa: anormal crecimiento, represión de energía y el rehusarse a consumirla o gustarla. El cáncer es la metáfora del mayor enemigo que sólo se puede derrotar,

una vez que las células del cáncer han invadido el cuerpo, es necesario un bombardeo de quimioterapia que extermine a las células cancerígenas. La fuerza de esta metáfora es ejemplificada en el discurso de la derecha radical en el *slogan*: el cáncer del comunismo.

### Metáfora visual

La metáfora visual es similar a la metáfora verbal en el sentido en que compara dos imágenes a través de la analogía sugiriendo que un objeto es igual que el otro aunque ellos sean totalmente diferentes. La metáfora también se encuentra en el color. En la medida en que la piel es uno de los más evidentes rasgos físicos de los seres humanos, los distintos tonos de color han sido utilizados para realizar clasificaciones raciales. La gama de colores blanco, negro, amarillo, rojo y café han servido para denominar los distintos tipos raciales. Así, por ejemplo, la oposición binaria entre blanco y negro, es una metáfora para representar la oposición entre el bien y el mal. El color rojo simboliza el peligro. El color contribuye a la construcción de las identidades políticas. Ciertas formas de simbolismo del color tienen mayor impacto que otras, por ejemplo, un ejemplo de la fuerza retórica del color la encontramos en el simbolismo cultural de la división racial entre blancos y negros.

### Pasos en la reconstrucción de los marcos

El proceso de reconstrucción de los marcos utilizados en el discurso público comprende tres pasos: 1) la selección del actor, del evento, o del problema social y político; 2) la elección de los textos; 3) el análisis del enmarcado.

1) El análisis de los marcos del discurso público comienza con la elección del actor, del evento o del problema que será

enmarcado. Se define el actor protagonista y el actor antagonista, así como el evento y el contexto político en el que se desarrolla el discurso y la acción política.

2) Una vez definidos los actores, los eventos, la coyuntura política y el problema, es necesario identificar los textos realizados en el campo discursivo. Por textos, se entiende aquellos actos de lenguaje llevado a cabo por los actores que poseen un comienzo y un final fácilmente identificable: libros, artículos, folletos, documentos, discursos, entrevistas, comentarios de radio y televisión. El conjunto de los textos comprende un *corpus* que debe cumplir los requisitos de representatividad, exhaustividad y homogeneidad.

3) Un texto se compone de un tópico (evento, actor, problema) y un marco (la estructura de percepción mediante la cual ese tópico es definido). El objetivo del análisis es decidir, ante un texto, cual es el marco utilizado por el actor en el momento de producir su discurso. Las guías metodológicas para llevar a cabo este paso son las siguientes: Cada texto, dentro del *corpus*, posee una forma de argumentación. La forma de argumentación es el indicador de la existencia de una estructura o modelo mediante la cual el tópico es percibido. Esa estructura es propiamente un marco. Esa estructura debe ser individualizada mediante una categoría abstracta que represente objetos, eventos o acciones. Se trata de una categoría que es de conocimiento más general que el tópico mismo que es enmarcado. En otras palabras, se trata de condensar un texto complejo en una frase compuesta por unas pocas categorías que permitan dar sentido a lo que dice el texto. El procedimiento del enmarcado procede por analogía, es decir, una situación compleja trata de hacerse comprensible haciendo referencia a otro objeto con el cual puede ser comparado el tópico enmarcado. Un marco es una forma de categorización (analógica o metafórica) cuyo propósito es transferir significado desde algo que ya es conocido hacia

algo que es nuevo. El mecanismo del enmarcado como un proceso de categorización que permite incluir nuevos objetos u eventos dentro de sistemas de significados ya existentes, permite explicar los procesos semánticos mediante los cuales se produce significado. Los objetos son incluidos dentro de estructuras con la finalidad de hacerlos similares a otros objetos, haciéndolos así significativos, cuando un objeto es enmarcado toma las propiedades comunes a esa clase de objetos. Debido a la naturaleza analógica de los marcos, los textos dicen algo más de lo que dicen textualmente. El análisis de marcos trata de encontrar esos significados ocultos dentro de los textos.

