



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

***“DEMOCRATIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS DE COMUNICACIÓN
POLÍTICA EN MÉXICO: LA VISIÓN DE LOS ACTORES”***

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

REBECA DOMÍNGUEZ CORTINA

**APOYADA POR EL CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
(CONACYT)**

ASESORA: DRA. MEDLEY AIMÉE VEGA MONTIEL



CIUDAD UNIVERSITARIA, MAYO DE 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, en primer lugar, a la Universidad Nacional Autónoma de México por brindarme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente y por ofrecer espacios maravillosos para el crecimiento de las y los universitarios.

Asimismo agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca otorgada para la elaboración de esta tesis.

De igual forma, estoy muy agradecida con todos aquellos actores que conversaron conmigo para poder plasmar su visión en estas páginas; sin su apoyo, este trabajo no hubiera sido posible. Ellos son José Woldenberg, Rogelio Carbajal, Saúl Escobar, Francisco Abundis, Jacaranda Velázquez, Murilo Kushick, Miguel Badillo, Miguel Acosta, Rafael Ortiz, Sergio Aguayo, Alma Delia Fuentes y Ulises Beltrán.

Por su orientación, apoyo e impulso constantes en esta investigación, agradezco especialmente a mi asesora, la doctora Vega. Pero sobre todo, Aimée, quiero darte las gracias por tu invaluable y ejemplar sencillez que posibilitaron la construcción de un diálogo reflexivo entre nosotras. ¡Gracias!

Asimismo, agradezco a los profesores Roberto Sánchez, Mayo Murrieta, Jorge Lumbreras y Porfirio Toledo por haber leído y enriquecido el presente trabajo con sus valiosas aportaciones.

A mis maestras y maestros de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, quienes me enseñaron a dudar y preguntar... Porque sus enseñanzas han trascendido más allá de las aulas, ¡gracias!

A mi familia, gracias por los valores y el cariño. A ti, mamá, por la fortaleza, la cordura y la tenacidad. A ti, papá, por la perseverancia, la responsabilidad y el cuidado. A ti Alis, mi

hermana, por la diferencia, la tolerancia y la convivencia. A los tres, gracias por todo su amor y atención.

A Jorge Luis, mi compañero. Gracias, mi amor, por tener siempre la disposición para escucharme y ayudarme en todo momento. Te agradezco tu cariño y apoyo incondicionales.

A las amigas y amigos que he encontrado en nuestra facultad, agradezco su interés por este trabajo, así como por apoyarme e inyectarme ánimos constantemente.

De la misma forma, quiero agradecer a mis compañeros del Área de Investigación Aplicada y Opinión del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM por su apoyo e interés, en especial, a ti, Pati, por tu amistad, comprensión y complicidad.

Igualmente, le doy las gracias a la maestra Julia Flores por sus valiosas enseñanzas.

Finalmente, agradezco a mis compañeras y compañeros de la licenciatura por los momentos de discusión y reflexión los cuales, sin duda alguna, me generaron inquietudes académicas que hoy se ven reflejadas en este trabajo.

A TODAS Y TODOS,
POR HABERME DADO LA MANO PARA RECORRER
ESTE CAMINO TAN REAL COMO FANTÁSTICO,
¡MUCHAS GRACIAS!

Ciudad Universitaria, 27 de abril de 2006

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

PRIMERA PARTE FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1. EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	7
1.1 La comunicación política como campo de estudio.....	8
1.1.1 Etapas de la evolución del estudio de la comunicación política. . .	11
1.2 La comunicación política como campo de acción.....	14
1.3 Reflexiones preliminares.....	19
Fuentes.....	23
2. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL CONTEXTO DE LA DEMOCRACIA.....	25
2.1 Democracia.....	25
2.1.2 Elegir en la democracia.....	29
2.2 Comunicación política: parte de la democracia.....	31
2.2.1 El papel de la comunicación política.....	34
2.2.2 El papel de los actores de la comunicación política.....	35
<i>Los tres actores de la comunicación política y su discurso.....</i>	<i>39</i>
2.3 Comunicación alternativa.....	42
2.3.1 Representatividad: Legisladores, medios de comunicación y ciudadanos.....	44
2.4 Reflexiones preliminares.....	49
Fuentes.....	53

SEGUNDA PARTE CONTEXTO HISTÓRICO

3. LA TRANSICIÓN A LA DEMOCRACIA EN EL RÉGIMEN POLÍTICO MEXICANO.....	58
3.1 El contexto latinoamericano:	

entre la democracia y el autoritarismo.	58
3.1.1 La particularidad del régimen político mexicano.	59
3.2 Transición política, transición democrática y consolidación de la	
democracia en México.	62
3.2.1 Transición y crisis de representatividad.	69
3.2.2 La importancia de la oposición en el contexto de la transición.	74
3.3 Reflexiones preliminares.	77
Fuentes.	79
4. LA CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS DE	
COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO.	81
<i>Las reformas políticas: andamios para la construcción democrática.</i>	83
4.1 1988: La “caída del sistema”.	88
4.2 1994: Crisis, reformas y PRI.	96
4.3 1997: Los ciudadanos vigilan las elecciones.	102
4.4 2000: La derrota del PRI.	106
4.5 Reflexiones preliminares.	113
Fuentes.	119
 TERCERA PARTE	
ACERCAMIENTO EMPÍRICO	
5. LA VISIÓN DE LOS ACTORES DE LA	
COMUNICACIÓN POLÍTICA.	124
5.1 Estrategia metodológica.	124
5.2 Herramientas.	125
5.3 Unidades de observación.	126
5.3.1 Políticos.	126
5.3.2 Periodistas.	127
5.3.3 Consultores de opinión pública.	127

5.3.4 Ciudadanos.....	128
5.4 Unidades de análisis.....	128
a) Democratización y construcción de la comunicación política en México.....	128
b) Los protagonistas de la comunicación política.....	128
c) Los ciudadanos y la comunicación alternativa.....	128
5.5 Hallazgos: descripción e interpretación.....	129
5.6 Reflexiones preliminares.....	184
Fuentes.....	187
CONCLUSIONES.....	190
FUENTES.....	200
ANEXOS	
Anexo I: Guía de entrevista.....	209
Anexo II: Cuadro comparativo.....	214
Anexo III: Perfil de los entrevistados.....	240

INTRODUCCIÓN

El análisis de la comunicación política está determinado por la manera en que ésta sea concebida, es decir, como fenómeno social o como campo de estudio. Estas dos dimensiones representan formas de abordarla relativamente recientes y se están gestando a la par de la democratización de los regímenes políticos; así, tanto el estudio como la práctica de la comunicación política están influyendo en la forma como se comprende y vive la política actualmente. Es pertinente advertir que para esta investigación, la comunicación política será analizada desde la perspectiva de fenómeno social o campo de acción.

La comunicación política, entendida como un espacio público en proceso de construcción, está presente en todo terreno de la actividad política (tiempos sostenidos), no sólo en los periodos electorales (tiempos álgidos) (Velázquez, 1994), aunque -es importante decirlo- es en esos momentos cuando la práctica de la comunicación política se intensifica y, por tanto, el estudio de este fenómeno.

Actualmente, el ejercicio de la comunicación política encuentra su canal ideal en los medios de comunicación y, como espacio, en la democracia, ya que en este tipo de regímenes, toda actividad política es pública. En un régimen que se está abriendo a la democratización, el estudio de la comunicación política adquiere relevancia.

En este contexto, el análisis de la transición a la democracia en el régimen político mexicano no ha encontrado acuerdo definitivo, aunque en lo que sí hay consenso, es en el desarrollo que ha tenido la organización, vigilancia y evaluación de los procesos electorales, lo cual, de alguna forma, ha posibilitado la integración del ciudadano en la toma de decisiones, con base en la legalidad y la legitimidad.

Así, las reformas electorales han formado parte de los cimientos de un largo proceso de transición a la democracia, aunque es preciso resaltar que desde 1996, hace ya 10 años, no ha habido reformas en esta materia.

De esta forma, los medios de comunicación se han convertido en visibilizadores de la vida política en regímenes democráticos que, por su propia naturaleza, permiten la pluralidad de voces. Sin embargo, en México, los ciudadanos no siempre encuentran la forma de integrarse al proceso de la comunicación política, por lo que han recurrido a la creación de espacios alternativos, lo cual será considerado aquí como un factor que influye en la democratización del régimen político.

Desde esta perspectiva, el objetivo central de la presente investigación es observar, analizar y entender la construcción de espacios de comunicación política como un proceso que ha acompañado la democratización del régimen político mexicano. Igualmente, se pretende describir la participación de cada uno de los protagonistas de la comunicación política y comprender cuál es el papel del ciudadano frente a la construcción de espacios de comunicación política en nuestro país.

Para lograrlo, la pregunta central de esta investigación busca identificar cuáles son los espacios de comunicación política que se están construyendo actualmente en México y cómo ha sido la participación de los actores de la comunicación política en este proceso, así como la interacción entre ellos.

De esta forma, la hipótesis central que ha guiado esta investigación es que si los regímenes políticos experimentan un proceso de democratización, se podrá construir en ellos espacios de comunicación política, como es el caso de México.

La presentación de esta investigación está dividida en tres partes: la primera contempla los fundamentos teóricos de la comunicación política y la democracia.

Así, en el primer capítulo se realiza un análisis de la comunicación política como fenómeno social y como campo de estudio, así como un recorrido de la evolución que ha tenido la investigación científica en esta área. Mientras que en el segundo capítulo se aborda la importancia del vínculo existente entre la comunicación política y la democracia,

relación que adquiere mayor relevancia, sobre todo, a partir de mediados del siglo XX. En este contexto, se explica también la forma en que será entendida la comunicación política a lo largo de este estudio. Asimismo, se aborda el tema de la comunicación alternativa como un factor de construcción de espacios independientes de comunicación política, ante la falta de canales para la participación ciudadana.

La segunda parte de este trabajo considera al marco histórico, en donde la transición a la democracia y la construcción de espacios de comunicación política son el eje central.

De esta forma, en el tercer capítulo se presenta una discusión acerca de la transición a la democracia en el régimen político mexicano, así como el lugar que ha ocupado el proceso de la comunicación política en este contexto. Y en el cuarto capítulo se describe la participación de cada uno de los actores de la comunicación política (políticos, periodistas, opinión pública y también los ciudadanos) en el marco de los comicios electorales, considerados como una referencia histórica en este proceso. En esta investigación, el año de 1988 será presentado como punto de partida de la transición a la democracia y la construcción de espacios de comunicación política en México.

En la tercera y última parte de esta investigación se realiza un acercamiento empírico para conocer la visión de los actores de la comunicación política en México en el marco de la democracia. Los objetivos de este capítulo son dos principalmente: el primero, enriquecer el análisis teórico de la comunicación política, al comprobar la hipótesis planteada anteriormente y, el segundo, darles voz a los actores de la comunicación política para lograr una reflexión conjunta acerca de la transición a la democracia y la construcción de espacios de comunicación política en México.

Así, el quinto capítulo está construido a partir de una estrategia metodológica cualitativa con la entrevista en profundidad como técnica. Las unidades de observación son los políticos, los periodistas y los consultores de opinión pública, que son los protagonistas identificados por Dominique Wolton. También se incluye la visión de los ciudadanos para,

de esta forma, integrar su voz con la del resto de los actores. El análisis de estas entrevistas conformará la base del último capítulo.

Ahora bien, ¿cuál es la trascendencia de este tema en el marco de las ciencias de la comunicación? En primer lugar, dado que la identificación de la comunicación política como fenómeno social y por tanto como campo de estudio es un proceso reciente, es necesario estudiar su surgimiento y evolución ya que se está dando a la par de la democratización de los regímenes políticos.

Por esta razón, la presente investigación es un elemento importante en la discusión actual, ya que, además, el estudio de la comunicación política se está convirtiendo hoy en una forma de comprender la política, entendida ésta como una actividad compleja debido al rasgo de interdisciplinaria que la caracteriza.

De igual forma, al ser un proceso nuevo en nuestro país, es necesario estudiar su surgimiento ya que se está dando a la par de la democratización del régimen político; si bien nos encontramos en un espacio de indefinición política, sí podemos observar la construcción de espacios de comunicación política.

En segundo lugar, en México este campo de estudio se ha concentrado principalmente en el ámbito de lo electoral debido a que es ahí donde se arrojan los resultados sobre la efectividad de las estrategias ejecutadas en la campaña. Sin embargo, es importante señalar que la comunicación política está presente en todo el terreno de la actividad política.

En este contexto, es pertinente anotar que los ciudadanos han quedado fuera del espacio de la comunicación política, tanto en la práctica como en el estudio. Por ello, en este documento se propone su inclusión en los dos ámbitos.

De esta forma, el presente trabajo pretende ser una aportación para la comunidad de los comunicólogos ya que ofrece puntos de partida para más y diversas investigaciones. Asimismo, esta investigación tiene como objetivo central poder ofrecer a los profesores y,

sobre todo, a los estudiantes de las ciencias de la comunicación, así como a todos aquellos interesados en el área una aproximación a la conceptualización y contextualización de la comunicación política acompañada de un acercamiento empírico que, en este caso, ayuda a conocer la visión de los actores de la comunicación política para después contrastar estos resultados con el recorrido teórico antes realizado.

Finalmente, la intención de este trabajo es sumar esfuerzos para que todas las voces tengan cabida al interior del proceso de la comunicación política donde la participación del ciudadano se ha visto reducida.

PRIMERA PARTE

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

CAPÍTULO 1.

EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

El ejercicio de la comunicación política (como fenómeno social) y su estudio son procesos recientes que se están gestando a la par de la democratización de los regímenes políticos. El estudio y la práctica de la comunicación política se están convirtiendo hoy en una forma de comprender y vivir la política, entendida ésta como una actividad compleja debido al rasgo de interdisciplinariedad que la caracteriza (Crick, 2001).

Sobre esta base observamos que los estudios de comunicación política se centran particularmente en las contiendas electorales ya que es ahí donde se arrojan los resultados de la efectividad de las estrategias ejecutadas durante la campaña. Sin embargo, es importante señalar que la comunicación política (como *espacio público*) está presente en todo el terreno de la actividad política, por ejemplo, en las acciones de gobierno, en la elaboración de políticas públicas, en las instituciones que se dedican a la comunicación política (como *práctica*), en la participación ciudadana (no sólo electoral) y en las campañas políticas por mencionar algunos momentos en los que advertimos su presencia. Estos momentos encuentran el canal ideal para la circulación de la comunicación política precisamente en los medios de comunicación.

Para ayudarnos a entender la comunicación política, Gosselin señala la división que separa al campo de estudio, del fenómeno social, haciendo referencia a dos formas distintas de apreciarla: “La comunicación política, como esfera de actividades y campo de investigación, puede ciertamente ser objeto de múltiples divisiones conceptuales que permiten captar sus diversas dimensiones esenciales” (Gosselin, 1998: 9). El análisis de la comunicación política a partir de esta distinción, será lo que nos ocupará en este capítulo.

1.1 La comunicación política como campo de estudio

El fenómeno social de la comunicación política ha convocado a politólogos, sociólogos, psicólogos y comunicólogos a estudiar los discursos que se enfrentan en el espacio de la comunicación política, los cuales se manifiestan “en dos escenarios bien identificados: uno, durante los periodos legislativos, y otro, en los periodos de pre-campañas y campañas electorales, de ahí que gran parte de la investigación en comunicación política haya estado centrada desde sus inicios en el análisis de la comunicación en los procesos electorales” (Vega, 2002: 4). En cuanto a la comunicación electoral podemos decir que está definida por tres aspectos: es una contienda, opera desde un marco legal específico y sus resultados finales permiten medir la eficacia de una campaña (Sanchís, 1996; Lindon, 1977; Nimmo, 1970; en Vega, 2002).

Debido a la diversidad de elementos que intervienen en la comunicación política, sus estudiosos recurren a la investigación interdisciplinaria ya que, como afirma Gosselin (1998), la comunicación política es un espacio amplio el cual está inmerso en todos los aspectos de la vida política y señala seis tipos de acción que intervienen en la comunicación política. Estos aspectos serán explicados más adelante cuando sea analizada la comunicación política como campo de acción.

La comunicación política, como estudio, ha evolucionado. Al principio, solamente se refería a la comunicación del gobierno hacia el electorado (hoy, comunicación gubernamental); después, estudiaba el intercambio de discursos políticos entre los políticos en el poder y los de oposición, hasta que se extendió al estudio de los medios de comunicación y su papel en la formación de opinión pública y la incidencia de los sondeos en la política (Bourricaud, 1992).

“Hoy la comunicación política abarca el estudio del papel de la comunicación en la vida política, en el sentido lato, e integra tanto a los medios como a los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, con especial interés por los periodos

electorales” (Bourricaud, 1992: 268), debido a que como se menciona con anterioridad, es cuando se evalúa la efectividad de las campañas políticas.

De igual forma, la comunicación política estudia actualmente el intercambio y la confrontación de discursos de los tres actores cuya legitimidad les permite expresarse y que según Dominique Wolton (1998) son los periodistas, los políticos y la opinión pública, a través de los sondeos. En la democracia, ninguno de ellos debe tener más importancia que los otros. De acuerdo con uno de los planteamientos centrales de esta investigación, los ciudadanos¹ también forman parte de los protagonistas de la comunicación política.

Para Verón, “los estudiosos de los fenómenos de la comunicación y la discursividad social tienen que confrontar dos procesos que se entrecruzan y están íntimamente relacionados” (en Winocur, 2000: 78): por un lado, está la mediatización –que, por cierto, va en aumento- de las instituciones que interactúan con la sociedad y, por otro, la cada vez más marcada individualización de los actores.

Así, mediatización e individualización, entonces, confluyen en el estudio de la comunicación política de hoy en día. Y hay otro aspecto más: la intencionalidad de significar en un mensaje y las diferentes formas de interpretarlo por parte del receptor que, además, es activo. Todo estudio sobre la comunicación política debe tomar en cuenta estos

¹ “El ciudadano es (...) el protagonista de la esfera pública, claramente diferenciada de la privada (...) Entonces podemos decir que la definición mínima de ciudadanía se refiere a un grupo de individuos racionales, libres e iguales ante la ley, que conforman el sujeto por excelencia de la *cosa pública* y de la legitimación del poder, ya que la fuente primaria y última del poder es la voluntad del pueblo, es decir, de los ciudadanos (...) La categoría de ciudadano tiene una connotación mayor que la mera formulación normativa; alcanza en sentido estricto una dimensión política. [Es un concepto que] condensa los rasgos y los factores que dan forma a una cultura política democrática” (Mellado, 2001: 19).

Se considera importante incluir aquí también la definición de sociedad civil ya que son los ciudadanos organizados quienes la conforman en los términos que se señalan a continuación: “Se entiende por sociedad civil la esfera de las relaciones entre individuos, entre grupos y entre clases sociales que se desarrollan fuera de las relaciones de poder que caracterizan a las instituciones estatales. En otras palabras, la sociedad civil es representada como el terreno de los conflictos económicos, ideológicos, sociales y religiosos, respecto de los cuales el estado tiene la tarea de resolverlos ya sea mediándolos o suprimiéndolos; como la base de la que parten las demandas respecto de las cuales el sistema político está obligado a dar respuestas; como el campo de las varias formas de movilización, de asociación y de organización de las fuerzas sociales que se dirigen hacia la conquista del poder político” (Bobbio, 1997: 1575).

factores para comprender la manera en que interactúan los distintos actores (Winocur, 2000).

Un aspecto más que es importante en la investigación sobre comunicación política es el tema de la agenda. Como se menciona antes, hay tres agendas (y discursos): la de los medios, la de los políticos y la de la opinión pública. Las dos primeras basan sus esfuerzos en incidir en la última y, por lo mismo, la estudian:

“El problema de la investigación sobre la función de la agenda de los medios se puede resumir básicamente en la preocupación por determinar qué capacidad tienen, en primer lugar, de imponer prioridades sobre los grandes temas de la política nacional (...); en segundo término, de modelar actitudes y opiniones acerca de estos temas y, en tercer lugar, de organizar su perseverancia u olvido en el tiempo” (Wolton, 1995b: 37).

Asimismo, al registrarse cada vez más un electorado cambiante –quizá por la crisis que enfrentan los partidos políticos, se comenzaron a estudiar sus causas y se ha encontrado que, entre las principales, está la *hipermediatización* mencionada anteriormente. De cualquier forma, ha habido diversas investigaciones que han demostrado que los medios no cambian, sino refuerzan las opiniones existentes. Este aspecto quedará explicado en el siguiente apartado.

Finalmente, observamos que el trabajo que desde la academia se ha hecho respecto a la comunicación política es relativamente poco, aunque se tiene claro cuáles son los elementos que se deben considerar para su estudio²:

“El espacio de la comunicación política es amplio, fértil y poco explorado en nuestro país. La incursión en él supone un trabajo cada vez más complejo [que sugiere] una sociedad dinámica, en constante transformación y redefinición de sus relaciones; un sistema político en transición; una revolución tecnológica en materia de información y comunicación cuyos alcances no están definidos aún” (Lavore, 1998: 7).

² Si bien existen empresas dedicadas a investigar la comunicación política empíricamente, desde la academia se ha abordado relativamente poco, sobre todo en México.