#### Primera plana

Los textos son tomados de la primera página del periódico con la premisa de que los más importantes eventos de noticias del día se encuentran en la primera plana de cada periódico.

#### Problema

La definición de un problema como una injusticia es el paso más importante para movilizar y atraer las simpatías de la audiencia. Esa movilización puede ser más efectiva si se definen además los agentes causales de ese problema. La causa de un problema, no es definida en términos de responsabilidad, sino que es atribuida al antagonista visto como un agente exterior. Para identificar el problema se utilizan marcos de diagnóstico que identifican alguna situación como problemática y susceptible de ser resuelta o mejorada. Por lo tanto, una parte de los marcos de diagnóstico es la designación de agentes culpables.

#### Procesos de enmarcado

Los procesos de enmarcado (*framing process*) constituyen los esfuerzos estratégicos realizados conscientemente por un

grupo de actores con el propósito de construir creencias y significados que legitimen y motiven a la acción colectiva. Este proceso de enmarcado da inicio con la creación de un marco de injusticia y la posterior definición de un campo de identidad de los protagonistas y los antagonistas. Mediante el proceso de enmarcado los movimientos sociales tratan de construir un discurso coherente que permita definir los problemas por los que se lucha, las causas que los originaron y las soluciones y estrategias adecuadas para enfrentarlos. El proceso de enmarcado no incluye únicamente las acciones discursivas de los propios movimientos, sino también las de sus oponentes, las de las instituciones políticas y las de las instancias de producción simbólica dominantes en una sociedad. El proceso de enmarcado se orienta hacia tres tareas fundamentales: Diagnosticar, es decir, considerar una condición o evento social como problemático, que necesita ser modificado. Pronosticar, proponer una solución para la condición o evento social problemático. Movilizar, proponer motivos para que los actores se comprometan a participar en la acción correctiva.

### Propaganda

La propaganda es una forma de comunicación que está diseñada deliberadamente por un grupo de la sociedad para influir en las actitudes y conducta de otros. Generalmente emplea el simbolismo y la retórica a través de llamados a lo emotivo. La propaganda es una forma de control social empleada de manera recurrente por la iglesia y los regímenes totalitarios.

En el corazón de la propaganda se encuentran tres elementos: la retórica, el mito y el simbolismo. La propaganda recurre a ellos para apelar a los impulsos emocionales de la audiencia.

La propaganda presenta cuatro rasgos característicos: El principio de saturación, el mensaje es enviado a la audiencia repetidamente. El principio de simplificación, el mensaje se condensa al máximo, limitándose a uno o dos temas o ideas, y es expresado en un breve eslogan que sintetiza su contenido por lo cual es fácilmente memorizado. El principio de presentar posiciones parciales, que reflejan los intereses y el pensamiento de una minoría como si representaran a la mayoría de la población. El principio de la deformación y la parcialidad, la información no se presenta en su totalidad y es acompañada de juicios de valor y epítetos fuertes, que ignoran todos los argumentos en contra, mismos que son ridiculizados o tratados como irrelevantes. El argumento es presentado como conclusión verdadera e incontrovertible y no como punto de discusión (Sani).

#### Protagonista

El protagonista es el actor que dirige un discurso o representa, frente a un público o una audiencia, una actuación o *performance* en un determinado escenario político. Es el personaje principal en torno al cual gira la construcción de identidades y el grupo de personajes aliados. Se encuentran también dentro del campo de los protagonistas aquellos individuos y colectividades que simpatizan con los valores, creencias, metas y prácticas del partido, grupo político o movimiento social.

#### Retórica

La retórica es el uso de simbolismo y lenguaje con la finalidad de asegurar que un mensaje sea codificado en la manera deseada por el comunicador. De tal manera que la comunicación retórica es de naturaleza persuasiva y usada como medio para buscar el cambio de la conducta de la audiencia. La retórica es una herramienta en la comunicación política.

## Teoría funcional del discurso de la campaña

William Benoit ha desarrollado una teoría del discurso de campaña electoral enfocándose principalmente en el análisis de las funciones que cumplen los mensajes políticos. La teoría funcional del discurso de la campaña política que elabora se funda en la premisa de que los mensajes de campaña se orientan a persuadir a los electores cumpliendo tres funciones básicas: Aclamar (*acclaiming*), situar al candidato desde un punto de vista favorable, atacar (*attacking*), ubicar al candidato opositor desde un punto de vista desfavorable, y defenderse (*defending*), responder a los ataques de los opositores intentando de reparar la propia reputación. Cada una de estas funciones está orientada a la construcción del discurso público sobre dos aspectos, ya sea un tema político o la imagen de los candidatos. Mientras que los temas políticos tratan sobre el pasado, los planes futuros o el proyecto general de los candidatos; la imagen o carácter se refiere a las cualidades personales, el liderazgo e ideales de los candidatos.

### Texto

Las unidades de análisis son los textos producidos por los actores. Por textos, en este caso, se entiende la manifestación concreta del discurso, aquellos “actos de lenguaje” (un discurso oral o escrito) que poseen un comienzo y un final fácilmente identificable: libros, artículos, folletos, documentos, discursos, entrevistas, comentarios de radio y televisión.

### Tipos de discurso político

Existen varios tipos de discurso político. Por un lado el informativo y el argumentativo, y por otro el persuasivo y manipulador. Los dos primeros tipos de discurso tienden a producir una reflexión crítica por parte de la audiencia que los

recibe. El discurso informativo trata sobre hechos cuya veracidad puede establecerse con certeza y el discurso argumentativo trata sobre temas considerados importantes, presentando razonamientos lógicamente consistentes. Ambos tipos de discurso tratan de poner de lado, elementos afectivos o emotivos ya que tratan de producir un pensamiento crítico en la audiencia que los recibe, de tal manera que ésta tome sus decisiones a través del razonamiento crítico. Los discursos persuasivo y manipulador se basan en elementos emocionales y afectivos, más que en elementos argumentativos y racionales. En consecuencia, no intentan producir un pensamiento crítico en la audiencia que recibe el mensaje sino lograr su adhesión respecto a la problemática presentada. En este sentido, la audiencia es orientada no a evaluar la situación de acuerdo a su propio interés, sino de acuerdo a los puntos de vista del emisor. La propaganda y la publicidad política se construyen básicamente sobre la base de este tipo de discursos.

#### Titular

Cada ítem informativo de la prensa tiene un titular y un encabezamiento y se distinguen por un tipo especial de letra. El titular precede al encabezamiento y juntos preceden al resto del ítem informativo. Su función es la de expresar los principales temas del hecho. Es decir, funcionan como un resumen inicial. El titular y el encabezamiento resumen el texto periodístico y expresan el marco interpretativo.



## Bibliografía

- BENOIT, William (2003), *Campaign 2000: A functional analysis of presidential campaign discourse*, Lanham, MD, Rowman & Littlefield.
- (2002), *The primary decision: A functional analysis of debates in presidential primaries*, Westport, CT, Praeger.
- (1999), *Seeing spots: A functional analysis of presidential television advertisements, 1952-1996*, Nueva York, Praeger.
- (1995), *Accounts, Excuses, and Apologies. A Theory of Image Restoration Strategies*. A volume in the SUNY Series in Speech Communication, State University of New York Press.
- BROH, Anthony (1980), "Horse-Race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Presidential Election", *The Public Opinion Quarterly*, vol. 44, núm. 4, pp. 514-529.
- BURDEN, Barry (2002), "When Bad Press is Good News: The Surprising Benefits of Negative Campaign Coverage", *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 7, núm. 3, pp. 76-89.
- CAPPELLA, Joseph y Kathleen Hall Jamieson (1996), "News Frames, Political Cynicism, and Media Cynicism", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 546, núm. 1, pp. 71-84.
- CHIHU AMPARÁN, Aquiles. (2010), *El framing del spot político*, México, Miguel Ángel Porrúa, UAM-Iztapalapa.