1.1.1 Etapas de la evolución del estudio de la comunicación política

De acuerdo con la revisión que Vega (2002) hace del trabajo de Nimmo y Sanders (1981), la comunicación política tuvo que atravesar por cinco etapas:

- 1^a. “Surge cuando se reconoce la importancia de la comunicación en los procesos políticos.
- 2^a. “Se registra una evolución cuando se inicia la publicación de textos especializados en el tema.
- 3^a. “El siguiente avance lo vemos cuando se reconoce académicamente a la comunicación política.
- 4^a. “Enseguida tenemos el reconocimiento profesional y por eso cada vez hay más profesionales y especialistas en comunicación política.
- 5^a. “Por último, tenemos la convergencia pluridisciplinar entre la sociología, la psicología, la ciencia política y la comunicación” (en Vega, 2002: 3).

El estudio de los efectos que las estrategias de comunicación política tienen en las audiencias ha sido parte esencial de los avances de investigación. Aquí, la autora identifica dos etapas (Vega, 2002):

1. “La primera es la de los *estudios electorales clásicos*, también llamada modelo de efectos limitados o paradigma dominante” (Vega, 2002: 4). Nació en los años 30 y tuvo como contexto la propaganda durante la Primera Guerra Mundial. Se basaba en la tesis de la *aguja hipodérmica*, la cual afirmaba que la comunicación tenía efectos muy poderosos en la gente.

Después hubo una evolución: estuvo representada por Lazarsfeld; esta tesis proponía que “los medios constituían sólo una influencia más, entre varias otras, en la decisión de los votantes, tales como la afiliación de grupo, el alto índice de identificación partidista y las creencias políticas preexistentes” (Vega, 2002: 4). Este modelo se basaba en el concepto de los dos niveles de comunicación (*two-step flow*) “que intenta explicar el

papel de mediadores que cumplen los líderes de opinión entre los medios y los individuos” (Vega, 2002: 4). A partir de la década de los 60, se comenzaron a desarrollar otras teorías: tenemos desde la de *usos y gratificaciones* que afirma que los ciudadanos se exponen selectivamente para satisfacer una necesidad específica, hasta “las que defienden la idea de un receptor activo que mitiga cualquier efecto de los medios con herramientas como la motivación y los prejuicios” (Vega, 2002: 5).

2. La segunda gran etapa es la denominada *psicologista*. Nació a partir de los estudios de la Escuela de Michigan encabezados por Agnus Campbell, desde mediados de la década de los 50 hasta mediados de la siguiente:

“La novedad de estas investigaciones es que introdujeron las aportaciones de la psicología en el estudio de las determinantes de la elección ciudadana; asimismo, en esa época se desarrolló el más importante trabajo teórico y metodológico de encuestas para conocer tendencias de voto. Ya en los años 60, politólogos, sociólogos y comunicólogos irrumpen en esta corriente con variables de tipo institucional, lo que dio origen a modelos como el *sistémico-institucional*. Proponen un esquema relacional para estudiar la interacción social conformado por tres objetos de orientación: sociales, culturales y físicos (Parsons)” (en Vega, 2002: 5).

En este sentido, la opinión pública es considerada como un proceso basado en considerar un asunto más relevante que otro. Al final de la década de los 70 y principios de los 80, se contemplan nuevas categorías para el estudio de la influencia de la comunicación. Entre ellas tenemos a la cultura concebida “como un conjunto de valores compartidos en sociedad, mezcla de sentimiento y razón. El efecto de la comunicación política en el sujeto es comprendido como la unión de cogniciones, afectos y comportamientos” (Vega, 2002: 5). Estos estudios colocan en el centro de los efectos la relación entre el discurso de los medios y los conocimientos sociales que dan forma a una determinada cultura.

3. “En la actualidad, no podemos hablar de un *paradigma dominante* en el campo de la comunicación política” (Vega, 2002: 6). Esencialmente, todas las corrientes están de acuerdo en que los medios hoy en día juegan un papel muy importante en la vida política y en la decisión del voto; reconocen la volatilidad del voto basada en la pérdida

de la fidelidad partidista y, también, en el aumento de la influencia de los medios. De cualquier forma, Aimée Vega identifica algunas de las teorías más importantes que definen la investigación actual (Vega, 2002: 6 y 7):

- a. **La teoría de la *agenda-setting*:** Esta teoría fue propuesta por McCombs y Shaw (1997). Afirma que los medios priorizan y transmiten los temas sobre los cuales hay que centrar la discusión. Sin embargo, admiten que la influencia varía de acuerdo con el medio, con los temas y con las características sociodemográficas de la audiencia. En esta teoría se admite que los medios tienen el control sobre el establecimiento de la agenda, pero rechaza que suceda lo mismo con los juicios y el comportamiento político del votante (en Vega, 2002).

- b. **La teoría del *priming*:** Esta teoría va más allá de la anterior “en el sentido de que no se detiene en el nivel de las cogniciones y pasa al de los juicios” (en Vega, 2002: 6). Es una propuesta de Iyengar y Kinder (1987).

- c. **La teoría de la *espiral del silencio*:** Su material son las encuestas y el análisis de contenido de prensa y telediarios; su esencia la encontramos en la teoría socio-psicológica del temor al aislamiento. Elisabeth Nöele-Neumann (1992) “concluyó que, con tal de no quedar marginado de su grupo social, el individuo observa su propio entorno para conocer las opiniones que prevalecen y en consecuencia emitir una propia, y que en este sentido la voluntad de voto cambia a favor de la opinión que se hace pública” (en Vega, 2002: 7).

Por último, de acuerdo con María José Canel (1999), existen cinco grandes áreas en las que la comunicación política puede ser estudiada:

1. Análisis del *mensaje*, que emplea metodologías tales como el análisis de contenido o el análisis del discurso.
2. Análisis de los *procesos políticos*, como las elecciones, que contemplan desde estudios de recepción hasta la organización de las campañas de comunicación.

3. Análisis de las *acciones de comunicación*, como debates, publicidad política, mensajes informativos y mensajes de ficción.
4. Análisis de la *mediación de mensajes* que incluye el estudio de la relación entre políticos y periodistas, la sociología de la producción informativa o la cobertura de los medios a las instituciones.
5. Análisis de los *efectos* de los medios y campañas de comunicación con el ciudadano (Canel, 1999: 24 y 25).

1.2 La comunicación política como campo de acción

Para poder comprender a la comunicación política como campo de acción debemos situarla en un contexto específico: entendiendo que la comunicación política surge a partir de la necesidad de los políticos de encontrar legitimidad ante los ciudadanos³ –para lo cual se sirvieron de los medios de comunicación como herramienta principal- podemos comprender que ese contexto es la democracia, es decir, un tipo de régimen político⁴ en donde hay competencia por alcanzar y mantener el poder a través de los cargos de representación popular.

Para Aimée Vega, el fenómeno de la comunicación política “surge del reconocimiento del papel de los medios de comunicación como parte sustantiva de los procesos políticos” (Vega, 2002: 3); ha sido definida desde múltiples perspectivas, por ejemplo:

³ En el caso de México, esta necesidad se presenta, sobre todo, a partir de las elecciones federales de 1988 cuando el Partido Revolucionario Institucional (PRI) por primera vez no ganó la mayoría absoluta en el Congreso; además, los resultados de mencionados comicios fueron ampliamente cuestionados. Hasta antes de esta fecha, el uso de la comunicación política había sido prácticamente nula ya que la oposición prácticamente no existía.

⁴ “Por régimen político se entiende el conjunto de las instituciones que regulan la lucha por el poder y el ejercicio del poder y de los valores que animan la vida de tales instituciones. [Para Bobbio estas instituciones constituyen la estructura organizativa del poder, pero también las considera como las normas y procedimientos garantes de la repetición de ciertos comportamientos que posibilitan la regulación de la lucha por el poder, así como su ejercicio y las actividades de la vida social relacionadas con estos procesos. El empleo de ciertas instituciones determinan los fines que se persiguen. La elección de estas instituciones está basada en valores. De esta forma,] “la elección de un régimen implica ya en términos generales la elección de determinados valores” (Bobbio, 1997: 1409 y 1410).

- Como actividad comunicativa con efectos potenciales en la política (Fajen, 1966; Blake y Haroldsen, 1975).
- Como intercambio de símbolos políticos (Meadow, 1980).
- Como elemento potencial en la regulación de la conducta humana cuando ésta se encuentra en una situación de conflicto (Nimmo, 1978).
- Como condición necesaria para la legitimación de las instituciones políticas frente a los ciudadanos. (Trent y Friedenber, 1995).
- Como un fenómeno que involucra elementos tales como el poder, la ideología, los conflictos y los consensos. (Parés i Maicas, 1990).
- Es importante señalar que otros autores la entienden como un espacio más amplio el cual está inmerso en todos los aspectos de la vida política. Por ejemplo:

“Gosselin la define como un fenómeno totalizador que comprende territorios, lugares en donde se genera el discurso de los actores políticos, y arenas, espacios en los que se intercambian esos discursos, y que está definida por seis formas de accionar que afectan los procesos de emisión y recepción” (en Vega, 2002: 8):

1. “*Accionar teleológico*: La comunicación política procede por intención, cálculo, estrategia y anticipación, particularmente por parte de los actores públicos de la política.
2. “*Accionar axiológico*: Ciertos agentes se consideran guiados por valores (...) y también (...) a veces la comunicación política consiste en tratar de establecer nuevos valores (...) a través de los medios.
3. “*Accionar afectivo*: Se advierte (y se hace público) cada vez con mayor frecuencia entre quienes debaten la política (...) Busca poner de relieve y captar los raros ‘momentos de verdad’, en los que la conducta del político aparece al ‘natural’.
4. “*Accionar por habitus*: Del lado de la recepción, como del de la acción política, a menudo se verifican conductas, no necesariamente irracionales, sin que el actor pueda hacer (o sienta la necesidad de hacer) un esfuerzo reflexivo permanente sobre el desarrollo, el sentido y las consecuencias de su acción.
5. “*Accionar dramático*: Describe la acción de aquellos que intentan salir a escena y producir en aquellos ante quienes se muestran una imagen que esperan controlar del mejor modo posible, sabiendo muy bien que el público desea tener acceso más directo a sus intenciones, sus pensamientos y sus sentimientos verdaderos.
6. “*Accionar comunicativo*: Permite hacernos inteligible la conducta de aquel que, en una situación de interacción y, sobre todo, de interdependencia, busca coordinar consensualmente sus planes de acción con los de los demás, teniendo como objetivo una especie de intercomprensión que permita negociar de manera ventajosa para todos definiciones comunes de las situaciones que comparten” (Gosselin, 1998: 12 y 13).

Asimismo, Dominique Wolton define a la comunicación política como “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que legítimamente se

expresan en público sobre la política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos” (Wolton, 1998: 110).

Por su parte, Aimée Vega señala que “este espacio público es el escenario donde se emiten argumentos a partir de los cuales los ciudadanos eligen, ellos son el objeto y fin de la comunicación política” (en Vega, 2002: 9).

Según Wolton (1998 y 1995b), el principal papel que desempeña la comunicación política es el de evitar que el debate político se encierre en sí mismo: integra todos los temas políticos y facilita el proceso de selección y jerarquización de éstos, tema que será tratado en el siguiente capítulo.

La comunicación política surge al mismo tiempo que la política, “que nace con los primeros intercambios que los hombres tienen entre sí, en lo que se refiere a la organización de la ciudad (...) Pero hay que esperar hasta la época más reciente para ver aparecer los dos términos: *comunicación política*” (Wolton, 1995b, 28). Y esta conjunción de ambos procesos estudiada a partir de mediados del siglo XX será la base de la definición de comunicación política que se hará aquí.

En lo referente a la política, Bernard Crick (2000), afirma que ésta se identifica con la democracia y la actividad pública y, por tanto, rechaza que cualquier relación social sea *política* (Crick, 2000). Por eso, la delimitación aquí realizada del término “comunicación política” está sustentada en los conceptos de democracia y espacio público. Así, podemos situar al campo de acción de la comunicación política al interior de regímenes democráticos. Esta relación será abordada en el siguiente capítulo.

Aunque ya se habían utilizado otros vocablos para referirse a este “intercambio de discursos políticos”, la mayoría de las veces tenían una connotación negativa, sobre todo desde el siglo XX, ya que se identificó con el comunismo y con el nazismo y, por tanto, con la propaganda. De cualquier forma, este recelo hacia el discurso político es muy antiguo:

“...pues si la acción siempre se ha considerado la noble tarea de la política, el discurso, que no obstante es su simétrico cuando no su sustituto o su naturaleza misma, nunca ha gozado de la misma jerarquía ni de la misma legitimidad, como si el discurso, y más recientemente la comunicación política, fueran una forma degradada de la política. [Esto tal vez sea por el hecho] de que el discurso político remita a las mentiras, promesas e ideologías que son la otra cara de la política” (Wolton, 1995b: 28).

Por otro lado, la comunicación política es rechazada “pues condensa todo lo que se le puede reprochar a la política moderna” (Wolton, 1995b: 29). En parte, lo que explica esta descalificación es la percepción de que la comunicación domina a la política, además, de volverla un espectáculo.

“La comunicación política traduce la importancia de la comunicación en la política, no en el sentido de una desaparición del enfrentamiento sino, al contrario, en el sentido en que el enfrentamiento, que es lo propio de la política, se realiza hoy en las democracias, en el modo comunicacional, es decir, en definitiva, reconociendo *al otro*” (Wolton, 1995b: 30).

Sin embargo, “la comunicación política exactamente se nos revela, pues, como lo contrario, de una degradación de la política, pero como la condición del funcionamiento de nuestro espacio público ensanchado (...) No lleva a suprimir la política o a subordinarla a la comunicación sino, por el contrario, a hacerla posible en la democracia masiva” (Wolton, 1995b: 31).

En otras palabras, “la comunicación política no es, pues el triunfo de la forma sobre el fondo, de la comunicación sobre la política, sino la evidencia de todo lo que separa a los hermanos enemigos de la política democrática” (Wolton, 1995a: 185).

Y hablando de democracia, es pertinente señalar que así como en ocasiones ha sido concebida como meramente electoral, la comunicación política ha sido identificada únicamente con los medios de comunicación masiva cuando, en realidad, “la comunicación política no nació con los medios de comunicación social modernos” (Bourricaud, 1992: 265). Aunque, es cierto, los medios obligaron a los políticos a pensar en la opinión pública;

“en la actualidad ya no hay política sin medios, ni sondeos” (Wolton, 1995a: 183). Esto apunta a la elaboración de discursos pensados en los ciudadanos y posibles votantes.

La comunicación política tiene algunas formas que han permanecido desde sus inicios, y una de ellas es precisamente el uso del discurso. “Según Aristóteles, o según Cicerón, la calidad de un buen orador se aprecia por la *argumentación* y la *acción* que apunta a poner de manifiesto el argumento, pero también por la imagen del orador” (Bourricaud, 1992: 265). De igual forma, para que los grupos tengan éxito en los mensajes que dirigen, deben conocer a su público.

Entonces la comunicación política va adaptándose a las reacciones del público o de los públicos y, al tener objetivos bien definidos, se considera una estrategia. Para poder “actuar abiertamente ante los medios y frente a la sociedad a la que se pretende representar, [como corresponde a una democracia, se necesita] una estrategia de comunicación coherente y bien estructurada” (Cárdenas, 1998: 34).

En este mismo sentido, Bélanger afirma que “la comunicación política procede (...) de la estrategia, (...) su instrumento principal. Puede llegar a ser manipulación, incitación, amenaza, persuasión o hasta mandato. Nunca es más que un medio para lograr un fin, el cual puede ser de naturaleza muy variable” (Bélanger, 1998: 134).

Así vemos que discurso y estrategia van de la mano. El fin: la persuasión que

“...tiene las raíces hundidas en el tiempo. Mucho antes de la era de la comunicación de masas, el término *retórica* se utilizaba para referirse al arte del uso del lenguaje cuando éste pretendía influir en los juicios y en la conducta de los demás. [En otras palabras, se refiere a la emisión deliberada de mensajes] para proyectar determinadas formas de acción por parte del público” (De Fleur, 1999: 350).

Y Bourricaud afirma que “el *fin* de la comunicación es *modificar* las reacciones, las expectativas o las actitudes del público, es decir, de los posibles receptores. Por supuesto, la comunicación puede fracasar en su intento” (Bourricaud, 1992: 265), aunque se haya

tenido una estrategia definida. Si bien el objetivo varía en cada caso, lo que siempre se busca es modificar las reacciones.

También es factible que se retenga o manipule información para modificar la relación entre el emisor y el destinatario con lo que se pretende “establecer la influencia o acrecentar el poder del primero sobre el segundo” (Bourricaud, 1992: 265). Aun así, se considera comunicación porque se pretende ejercer influencia sobre el destinatario.

De esta manera, la comunicación, al tener un carácter dinámico, tiene la capacidad de modificar la vida del grupo, aunque “es verdad que la comunicación no es el único mecanismo de movilización de los recursos sociales” (Bourricaud, 1992: 268), una catástrofe o un accidente también pueden hacerlo.

La influencia que ha ejercido la comunicación política en la política es tan importante que se puede comparar con la de los medios de comunicación en la información y la de los sondeos en la opinión pública.

La comunicación política “consiste pues en la circulación de mensajes entre los actores políticos” (Lemieux, 1998: 96). Por tanto, “los recursos más preciosos del comunicador están en el público (...) Así, la comunicación política afecta simbólicamente a la intensidad y las modalidades de la movilización social” (Bourricaud, 1992: 267).

1.3 Reflexiones preliminares

A partir de lo anteriormente expuesto, concluimos que la evolución en el estudio y la práctica de la comunicación política ha estado acompañada por la democratización de los regímenes políticos, proceso que ha llevado a la confrontación de discursos de los tres protagonistas de la comunicación política, los periodistas, los políticos y la opinión pública representada por los sondeos y las encuestas. Cada uno posee su propio discurso.

En lo referente a la comunicación política como campo de estudio vemos que hoy se concentra en algunos elementos como los que serán mencionados a continuación:

En primer lugar, el estudio de la comunicación política apunta hacia *la comunicación en la vida política*. Este enfoque integra a los medios de comunicación, los sondeos, la investigación de mercados y la propaganda con especial interés en los periodos electorales.

Asimismo, examina el intercambio y confrontación de *los discursos* de los actores de la comunicación política, es decir, de los periodistas, los políticos y la opinión pública representada por los sondeos. Otro factor que se estudia es la intencionalidad de los emisores de *mensajes* y las diversas formas de interpretarlos por parte del público.

En este mismo sentido, un elemento que no puede faltar en el estudio de la comunicación política es el análisis de la *mediatización* de las instituciones políticas y la *individualización* de los actores.

De igual forma, *la agenda* es un tema de análisis importante. Se observa tanto la de los periodistas como la de los políticos ya que ambos actores pretenden influir en la opinión pública en dos niveles: la importancia de los temas y la opinión acerca de ellos.

Finalmente, un factor que se estudia en la comunicación política hoy es el relacionado con *la crisis de representatividad*. La falta de credibilidad en los partidos políticos por parte de los ciudadanos ha llevado a que los políticos utilicen técnicas como el marketing político basadas en estrategias de comunicación política para ganar adeptos y futuros votos.

En cuanto a la comunicación política como campo de acción debemos decir que ese campo es la democracia, ya que como se menciona durante este capítulo, la lucha por alcanzar y mantener el poder ha llevado a los políticos a la práctica de la comunicación política, en donde los medios de comunicación se convierten en la ventana para observar y analizar la vida política.

De igual forma, los sondeos ayudan, por una parte, para que los políticos construyan sus discursos y, por otra, para que los periodistas elaboren sus notas informativas, principalmente, durante los periodos electorales, cuando la práctica de la comunicación política se intensifica a causa de la expectativa que genera la evaluación de las estrategias ejecutadas durante las campañas.

De esta forma, la propuesta para situar conceptualmente a la comunicación política en este trabajo es la siguiente:

La comunicación política es el espacio en donde circulan, se intercambian y enfrentan diversos puntos de vista de los tres actores políticos con legitimidad para hacerlo: los políticos, los medios de comunicación y la opinión pública representada por los sondeos y las encuestas. El resultado de este proceso es la acción por parte de los actores políticos basada en la intencionalidad y en la persecución de objetivos específicos. Por tanto, podemos afirmar, primero, que la comunicación política implica estrategia y, segundo, que la comunicación política es hoy un nuevo espacio público.

Así, concluimos que tanto la práctica como el estudio de la comunicación política hoy se ubican principalmente en el contexto de la democracia –aunque también puede desarrollarse en regímenes autoritarios- y, que, por tanto, actualmente representa una forma de entender la vida política y su influencia en la sociedad. Además, no podemos olvidar la importancia de la revaloración del sujeto en los estudios sobre comunicación política en donde se retoma a la sociedad civil y al ciudadano como parte fundamental de la construcción de la democracia, así como la relación del ciudadano con los medios de comunicación.

Actualmente, estos estudios han dejado de analizar al sujeto como pasivo ante los mensajes y los medios y, por tanto, la manera en que se estudia la forma en que son recibidos, hoy, también, es diferente. Así es como nos planteamos la siguiente interrogante: ¿los actores de la comunicación política perciben al ciudadano como un sujeto pasivo? Este

aspecto será abordado en el capítulo 5 correspondiente a la parte del acercamiento empírico.