- (2009), "La construcción del antagonista en los debates presidenciales de 2006 en México", en *POLIS 1, Anuario de Sociología*, pp. 91-114, México, UAM-Iztapalapa.
- (2008a), *El framing de los debates presidenciales en México (1994-2006)*, México, Miguel Ángel Porrúa, Conacyt, UAM-Iztapalapa.
- (2008b), "El framing de los debates presidenciales de 2006 en México", en *Cultura y representaciones sociales*, pp. 125-155, revista electrónica de Ciencias Sociales, Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, Año 3, núm. 5, septiembre.
- (2007), "Marcos interpretativos, identidad e imaginario en el mexicana movement", *Región y sociedad*, vol. XIX, núm. 38, pp. 51-76, enero-abril, Revista de el Colegio de Sonora, México.
- (2006a), Aquiles Chihu Amparán (coord.), *El "análisis de los marcos" en la sociología de los movimientos sociales*, México, Miguel Ángel Porrúa, Conacyt, UAM-Iztapalapa.
- (2006b), "El discurso del EZLN desde la perspectiva del Frame analysis", *El Cotidiano 137*, Revista de la realidad mexicana actual, pp. 62-73, mayo-junio, México, UAM-Azcapotzalco.
- (2006c), "El 'análisis de los marcos' en el discurso de Bush (septiembre 11 de 2001)", *Comunicación y Sociedad*, núm. 6, pp. 159-181, julio-diciembre, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, México, Universidad de Guadalajara.
- (2005), "El análisis de los marcos en el discurso de los candidatos a jefe de gobierno en el DF en 1997", *Comunicación y Sociedad*, núm. 4, 2005, pp. 67-91, julio-diciembre, Universidad de Guadalajara.
- (2004), "*The Construction of Collective Identity in the EZLN discourse*", en *La scienza é una curiosità, Scritti in onore di Umberto Cerroni*, pp. 41-54, a cura di Cosimo Perrotta, Manni, Italia.
- COVINGTON, Cary, Kent Kroeger, Glenn Richardson y J. David Woodward. (1993), "Shaping and Candidate's Image in the

- Press: Ronald Reagan and the 1980 Presidential Election", *Political Research Quarterly*, vol. 46, núm. 4, pp. 783-798.
- DELLA PORTA, Donatella y Mario Diani (1999), *Social Movements an Introduction*. Blackwell Publishers, Oxford, Massachusetts.
- DEVITT, James (1997), "Framing Politicians: The Transformation of Candidate Arguments in Presidential Campaigns News Coverage, 1980, 1988, 1992, and 1996", *American Behavioral Scientist*, vol. 40, núm. 8, pp. 1139-1160.
- Diccionario de la lengua española* (2001), Real Academia Española, España, Espasa.
- DONATI, Paolo (1992), "Political Discourse Analysis", en Mario Diani y Ron Eyerman (eds.), *Studying Collective Action*, Londres, Sage Publications, pp. 136-167.
- ENTMAN, Robert (1993), "Framing: toward clarification of a fractured paradigm", *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 51-58.
- Fonte Irene (2002), *La nación cubana y Estados Unidos. Un estudio del discurso periodístico (1906-1921)*, El Colegio de México, UAM-Iztapalapa.
- GAMSON, William y Kathryn Lasch (1983), "The Political Culture of Social Welfare Policy", en E. Spiro Shimon y Ephraim, Yaar Yutchman (eds.), *Evaluating the Welfare State: Social and Political Perspectives*, pp. 397-415, Nueva York, Academic Press.
- y Andrea Modigliani (1989), "Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach", *American Journal of Sociology*, 95, pp. 1-37.
- GAN, Faith, Joo Leng Teo y Benjamin H. Detenber (2005), "Framing the Battle for the White House: A Comparison of Two National Newspapers' Coverage of the 2000 United States Presidential Election", *Gazette: The International Journal for Communications Studies*, vol. 67, núm. 5, pp. 441-467.
- GIMÉNEZ, Gilberto (2004), "El escándalo político en los medios", ponencia presentada en el Coloquio Nacional: *La cultura del espectáculo y el escándalo: los media en la sociedad actual*, Mazatlán, Sinaloa, Universidad Autónoma de Sinaloa, Facultad de Ciencias Sociales, 10-11 de septiembre.

- (1989), "El análisis del discurso político-jurídico", en Gilberto Giménez. *Poder, Estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*. México, UNAM-Instituto de Investigaciones Jurídicas, pp. 143-177.
- (1982), "La controversia ideológica en torno al VI Informe de José López Portillo", *Revista Mexicana de Sociología*, año XLV, núm. 2 (abril-junio), pp. 507-544.
- GOFFMAN, Erving. (1974), *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Londres, Harper and Row.
- (1963), *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires, Argentina, Amorrortu.
- GONZÁLEZ Marín, Silvia. (2006), *Prensa y poder político. La elección presidencial de 1940 en la prensa mexicana*, Siglo XXI, UNAM.
- GUTIÉRREZ, Silvia (2000), "El discurso político. Reflexiones teórico-metodológicas", *Versión* núm. 10, pp. 109-125.
- HELLER, Eva. (2007), *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Barcelona, España, Gustavo Gili.
- HUGHES, Sallie (2003), "From the Inside Out: How Institutional Entrepreneurs Transformed Mexican Journalism", *Harvard Journal of Press/Politics*, vol. 8, núm. 3, pp. 87-117.
- y Lawson Chappell (2004), "Propaganda and Crony Capitalism: Partisan Bias in Mexican Television News", *Latin American Research Review*, vol. 39, núm. 3, pp. 84-105.
- HUNT, Scott, Robert Benford y David Snow (2006), "Marcos de acción colectiva y campos de identidad en la construcción social de los movimientos", en *El "análisis de los marcos" en la sociología de los movimientos sociales*, coordinado por Aquiles Chihu Amparán, México, Miguel Ángel Porrúa-Universidad Autónoma Metropolitana-CONACYT, pp. 155-188.
- IYENGAR, Shanto, Helmut Norpoth y Kyu S. Hahn (2004), "Consumer Demand for Election News: The Horserace Sells", *The Journal of Politics*, vol. 66, núm. 1, pp. 157-175.
- ISLAS REYES, Laura. (2003), "Los diarios ahora, ¿Cuál es el estado de la prensa escrita?", *Etcétera*, noviembre, consultado en Internet: <http://www.etcetera.com.mx/Pag91ne37.asp/> Última consulta 22 de julio de 2007.

- JIMÉNEZ, Fernando (1994), "Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social", *Revista Española de Investigaciones Sociales*, 66 (7-36).
- JONES, Clifford A. (2003), "Voting from the Bench: Media Analysis of Legal Issues in the 2000 Postelection Campaign", *American Behavioral Scientist*, vol. 46, núm. 5, pp. 642-657.
- KAHNEMAN, Daniel y Tversky Amos (1984), "Choices, Values and Frames", *American Psychologist*, 39, pp. 341-50.
- KAHN, Kim Fridkin (1991), "Senate Elections in the News: Examining Campaign Coverage", *Legislative Studies Quarterly*, vol. 16, núm. 3, pp. 349-374.
- y Patrick J. Kenney. (2002), "The Slant of the News: How Editorial Endorsements Influence Campaign Coverage and Citizen's Views of Candidates", *The American Political Science Review*, vol. 96, núm. 2, pp. 381-394.
- KIOUSES, Spiro y Maxwell McCombs (2004), "Agenda-Setting Effects and Attitude Strength. Political Figures During the 1996 Presidential Election", *Communication Research*, vol. 31, núm. 1, pp. 36-57.
- KOETZLE, Wm. y Thomas L. Brunell (1996), "Lip-Reading, Draft-Dodging, and Perot-Noia: Presidential Campaigns in Editorial Cartoons", *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 1, núm. 4, pp. 94-115.
- LAWSON, Chappell (2002), *Building the Fourth State: Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*, Berkeley, University of California Press.
- LICHTER, Robert y Ted Smith (1996), "Why Elections are Bad News: Media and Candidate Discourse in the 1996 Presidential Primaries", *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 1, núm. 4, pp. 15-35.
- LÓPEZ OBRADOR, Andrés Manuel (2004), *Un proyecto alternativo de nación. Hacia un cambio verdadero*, México, Grijalbo, 162 pp.
- MADRID GONZÁLEZ MARÍN, Silvia (2006), *La elección presidencial de 1940 en la prensa mexicana, Siglo XXI*, UNAM.
- MCCOMBS, Maxwell, Juan Pablo Llamas, Esteban López Escobar y Federico Rey (1997), "Candidate Images in Spanish Elections: Second Level Agenda-Setting Effects", *Journal*