Mientras tanto, en el siguiente capítulo situaremos a la comunicación política (campo de estudio y campo de acción) en el contexto de la democracia con el objetivo de entender si es éste el espacio ideal para su desarrollo.

FUENTES:

1. Bélanger, A. (1998), “La comunicación política, o el juego del teatro y de las arenas”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, Barcelona, pp. 133-152.
2. Bobbio, N., et. al. (1997), *Diccionario de Política*, Siglo XXI Editores, 10ª Ed., México.
3. Bourricaud, F. (1992), “Sobre la noción de comunicación sociopolítica”, en Labarrière, J., Lazerri, C., et. al., *Teoría política y comunicación*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, México, pp. 265-274.
4. Canel, M. (1999), *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Editorial Tecnos, Madrid.
5. Cárdenas, C. (1998), “¿Qué representa ser protagonista de la comunicación política?”, en Lara, G. y Arizpe, A. (comps.), *Comunicación política y democracia*, Ediciones Cal y Arena, México, pp. 31-35.
6. Crick, B. (2001), *En defensa de la política*, Criterios-Tusquets Editores/IFE, México.
7. De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1999), *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós Comunicación, México.
8. Gosselin, A. (1998), “La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades”, en Gauthier, G., Gosselin, y Mouchon, J. (comps.), *Comunicación y Política*, Barcelona, Gedisa, pp. 9-28.
9. Lavore, C. (1998), “La importancia de la comunicación política en la construcción de la democracia” en Lara, Guido y Arizpe, Adriana (comps.), *Comunicación política y democracia*, Ediciones Cal y Arena, México, pp. 103-107.
10. Lemieux, V. (1998), “Un modelo comunicativo de la política”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Barcelona, pp. 95-109.
11. Mellado, R. (2001), *Participación Ciudadana institucionalizada y gobernabilidad en la ciudad de México*, Plaza y Valdés Editores, México.

12. Vega, A. (2002), *El escenario de la comunicación política hoy. Desafíos para nuestra participación*. Documento preparado para el Master en Gestión de la Comunicación Política y Electoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
13. Winocur, R. (2000), “Comunicación política”, en Baca, L.; Bokser-Liwerabt, J.; Castañeda, F.; et. al. (Comps.) *Léxico de la política*, FLACSO/CONACyT/FCE, México, pp. 76-81.
14. Wolton, D. (1995a), “Los medios, eslabón débil de la comunicación política”, en Ferry, J.; Wolton, D., et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 183-199.
15. ----- (1995b), “La comunicación política: la construcción de un modelo”, en Ferry, J.; Wolton, D., et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 28-46.
16. ----- (1998), “Las contradicciones de la comunicación política”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, Barcelona, pp. 110-130.

CAPÍTULO 2.

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL CONTEXTO DE LA DEMOCRACIA

En este capítulo se analizaré la importancia de la relación existente entre la democracia y la comunicación política. Si bien es cierto que la comunicación política puede desarrollarse en regímenes autoritarios, su espacio ideal es la democracia, ya que en ella, toda actividad política es pública mientras que el autoritarismo se identifica con el secreto y la clandestinidad, tanto de parte del gobierno como de los ciudadanos (Crick, 2001).

Asimismo, discutiré acerca de la manera en que se entiende a la política y, por tanto, a la comunicación política, sobre todo, partir de mediados del siglo XX. Para ello, explicaré cómo entiendo a la comunicación política en ese trabajo.

También hablaré del valor de la elección y la participación ciudadana a partir de la información, el espacio y la libertad para decidir y actuar en el contexto de la democracia. Y, finalmente, abordaré el tema de la comunicación alternativa como un elemento de la construcción de la comunicación política, ante la crisis de representatividad de los políticos, primero, y, después, de los medios de comunicación, pero, sobre todo como una opción de una comunicación política independiente por parte de los ciudadanos.

2.1 Democracia

Antes de abordar el tema de la comunicación política en el contexto de la democracia, consideramos pertinente definir el concepto de *democracia* para así unificar criterios en la lectura de este texto.

Comencemos siguiendo a Pablo González Casanova (1984), quien afirma que la democracia no es un hecho acabado, pero sí es una idea universal relacionada con el desarrollo de un país. El autor nos da un panorama sobre la bipolaridad de este concepto:

“Estamos plenamente convencidos que el fenómeno que estudiamos, que la sociedad civil en que vivimos son terriblemente contradictorios y que tienen un dinamismo, un

movimiento de columpio entre lo que nosotros interpretamos como bueno y malo, como alentador y deprimente, como éxito o fracaso, como cumplimiento del deber o pecado político (González, 1984: 9).

Dentro de la complejidad de este concepto, mencionaremos las características principales que la definen. Una de ellas –primordial, pero no única- es la mayoría. Por eso Bobbio expresa: “quien no se ha dado cuenta de que por sistema democrático se entiende hoy, inicialmente, un conjunto de reglas procesales de las que la principal, pero no la única, es la regla de la mayoría, no ha entendido nada y continúa sin entender nada de la democracia” (Bobbio, 2001: 74).

Cuando hablamos de mayoría, no podemos dejar de remitirnos a los procesos electorales ya que éstos representan una de las formas tangibles y cercanas para comprender la toma de decisiones con base en esta idea. Si bien hoy en día la noción de lo que es un régimen democrático se basa, fundamentalmente, en los procesos electorales, en realidad, deberíamos estar hablando de regímenes políticos que permitan la participación ciudadana, que incluyan a los ciudadanos en las decisiones gubernamentales, en donde predomine el interés público sobre el privado y verdaderamente se esté dando una ampliación del espacio público. También en un régimen democrático se debe permitir la diversidad de ideas y, al mismo tiempo, la igualdad de oportunidades para todos.

Sin duda, no podemos olvidar que *democracia*, en su sentido más literal, “quiere decir que el poder es legítimo sólo cuando su investidura viene de abajo, sólo si emana de la voluntad popular, lo cual significa, en concreto, si es y en cuanto libremente consentido” (Sartori, 2000: 23). Es cierto, hablamos de consenso¹, pero en una democracia este aspecto

¹ El consenso “denota la existencia de un acuerdo entre los miembros de una unidad social dada acerca de principios, valores, normas, también respecto a la deseabilidad de ciertos objetivos de la comunidad y de los medios aptos para lograrlos” (Bobbio, 1997: 315). Desde el punto de vista de la política, se distinguen dos acepciones de este concepto: la primera, está relacionada con el consenso como las reglas fundamentales que dirigen el funcionamiento del sistema y, la segunda, con los fines o instrumentos particulares. En los regímenes democráticos, el consenso se busca en las normas que regulan la relación ejecutivo-legislativo y en la dirección de la política tanto interior como exterior. Dentro de las funciones del consenso, parte importante del tejido conectivo de la sociedad, están “contener o reducir el recurso a la violencia como mecanismo para la resolución de los conflictos (...) Es un factor de cooperación, refuerza el sistema político y ayuda a una sociedad a superar momentos de crisis” (Bobbio, 1997: 315-318).

no sólo está presente en tiempos electorales, en todo caso, podríamos decir que es en este momento cuando se materializa.

También para Robert Dahl (1999) la participación es de vital importancia en una democracia; para él, ésta requiere de cuatro elementos indispensables:

- a) *Participación efectiva*. Todos deben tener oportunidades iguales y efectivas para expresar sus puntos de vista.
- b) *Igualdad de voto*. Todos pueden votar y todos los votos valen igual.
- c) *Alcanzar una comprensión ilustrada*. Todos deben tener las mismas oportunidades para ilustrarse sobre las políticas que el gobierno desea implementar, así como, de las alternativas a esas mismas políticas.
- d) *Ejercitar el control final sobre la agenda*. Todos deben tener las mismas oportunidades de participar en la conformación de la agenda (Dahl, 1999), es decir, de la selección, jerarquización y exclusión de los temas políticos que se discuten públicamente para ser resueltos conjuntamente

Asimismo, en la democracia es necesario que se discutan los asuntos *públicos* (del Estado²) de manera *pública* (abierta y transparente) con el fin de que los ciudadanos

² Bobbio señala que “*Estado* no es un concepto universal sino que sirve solamente para indicar y describir una forma de ordenamiento político que se dio en Europa a partir del siglo XIII y hasta fines del siglo XVIII o hasta inicios del XIX, sobre la base de presupuestos y motivos específicos de la historia europea, y que desde aquel momento en adelante se ha extendido (...) al mundo civilizado” (Bobbio, 1997: 563-564). De acuerdo con Hermann Heller (1974) entenderemos aquí al Estado como una organización con soberanía y dominación territorial, aunque “el poder de la organización estatal es diferente de cualquier otro únicamente por la clase de coacción que aplica, así como por la específica relación de la dominación con el territorio (...) En virtud de esta propiedad, el Estado se considera como un grupo territorial de dominación, a diferencia de los grupos de carácter personal. El Estado se diferencia de todos los otros grupos territoriales de dominación por su carácter de unidad soberana de acción y decisión” (Heller, 1974: 255). Por otro lado, Dennis McQuail (1998) afirma que el término *comunicación pública* “denota la intrincada red de transacciones informacionales, expresivas y solidarias que ocurren en la ‘esfera pública’ o el espacio público de cualquier sociedad” (McQuail, 1998: 26). Si la comunicación política es un espacio público –como se ha abordado aquí– en donde se intercambian y enfrentan los discursos de los actores con legitimidad para hacerlo (Wolton, 1995, 1995b y 1998), entonces podemos afirmar que se trata de un proceso de comunicación pública. Así, esta *transacción* de discursos entendida aquí como un proceso de comunicación pública forma parte importante de los Estados democráticos, al posibilitar que distintos planteamientos sean presentados ante el público en un espacio público. Finalmente, Heller señala que “*público* es aquello que influye en la vida política” (Heller, 1974: 191).

conozcan lo que está haciendo el gobierno y, así, puedan participar tanto gobernantes como gobernados en la toma de decisiones. De acuerdo con José Antonio Crespo:

“La democracia, desde el punto de vista político, puede definirse en términos generales como un régimen que estimula la rendición de cuentas (legales y políticas) de los gobernantes (...) En los regímenes no democráticos es posible llamar a cuentas a los gobernantes, pero no por la vía institucional, lo que implica el riesgo de violencia e inestabilidad” (Crespo, 1999: 38 y 39).

Por su parte, Ismael Crespo (1995) ofrece una definición de *democracia* relacionada con la resolución de conflictos y atención de demandas sociales:

“La idea de democracia se asocia, de manera simbólica, a la satisfacción –que este ideal produce- de una serie de principios morales y éticos; la democracia se convierte así en un proyecto político éticamente elevado. Complementariamente, en la praxis cotidiana, un gobierno democrático es sinónimo –si bien más en la ejemplaridad ideal que en sus referentes empíricos- de eficacia política, de desarrollo económico y de cohesión social (...) El sistema democrático se manifiesta como el mejor método para la resolución pacífica de los conflictos” (Crespo, 1995: 20).

Un régimen que permite una transición relativamente pacífica es aquel que tiene una estructura política y social relativamente plural y tolerante. Así, podemos observar que en la democracia se expresan más y distintas voces y, si como afirma Crick, la política se identifica con esa forma de gobierno, entonces es posible que “los distintos tipos de poderes dentro de una comunidad establezcan un nivel razonable de tolerancia y apoyo mutuos” (Crick, 2000: 33). Para este autor, la política puede existir en regímenes autoritarios pero no es lo más recomendable debido a que el *público* simplemente no podría existir y es en él en donde reside la actividad política.

Continuando con esta idea, la política debe definirse “como una actividad sociológica que tiene la función antropológica de preservar una comunidad que por su excesiva complejidad no puede ser preservada por la mera tradición o por un poder arbitrario sin tener que recurrir al uso indebido de la fuerza” (Crick, 2000: 26), es por ello que la política se identifica con la democracia. En el siguiente capítulo será abordado el tema de la democracia en relación con la transición política, específicamente, en México.

2.1.2 Elegir en la democracia

Las *elecciones* no sólo son importantes en lo que a elegir a un representante popular se refiere. Es necesario aclarar que la *elección* en sí misma es una característica de la democracia: tener libertad de elegir, incluso, cómo vivir, eso es democracia.

En cuanto a las elecciones de representantes es importante mencionar que sólo ocupan un tiempo y espacio mínimos en comparación con toda una gestión pública. Sin embargo, debemos tener presente que “las elecciones poseen un carácter discontinuo y elemental” (Sartori, 1988: 116); del conflicto se pasa al consentimiento, por eso, ahí radica la democracia. Igualmente, la importancia de las elecciones estriba en que sus resultados ayudan a evaluar la efectividad de las campañas, las cuales son:

“...antes que nada, un fenómeno de comunicación y, en concreto, de comunicación política. Pueden ser vistas como un *foro comunicativo*, como una ocasión excepcional en la que se intensifica y se hace más patente el múltiple diálogo democrático. Un diálogo que tiene varias facetas porque, por una parte, es un incremento especial en el permanente diálogo entre gobernantes y gobernados, pero, por otra parte, es la ocasión en que se presentan ante la opinión pública las nuevas propuestas de los aspirantes a gobernar. En un tercer aspecto, la campaña es el momento en que los gobernantes en ejercicio comparecen ante [la opinión pública]. En ese sentido, la oposición hace el papel de fiscal, postulándose a la vez como nuevo gobierno, y los ciudadanos son el jurado que emitirá su veredicto por medio de las papeletas depositadas en las urnas” (Muñoz-Alonso, 1989, p. 130 y 131).

De la misma manera, en un régimen en donde la información circula libremente y en donde todos los grupos tienen derecho a expresarse, los ciudadanos no sólo tendrán mayores oportunidades para participar, sino que lo harán de una manera más consciente. “Los ciudadanos tienen que tener información para juzgar las acciones e intenciones de los gobernantes (...) El aumento del volumen de comunicación política es inversamente proporcional a la ilustración del ciudadano” (Monk y Golding: 1995: 36).

Mas es pertinente señalar que esa participación depende de la agenda que vayan planteando tanto los medios de comunicación como los políticos. Como referente de este fenómeno tenemos la teoría de la *agenda-setting* (incidencia de la agenda de los medios en la opinión pública) y la de *policy agenda-building* (la agenda de las políticas públicas).

“Pero ambas problemáticas no se interesan por el mismo tipo de procesos” (Bregman, 1995, 211). Por tanto, los intereses de todos no quedan contemplados siempre, al mismo tiempo, en la agenda y éste es uno de los factores que llevan a que los actores de la comunicación política estén en permanente conflicto³.

De cualquier manera, la información permite a los ciudadanos ejercer sus derechos⁴, para lo cual “necesita entender y seguir las actuaciones y deliberaciones de los que eligen para que gobiernen y de los que son considerados como futuros gobernantes. Necesitan estimar los valores relativos y posibles consecuencias de diferentes opciones políticas y considerar los comentarios y opiniones a favor o en contra de tales iniciativas” (Monk y Golding, 1995: 25 y 26). En resumen, para poder elegir es necesario contar con información sobre las diferentes opciones.

Aquí encontramos la importancia de la comunicación política, ya que con la ayuda de los medios de comunicación como visibilizadores de la vida política, se espera que los ciudadanos tengan la posibilidad de *elegir*, porque contarán con la información y libertad necesarias para hacerlo y, en una democracia, por lo general, se elige lo que la mayoría decide, ya que es “una de las tantas formas de gobierno, [en la que el poder reside en la mayoría] y como tal se contrapone a las formas autocráticas, como la monarquía y la oligarquía” (Bobbio, 1989: 7).

³ Respecto al conflicto entre los protagonistas de la comunicación política, es necesario anotar que podemos encontrar matices en esta relación, debido a que, con frecuencia, se observan intereses particulares que llevan a negociaciones entre los actores, por ejemplo, económicas y por lo tanto la tensión tiende a disminuir.

⁴ Según datos de la última *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas* (SEGOB/INEGI, 2003), los principales medios por los que los encuestados se informan acerca de lo que pasa en la política son la televisión (84.0%), el radio (60.9%) y los periódicos (42.0%) (Se trata de una pregunta de respuesta múltiple, los resultados no suman 100.0%). Asimismo, el 10.7% afirmó leer diario noticias sobre política en el periódico, mientras que el 44.4% acostumbra a ver o escuchar noticias o programas sobre política o asuntos públicos con la misma frecuencia. Si bien es cierto que la información permite al ciudadano ejercer sus derechos con responsabilidad -entre los cuales está elegir a sus representantes- como se puede observar en las cifras antes mencionadas, la mayoría recurre a los medios electrónicos y no a los impresos en los que, como se mencionará más adelante, se puede encontrar mayor discusión respecto a la política o los asuntos públicos, mientras que en los electrónicos, sobre todo en la televisión y debido a su propio formato, las notas son cortas y, al buscar elevar el *rating*, la información es procesada y presentada de tal forma que capte la atención de los televidentes; así, se recurre a la espectacularización.

Así, la democracia y la comunicación política caminan juntas. “La historia de la democracia es la historia de la sucesión de las figuras que paulatinamente han dominado y estructurado la vida democrática. Su función consiste en llegar a seleccionar en los discursos contradictorios del momento, aquel discurso o aquellos discursos a los cuales habrán de adherirse los públicos” (Wolton, 1998: 111) como resultado de una *elección*.

2.2 Comunicación política: parte de la democracia

La comunicación es parte fundamental de la democracia debido a que, en cierta forma, es un proceso que permite el reconocimiento del otro y sus necesidades. “En alguna medida, comunicación y democracia bien podrían ser vistos como dos aspectos de una misma cosa (...): la puesta en juego de las formas de hacer común que supone otredades diversas y su reconocimiento” (Caletti, 1992: 71). Este reconocimiento del otro no se basa únicamente en las relaciones interpersonales, “presupone condiciones institucionales” (Touraine, 1998: 70), es decir, la construcción de instituciones democráticas.

“Considerando a la elección solamente bajo su único punto de vista de la representación, sólo se pone de relieve un aspecto de su función. Al contrario, situando el sistema electoral en su contexto político global, se ve aparecer su función capital, que es la de permitir una comunicación más o menos libre entre los gobernantes y los gobernados” (Cotteret y Emeri, 1973: 147). Por tanto, la elección no solamente sirve para representar, sino que también ayuda a la comunicación entre gobernantes y gobernados.

De esta forma, “la elección debe analizarse en términos de comunicaciones: comunicar implica un intercambio entre dos interlocutores. Entre los gobernantes y los gobernados la elección es una respuesta a una política la confianza concedida a un equipo gubernamental” (Cotteret y Emeri, 1973: 149). Aunque es necesario aclarar que hay que agregar la intermediación de los medios de comunicación a este proceso.

Es importante tomar en cuenta que, *comunicación* no es un término que tenga “su génesis en los medios de comunicación modernos y tampoco se limita a ellos, aunque la

globalización y generalización de los sistemas comunicacionales y los avances tecnológicos vinculados a éstos hayan imbricado todos los aspectos inherentes a la comunicación” (Winocur, 2000: 76).

En lo que se refiere al concepto de *política*, éste ha sido malentendido por muchos y se ha llegado a afirmar que está presente en todo momento y en toda relación social. Bernard Crick (2000) refuta esta hipótesis: él la concibe como aquella actividad que permite la supervivencia de una comunidad plural y, por tanto, diversa en la que todos tienen derecho a participar en el cumplimiento de ese objetivo común y, para tal efecto, se utilizará la política y no la violencia⁵. Es por ello que la política se identifica con la democracia:

“El sistema *político* de gobierno consiste en escuchar a esos otros grupos a fin de conciliarlos en la medida de lo posible [de tal manera que hablen y lo hagan con libertad]. Además, la política debería acercar a esos grupos entre sí, de manera que cada uno de ellos y el conjunto de todos puedan hacer una contribución real al objetivo general de la gobernación: el mantenimiento del orden” (Crick, 2000: 19).

Si la política se identifica con la democracia, entonces también con la comunicación. En la democracia, ni la comunicación ni la política se excluyen entre sí; de hecho, Wolton afirma que “la comunicación no sustituye a la política, sino que le permite existir” (Wolton, 1995b: 40)

A grandes rasgos, en una democracia, la sociedad es libre, “no oprimida por un poder político discrecional e incontrolable ni dominada por una oligarquía cerrada y restringida, en la cual los gobernantes ‘respondan’ a los gobernados” (Sartori, 2000: 23). Así, la comunicación política encontrará un espacio ideal en la democracia para que se genere una

⁵ “Por violencia se entiende la intervención física de un individuo o grupo contra otro individuo o grupo (o contra sí mismo) (...) En política, la violencia tiene un papel crucial. En la política internacional, la violencia es obviamente un factor primario y constitutivo de la conducta y de las expectativas que en ella se manifiestan (...) En la sola política interna, salta inmediatamente a la vista la importancia de la violencia (...) El recurso de la violencia es un rasgo característico del poder político o del poder del gobierno (...) Decir que el poder político tiene el monopolio de la violencia es lo mismo que afirmar que la violencia es su medio específico; pero no es lo mismo que afirmar que la violencia es el fundamento principal del poder político” (Bobbio, 1997: 1671-1675).

discusión en la que cada actor participe de manera distinta pero que el tema sea el mismo; al menos eso se pretende.