- lism and Mass Communication Quarterly*, vol. 74, núm. 4, pp. 703-717.
- McCOMBS, M. y D. Shaw, (1972), "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.
- y Dixie, Evatt (1995), "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la 'agenda setting'", *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII, núm. 1, pp. 7-32.
- McNAIR, Brian. (2003), *An Introduction to Political Communication*, Londres, Gran Bretaña. Routledge.
- NELSON T., R. Clawson y Z. Oxley (1997), "Media Framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance", *American Political Science Review*, 91 (567-583).
- MORENO, Alejandro (2008), "La opinión pública mexicana en el contexto postelectoral de 2006", *Perfiles Latinoamericanos*, año 16, núm. 31, pp. 39-63.
- PAN, Z. y G. Kosicki, (1993), "Framing analysis: An approach to news discourse", *Political Communication*, 10, pp. 55-76.
- PAYÁN VELVER, Carlos (1984), "Discurso pronunciado durante la ceremonia de la convocatoria pública para fundar *La Jornada*", 29 de febrero, ciudad de México, en Lourdes Galaz Ramírez (coord.), *La Jornada, el rostro de un país*, México, Desarrollo de Medios, S.A. de C.V., 2004.
- PATTERSON, Thomas E. (1996), "Bad News, Bad Governance", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 546, núm. 1, pp. 97-108.
- (1998), "Time and News: The Media's Limitation as an Instrument of Democracy", *International Political Science Review/Revue Internationale de Science Politique*, vol. 19, núm. 1, pp. 55-67.
- RAWNSLEY, Gary D. (1997), "The 1996 Presidential Campaign in Taiwan: Packaging Politics in a Democratizing State", *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 2, núm. 2, pp. 47-61.
- ROGERS James y Everett Dearing. (1987), *Agenda-Setting*, Londres, Nueva Delhi, Sage Publications.
- SALGADO, Eva (2003), *El discurso del poder. Informes presidenciales en México (1917-1946)*, México., CIESAS/Miguel Ángel Porrúa.