En otras palabras, en una democracia hay libertad para que los distintos grupos expresen sus puntos de vista. El espacio de la comunicación política se construye para dirimir, compartir, comparar y discutir. También es el espacio donde los grupos deben rendir cuentas. Por tales razones, en la democracia está el espacio de la actividad política y por tanto de la comunicación política.

Entonces, todos tienen la libertad para expresar sus ideas ante los conflictos sociales, los cuales, por cierto, se multiplican en las sociedades pluralistas pertenecientes a regímenes democráticos, característica que los vuelve más complejos: los intereses contrapuestos son muchos y es entonces cuando se recurre a la propaganda para poder plantear la importancia y la conveniencia de cada uno de los proyectos e ideas propuestos. “El interés común al que obedecen las diversas partes de un gobierno democrático, en un gobierno en el que los partidos deben rendir cuentas a sus electores por las acciones realizadas, es el de satisfacer los intereses que procuran más consenso” (Bobbio, 1989: 106). Sin embargo, cada grupo atiende, en primera instancia, a sus propios intereses.

De hecho, el pluralismo de un régimen también se ve reflejado en los medios de comunicación. “El pluralismo de medios de comunicación es el que hace posible que circulen por el cuerpo social distintas versiones sobre lo que acontece” (Del Rey, 1989: 34), y, así, la sociedad pueda formarse una opinión más o menos propia. No olvidemos que de la opinión se pasa a la acción, lo cual es fundamental en una democracia.

En este sentido, señalamos que el espacio ideal para la existencia de la comunicación política es el de los regímenes democráticos ya que en ellos se permite la participación de todos los sectores de la sociedad en la expresión de demandas y su resolución, en otras palabras, en la toma de decisiones políticas y en su ejecución. Entre más busquen los actores el beneficio propio, más se relacionarán con otros, ya que la negociación se volverá imprescindible. Así, la difusión de mensajes de cada uno de los grupos o actores se concibe

como propaganda, pero la libertad para que cada uno de ellos pueda emitirlos es parte del espacio público denominado de comunicación política.

Así, echando un vistazo retrospectivo, podemos comprender que:

“...el surgimiento de la comunicación política como fenómeno importante es, sencillamente, el resultado del doble proceso de democratización y de comunicación iniciado dos siglos atrás, que asegura la transcripción del ideal político democrático del siglo XVIII en un espacio público ensanchado en el que los distintos miembros tienen una categoría legítima” (Wolton, 1995b:30).

Para comprender mejor estos aspectos, analicemos cuál es el papel de la comunicación política, entendida ésta como un nuevo espacio público.

2.2.1 El papel de la comunicación política

El principal papel que desempeña la comunicación política es el de evitar que el debate político se encierre en sí mismo, ya que integra todos los temas políticos y facilita el proceso de selección y jerarquización de éstos. “La comunicación política sirve para dirigir la principal contradicción del sistema político democrático: hacer alternar un sistema de apertura de problemas nuevos como un sistema de cierre destinado a evitar que todo esté en debate permanente en la plaza pública” (Wolton, 1995b: 38).

La manera en que asegura la comunicación política esta doble función de apertura y cierre se basa en las siguientes tres funciones:

1. Contribuye a identificar los problemas que surgen, en donde los políticos y los medios de comunicación son muy importantes.
2. Favorece la integración de esos temas en los debates políticos del momento; aquí, quienes juegan un papel importante son los políticos y los sondeos.
3. Facilita la eliminación de aquellos temas que han dejado de provocar conflicto o respecto de los cuales existe, al menos, un consenso temporal.

Por otro lado, la comunicación política desempeña distintos roles dependiendo del contexto:

1. Durante un periodo electoral, los que trascienden son los sondeos, debido a que son el instrumento principal tanto de los políticos como de los periodistas para desempeñar su rol.
2. Entre dos elecciones (situación *normal*⁶) la comunicación política es estimulada, sobre todo, por los medios quienes reconstruyen los problemas del medio político.
3. En una crisis política, interna o externa, la presencia de los políticos es la que domina, ya que, al tratarse de una urgencia lo más importante son la acción y las decisiones.

2.2.1 El papel de los actores de la comunicación política

Con base en Dominique Wolton, Aimée Vega afirma que los aspectos que hoy definen a la comunicación política son las acciones de “sus protagonistas, es decir, los políticos, los medios de comunicación y la opinión pública representada por los sondeos y las encuestas” (en Vega, 2002: 2). Esta autora señala que los ciudadanos forman parte importante de la comunicación política, ya que son el objeto y fin de ella; sin embargo, no han sido considerados dentro los estudios teóricos.

Las características de los protagonistas de la comunicación política, según Wolton, son (en Vega, 2002):

1. Periodistas. Hacen su tarea a través de los medios de comunicación. Permiten la circulación del discurso entre la opinión pública y los políticos; su labor es sinónimo de poder. Los medios recrean la vida política con una intención bien definida: su discurso apoya:

⁶ Teresa Velásquez (1994) señala la diferencia entre los momentos “álcidos” o cruciales y los “sostenidos” o normales: los primeros se refieren a los periodos electorales, en los cuales se hace un balance de las acciones emprendidas por el partido en el poder o en la oposición; los segundos tienen que ver con el desarrollo de las legislaturas, los mandatos, etcétera, es decir, la etapa de la vida política cotidiana en la que los partidos en el poder y en la oposición deben sostener el rol que les fue asignado por los resultados electorales.

“...al político o al partido en cuestión, o bien [se opone y traslada] esta influencia a las opiniones que se forman los votantes. [Los medios son una ventana institucional de los periodistas y] conforman hoy el espacio público de la comunicación política. [Manuel Castells (1997) afirma que] fuera de su esfera hay marginalidad política (...) Pero la lógica y la organización de los medios electrónicos encuadra y estructura la política. [De ahí nace la afirmación acerca de que estamos inmersos en una sociedad mediática.] Como gestores institucionales de la opinión pública, los medios han relegado a otras instituciones tales como la familia, la escuela o el partido, el papel de agentes de socialización política, y en ese carácter están afectando sin duda las dimensiones cognitiva, afectiva y evaluativa de la cultura política” (en Vega, 2002: 10).

Es por ello que a los medios de comunicación se les acusa de haberse olvidado de su razón de ser: “promover el debate y la participación ciudadana. Éstas han sido desplazadas por el motor económico que rige a los medios y que les exige mantenerse a flote en el contexto actual de la globalización” (Vega, 2002: 11).

De cualquier forma, los medios de comunicación desempeñan un papel importante, al hacer pública la vida política, en la conformación de la cultura política de una sociedad. Teresa Velásquez afirma que “los medios de comunicación (...) son los encargados de dar a conocer esta actividad política cotidiana que, por su recurrencia temática constituirá un factor determinado a la hora de obtener resultados a través de la acción tematizadora en la configuración de una cultura política en un país determinado” (Velásquez, 1994: 120).

2. Políticos. La política actual se ha modificado: ya no se concibe sin la existencia de los medios de comunicación y de los sondeos, por lo tanto, la actuación de los políticos también se ha modificado.

“Su función no es gestionar la comunicación política, sino operar sobre la realidad. [El discurso del político se estructura sobre la base de los sondeos y las encuestas, según la demanda de la opinión pública. Para lograr la efectividad del discurso, el político depende de los medios de comunicación para informar al ciudadano de sus actos y así persuadir al votante]. Como son los medios de comunicación la vía para publicitar su discurso, dependen considerablemente de ellos. Ello no significa que toda la política se reduzca a imágenes y sonidos, pero sin la ventana de los medios de comunicación, el político tiene nulas posibilidades de obtener o ejercer el poder” (Vega, 2002: 11).

Cuando está en campaña, muchas veces el político elabora su discurso basado en promesas y no plantea un debate real sobre los problemas sociales, de ahí la crisis de representatividad de la cual hablaremos más adelante.

3. Sondeos. Gracias a ellos, la política se ha vuelto más visible para periodistas, ciudadanos, y, también para los políticos. “Brindan una fotografía de la opinión pública. Los datos que proporcionan constituyen el referente informativo fundamental de la acción política, tanto en el terreno discursivo como en el de la acción” (Vega, 2002: 11).

Los sondeos surgieron en el periodo de entreguerras con la finalidad de conocer las formas y el grado de participación ciudadana. Hoy, son parte esencial de las campañas electorales ya que ayudan a conocer las tendencias de voto. Son embargo, se les acusa “de haber pasado de ser un puro instrumento informativo a uno de lucha política de los otros dos actores de la comunicación política: de los medios de comunicación (...) y de los políticos” (Vega, 2002: 12). Para los primeros, las notas sobre las campañas junto con los sondeos y las encuestas son parte esencial de los noticiarios, y para los segundos, constituyen un material de campaña fundamental, quienes:

“...en su afán de ser más sofisticadamente comunicativos y persuasivos, los candidatos, partidos políticos y gobiernos llegan a confiar en los estudios de opinión pública como técnica de conocer las posturas y preocupaciones de los votantes y para formular estrategias encaminadas a conseguir el apoyo del público” (Swanson, 1995: 4).

Los sondeos ocupan cada vez más un papel preponderante en la vida política ya que, al estudiar la opinión pública, han sido considerados como “representantes” de las mayorías; como consecuencia, a partir de lo que *dice* la opinión pública se toman decisiones políticas.

Por otro lado, es necesario señalar que los sondeos tienen efectos negativos sobre los ciudadanos. Aimée Vega (2002) los señala:

- a) *Abstencionismo*: Como los resultados se repiten constantemente, el ciudadano tiene la impresión que su voto no va a contar pues todo está decidido ya.

- b) *Confusión*: En lugar de ejercer un voto razonado sobre la base de la información acerca del candidato y sus propuestas, votan con base en la opinión de otros ciudadanos.
- c) *Representación numérica*: El ciudadano se concibe a sí mismo como un número más en un contexto de lucha entre los políticos y los periodistas por imponer su visión de la sociedad (Vega, 2002).

Si bien los sondeos y las encuestas deben basarse en una metodología rigurosa, su reputación se ha visto dañada a causa de los efectos mencionados anteriormente. Los sondeos:

“...basan su autoridad en el grado de confiabilidad del diseño muestral utilizado, y tienen como objetivo ‘medir’ el estado de la opinión pública en coyunturas políticas críticas, particularmente de las electorales. Su importancia política no sólo radica en la supuesta capacidad de anticipación de los resultados electorales, sino que, aun cuando estos resultados no están definidos, sobre todo en los ‘indecisos’, pueden actuar como un poderoso factor de presión, instando a los ciudadanos a alinearse con los que se estiman ganadores. [Sin embargo, últimamente se ha criticado fuertemente este aspecto de la comunicación política debido a que se ha registrado una] hipermediatización de los sondeos de opinión” (Winocur, 2000: 78).

El inconveniente es que hoy en día se realizan estudios de opinión, por un lado sin bases metodológicas y, por otro, con el fin de favorecer a una persona o una institución y, así, legitimar –o deslegitimar– una acción determinada. Además, esos resultados se generalizan cuando sólo consideraron a una parte no representativa de la población. “El problema, en todo caso, no es la encuesta, que en principio es tan válida como cualquier otro instrumento de medición, sino de los intereses, supuestos y prejuicios de quienes la elaboran o para quienes se elabora” (Winocur, 2000: 78).

Es necesario aclarar que la opinión pública, no es sinónimo de “opinión de las mayorías”; tampoco integra en una sola la manera en que los diferentes grupos de la sociedad perciben la agenda y la incorporan a su vida cotidiana.

Lo anterior no significa que estas restricciones eliminen el valor democrático de la opinión pública, cuyo estudio –con bases científicas–, nos ayuda a identificar la manera en

que cada uno de los sectores de la sociedad aprehende la vida política y si están de acuerdo con ella o no.

Los criterios de selección dependerán del objetivo de la investigación, aunque es necesario señalar la existencia de sondeos con fines propagandísticos. De hecho, “las encuestas en México comenzaron a cumplir su papel legitimador de representantes de la mayoría en la opinión pública, particularmente a partir de las [tres] últimas campañas presidenciales” (Winocur, 2000: 79).

Los tres actores de la comunicación política y su discurso

Cada uno de los actores de la comunicación política tiene su propio discurso. Además de estar en constante tensión, la base del discurso de cada uno de estos tres actores es (Wolton, 1995b):

1. Para los *políticos*, la ideología y la acción.
2. Para los *periodistas*, la información.
3. Para la *opinión pública* y los *sondeos*, la comunicación.

Por otra parte, un punto que tienen en común es que cada uno de los discursos tiene legitimidad, sin embargo, ésta es diferente en cada uno de los actores:

1. La legitimidad de los *políticos* resulta de las elecciones. Su estrategia de comunicación pretende lograr la convicción para que los demás (políticos, periodistas y electorado) se adhieran a ellos.
2. Para los *periodistas*, su legitimidad está vinculada con la información, aunque es importante señalar que ésta es frágil porque puede ser deformable⁷.

⁷ La “deformación” de la información se debe a los imperativos económicos que rigen los medios que, muchas veces, no permiten *mostrar la verdad tal cual*. Por otra parte, en lo referente a la radio y la televisión, el tiempo juega un rol muy particular ya que obliga a sintetizar la noticia lo más posible. María José Canel advierte que “no quiere decir esto que el periodista esté manipulando la realidad, sino que le está dando forma, una forma apropiada y adecuada a su medio, con la que se construye el mundo político propio de los medios de comunicación” (Canel, 1999: 140)

3. La legitimidad de los *sondeos* radica en el ámbito científico y técnico. El éxito de los sondeos se basa en que ayudan a anticipar el comportamiento político y electoral, lo que favorece la toma de decisiones.

Otro aspecto que caracteriza a los discursos de la comunicación política es que no es un “espacio cerrado sino abierto a la sociedad, en el sentido de que cada uno de los actores habla de manera permanente en dos niveles. Por una parte, tanto para los demás compañeros de la comunicación política como para sus pares, y por otra, para la opinión pública” (Wolton, 1995b: 38).

Así como cada actor maneja su propio discurso, también tienen un interés específico durante la práctica de la comunicación política:

1. A los periodistas les interesa el *acontecimiento*.
2. A los políticos les interesa la *acción*.
3. A la opinión pública le interesa la *jerarquía de los temas*.

Aunque –es necesario señalarlo– para Dominique Wolton (1995b) es muy difícil que los tres discursos estén en sincronía con los otros, tanto en tiempos como en temas, por eso están en permanente tensión, además de que, como se menciona líneas adelante, “cada uno de ellos pretende ser portador de la legitimidad política dentro del régimen democrático, excluyendo al otro en la interpretación de la coyuntura” (en Winocur, 2000: 77). Recordemos que en una democracia, reconocer al otro es fundamental y que estas diferencias son negociables, siempre y cuando ninguno de los tres actores monopolice el espacio de la comunicación política. “En tal sentido, la comunicación política no es sólo un espacio de intercambio de discursos sino también (...) de confrontación de lógica y de preocupaciones diferentes” (Wolton, 1995b: 37).

Como resultado de este intercambio de discursos, Aimée Vega (2002) afirma que la relación entre los protagonistas de la comunicación política es conflictiva. Dominique Wolton encuentra el origen de estas contradicciones al interior de la comunicación política

en el frágil equilibrio existente entre los tres discursos (Wolton, 1998). Las razones de esta relación conflictiva son las siguientes:

1. El acercamiento entre políticos y periodistas puede provocar que la legitimidad de los segundos ante la opinión pública se construya a partir de intereses particulares.
2. Pensar que la única representación de la opinión pública son los sondeos y las encuestas. Son sólo una fuente más de comprensión y no pueden explicar los fenómenos sociales en su totalidad.
3. La tendencia de los periodistas a autodenominarse representantes de la opinión pública y de esta forma argumentar sus críticas contra políticos.

Como consecuencia de estas contradicciones, Aimée Vega advierte la existencia de una más: la intersección del espacio público con el privado. “El espacio público de hoy privilegia así la publicidad de aspectos de la vida privados sin tratarlos con decencia ni discreción” (Vega, 2002: 14).

Y si estamos hablando de la posibilidad de escuchar las voces de los distintos actores de la comunicación política (periodistas, políticos y opinión pública), entonces es momento de preguntarnos: ¿Dónde queda la voz de los ciudadanos?

Vega (2002) considera que el carácter legitimador de los actores de la comunicación política excluye:

“...a la ciudadanía en tanto que si ésta, a través de organizaciones civiles por ejemplo, no comparte el discurso hegemónico o no cuenta con los mecanismos para expresarse como sí lo tienen ellos, queda excluida del espacio público (...) El papel del ciudadano en el espacio público es determinante. Su existencia es condición esencial para el mantenimiento de la democracia. Su expresión política es la razón del ideal democrático. Ser ciudadano significa poseer la calidad jurídico-política para intervenir en el gobierno del Estado y es el ejercicio del voto una de sus vías de manifestación más importantes” (Vega, 2002: 14).

Continuando con la participación del ciudadano en la comunicación política, la autora se pregunta cómo lo perciben los tres actores y concluye así:

1. *El periodista*: Como voz de los medios de comunicación, ve al ciudadano en tanto audiencia, es decir, como consumidor.
2. *El político*: Lo ve como votante potencial.
3. *Los sondeos*: Como una adición de opiniones individuales resultado de un instrumento de estadística y muestreo (Vega, 2002).

En pocas palabras, la concepción del mercado permea la visión que los actores de la comunicación política tienen acerca del ciudadano. Sin embargo, esta misma autora precisa reconocer que el ciudadano es **objeto y fin de la comunicación política** ya que es quien define la actividad de los otros tres actores y, con base en el diálogo entre ellos, se define la cultura política de un Estado-nación. “Así que la cuestión de la ciudadanía está en el centro del estudio de la comunicación política. [De hecho,] la historia de los estudios de comunicación política tiene sus raíces en el cambiante concepto de ciudadanía” (Monk y Golding, 1995: 26 y 27).

2.3 Comunicación alternativa

Si el ciudadano queda relegado del espacio de la comunicación política, se ve en la necesidad de buscar otras formas de comunicación, es decir, de espacios de comunicación alternativa, entendida ésta como un canal de expresión alternativo que permite incluir la voz ciudadana en la comunicación política donde, como se menciona líneas arriba, sólo los políticos, los periodistas y la opinión pública tienen cabida.

Entonces, la comunicación alternativa es una reacción ante la falta de espacios democráticos, por tanto, en este trabajo se entenderá a este fenómeno como la posibilidad de los ciudadanos de visibilizar su acción política.

Para Miguel Ángel Granados Chapa, “la comunicación alternativa se deriva de su relación con la comunicación dominante. Lo alternativo es, en ese enfrentamiento, lo *otro*, lo *diverso*, lo que no se atiene a las reglas impuestas por el sistema dominante” (Granados, 1986: 144).

Este autor aclara que no todas sus modalidades exigen un rechazo a las estructuras comunicacionales vigentes. Un ejemplo de la comunicación alternativa en México es “la radiodifusión cultural, frente al modelo de difusión comercial (...) Lo es no sólo en cuanto a su motivación principal, que no consiste en el lucro que mueve a las estaciones operadas bajo el régimen de concesión, sino también en cuanto a sus contenidos” (Granados, 1986: 144).

Para Daniel Castillo, la comunicación alternativa ha existido siempre, aunque la investigación en el área sea relativamente reciente y “todas esas formas que se han dado siempre, dependen de las instancias económico-políticas de una sociedad. Un proceso alternativo de comunicación sólo se produce en un proceso social alternativo” (Castillo, 1997: 12).

Para este autor (Castillo, 1997), la comunicación alternativa tiene tres momentos:

1. *Elaboración*: Se refiere a la comprensión de situaciones concretas. Los mensajes se basan en la realidad y no el impacto. Puede o no estar en manos de especialistas, ya que responden a necesidades específicas que se van transformando a medida que aumenta la organización y la experiencia de los participantes en el enfrentamiento y observación de la realidad. Si bien este momento está definido por la espontaneidad, el autor considera que no debe ser parte central de un proceso cada vez más complejo.
2. *Difusión*: No hay medios “malos” estructuralmente, cualquier canal de difusión es válido debido a que lo que importa es el contenido de los mensajes. Los procesos de comunicación alternativa pueden ir ganando espacios en los medios de comunicación, sin embargo, “cuando tales procesos se restringen, por manipulación o por represión, los mecanismos alternativos tienen un menor radio de acción: volantes, mantas, muros, periódicos, o formas casi totalmente artesanales...” (Castillo, 1997: 13).

3. *Lectura*: Se refiere a no quedarse sólo con una sola oferta, es decir, proveniente de los procesos autoritarios.

La comunicación alternativa puede ser confundida con procesos que, muchas veces, refuerzan, el sistema dominante. Castillo (1997), ofrece tres ejemplos de comunicación seudo-alternativa:

- a) *La “subversión” semiótica*: Está relacionada con variaciones del lenguaje que pudieran tener la capacidad de incidir en transformaciones sociales. “La pequeña confusión (...) es creer que con cambiar las palabras se puede cambiar la realidad” (Castillo, 1997: 14).
- b) *La “sofisticación” de los mensajes*: Señala que en el deseo de alcanzar la creatividad, se han hecho esfuerzos “inútiles”, no sólo en el arte, sino en la comunicación en general.
- c) *Todo lo “popular” es bueno*: Comenta que hay que tener cuidado: “las aportaciones populares resultan válidas cuando forman parte de un proceso de transformación real. En muchos casos son sólo un reflejo, una repetición de lo que proponen los mensajes dominantes” (Castillo, 1997: 14).

2.3.1 Representatividad: Legisladores, medios de comunicación y ciudadanos

En México, los reclamos sociales han llevado a la democratización del régimen. “La tolerancia ciudadana hacia un autoritarismo institucional también tiene sus límites; un mal desempeño estatal o un abuso excesivo del poder durante varios años constituye un peligro catalizador para la movilización en contra del régimen” (Crespo, 1999: 141).

Si bien el ciudadano delega la representación y el derecho de deliberación al Poder Legislativo, éste no ha prestado atención a la voz ciudadana. Por lo tanto, la sociedad tuvo que buscar otras formas de hacerse escuchar y la representación se comenzó a transformar:

los políticos le entregaron el poder a los medios de comunicación y el Poder Legislativo quedó como mero aprobador de leyes concebidas por el Poder Ejecutivo. Por su parte, los periodistas y los medios en general se asumen como representantes de la sociedad y como vigilantes del poder, a lo que Raúl Trejo Delarbre (2001) comenta que:

“...es discutible que los medios sean, o deban ser, representantes de la sociedad. Los ciudadanos ya tienen mecanismos de representación (...) Sin embargo las carencias del Parlamento y la política entrañan que los medios sustituyan tales problemas de representación (...) Los medios tendrían que ser precisamente eso: intermediarios entre la sociedad y el poder y entre los diversos grupos de la sociedad misma. Cuando se erigen como representantes de la sociedad se corre el riesgo de que pretendan suplantar la opinión de los ciudadanos –que nunca es única en ningún asunto- por los intereses de las empresas mediáticas” (Trejo, 2001: 88).

Como resultado, los ciudadanos “aprendieron a desconfiar, a descreer, a hastiarse de sus representantes constitucionales y de sus gobiernos” (Eyzaguirre, 2002: 84). Así es como concluye Gloria Eyzaguirre que los intermediarios que los ciudadanos encontraron fueron los medios de comunicación.

La representación de los intereses ciudadanos ha sufrido, en términos prácticos, una transformación: ha pasado del Poder Legislativo a manos de los medios de comunicación. La idea de *representación* está “omnipresente en la historia de las ideas políticas [y] lleva implícita en sí misma un elemento de comunicación (...) Representar consiste, pues, en sacar a la esfera pública una realidad que en sí misma es latente” (Muñoz-Alonso, 1989: 51). Aquí, lo que nos importa es la representación de los ciudadanos en la esfera pública, por parte de los medios, mas no olvidemos que los políticos también se asumen como representantes de los ciudadanos al interior de uno de los espacios públicos más importantes hoy, denominado de comunicación política. Alejandro Muñoz-Alonso menciona que:

“...el espacio público –simbolizado por la plaza pública y por otros ámbitos de encuentro y debate, y de una manera especial por el Parlamento- (...) se reduce (...) e incluso desaparece sustituido (...) por un espacio electrónico al que los ciudadanos se unen, desde el reducto individualista y esencialmente privado de sus casas” (Muñoz-Alonso, 1995: 106 y 107).

Es necesario aclarar que no sólo la televisión se ha asumido como representante de los ciudadanos, sino todos los medios de comunicación, aunque –es cierto- la televisión es el principal de ellos. De hecho, ahí radica la necesidad de nuevos espacios de expresión, los cuales forman parte de la comunicación alternativa.

Pero este proceso no termina ahí. “El pueblo está harto de que lo representen, de que hablen por él” (Eyzaguirre, 2002: 82). Es decir, también ya se cansó de que los medios hablen por él, aunque, aun así, podemos decir que los ciudadanos confían en ellos.

Alain Touraine expresa que “en muchos países occidentales se habla desde hace mucho tiempo, pero cada vez con mayor insistencia, de una crisis de la representación política que sería responsable de un debilitamiento de la participación” (Touraine, 2000: 82).

Representación y expresión van de la mano ya que el ciudadano, al no sentirse representado dentro del espacio de la comunicación política, busca canales de expresión para hacer escuchar su voz. Sin embargo, al no encontrar canales de expresión eficientes y:

“...ante la represión que obtura los canales normales, las gentes (*sic.*) desde las comunidades barriales o religiosas a las asociaciones profesionales redescubren la capacidad comunicativa de las prácticas cotidianas y los canales subalternos o simplemente alternos: del recado que corre de voz en voz al volante mimeografiado, al cassette-audio o el video difundidos de mano en mano, hasta el aprovechamiento de los resquicios que deja el sistema oficial” (Martín-Barbero, 1992: 15).

Por otra parte, Martín-Barbero menciona que la crisis de la representación es un “problema viejo de la vida democrática que reside en la difícil articulación entre la representación de las gentes (*sic.*), de los grupos –sean éstos definidos territorial o culturalmente- y representación de las concepciones, los intereses, las tendencias políticas” (Martín-Barbero, 1992: 17). Si a esto le aunamos la transformación de las tradiciones de la sociedad tenemos como resultado un distanciamiento, cada vez más marcado, del partido de masas.

Los cambios en la sociedad han ido definiendo las necesidades de los ciudadanos, así como la relación con sus representantes políticos, lo cual es un problema de comunicación:

“La descentralización y dispersión de los ámbitos de trabajo, las exigencias dominantes de la urbanización, la reducción de la familia, la diversificación e hibridación de las profesiones, son todos procesos que concurren hacia una reducción de la interacción social (...) haciendo que el partido de masas pierda sus lugares de anclaje (...) de comunicación con la sociedad” (Martín-Barbero, 1992: 17).

De esta manera, la comunicación alternativa representa para los ciudadanos la posibilidad de imaginar e innovar formas de participación y comunicación propias. El espacio social que ocupan los medios de comunicación, empresas de gran importancia política, es determinante para la existencia de espacios de negociación y representación de los intereses de las mayorías. Así, entre mayor sea el espacio que ocupan los medios, menor será el de los canales de expresión alternativa.

Por otra parte, las experiencias alternativas no han logrado las rápidas transformaciones que se esperaban debido a que quienes las viven se enfrentan a graves problemas en el momento de intentar traducir sus propuestas en transformaciones a la comunicación institucional.

Entre las fuerzas de la comunicación alternativa tenemos “la reubicación del peso y el valor político de la comunicación en el espacio de la sociedad civil (...) y del sentido estratégico que tuvo la comunicación en la construcción del tejido de una sociedad democrática” (Martín-Barbero, 1992: 15), en relación con la manera en que se organizan para exponer sus demandas. Las limitaciones para la comunicación alternativa están relacionadas con la transformación que está sufriendo la representación misma.

Así, emergen los movimientos sociales “constituidos a un mismo tiempo desde la experiencia cotidiana del desencuentro entre demandas sociales e instituciones políticas, y de la defensa de las identidades colectivas y sus formas propias de comunicación” (Martín-Barbero, 1992:15). Pero al no encontrar espacios dentro del sistema político, estos movimientos pueden volverse violentos.

Para Sergio Caletti (1992), la comunicación es parte fundamental de un sistema democrático ya que, en cierta forma, es un proceso que permite el reconocimiento del otro y sus necesidades:

“Se trata fundamentalmente de poner nuestros mayores esfuerzos en detectar, promover, facilitar, contribuir a la construcción de espacios comunicacionales desde los sectores populares de un modo tal que estos espacios no sean realización de nuestras preconfiguraciones, sino antes bien espacios capaces de condensar efectivamente las prácticas sociales que constituyen a estos mismos sectores populares” (Caletti, 1992: 71), inmersos en un contexto ideológico dominante.

Sin duda alguna, los medios responden a intereses económicos y en los regímenes autoritarios los medios son amordazados “hasta convertirlos en una mera caja de resonancia de la voz del amo” (Martín-Barbero, 1992:15); esto como un intercambio por no dañar sus intereses empresariales.

Marcuse (1968) reflexionó al respecto y aborda el tema de la ideología dominante, su reproducción y difusión a través de los medios de comunicación, tanto en el sistema capitalista como en el socialista. Explica que a través de los medios se promueven intereses particulares -que responden a una ideología determinada- como si fueran los de toda la sociedad.

“El progreso técnico, extendido hasta ser todo un sistema de dominación y coordinación, crea formas de vida (y poder) que parecen reconciliar las fuerzas que se oponen al sistema y derrotar o refutar toda protesta en nombre de las perspectivas históricas de liberación del esfuerzo y la dominación” (Marcuse, 1968: 14).

En otras palabras, la tecnología ayuda en la difusión de una ideología dominante y la promoción de estilos de vida similares, pero no sólo influye en las ocupaciones y actitudes, también en las aspiraciones individuales; de igual forma, se rechaza todo aquello que se oponga al sistema. “La tecnología sirve para instituir formas de control social y de cohesión social más efectivas y más agradables (...) En el medio tecnológico, la cultura, la política y la economía, se unen en un sistema omnipresente que devora o rechaza todas las alternativas” (Marcuse, 1968: 17 y 18). Por eso, la tecnología se utiliza antes que el terror.

“El análisis crítico sigue insistiendo en que la necesidad de un cambio cualitativo es más urgente que nunca. ¿Quién lo necesita? La respuesta sigue siendo la misma: la sociedad como totalidad, cada uno de sus miembros” (Marcuse, 1968: 15). La pregunta que deberíamos plantear ahora es: ¿Quién lo busca? Para este autor, el hecho que la mayoría de la población acepte este estilo de vida no es del todo irracional, incluso se muestra optimista con respecto a que todos los individuos pueden encontrar el camino que los lleve de la falsa a la verdadera conciencia.

En este contexto, “la visión alternativa mantiene que la mejor manera de dar a las personas acceso a la información y comunicación es alentar su producción diversificada y distribución en forma de bienes comercializados, permitiendo a la gente ejercer su elección a través del mercado” (Monk y Golding: 1995: 39).

2.4 Reflexiones preliminares

Este capítulo nos permite entender a la *política* como aquella actividad que ayuda a lograr la convivencia de una comunidad plural y, consecuentemente, diversa en la que todos pueden colaborar en la realización de su objetivo común: la estabilidad y la permanencia en el tiempo y el espacio. Por tanto, decimos que la política sí puede existir en regímenes autoritarios pero no es lo ideal ya que el público –al no haber un flujo libre de información– no podría existir y es en él en donde reside la actividad política.

Es por ello que la política se identifica con la democracia y ésta a su vez con el espacio público. La comunicación política es hoy concebida como uno de los más importantes espacios públicos debido a que permite la visibilización de la vida política y, por tanto, camina de la mano de la democratización de un régimen político. De hecho, podemos identificar la relación entre comunicación y democracia de una forma más sencilla: la primera permite el reconocimiento del otro, parte sustancial de la segunda.

En este contexto, la democracia se caracteriza primero, por la expresión de más y distintas voces, y, segundo, por el llamado a la rendición de cuentas de los gobernantes por la vía institucional. Estos aspectos se traducen en mayor pluralidad y transparencia, valores fundamentales de un régimen democrático. Como resultado, los ciudadanos tienen mayores posibilidades de elegir.

En este sentido, la democracia permite –incluso exige– que la comunicación política se desarrolle libremente y que todos los actores que conforman una sociedad determinada tengan los mismos derechos para informarse y expresar sus puntos de vista.

Ahora bien, si en la democracia se pueden escuchar distintas voces y la comunicación política es un espacio en donde se enfrentan e intercambian los discursos de los actores con legitimidad para hacerlo (periodistas, políticos y opinión pública), podemos entender porqué la comunicación política encuentra el espacio ideal para su existencia en la democracia, régimen en donde se intenta alcanzar el consenso entre los grupos que –aunque atiendan a sus propios intereses y desarrollen propaganda para defenderlos– se encuentran dentro de un espacio público mayor, el de la comunicación política.

El pluralismo del que hablamos no sólo se refleja en la vida política, sino también en los medios de comunicación, lo cual ayuda a los ciudadanos a formarse una opinión más o menos propia.

La comunicación política es el espacio en donde circulan, se intercambian y enfrentan diversos puntos de vista de los tres actores políticos mencionados antes. El resultado de este proceso es la acción por parte de los actores políticos. Por tanto, podemos afirmar, primero, que la comunicación política implica estrategia y, segundo, que la comunicación política es hoy un nuevo espacio público.

En cuanto al papel de la comunicación política en un régimen político democrático, podemos decir que se enfoca en tratar de evitar que el discurso se encierre en sí mismo, es decir, que integre todos los temas políticos y que facilite el proceso de jerarquización de

éstos y, así, evitar que todo esté permanentemente en la plaza pública, sin que se resuelva o concluya nada y hasta se subestimen otros asuntos también importantes para la sociedad.

Entonces, la comunicación política no es sólo información sobre política que recibe un público y que es emitida por los medios después de interpretar a los políticos. La manera en que entenderemos a la comunicación política aquí será como aquel espacio donde circulan los diferentes discursos políticos en un clima de tolerancia y pluralismo. (*Véase capítulo 1*).

Por su parte, los actores de la comunicación política también desempeñan sus respectivas funciones: los periodistas, a través de los medios de comunicación, permiten la circulación del discurso entre los políticos y la sociedad. Los políticos operan sobre lo que demanda la opinión pública y hacen llegar sus mensajes a través de los medios de comunicación. Y los sondeos han vuelto más visible la vida política para los periodistas y los ciudadanos, aunque también se les ha acusado de generar confusión entre éstos y abstencionismo en los comicios electorales.

Los discursos de los tres actores rara vez están sincronizados y si, además, cada uno de ellos se autoproclama representante de los intereses de los ciudadanos, entonces podemos entender porqué están en constante tensión y conflicto.

En este sentido, hay que señalar que al interior de este intercambio y enfrentamiento de discursos, el de los ciudadanos queda relegado y la falta de espacios dentro de este proceso de comunicación política ha llevado a los ciudadanos a buscar una comunicación alternativa como una forma de hacer escuchar su voz.

Si la comunicación alternativa es una reacción ante la falta de espacios democráticos, entonces, se convierte en un factor de la construcción de la comunicación política en regímenes democráticos que permiten la existencia de discursos diferentes al oficial.

Finalmente, es preciso advertir que cuando hablamos de comunicación no nos referimos únicamente a los medios de comunicación modernos, si bien es en ellos en donde el espacio de la comunicación política hoy encuentra la vía más importante para mostrar a la sociedad aquel intercambio y enfrentamiento de discursos entre distintos actores, también están incluidos aquellos espacios creados por los ciudadanos. De esta forma, nos preguntamos: ¿Cuáles son estos espacios creados por los ciudadanos? ¿Qué se puede proponer al respecto? Este tema será abordado como parte de las conclusiones generales, a partir del acercamiento empírico realizado para este trabajo.

Los dos siguientes capítulos corresponden a la parte del marco histórico de esta investigación. En el siguiente, se tratará el tema de la transición a la democracia en México, lo cual nos permitirá comprender la importancia del ejercicio y estudio de la comunicación política en nuestro país.

FUENTES:

1. Bélanger, A (1998), “La comunicación política, o el juego del teatro y de las arenas”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, Barcelona, pp. 133-152.
2. Bobbio, N. (1989), *Liberalismo y democracia*, FCE, México.
3. ----- (2001), *El futuro de la democracia*, FCE, México.
4. Bourricaud, F. (1992), “Sobre la noción de comunicación sociopolítica”, en Labarrière, J.; Lazzeri, C.; et. al., *Teoría política y comunicación*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, México, pp. 265-274.
5. Bregman, D. (1995), “La función de agenda: una problemática en transformación”, en Ferry, J.; Wolton, D.; et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 210-223.
6. Caletti, S. (1992), “Comunicación, cambio social y democracia: ocho años después”, en Esteinou, J. (Editor), *Comunicación y democracia*, VI Encuentro Nacional CONEICC, COROSO Editores, México, pp. 63-75.
7. Canel, M. (1999), *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Editorial Tecnos, Madrid.
8. Cárdenas, C. (1998), “¿Qué representa ser protagonista de la comunicación política?”, en Lara, G. y Arizpe, A. (comps.), *Comunicación política y democracia*, Ediciones Cal y Arena, México, pp. 31-35.
9. Cotteret, J. y Emeri, C. (1973), *Los sistemas electorales*, Minitau, Barcelona.
10. Crespo, I. (1995), “¿Hacia dónde van las democracias latinoamericanas?”, en Alcántara, M. y Crespo, I. (Coords.), *Los límites de la consolidación democrática en América Latina*, Universidad de Salamanca, pp. 13-28.
11. Crespo, J. (1999), *Fronteras democráticas en México. Retos, peculiaridades y comparaciones*, Océano/CIDE, México.
12. Crick, B. (2001), *En defensa de la política*, Criterios-Tusquets Editores/IFE, México.
13. Dahl, R. (1999), *La democracia: una guía para los ciudadanos*, Editorial Taurus, México.
14. De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1999), *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós Comunicación, México.

15. Del Rey, J. (1989), *La comunicación política*, Eudema Universidad Manuales, Universidad Complutense, Madrid.
16. Eyzaguirre, G. (2002), “Comunicación y confianza: el diálogo roto entre gobernantes y gobernados”, en *Comunicación y confianza: el diálogo roto entre gobernantes y gobernados*, pp. 83-93, Contribuciones, Bolivia. También se puede consultar en http://www.kas.org.ar/DialogoPolitico/Numeros_Anteriores/022002/6Gloria%20Eyzaguirre.pdf#search='gloria%20eyzaguirre%20%20contribuciones%20%20di%C3%A1logo'. Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2005.
17. González, P. (1984), *La democracia en México*, Ediciones Era, 1ª ed. 1965, 15ª ed., México.
18. Granados, M. (1986), “Comunicación alternativa” (Primera reunión nacional de investigadores de la comunicación, México, D.F., 24, 25 y 26 de septiembre de 1980), en Granados, M., *Comunicación y política*, Ediciones Océano, México.
19. Heller, H. (1974), *Teoría del Estado*, FCE, México.
20. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y Secretaría de Gobernación (SEGOB) (2003), *Segunda Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*, México. Se puede consultar en http://www.consulta.com.mx/interiores/15_otros_estudios/culturapol1103.html. Última fecha de consulta: 23 de marzo de 2006.
21. Lavore, C. (1998), “La importancia de la comunicación política en la construcción de la democracia” en Lara, G. y Arizpe, A. (comps.), *Comunicación política y democracia*, Ediciones Cal y Arena, México, pp. 103-107.
22. Lemieux, V. (1998), “Un modelo comunicativo de la política”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Barcelona, pp. 95-109.
23. Marcuse, H. (1968), *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Editorial Joaquín Mortiz, México.
24. McQuail, D. (1998), *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.

25. Martín-Barbero, J. (1992), “Notas sobre el tejido comunicativo de la democracia”, en Esteinou, J. (Editor), *Comunicación y democracia*, VI Encuentro Nacional CONEICC, COROSO Editores, México, pp. 13-25.
26. Monk, W. y Golding, P. (1995), “La comunicación política y la ciudadanía” en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 25-40.
27. Muñoz-Alonso, A. (1989), *Política y nueva comunicación. El impacto de los medios de comunicación de masas en la vida política*, Fundación para el Desarrollo Social de la Función Social de las Comunicaciones, Madrid.
28. ----- (1995), “Opinión pública y parlamento. Las transformaciones del régimen parlamentario”, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 71-117.
29. Sartori, G. (1988), *Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo*, Alianza Editorial, Madrid.
30. ----- (2000), *¿Qué es la democracia?*, Nueva Imagen, México.
31. Swanson, D. (1995), “El campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los medios”, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 3-24.
32. Trejo, R. (2001), “¿Cómo deslindar la responsabilidad de los medios de comunicación en los procesos electorales?”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 85-92.
33. Touraine, A. (1998), *Igualdad y diversidad*, FCE, México.
34. ----- (2000), *¿Qué es la democracia?*, FCE, México, 2000.
35. Vega, A. (2002), *El escenario de la comunicación política hoy. Desafíos para nuestra participación*, Documento preparado para el Master en Gestión de la Comunicación Política y Electoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
36. Velázquez, T. (1994), “El medio televisivo como configurador del discurso político”, en Huertas, F. (Coord.), *Televisión y política*, Editorial Complutense, Madrid, pp. 115-122.

37. Winocur, R. (2000), “Comunicación política”, en Baca, L.; Bokser-Liwerabt, J.; Castañeda, F.; et. al. (Comps.) *Léxico de la política*, FLACSO/CONACyT/FCE, México, pp. 76-81.
38. Wolton, D. (1995b), “La comunicación política: la construcción de un modelo”, en Ferry, J.; Wolton, D.; et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 28-46.
39. ----- (1998), “Las contradicciones de la comunicación política”, en en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, Barcelona, pp. 110-130.

SEGUNDA PARTE

MARCO HISTÓRICO

CAPÍTULO 3.