- SANTILLÁN, Ramón (2004), "Los periódicos protagonistas del cambio político", *Revista Iberoamericana de Comunicación*, núm. 6, primavera-verano, pp. 41-72, Universidad Iberoamericana.
- SNOW, David y Robert Benford (2006), "Ideología, resonancia de marcos y movilización de participantes", en *El "análisis de los marcos" en la sociología de los movimientos sociales*, coordinado por Aquiles Chihu Amparán, México: Miguel Ángel Porrúa-Universidad Autónoma Metropolitana-CONACYT, pp. 83-117.
- STRÖMBÄCK, Jesper (2007), "Marketplace of Ideas and Marketplace of Money. A Study of Commercialism and the Swedish Election News Coverage in 1998 and 2002", *Nordicom Review*, vol. 28, núm. Especial de Jubileo, pp. 51-62.
- y Oscar G. Luengo (2006), "Framing and Election News Coverage in Spain and Sweden", ponencia presentada en Cuarto Simposio Internacional *Communication in the Millennium*, 14-16 de junio, Universidad Anadolu, Turquía. Consultado en Internet: <http://cim.anadolu.edu.tv/pdf/2006/StrombackLuengo.pdf>, último acceso 14 de diciembre de 2007.
- TANKARD, James (2001), "The Empirical Approach to the Study of Media Framing", en Gandy Reese y Grant, *Framing Public Life*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, Nueva Jersey, Londres, Publishers, pp. 95-106.
- THOMPSON, John (2001), *El escándalo político*, Barcelona, Buenos Aires, México, Paidós.
- TILLY, Charles (1986), *The Contentious French*, Cambridge, Harvard University Press.
- TUCHMAN, Gaye. (1978), *Making News: a study in the construction of reality*, Nueva York, Free Press.
- VAN DIJK, Teun. (1999), "¿Qué es análisis del discurso político?"; en Teun A. van Dijk e Ivan F. Rodrigo Mendizábal, *Análisis del discurso social y político*, Ecuador, Ediciones ABYA-YALA/Escuela de Comunicación Social-Universidad Politécnica Salesiana, pp. 9-102
- (1998), "Opinions and Ideologies in the Press", en Adrian Bell y Peter Garrett (eds.), *Approaches to Media Discourse*, Oxford, Blackwell Publishers, pp. 21-63.

- (1997), *Racismo y análisis crítico de los medios*, Barcelona, Buenos Aires, México, Paidós.
- (1990), *La noticia como discurso*, Barcelona, Buenos Aires, México, Paidós.
- VILLEGAS, Erika (2006), "La redefinición editorial de los medios de comunicación mexicanos después de 2000. El caso de la cobertura de la marcha zapatista", *Comunicación y Sociedad*, enero-junio, número 5, pp. 35-57, México, Universidad de Guadalajara.
- WOLTON, Dominique. (1998), "La comunicación política: construcción de un modelo", en Ferry Jean Marc, Dominique Wolton y otros, *El nuevo espacio público*, Barcelona, España, Gedisa, pp. 28-46.

# Índice

AGRADECIMIENTOS . . . . .	5
INTRODUCCIÓN . . . . .	7
Capítulo I	
LA COMUNICACIÓN POLÍTICA . . . . .	17
La comunicación política . . . . .	17
El discurso político . . . . .	21
La <i>agenda setting</i> . . . . .	29
Capítulo II	
EL <i>FRAMING</i> DE LA PRENSA . . . . .	33
Pan y Kosicki . . . . .	33
Paolo Donati . . . . .	39
La teoría del <i>framing</i> . . . . .	45
Capítulo III	
EL DESAFUERO . . . . .	53
El escándalo político . . . . .	53
Los video escándalos . . . . .	56
<i>La Jornada</i> . . . . .	57
<i>Reforma</i> . . . . .	63
El desafuero . . . . .	66
<i>La Jornada</i> . . . . .	67
<i>Reforma</i> . . . . .	70

## Capítulo IV

LA CAMPAÑA ELECTORAL . . . . .	75
El <i>framing</i> de la campaña electoral . . . . .	75
<i>La Jornada</i> . . . . .	78
<i>Reforma</i> . . . . .	97

## Capítulo V

EL CONFLICTO POSELECTORAL . . . . .	111
La comunicación de la protesta . . . . .	111
Las instituciones contra el pueblo . . . . .	113
La Convención Nacional Democrática . . . . .	119
El presidente legítimo . . . . .	126
<i>La Jornada</i> . . . . .	131
<i>Reforma</i> . . . . .	138
Consideraciones finales . . . . .	147

GLOSARIO . . . . .	155
--------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA . . . . .	189
------------------------	-----

*El framing de la prensa*, se terminó de imprimir en la Ciudad de México durante el mes de junio del año 2011. La edición, en papel de 75 gramos, estuvo al cuidado de la oficina litotipográfica de la casa editora.



ISBN 978-607-401-350-4