LA TRANSICIÓN A LA DEMOCRACIA EN EL RÉGIMEN POLÍTICO MEXICANO

Parte del análisis y estudio del régimen político mexicano del siglo XX ha estado centrado en el debate respecto a si éste ha sido o no democrático, así como en lo referente a la transición política. Es importante aclarar que entre los diversos autores que se han enfocado en este tema no hay consenso y no se ha llegado a una conclusión definitiva, pero en lo que sí hay acuerdo es en la influencia que este proceso ha tenido en la cultura política¹ de nuestro país, aunque se reconoce que uno de los retos de la democratización del régimen político es lograr la inclusión de los ciudadanos en la toma de decisiones.

Es pertinente señalar que en este proceso de democratización, la comunicación política ocupa un lugar importante puesto que a partir de ésta se ha logrado la apertura de nuevos espacios de participación que influyen en la manera en como se entiende y lleva a la práctica la comunicación política, en este caso, en México, temática que será abordada en el este capítulo.

Así, podremos comprender el lugar importante que ocupa la comunicación política en un contexto democrático, en este caso, el mexicano.

1.1 El contexto latinoamericano: entre la democracia y el autoritarismo

Ismael Crespo señala que “el surgimiento de los regímenes autoritarios en América Latina durante las décadas de 1960 y de 1970 respondió, en esencia, al fracaso de la democracia como un sistema con capacidad para el procesamiento y la regulación de los conflictos

¹ Se designa la expresión *cultura política* al “conjunto de actitudes, normas y creencias, compartidas más o menos ampliamente por los miembros de una determinada unidad social y que tienen como objeto fenómenos políticos”. [Por tanto, el estudio de la cultura política se enfoca] “no sólo en la diversidad de la praxis y las instituciones políticas, sino también en las creencias, en los ideales, en las normas y en las tradiciones que colorean de manera particular y dan significado a la vida política en ciertos contextos” (Bobbio, *et. al.*, 1997: 415). Al interior de una cultura política determinada se identifican los siguientes aspectos: 1) los *conocimientos* sobre la vida política y su difusión entre los individuos; 2) las *orientaciones*, es decir, las opiniones y actitudes acerca de la vida política; 3) las *normas* o el derecho y la obligación a participar en la vida política, así como aceptar las decisiones tomadas por la mayoría y 4) los *símbolos* representativos de la vida política.

intergrupales” (Crespo, 1995: 13), es decir, la democracia se vio incapaz de resolver conflictos y atender demandas sociales, por lo que se le empezó a menospreciar como orden político.

Más tarde, en la década de los ochenta, se observaron nuevas transformaciones de carácter internacional tanto económicas como políticas, entre las que se encuentran la pérdida de la eficacia y de la legitimidad que llevaron a la *quiebra* de los regímenes autoritarios.

Así, la democracia se revalorizó y convirtió en un concepto “antagónico de la experiencia política anterior. [Con la reinstauración del sistema político democrático se] planteó el problema adicional de distinguir entre lo que suponía un mero cambio de régimen político de una efectiva democratización de las instituciones estatales, de los procedimientos competitivos y de los mecanismos participativos” (Crespo, 1995: 14). Sin embargo, este mismo autor explica que, debido a que las democracias no han generado resultados en términos socio-económicos, como régimen ha perdido legitimidad, aunque la experiencia política anterior debilita –al menos en apariencia- el resurgimiento de los Estados autoritarios.

1.1.1 La particularidad del régimen político mexicano

Para Sartori –al igual que otros autores²- el caso de México es diferente y por tanto no se puede estudiar a la par que el resto de los regímenes políticos latinoamericanos. Sin embargo, afirma que “estamos ante una situación muy interesante, no sólo en México, sino en toda América Latina, porque asistimos a la formación de un presidencialismo

² Encontramos ejemplos en Alcántara, M. y Crespo, I. (Coords.) (1995), *Los límites de la consolidación democrática en América Latina*, Universidad de Salamanca; Crespo, J. (1999), *Fronteras democráticas en México. Retos, peculiaridades y comparaciones*, Océano/CIDE, México; Villamil, J. (1998), *Los desafíos de la transición. Escenarios del cambio político en México*, Hoja Casa Editorial, México; Schedler, A. (2000), “¿Por qué seguimos hablando de transición democrática en México?”, en Labastida, J.; Ponce, N. y Camou, A. (Coords.), *Transición democrática y gobernabilidad. México y América Latina*, FLACSO/IISUNAM/Plaza y Valdés, México, pp. 19-40; Valdez, A. (1999), *Democracia y oposición: el partido Acción Nacional y la transición política en México*, Universidad de Guadalajara, México.

democrático funcional (Sartori, 2003:64)”; ése es el propósito: lograr una especie de combinación de la democracia con la eficacia gubernamental.

El régimen político mexicano es muy diferente a otros autoritarismos debido a que ha conjuntado prácticas autoritarias, inmersas en una estructura institucional democrática basada en un sistema multipartidista y es así como pudo mantenerse durante 71 años³ “logrando cierta legitimidad democrática, pero sin perder su esencia autoritaria” (Crespo, 1999:11). En otras palabras, el tiempo que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) estuvo en el poder no constituyó una experiencia democrática, pero tampoco se asemejó a las dictaduras de otros países de América Latina.

Otra diferencia entre el régimen político mexicano y el resto de los latinoamericanos se puede observar en el papel que han desempeñado las fuerzas armadas:

“Todas las transiciones políticas procesadas en el Cono Sur latinoamericano estuvieron precedidas por regímenes militares (...) Aún después del proceso de transición, la institución castrense se mantuvo como resorte básico de poder al interior del aparato estatal, y, por tanto, dentro de la máquina que el gobierno democrático debía ahora administrar. En este sentido, el cambio de régimen político no significó un control explícito de las instituciones democráticas sobre las Fuerzas Armadas. Éstas negociaron su retirada de las instituciones estatales a cambio de mantener una serie de prerrogativas sobre las mismas, así como de imponer una serie de condiciones que limitarían el proceso político que conduce a la consolidación de la democracia” (Crespo, 1995: 17).

En cuanto a la peculiaridad del caso mexicano, Sartori aclara lo siguiente: “Un dictador no deja el cargo por medios pacíficos (...) El sistema mexicano no era una dictadura pero tampoco un sistema democrático (...) Era, más bien, un sistema en el que todo estaba basado en la hegemonía del PRI” (Sartori, 2003: 71).

Para Sartori (en Islas, 2003), los sistemas hegemónicos -como el gobernado por el PRI- son aquellos caracterizados por:

³ En 1929 surge el Partido Nacional Revolucionario (PNR); en 1939 se transformó en el Partido de la Revolución Mexicana (PMR) y en 1946, se convirtió en Partido Revolucionario Institucional (PRI), como es conocido hasta la fecha (PRI, 2005). Enrique Krauze comenta que este partido “nació con Calles, se corporativizó con Cárdenas, se desmilitarizó con Ávila Camacho, y se convirtió en una empresa con Alemán” (Krauze, 2002: 15).

- 1) No permitir una competencia oficial por el poder.
- 2) Permitir que existan otros partidos, pero como *partidos de segunda*.
- 3) No permitir a los partidos opositores competir en igualdad de circunstancias.
- 4) No propiciar la alternancia electoral.
- 5) No establecer sanciones que obliguen al partido hegemónico a actuar con responsabilidad.
- 6) No dejar duda de su dominio (en Islas, 2003: 13).

En ocasiones, podemos observar una unión entre el partido y el Estado, como lo describen estos autores: “Desembocando en el monopolio de la representación y de la actividad política en provecho del partido único, el sistema electoral participa en la unión del partido y el Estado. Es el partido el que expresa la ideología del ‘Estado partidista’ y que, rápidamente se hace en sus órganos” (Cotteret y Emeri, 1973: 146). En México, éste ha sido el caso del PRI.

La diferencia entre *partido hegemónico* y *partido único* radica en que en el segundo no se permite la existencia legal de un partido de oposición. Es necesario precisar que, aunque sea formalmente, México se ha mantenido bajo un sistema de partidos pluralista a pesar de la casi nula competitividad real en la lucha por el poder, la cual, además, no se llevaba a cabo dentro de un marco de legalidad, equidad y transparencia, al menos, hasta antes de la existencia del Instituto Federal Electoral (IFE)⁴.

Al contrastar este aspecto con una definición general de democracia, es posible advertir que la estructura institucional democrática que ha permeado al régimen político mexicano se ve debilitada al enfrentarla con las prácticas reales. Para José Antonio Crespo (1999):

“...la democracia radica en la capacidad de sus instituciones políticas para pedir cuentas pacíficamente a sus gobernantes, en caso de haber ejercido el poder de manera ineficaz,

⁴ Comenzó a funcionar en 1990. Después de varias reformas, en 1997 se realizaron las primeras elecciones en México vigiladas por un organismo autónomo del Poder Ejecutivo, específicamente de la Secretaría de Gobernación, el Instituto Federal Electoral. Este aspecto será tratado con detalle en el siguiente capítulo, correspondiente a la creación de espacios de comunicación política.

abusiva o ilegal. [Sin embargo,] en los regímenes no democráticos es posible llamar a cuentas a los gobernantes, pero no por la vía institucional, lo que implica el riesgo de violencia e inestabilidad” (Crespo, 1999: 38 y 39).

1.2 Transición política, transición democrática y consolidación de la democracia en México

Para definir el proceso de la transición política seguimos a José Antonio Crespo, quien la concibe “como el cambio de un régimen político a otro, y se entiende por régimen político el conjunto de instituciones que regulan la lucha por el poder y el ejercicio del poder y de los valores que animan la vida de tales instituciones” (Crespo, 1999: 19). Y si hablamos de una transición democrática, entonces nos estaremos refiriendo al paso del autoritarismo a la democracia. Si solamente hiciéramos mención a la transición política, cabría la posibilidad que la transición se diera de un régimen autoritario a otro con características similares, aunque con diferente ideología o dirigentes políticos. Por eso es que es tan complejo definir si en México se está viviendo o no una transición política *democrática*, mas es importante rescatar que ya se han ganado algunos espacios –como son los de comunicación política–, que serán abordados en el siguiente capítulo.

Igualmente, el espacio existente entre la transición política y la consolidación democrática tiene dos determinantes:

1) *Institucionalización*: Define la construcción, por parte de los *actores relevantes*, de procedimientos que definirán al régimen, así como la fijación de patrones de comportamiento y el reforzamiento de estructuras e instituciones de mediación.

2) *Incertidumbre*: Se refiere a la inclusión de temas en la arena política que determinarán la participación de los actores por la vía competitiva. En este sentido, la incertidumbre gira en torno del proyecto de nación que imperará al final de la consolidación democrática, si es que ésta se lograra (Crespo, 1995).

Es oportuno advertir acerca de la manera en que se entenderá a la consolidación democrática. De acuerdo con Ismael Crespo:

“...se utiliza la noción de consolidación democrática como el proceso paulatino y gradual en el que la incertidumbre se institucionaliza mediante la legitimación de las estructuras, de las instituciones y de los procedimientos democráticos por parte de los actores (políticamente relevantes) con capacidad de mediatizar las demandas de la sociedad civil” (Crespo, 1995: 26).

Mientras que:

“...una democracia en proceso de consolidación será aquella en donde los componentes potenciales de incertidumbre –como, por ejemplo, los actores incluidos en el debate político, o los temas previstos en la agenda de discusión- son altos. Pero al mismo tiempo, el grado de institucionalización es tal que acota los medios por los cuales se dimitirá el conflicto, y otorga a los actores mecanismos legítimos para orientar su acción y predecir el curso de la misma y de sus resultados” (Crespo, 1995: 26).

Es por ello que Ismael Crespo considera que aunque el proceso de transición política haya finalizado en América Latina, no todos los países de esta región han alcanzado la consolidación democrática.

Por otro lado, existen autores como Andreas Schedler (2000 y 2001) y Julio Labastida (2000) quienes afirman que la transición a la democracia en México ha concluido, sin embargo se sigue hablando de este proceso como si aún no concluyera:

“En los últimos diez años el régimen político de México ha sufrido una profunda transformación. En sucesivas rondas de reformas negociadas ha reorganizado sus instituciones electorales; si antes eran complejas burocracias al fraude, hoy administran elecciones básicamente limpias y justas. Asimismo, en rondas sucesivas de conflictivas elecciones, ha transitado de un régimen autoritario de partido hegemónico a la competencia democrática entre los partidos. Con todo, el debate político y la bibliografía académica sobre México dan la impresión recurrente de que el país se sigue debatiendo en la transición a la democracia” (Schedler, 2000: 19).

A continuación, se anotan las razones señaladas por este autor y que explican –desde su perspectiva- por qué se sigue hablando de transición a la democracia en México:

1. El proceso de transición ha sido prolongado y no ha estado acompañado de un cambio de gobierno⁵.
2. Es difícil definir los puntos de partida y de término de las transiciones. La transición mexicana ha tenido varios momentos decisivos, en lugar de uno sólo, por lo que se ha tornado opaca.
3. Las elecciones no siempre se pueden tomar como un “indicador fiable” de que la transición a la democracia ha concluido, ya que también los regímenes autoritarios se legitiman en el poder a través de elecciones periódicas. Actualmente, existe desconfianza en las elecciones y, por tal razón, se sigue hablando de la transición como un proceso inconcluso.
4. Los ciudadanos no reconocen a la transición como un hecho consumado debido a que se han decepcionado de lo que resultó ser la democracia actual. El gobierno democrático no puede resolverlo todo, las violaciones a derechos humanos siguen existiendo, hay corrupción en las policías y clientelismo en las burocracias y, finalmente, las desigualdades sociales cada vez son más marcadas y, por tanto, notorias.
5. Se consideraba que la alternancia en el poder como resultado de las elecciones federales del 2 de julio de 2000, sería una prueba fehaciente de que la transición a la democracia había concluido. Sin embargo, el autor señala un elemento que debilita su propia hipótesis: un régimen en el cual el imperio de la ley es inexistente, no puede considerarse como democrático (Schedler, 2000).

⁵ Recordemos que el artículo fue redactado antes de la celebración de los comicios electorales en el año 2000. Además, es pertinente acotar que este autor considera a las elecciones presidenciales de 1994 como democráticas, en las cuales no se registraron comportamientos fraudulentos; por ello, se entiende que ése fue uno de los momentos políticos que anunciaron la culminación de la transición democrática, aunque haya sido el PRI el que haya ganado la presidencia y, por tanto, subsistiera el partido hegemónico al frente del régimen político mexicano.

De igual forma, Julio Labastida (2000)⁶ ofrece otro argumento que pone en duda la afirmación de que en México la transición ha concluido, y se refiere a la subsistencia de prácticas clientelares:

“El fortalecimiento de la opinión pública y la libertad creciente de los medios de comunicación son pasos importantes hacia la construcción de una verdadera cultura ciudadana. Sin embargo, la pervivencia de redes clientelares y estructuras corporativas impide que la organización colectiva de la sociedad establezca los parámetros de un cambio cultural y la confirmación de un contexto ciudadano” (Labastida, 2000: 254).

Por otro lado, Andrés Valdez Zepeda (1999) habla de dos transiciones en México, una está determinada por el modelo económico y, la otra, por la vida política, tema que se tratará aquí. Asimismo, contempla la *posibilidad* de la transición política, de un régimen “semiautoritario” a uno democrático:

“México está experimentando una doble transición. Una de las transiciones ciertamente la más vetusta, tiene que ver con una transformación económica de una política de sustitución de importaciones y proteccionista a una de carácter neoliberal caracterizada, entre otras cosas, por la integración comercial, el libre mercado, la política de privatización de empresas públicas y la reducción del tamaño y rol del Estado en el desarrollo económico. La otra transición, la de más reciente nacimiento, tiene que ver con cambios en la forma de régimen político de un sistema semiautoritario a uno democrático” (Valdez, 1999: 73).

En este proceso dominará un panorama incierto. De acuerdo con Jenaro Villamil (1998), la *incertidumbre* es una de las características de la transición política:

“Moderados y optimistas, radicales o escépticos, todos los enfoques sobre este proceso suelen coincidir en las dos disyuntivas principales que plantea la incertidumbre del cambio: la capacidad del sistema para transformarse sin sucumbir o la conveniencia y riesgo de mantener los viejos cimientos, abortando la propia transición democrática para operar una regresión autoritaria” (Villamil, 1998: 11).

⁶ Al igual que Andreas Schedler (2000 y 2001), Julio Labastida (2000) señala que la transición a la democracia ha concluido: “México ha experimentado un cambio de régimen y de sistema político. El principio social de legitimidad, precedente del origen revolucionario de los primeros presidentes y posteriormente del partido hegemónico que los designaba de acuerdo con sus mecanismos internos, fue perdiendo validez frente a un reclamo creciente de la sociedad y de los partidos de oposición de que el voto fuera el medio legítimo efectivo de elección de los gobernantes a través de procesos electorales confiables y transparentes, imparciales y equitativos (...) El voto era un ritual que confirmaba la designación previa del candidato oficial” (Labastida, 2000: 247).

Este mismo autor señala que la única certidumbre dentro del proceso de la transición política es que el “cambio será más dinámico, plural y conflictivo en el seno de la sociedad” (Villamil, 1998: 12).

En relación con el sistema político mexicano, Villamil afirma que, debido a la incertidumbre, “ha entrado a un territorio incierto. Las antiguas certezas y las tradicionales reglas ya no constituyen, como antes, un sitio seguro” (Villamil, 1998: 11). Entonces, todos los actores, con su proyecto de nación cada uno, desearán definir las reglas y procedimientos para el nuevo régimen con base en la satisfacción de sus intereses o de los que representan, aunque sea en el discurso.

En este sentido, es importante precisar que esas reglas están en transformación y han sido producto de la existencia de una ideología predominante. Así, aquel que obtenga un lugar preferencial en la escena política, será el que determine las nuevas reglas.

Daniel Lindenberg (2000) señala que el camino hacia la consolidación democrática está fundamentado en reglas procedimentales, sin embargo, esto no significa que no existan obstáculos que enfrentar:

“La idea de que habría una vía única hacia la democracia se desvanece desde el momento en que se observa el funcionamiento real de las sociedades políticas. Una cosa es conocer las reglas de base cien veces enunciadas (multiplicidad de las candidaturas, periodicidad de las consultas, libertad efectiva de las campañas electorales, poderes efectivos de los elegidos), y otra es comprender los obstáculos y las trampas de que está sembrado el camino de la democratización efectiva” (Lindenberg, 2001: 438).

Ahora bien, aunque el partido en el poder hoy es otro, esto no significa que el país se esté encaminando necesariamente hacia la democracia. Como ya se ha visto aquí, una transición política puede derivar en el surgimiento de un autoritarismo distinto.

Un régimen político está determinado por normas y reglas, por tanto, “el proceso de transición política es aquel en el cual las reglas del juego en el régimen vigente han dejado de operar y ser acatadas por todos los actores, pero no ha sido definido y aceptado un nuevo conjunto de reglas” (Crespo, 1999: 20).

Ismael Crespo considera que “cuando un acuerdo sobre las nuevas reglas del juego democrático ha sido alcanzado, y puesto en funcionamiento, la transición ha finalizado” (Crespo, 1995: 15). Sin embargo, las disputas entre las élites políticas dificultan la consolidación democrática. Por ejemplo, la existencia de partidos diferentes al oficial y, por tanto, la puesta en escena de diferentes proyectos de nación, en un ambiente de pluralidad, genera conflictos:

“Durante el periodo de las transiciones, las pautas de negociación entre (o al interior de) las élites políticas favorecieron los iniciales impulsos (re)democratizadores, pero, a su vez, se constituyeron en frenos que, en el medio-largo plazo, terminan por dificultar la consolidación de la democracia (...) Las condiciones de la transición, que permitieron la instauración del régimen, han mostrado, posteriormente, escasa capacidad para resolver de manera eficaz los obstáculos, incluso aquellos generados por el propio funcionamiento del sistema, que impiden el reforzamiento y la profundización de la democracia como sistema político” (Crespo, 1995: 15).

Entonces, para lograr la institucionalización de un régimen político es necesario que exista acuerdo entre las élites políticas para la toma de decisiones y, mayormente, para definir la transferencia del poder. Aquí es necesario detenernos un poco, ya que es determinante para el proceso que ha seguido la transición política en México.

La cohesión de la élite autoritaria da continuidad y estabilidad al régimen. Igualmente, la ruptura en su interior conduce a la decadencia del régimen y se abre la oportunidad para una transición política. Sin embargo, esto no es suficiente, es indispensable que surja una alternativa viable ante los ojos de los ciudadanos. En otras palabras, no bastó con que el PRI entrara en crisis -que, por cierto, se originó a partir de una división al interior del partido “entre la nueva dirigencia ‘tecnocrática’ y su tradicional liderazgo corporativo” (Crespo: 1999: 57)-, para que el partido en el gobierno sea hoy otro.

Sin duda alguna, otro de los aspectos que más ha debilitado al PRI está relacionado con su estancia en el gobierno por poco más de siete décadas, y no sólo eso, sino que además se hayan llegado a entremezclar los roles y a confundir al partido oficial con el gobierno, cuando debieran ser aspectos distintos.

El PRI implementaba reformas partidistas que a veces se confundían con gubernamentales, y que además no correspondían al interés colectivo, ni siquiera al interior del partido. Simplemente respondían a los intereses particulares de las cuatro o cinco personas que integraban las comisiones. El partido bien podría haber sido un grupo de presión contra el gobierno si hubiera tenido un programa interno que representara los intereses de sus asociados (Cosío, 1976). Y así es como se ha ido construyendo –tal vez con otras intenciones⁷– el camino de la transición política.

A la par de la crisis del PRI, la figura de la Presidencia de la República también se ha visto impactada por este proceso, ya que enfrenta el dilema de “convertirse en motor de la transformación o en poderoso dique contra el cambio” (Villamil, 1998: 12).

El desgaste del poder presidencial está relacionado con la crisis de dos valores políticos: el consenso y la legitimidad sociales. El *consenso social* le dio a la presidencia cohesión y estabilidad; la *legitimidad social* se originaba de la eficacia para lograr acuerdos entre actores y fuerzas sociales, y también para que éstos los acataran. Así, Villamil señala que este desgaste “es producto de un severo desajuste entre esas fórmulas que existieron para generar consenso y legitimidad y las condiciones y características actuales que predominan en la sociedad mexicana, entre los distintos actores políticos y en el seno de quienes ejercen personalmente el Poder Ejecutivo” (Villamil, 1998: 22). Actualmente, la presidencia debe ser la que guíe el camino hacia la transición; sin embargo, como se mencionó antes, las nuevas reglas están en discusión y esto es el principal factor que genera la incertidumbre al interior del proceso de transición.

Villamil habla de un modelo de “tutelaje político” que en la actualidad ya no opera. La transición misma “reclama [que sea] sustituido por un modelo distinto tanto en sus contenidos como procedimientos” (Villamil, 1998: 22).

⁷ El gobierno fue abriendo espacios democráticos reclamados tanto por la oposición como por la sociedad misma para darle permanencia y estabilidad al régimen político mexicano (Crespo, 2003).

Para Crespo, la transición en México ha estado marcada por la lentitud, los altibajos y retrocesos, aunque “con avances reales pero muy limitados que han desplegado a lo largo de varias décadas” (Crespo, 1999: 12).

Por su parte, Andreas Schedler (2000) explica que es difícil definir si la transición a la democracia en México ha concluido o no, ya que:

“...careció de grandes momentos fundadores: no hubo elecciones fundadoras, ni alternancia en el gobierno, ni pacto de transición, ni asamblea constituyente. O quizá haya sido al revés, la transición mexicana tuvo un exceso de momentos fundadores: no un pacto, sino muchos; no unas elecciones decisivas, sino varias contiendas electorales sumamente dramáticas; no una obra maestra institucional, sino seis reformas electorales (desde 1977); no un escenario central de la democratización, sino numerosos sitios descentralizados; no una nueva constitución por diseño, sino una nueva realidad constitucional a través de transformaciones acumulativas de la red política” (Schedler, 2000: 28).

Por lo anterior, “resulta difícil o quizá imposible lograr un consenso en el sentido de que dicha frontera democrática se ha cruzado” (Crespo, 1999: 223), aunque, como se verá más adelante, la existencia de la oposición legal y, por tanto, de la pluralidad, representan la posibilidad que la transición sea democrática.

Así, es pertinente resaltar que “las transiciones no son instantáneas como tampoco lo son las revoluciones” (Lindenberg, 2001: 440).

1.2.1 Transición y crisis de representatividad

La crisis de la representatividad es un “problema viejo de la vida democrática” (Martín-Barbero, 1992: 17), relacionado con la complejidad que implica la articulación de distintos intereses y cosmovisiones en los diferentes sectores de la población. De acuerdo con Gloria Eyzaguirre (2002), la crisis no es de la democracia, sino de los partidos políticos, incluso de los de oposición, como es el caso de México. Para Paulina Fernández Christlieb (2001):

“...el análisis de la cadena de partidos que se han considerado de izquierda desde el PCM hasta el actual PRD, a través de sus propuestas para reformar las condiciones legales de participación político-electoral de los mexicanos, muestra cómo, paulatina pero constantemente desde 1977, los partidos se van alejando de la sociedad civil al mismo

tiempo que van ocupando el lugar de ésta, so pretexto de representar los intereses de los gobernados ante y en el poder. No es entonces casual que los dirigentes de los partidos, coincidiendo con los representantes del gobierno, concentren su interés en reformas y propuestas que privilegian el ejercicio de la democracia directa por parte de los ciudadanos” (Fernández, 2001: 203).

En este tenor, Norbert Lechner (1997) señala que la incertidumbre, característica de la transición, también ha afectado a los partidos políticos:

“La percepción de que las cosas están fuera de control y que ‘todo es posible’ afecta las raíces mismas de la política. La sociedad moderna, secularizada, espera de la política que ella asegure ‘ley y orden’ no sólo en tanto seguridad jurídica, sino también como ordenamiento moral y simbólico de la convivencia social. Las dificultades actuales por cumplir dicha tarea son particularmente visibles en los partidos políticos. Entre sus labores ocupa un lugar preferencial la elaboración de esquemas interpretativos que permitan a los ciudadanos estructurar sus creencias, preferencias y temores en identidades colectivas y ‘proyectos nacionales’. A raíz de las profundas transformaciones en el nivel mundial, ni los partidos ni los respectivos sistemas de partidos logran elaborar tales pautas de orientación, que articulen la diversidad social” (Lechner, 1997: 22).

La representación de los intereses de los ciudadanos está en crisis debido a que las instituciones creadas para este fin no fueron lo suficientemente autónomas como para llamar a cuentas a los funcionarios del régimen priísta, y tal pareciera que hoy los partidos políticos (y los grupos que los conforman) luchan entre sí con el objetivo de debilitarse unos a otros (Crespo, 1999), en lugar de enfocarse en las demandas ciudadanas, o, más bien, lo hacen cuando forman parte de una estrategia electoral o simplemente para conseguir el apoyo de la opinión pública en momentos políticos relevantes.

Para disminuir esta carencia de representatividad, el PRI, mientras estuvo en el poder, recurrió al corporativismo para involucrar a los diversos sectores de la sociedad y generar así una identificación con el partido, es decir, una identidad.

Y es así como vemos que aunque el régimen priísta no fue democrático, el autoritarismo que imperaba en México era muy singular debido al alto grado de institucionalización política entendida “como la capacidad para incorporar a amplios sectores de la población al proceso político” (Crespo, 1999: 43), independientemente del

nivel de acuerdo que haya entre ellos, así como de la democracia y la equidad con la que participan cada uno en la toma de decisiones.

En consecuencia, se puede decir que el corporativismo en México ha funcionado como una especie de retribución en la que se intercambia la lealtad política por algunas ventajas concretas, lo que en otras palabras se conoce como *clientelismo*⁸ (González, 1997). De esta manera se explica el hecho que algunos sectores antes empleados por el Estado tengan vínculos tradicionales con la supervivencia del PRI y la relación de éste con el gobierno; un ejemplo lo encontramos en los sindicatos de trabajadores del Estado. En este tenor, José Antonio Crespo (1999) menciona que:

“...los regímenes no democráticos, cuando llegan a desarrollar una forma de dominación basada en instituciones de masas (sindicatos, confederaciones, asociaciones, cámaras, así como un partido político de masas único o hegemónico), por lo general muestran mayor continuidad y estabilidad respecto de aquellos autoritarismos que no cuentan con ese complejo institucional” (Crespo, 1999: 44).

Es importante rescatar que el clientelismo se da principalmente en regímenes en los que un partido mantiene la hegemonía, como aquí lo hizo el PRI, ya que a su interior se daban divisiones que derivaban en facciones formales para culminar en el clientelismo político. Por lo tanto, podemos decir que el clientelismo es otra forma de mantener y fortalecer las instituciones para lo cual la burocracia⁹ es de gran ayuda. De hecho, Labastida menciona que “es verdad que [el PRI] sigue beneficiándose de la herencia histórica, aunque menguada, del control de las organizaciones corporativas y clientelares por las que cuenta con un voto cautivo” (Labastida, 2000: 249).

⁸ Las bases del clientelismo son el *familiarismo* (parentesco), el *patronazgo* (honor y compadrazgo) y el *contrato diádico* (seguridad económica), comportamientos fundamentados en el *prestigio*. Todas ellas son formas para acceder a bienes limitados y, en otro nivel, al poder. Asimismo, González Alcantud (1997) menciona que la religión es una parte muy importante de la legitimación de este proceso debido a que se vuelve un vehículo para la acción política.

⁹ En términos de Max Weber, el poder de la burocracia “resulta impresionante” y señala que una parte importante de ello es el *secreto*: “Toda burocracia intenta acrecentar la superioridad de los profesionalmente informados conservando en secreto sus conocimientos y propósitos. La administración burocrática siempre propende a ser una administración de ‘sesiones secretas’, (...) sólo muestran al público, y a la supuesta ‘opinión pública’, lo que no puede perjudicar los propósitos de la burocracia que posee el poder (...) Los partidos políticos proceden del mismo modo, a pesar de toda la aparatosa publicidad de los congresos y las convenciones. Este ‘secreto’ irá predominando a medida que se acrecienta la burocratización de las organizaciones partidarias” (Weber, 2001: 92 y 93).

Más adelante, este mismo autor señala que las prácticas clientelares no han sido exclusivas del que fuera el partido oficial:

“Los vestigios de corporativismo y las prácticas clientelares, que tradicionalmente se han señalado como rasgos distintivos del partido oficial, se han extendido a los partidos de oposición; estos elementos anclados en una cultura política de la ilegalidad, son factores que obstaculizan el surgimiento y la consolidación de una verdadera cultura ciudadana, es decir, de una democracia de calidad” (Labastida, 2000: 251).

De esta forma, ante la crisis de representatividad, el clientelismo y el corporativismo se presentan como un freno para la consolidación de la democracia y, por tanto, de una cultura ciudadana.

Por consiguiente, la participación ciudadana adquiere un carácter relevante. Roberto Mellado (2001) explica que la participación *ciudadana* complementa a aquella que se denomina *política*:

“En la participación, el ciudadano quiere, al igual que el elector, ser antes que nada un sujeto activo de la política, un miembro de la sociedad con capacidad para nombrar a sus representantes y a sus gobernantes; pero también quiere organizarse en defensa de sus derechos para ser atendido por el gobierno, y para influir en el rumbo de la vida política en el sentido más amplio. De ahí que una premisa básica de los valores y actitudes democráticas sea la participación voluntaria de los miembros de una población. La participación incrementa el potencial democrático de una nación, justamente porque aumenta el compromiso ciudadano con valores democráticos tales como la idea de una sociedad atenta y vigilante de los actos del gobierno e interesada en hacerse oír por éste” (Mellado, 2001: 21).

De esta forma, la participación ciudadana no sólo se concreta en la elección de los gobernantes, sino que también se orienta a la toma de decisiones.

Mellado Hernández (2001) clasifica la participación de la siguiente manera:

- *Participación autónoma*: Los ciudadanos se reúnen para participar en la busca de un bien común a través de algún tipo de organización no gubernamental.
- *Participación clientelística*: Los ciudadanos participan y se relacionan a partir de intercambio de favores.

- *Participación incluyente o equitativa*: Se promueve la participación sin importar la identidad partidaria, religiosa o de clase social.
- *Participación institucionalizada*: Se reglamenta la participación para que los ciudadanos puedan intervenir en la toma de decisiones gubernamentales (Mellado, 2001).

En un proceso de transición a la democracia, la presión por la vía no institucional se vuelve una de sus características. “Esto implica el riesgo de que no se logre un acuerdo entre los actores [y se genere] ingobernabilidad, inestabilidad política, e incluso violencia” (González, 1997: 21), temas que no podemos dejar de evaluar en una transición política porque pueden ser determinantes para el curso que ésta siga. Así, entre los escenarios posibles no podemos dejar fuera al de la inestabilidad política:

“...que el desenlace sea finalmente democrático, autoritario o violento depende de múltiples variables, pero una de particular importancia es el comportamiento, los cálculos y las decisiones que tomen los actores involucrados (...) Influyen también (...) el modelo económico del que se parte y al que se pretende llegar, la presencia e intensidad de una crisis económica, y el ambiente internacional” (González, 1997: 26).

En este sentido, Mellado propone que el gobierno favorezca la participación ciudadana a través de su institucionalización. “Se puede afirmar que este tipo de participación es un componente indispensable y una condición *sine qua non* dentro de una cultura política democrática” (Mellado, 2001: 22).

El tema de la participación ciudadana, por su importancia en el contexto de la transición democrática, también ha sido incluido en la legislación electoral; así, este tipo de participación, en el marco de los comicios electorales, quedó regulado como una forma de integrar al ciudadano en una parte del proceso de la toma de decisiones en el régimen político mexicano.

1.2.2 La importancia de los partidos de oposición en el contexto de la transición

En el análisis de este proceso existe otro actor fundamental: los partidos de oposición, cuya responsabilidad es muy grande porque de ellos depende buena parte del curso y el desenlace de la transición política.

Según José Antonio Crespo (1999), las funciones de la oposición en un proceso de transición política son:

2. Resistir su integración al régimen autoritario (cooptación o colaboracionismo).
3. Defender su autonomía frente a éste.
4. Disputarle la legitimidad.
5. Elevar los costos políticos del autoritarismo.
6. Crear una alternativa democrática creíble a los ojos de la mayoría de los ciudadanos (Crespo, 1999: 101).

En un proceso de transición política, las oposiciones pueden ser:

- a) Oposición oportunista: Acepta cualquier concesión del régimen a cambio de disminuir su presión.
- b) Oposición radical: Exige la satisfacción de todas sus demandas y se niega a negociar.
- c) Oposición moderada: Cede ante ciertos intereses de la élite autoritaria con el fin de facilitarle la decisión de aceptar el paso hacia la democracia (Crespo, 1999: 104).

Por otra parte, Schedler observa que la oposición, al interior de un régimen autoritario, carece de importancia en los procesos electorales:

“Como muchos regímenes totalitarios, un partido hegemónico autoritario celebra elecciones regulares en las que no hay competencia. Sin embargo, a diferencia de los sistemas de partido único, puede florecer en un contexto semiliberal de pluralismo controlado y suele permitir, y aun promover, a los partidos políticos de oposición, siempre que su presencia sea inocua. Tales partidos nominales de oposición no son sino un adorno legitimador” (Schedler, 2000: 25).

Sin embargo, en el camino a la transición política en México, se ha observado que las ventajas a las que accedía la oposición, si bien eran mínimas, le permitían, poco a poco, continuar con el impulso democrático por la vía institucional; no sólo presionó para que se fuera dando la apertura política, también debió vencer el obstáculo de la división en su interior en el momento de las negociaciones.

En una democracia, las divisiones no deben ser sinónimo de intolerancia a la pluralidad, la que –por cierto- es precisamente uno de los factores por los cuales se podría argumentar que la transición política en México está conduciendo al régimen hacia la consolidación democrática. “Los agentes sociales juegan también un papel clave e inédito. La transición mexicana dejó de ser, en los hechos, un asunto de élites o estructuras cerradas para enfrentarse también a una dinámica distinta en el seno de la sociedad civil” (Villamil, 1998: 13).

La oposición, que tiene el objetivo de enjuiciar, es uno de estos actores. En México, encontramos un ejemplo en el desprendimiento de la corriente democrática del PRI en 1987 y la lucha de la oposición por lograr, primero, la transición política y, después, la transición democrática. Nuevamente vemos la importancia de la oposición: “Los partidos políticos (...) se ubican como actores e interlocutores esenciales para acelerar una transición pactada, negociada, condensada. El país ya no se explicaba sin la presencia del PAN y del PRD como alternativas de gobierno” (Villamil, 1998: 80).

En el inicio de la consolidación democrática, es decir de la instauración formal de procedimientos que definen el orden de los regímenes democráticos, la pluralidad es indispensable:

“Una vez finalizado el periodo de transición, y alcanzada la instauración de los procedimientos para la participación y la competencia pluralista, el frente opositor se transforma en diversos grupos con objetivos distintos dentro del nuevo marco legal. Ello no significa que todo consenso anteriormente logrado se quiebre en la nueva situación de competencia pluralista. Así, el consenso democrático –aquel por el cual se establecieron las reglas y los mecanismos de participación y de la competencia, y los criterios básicos que regirán el destino nacional- se constituye en el núcleo central del nuevo experimento político” (Crespo, 1995: 21).

De esta forma, Jenaro Villamil (1998) propone que, a través de la interacción entre los actores políticos, se debe lograr no sólo el consenso democrático, sino también un aprendizaje político que sirva no sólo para construir un nuevo marco legal, sino para alcanzar la resolución de los conflictos de manera pacífica.

Igualmente, la oposición cumple un papel relevante al desconfiar –estado de ánimo de la población en general- del partido que esté en el poder y del régimen político en general:

“Más que una respuesta a los verdaderos retos actuales, la desconfianza electoral parece reflejar experiencias pasadas, las huellas de un legado político-cultural, un estado de ánimo. Además, no hay que olvidar que la desconfianza, este poderoso motor de las sucesivas reformas electorales en México, representa algo más que una forma (más o menos racional) de manejar la irreductible incertidumbre del futuro. También hay que considerarla un valioso recurso estratégico” (Schedler, 2000: 31).

Así, la transición debe llevar obligadamente a la construcción de una nueva cultura política como base de la consolidación democrática. Dentro de la construcción de una nueva cultura política, la imagen y concepción de la Presidencia de la República se van transformando también: “Las bases de legitimación social y hasta cultural también se han transformado. Hoy la presidencia ya no es el territorio mítico, intocable o infalible que fue durante décadas para millones de mexicanos” (Villamil, 1998: 19).

Al interior de la construcción de esta nueva cultura política, es posible observar la importancia del ciudadano. Es pertinente advertir que la intensidad de la presión ciudadana a favor de un cambio democrático es relevante: cuando la transición se da en un periodo corto, la población se organiza y concentra gran parte de sus fuerzas en lograrlo; cuando es larga –como lo ha sido la mexicana-, la movilización ciudadana se desgasta y se dispersa.

La tolerancia de los ciudadanos no es infinita: desde el mal desempeño hasta el abuso del poder serán castigados con una movilización. A partir de ese momento, la legitimidad del régimen estará en duda (Crespo: 1999).

De acuerdo con Jenaro Villamil, el reto de la transición hacia la democracia en el régimen político mexicano es lograr la inclusión del ciudadano en este proceso: “En el

fondo, la disyuntiva para los cuatro actores principales de este proceso (gobierno, PRI, PAN y PRD) radica en trascender una condición de tutelaje político que excluye de las decisiones fundamentales al propio ciudadano” (Villamil, 1998: 12 y 13).

1.3 Reflexiones preliminares

Este capítulo nos ha permitido comprender que la transición a la democracia en el régimen político mexicano no puede ser analizada de igual manera que el resto de los países latinoamericanos debido a las diferencias existentes entre ellos: no se puede considerar que México haya sido una democracia ya que regía un partido hegemónico (PRI); tampoco se puede decir que haya sido una dictadura, ya que en ella no se deja el cargo de manera pacífica y, finalmente, en nuestro país, las fuerzas armadas no han formado parte de los actores relevantes dentro de las estructuras institucionales y, por tanto, en la toma de decisiones.

Actualmente, existen elementos que pudieran anunciar la consolidación de la democracia en México: la oposición poco a poco ha ido ganando ventajas que le han permitido participar en la democratización del país por la vía institucional, así como el surgimiento del Instituto Federal Electoral que ha posibilitado la regulación de la participación electoral (tanto de los electores como de los partidos) dentro de un marco de pluralidad traducido en equidad, legalidad y transparencia.

Por otra parte, la transición en México ha sido un proceso largo y lleno de desconfianza. Además, las prácticas clientelares y de corporativismo persisten e, incluso, se han extendido al resto de los partidos políticos, es decir, han dejado de ser comportamientos exclusivos del PRI. Y, finalmente, México carece de un elemento fundamental para la consolidación democrática: el imperio de la ley.

De esta forma, se ha vuelto complejo definir si en México se ha logrado la consolidación democrática. Como se mencionó anteriormente, una transición política puede tratarse de un simple cambio de régimen a otro y existe la posibilidad de permanencia del

autoritarismo; la transición democrática –como el nombre lo indica- será aquella en la cual se transite de un autoritarismo a una democracia. Mas es necesario anotar que podremos hablar de consolidación democrática hasta el momento en que los procedimientos democráticos se hayan institucionalizado y traducido en una cultura política democrática. Debido a que no se ha afianzado una cultura ciudadana, el reto de la consolidación democrática será incluir a los ciudadanos en la toma de decisiones.

Si bien es complejo definir si ya se logró cruzar la frontera democrática, en el siguiente capítulo se señalarán los espacios de comunicación política que se han ganado en este escenario, considerados como un elemento característico de los regímenes democráticos. Más adelante, con base en el acercamiento empírico, trataremos de identificar ¿cuál es la visión de los actores de la comunicación política respecto a la democratización del régimen político mexicano? ¿Se ha cruzado o no la frontera democrática y por qué?

FUENTES:

1. Bobbio, N., et. al. (1997), *Diccionario de Política*, Siglo XXI Editores, 10ª Ed., México.
2. Cotteret, J. y Emeri, C. (1973), *Los sistemas electorales*, Minitau, Barcelona.
3. Cosío, D. (1976), *El sistema político mexicano*, Cuadernos de Joaquín Mortiz, México.
4. Crespo, I. (1995), “¿Hacia dónde van las democracias latinoamericanas?”, en Alcántara, M. y Crespo, I. (Coords.), *Los límites de la consolidación democrática en América Latina*, Universidad de Salamanca, pp. 13-28.
5. Crespo, J. (1999), *Fronteras democráticas en México. Retos, peculiaridades y comparaciones*, Océano/CIDE, México.
6. ----- (2003), “Las singularidades de un régimen”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, México, Grijalvo, pp. 35-45.
7. Eyzaguirre, G. (2002), “Comunicación y confianza: el diálogo roto entre gobernantes y gobernados”, en *Comunicación y confianza: el diálogo roto entre gobernantes y gobernados*, pp. 83-93, Contribuciones, Bolivia. También se puede consultar en http://www.kas.org.ar/DialogoPolitico/Numeros_Anteriores/022002/6Gloria%20Eyzaguirre.pdf#search='gloria%20eyzaguirre%20%20contribuciones%20%20di%C3%A1logo'. Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2005.
8. Fernández, P. (2001), “Desde el pasado del PRD, por las reformas electorales” en Anguiano, A. (Coord.), *Después del 2 de julio, ¿dónde quedó la transición? Una visión desde la izquierda*, UAM-Xochimilco, México, pp. 177-203.
9. González, J. A. (1997), *El clientelismo político*, Anthropodos Editorial, Madrid, pp.15-75.
10. Islas, J. (2003), “Nota preliminar”, en Sartori, G., *Viodeopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*, Cuadernos de la Cátedra Alfonso Reyes, FCE/ITESM, México, pp. 9-33.
11. Krauze, E. (2002), “La presidencia imperial”, Tusquets Editores, México.
12. Labastida, J. (2000), “Perspectivas del cambio democrático en México”, en Labastida, J.; Ponce, N., y Camou, A. (Coords.), *Transición democrática y gobernabilidad*.

- México y América Latina*, FLACSO/IISUNAM/Plaza y Valdés, 2000, México, pp. 237-255.
13. Lechner, N. (1997), “El malestar con la política y la reconstrucción de los mapas políticos”, en Winocur, R. (Comp.), *Culturas políticas a fin de siglo*, FLACSO/Juan Pablos Editor, México, pp. 15-35.
 14. Lindenberg, D. (2001), “La incertidumbre democrática”, en Cheresky, I. (Coord.), *Política e instituciones en las nuevas democracias latinoamericanas*, México, Paidós, México, pp. 431-440.
 15. Martín-Barbero, J. (1992), “Notas sobre el tejido comunicativo de la democracia”, en Esteinou, J. (Editor), *Comunicación y democracia*, VI Encuentro Nacional CONEICC, COROSO Editores, México, pp. 13-25.
 16. Mellado, R. (2001), *Participación Ciudadana institucionalizada y gobernabilidad en la ciudad de México*, Plaza y Valdés Editores, México.
 17. Partido Revolucionario Institucional (PRI) (2005), *Breve historia del PRI*, en <http://www.pri.org.mx>. Última fecha de consulta: 2 de noviembre de 2005.
 18. Sartori, G. (2003), *Viodeopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*, Cuadernos de la Cátedra Alfonso Reyes, FCE/ITESM, México.
 19. Schedler, A. (2000), “¿Por qué seguimos hablando de transición democrática en México?”, en Labastida, J.; Ponce, N. y Camou, A. (Coords.), *Transición democrática y gobernabilidad. México y América Latina*, FLACSO/IISUNAM/Plaza y Valdés, México, pp. 19-40.
 20. ----- (2001), “La conflictiva construcción de la confianza electoral: el Consejo General del Instituto Federal Electoral, 1990-2000”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 55-73.
 21. Valdez, A. (1999), *Democracia y oposición: el partido Acción Nacional y la transición política en México*, Universidad de Guadalajara, México.
 22. Villamil, J. (1998), *Los desafíos de la transición. Escenarios del cambio político en México*, Hoja Casa Editorial, México.
 23. Weber, M. (2001), *¿Qué es la burocracia?*, Ediciones Coyoacán, México, pp. 91-96.

CAPÍTULO 4.

LA CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO

En las democracias actuales, los procesos electorales se convierten en la forma legal y legítima para acceder al poder, ya que la principal función de las elecciones “es la de asegurar la representación de los gobernados (...) Es la elección lo que legitima la acción de aquellos que en el seno de las élites sociales participan de las categorías dirigentes” (Cotteret y Emeri, 1973: 113).

Por tal motivo, las normas que regulan los comicios electorales son fundamentales para la participación de los ciudadanos y de los partidos políticos en una parte de la toma de decisiones inherentes a cualquier régimen político.

Así “puede advertirse que la democracia, aun en su perspectiva más general, implica la existencia de una normatividad capaz de garantizar la vigencia de las libertades, los derechos y las obligaciones que fundamentan un modo de convivencia pacífico, tolerante y civilizado” (Núñez: 1993: 13 y 14).

En este sentido, la importancia que han tenido las reformas electorales, es que han logrado que se respeten, “entre otros derechos, el del sufragio universal y el de asociación” (Núñez: 1993: 14). De tal forma, se posibilita la participación de los ciudadanos en una parte de la vida política.

No obstante, el autor aclara que:

“...si bien es cierto que el derecho no colma por sí solo las aspiraciones democráticas, también lo es que las mismas no podrían concretarse sin la existencia y el cumplimiento irrestricto de normas claras que precisen los métodos para la participación ciudadana en el proceso mediante el cual se elige y constituye un gobierno. Sin elementos ‘formales’, no hay vida democrática posible” (Núñez: 1993: 14).

Así, vemos que “las elecciones no sólo constituyen la fórmula por excelencia para lograr que esa pluralidad no se desgarre y desgarre al país, sino que ofrecen el cauce para que al mismo tiempo que se compite, se conviva” (Woldenberg, 1995: 123).

En este contexto –y como se ha mencionado a lo largo de este trabajo- las reformas han sido el reflejo de un largo proceso de transición política el cual se ha ido abriendo a la democratización y, su vez, se han generado espacios de comunicación política acompañando a los ya existentes, por ejemplo, el Congreso de la Unión o los medios informativos gubernamentales. En el presente capítulo nos abocaremos a describir la participación de cada uno de los actores de la comunicación política (los políticos, los periodistas, la opinión pública y también los ciudadanos) en el marco de los comicios electorales, los cuales serán considerados como una referencia histórica dentro del proceso de transición democrática, aunque sin olvidar que el proceso de construcción de la comunicación política:

“...conduce a un conjunto de continuos cambios de relaciones entre la política, el gobierno, los medios y el público. No existe un punto en el cual se puede decir que el proceso ha concluido. En consecuencia, el estudio de la comunicación política está continuamente desarrollando nuevas estrategias y planteamientos para entender su siempre cambiante naturaleza (...) El proceso de cambio está, hasta cierto punto, *condicionado* por el *entorno nacional*” (Swanson, 1995: 5).

Para tal efecto, se considerará el año de 1988 como el punto de partida de la democratización del régimen político mexicano, así como de la construcción de espacios de comunicación política.

“Si la situamos en el contexto de la democracia, podemos decir que la historia de la comunicación política en México es reciente (...) El marco fueron los comicios presidenciales de 1988 en los que el PRI por primera vez no logró la mayoría absoluta en el Congreso y obtuvo la Presidencia bajo serios cuestionamientos sobre la veracidad de los resultados. El antagonista fue el Frente Democrático Nacional que, con Cuauhtémoc Cárdenas como candidato, disputó las primeras elecciones reales al Partido Revolucionario Institucional, lo que marcó el inicio de la espiral ascendente de la alternancia en México” (Vega, 2000: 3).

Igualmente, se presentarán los antecedentes haciendo un breve recorrido desde el año de 1918 hasta 1988 -periodo durante el cual se construyeron los cimientos para la legislación electoral vigente- poniendo énfasis en la reforma de 1977 debido a su importancia por el contexto en que surgió (*véase capítulo 3*), así como por su trascendencia para las instituciones electorales en nuestro país:

“La evolución de las instituciones electorales en México se explica a partir de un conflicto creciente que hacía necesario adaptar el mundo de la política institucional a las pulsiones reales de la sociedad (...) Creo que este proceso de transición arrancó en 1977, porque luego del movimiento estudiantil de 1968 la conflictividad social creció de manera expansiva” (Woldenberg, 2003: 193)¹.

Las reformas políticas: andamios para la construcción democrática

Desde 1918, los procesos electorales en México han estado regulados. La legislación en la materia ha sido modificada en diversas ocasiones, aunque las reformas que más impacto han tenido en relación con la democratización de nuestro país comenzaron en 1977; a partir de ellas –como veremos a continuación- se inició el camino hacia la pluralidad y el consecuente ocaso del régimen de partido hegemónico.

“En el marco del régimen de la Revolución Mexicana, el sistema electoral del país se ha venido transformando vertiginosamente. Desde la primera ley electoral, emitida en 1918, hasta nuestros días, mucho se ha avanzado para consolidar y perfeccionar las instituciones electorales, ajustándolas en cada etapa de nuestra evolución histórica conforme al grado de desarrollo político alcanzado” (Núñez: 1993: 16).

Entre 1918 y 1946, se modificó en diversas ocasiones la legislación electoral, aunque un aspecto que destacó fue el relacionado con la consolidación del principio de no reelección para el cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Por otro lado, a partir de 1946, los procesos electorales son organizados y controlados a nivel federal (Núñez, 1993).

¹ José Woldenberg (2003) sitúa el inicio de la *transición política* en 1977. Sin embargo, recordemos que aquí se considerará a 1988 como el inicio de la *transición democrática* del régimen político mexicano, momento en que el partido hegemónico, por primera vez, enfrentó una contienda electoral real. De este contexto se desprenden también los inicios de la comunicación política en México.

De igual forma, las reformas introdujeron modificaciones con las cuales se abrieron espacios para la participación de las mujeres y de los jóvenes:

“Entre las reformas constitucionales que ampliaron sustancialmente las bases sociales del electorado, es de desatacarse la promulgada el 1 de octubre de 1953 que otorgó el voto a las mujeres en comicios federales, culminando así el proceso que se había iniciado en 1947 con la participación de la población femenina en las elecciones municipales. [También] debe mencionarse la reforma constitucional del 22 de diciembre de 1969, por la cual se redujo de 21 a 18 años la edad para disfrutar de la ciudadanía, armonizando esta disposición sobre derechos políticos con la obligación del servicio militar y la sujeción a responsabilidad judicial, que ya tenían impuestas los jóvenes. Posteriormente, el 14 de febrero de 1972, en el marco de la denominada ‘apertura democrática’, se introdujeron diversas reformas a la Constitución General de la República. Entre ellas sobresalen las disposiciones para reducir la edad requerida para ocupar cargos de elección popular. Fue entonces cuando se estableció que para ser diputado federal se debía tener 21 años cumplidos, en vez de 25, el día de la elección y para ser senador, 30 años cumplidos, en lugar de 35” (Núñez: 1993: 18).

En relación con la integración del Congreso de la Unión, sobresalen las reformas de 1963, 1977 y 1986 con las que “se buscó facilitar el acceso a la Cámara de Diputados de los partidos políticos entonces existentes que por diversas razones no llegaban a alcanzar la mayoría en los distritos electorales, pero que representaban a corrientes ideológicas y políticas significativas en la vida nacional” (Núñez: 1993: 18 y 19).

Específicamente con la reforma del 6 de diciembre de 1977, se introdujo el sistema de representación proporcional. Así, “se estableció que 300 diputados serían electos conforme al principio de representación proporcional en circunscripciones plurinominales.” (Núñez: 1993: 19). Para esta reforma también se adoptó el principio de *diputados de minoría*. Después:

“...el 15 de diciembre de 1986 se modificaron nuevamente las bases constitucionales para la integración de la Cámara de Diputados, aumentándose de 100 a 200 el número de los electos por el principio de representación proporcional, con lo cual este órgano de la representación nacional llegó a constituirse con 500 legisladores. Por esa misma reforma se estableció la renovación cada 3 años de la mitad de los integrantes del Senado de la República, retomándose así una disposición establecida originalmente en la Constitución de 1917” (Núñez: 1993: 19 y 20).

En cuanto a la organización y estructura de los partidos políticos, es pertinente señalar que a partir de 1977, su régimen jurídico ha sido modificado concibiéndolos como entidades de interés público (Núñez: 1993). Igualmente, la reforma antes mencionada le:

“...otorga a la oposición un margen de maniobra en relación con el partido en el gobierno, el vínculo democracia-elecciones se convierte en el signo determinante del cambio. De tal fecha al presente, el significado de las elecciones ha ido encontrando sus particularidades de acuerdo con la manera como se definía el ambiente político del momento, en que se fortalecían determinados partidos o reprobaba el alcance de los cambios” (Meyenberg, 2001: 17).

Debido a que en el sistema electoral no había competencia ni canales adecuados para la representación de las oposiciones, los partidos políticos “no contaban tampoco con una defensa legal, apoyo y financiamiento. Todo esto permitía que los comicios fueran controlados gubernamentalmente” (Talamantes, 2003: 56).

Es en ese punto en donde radica la importancia de la reforma de 1977 en relación con los partidos políticos: hasta antes de esta fecha, la oposición fungió como legitimadora del “partido en el poder disfrazando de democrático el carácter de las elecciones” (Avramow, 1989: 16).

En este marco, el Partido Comunista Mexicano:

“...defendía una reforma política que propiciara el registro de todos los partidos existentes, sin excepción, pero con mayor insistencia en los partidos de izquierda, a saber: el Partido Comunista Mexicano, el Partido Mexicano de los Trabajadores, el Partido Socialista Revolucionario, el Partido Popular Socialista Mayoritario, el Partido Revolucionario de los Trabajadores y el Partido Socialista de los Trabajadores” (Fernández, 2001: 182).

Así también, el papel de los medios de comunicación ha sido clave en el proceso de democratización. Al respecto, José Carreño (2003) menciona que:

“...es un tema clave para ver la transición política de México en sus claroscuros. Creo que si hay un tema en el cual no se puede hablar de un ‘antes’ y un ‘después’ de las elecciones de 2000, ése es el de la comunicación, incluso no ha habido mayores cambios en el modelo normativo de subordinación y colusión de intereses de los medios con el poder público” (Carreño, 2003: 99).

Y agrega que:

“...en los años setenta, a la par con la reforma política del gobierno de López Portillo –con Jesús Reyes Heróles, en la segunda mitad de la década-, surge no sólo *Proceso*, como expresión de que ya hay vida periodística al margen del viejo modelo; aparece también, promovido por créditos públicos del gobierno, *unomásuno*, que fue un poco la expresión de la reforma política de esa época” (Carreño, 2003: 101).

En este sentido, de acuerdo con Fátima Fernández (2002) un proceso de transición a la democracia incluye también la apertura de los medios de comunicación:

“En México, una sola empresa de televisión impuso su modelo con el beneplácito de un sistema político que la cobijó sexenio tras sexenio (...) En este marco, cobró forma aquella frase de que Televisa fue a los medios electrónicos, lo que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) al sistema político mexicano (Fernández, 2002: 17)².

Si bien es cierto que en el marco de la democracia, la participación de los medios de comunicación ha tenido relevancia durante los procesos electorales, con lo cual se concluye que la democracia es hoy *mediática* y se encuentra “por una parte, sujeta al papel protagónico de los actores mediáticos; y, por otra, inmersa en las lógicas y mecanismos de la comunicación política” (Exeni, 2001: 105), es importante resaltar que hoy en día es posible observar que sólo son dos empresas las que tienen concesión para transmitir señales de televisión y éste es un aspecto que mella la transición a la democracia al obstaculizar tanto la pluralidad de voces como el acceso equitativo a los medios de comunicación electrónicos.

² “El 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasa nuevamente al sector privado (...) La privatización de los que fueran canales del Estado se lleva a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública en donde participan cuatro sociedades empresariales y en el cual resulta elegido para efectuar la compra el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego propietario de la cadena de venta de artículos electrodomésticos Elektra. El grupo adquiriente paga alrededor de 650 millones de dólares por un ‘paquete de medios’ que incluye, además de las cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Opreadora de Teatros, S.A. y los Estudios América, ambos de propiedad estatal. En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevará el nombre de TV Azteca”. Al final pone a la venta dos cadenas nacionales, una con 90 canales (la del 13) y otra con 78 (la del 7) (Mejía, 2005). En ese entonces, Televisa era la única empresa radiodifusora con concesión para transmitir señales de televisión abierta.

Y otro autor aparece en este marco: las encuestas y sondeos como “termómetros” de la opinión pública. Campuzano (1989) comenta que la primera encuesta preelectoral que se haya conocido fue realizada en 1974 por el Instituto Mexicano de Opinión Pública (IMOP).

“Las encuestas preelectorales son un mecanismo utilizado en los países democráticos, sobre todo en los desarrollados, en los que la competencia partidaria es amplia y frecuente la rotación de partidos en el poder (...) Representan un instrumento de medición basado en la teoría de la probabilidad y estadística, que permite conocer opiniones, actitudes y valores de la población. Se utilizan para recabar información que permita verificar hipótesis o elaborar descripciones de situaciones y problemas económicos, políticos, culturales y sociales” (Campuzano, 1989: 90).

La necesidad de realizar encuestas y sondeos –como parte de las estrategias de comunicación política- surge cuando el PRI comienza a quebrantarse, y junto con él, el régimen de partido hegemónico.

Es así como comienza a observarse la participación de los ciudadanos y su injerencia en las estructuras de poder del régimen: se empezaron a “crear espacios institucionales de participación a las nuevas organizaciones políticas surgidas después de 1968 y [a] regular las formas en que éstas podrían participar, con el propósito de erradicar la participación ilegal, especialmente la terrorista y la guerrillera” (Avramow, 1989: 21).

Sin embargo, se ha considerado que:

“...al ciudadano le han escamoteado el valor de la democracia en su significado pleno; ha habido un grado de desarrollo en lo relativo a su participación electoral, pero no en su participación política (que no es lo mismo); es decir, después de la reforma política de Jesús Reyes Heróles, en 1977, todas las demás son reformas electorales. Todas las discusiones en las que se empeñan los partidos tratan de cómo repartir el poder, pero no de qué hacer con el poder. Hay que ver la cantidad de agrupaciones civiles que están surgiendo con intereses particulares (...) porque es tal la desvinculación entre los partidos y la ciudadanía que en ese interregno están buscando formas de participación [Estas agrupaciones han crecido] porque no se tienen canales de expresión adecuados” (Delgado, 2003: 115).

Como conclusión, podemos afirmar que las reformas electorales han desempeñado un papel importante en la democratización del régimen político mexicano, al abrir espacios a diversos grupos relegados de la participación y la toma de decisiones, como los jóvenes, las

mujeres y los grupos opositores al gobierno del PRI. Por otra parte –y de acuerdo con Schedler (2001)- las modificaciones en la legislación electoral tuvieron su génesis en la desconfianza hacia el régimen de partido hegemónico:

“El motor de la transición mexicana a la democracia fue impulsado por las sucesivas reformas electorales (...) El motor de éstas fue la desconfianza de los partidos de oposición hacia la autoridad electoral (...) En menos de una década, el país llevó a cabo una revolución electoral sigilosa que transformó sus instituciones electorales de manera radical. El resultado fue una nueva y compleja arquitectura electoral cuyo diseño está impregnado, desde los cimientos hasta el techo, por la lógica de la desconfianza” (Schedler, 2001: 55).

A continuación, se hará un recuento de los principales acontecimientos que han definido la transición democrática como escenario de la comunicación política, y el papel de los actores en cada contexto.

4.1 1988: LA “CAÍDA DEL SISTEMA”

Contexto político, económico y social

La celebración de los comicios electorales en 1988 tuvo como precedente la crisis económica de 1982 y, también, la crisis política de ese sexenio. Además del descontento de la población, “había un descontento en las filas del mismo partido en el poder, manifestado en las divergencias de algunos de sus militantes con respecto al procedimiento seguido por sus dirigentes para escoger al candidato a la Presidencia de la República y a la política establecida por los gobernantes para conducir a la sociedad y a la economía” (González, 1989: 138).

“La ruptura del PRI en 1987 (...) desde luego rompe una de las reglas fundamentales de la disciplina que le permitió mantener su hegemonía (...) La salida de la Corriente Democrática [representada por Cárdenas y Muñoz Ledo], en 1987, ya implica que a la élite política se le sale de control el proceso, que se reflejó, a su vez, de manera inmediata, en las elecciones de 1988, en las que, si bien todavía logran imponer al candidato oficial, ya se empieza a salir de control el proceso (...), ya hay riesgos incluso de inestabilidad” (Crespo, 2003: 37)³.

³ Cuahtémoc Cárdenas Solórzano, desde 1985, había expresado su descontento con la forma de elegir a los candidatos al interior del partido. Se alió con Porfirio Muñoz Ledo, otro personaje inconforme, en la búsqueda

Como consecuencia, se registró una turbulenta y cuestionada jornada electoral de la cual resultó ganador Carlos Salinas de Gortari. “El 2 de julio de 1988, las evidencias de fraude (junto con el ocultamiento y la posterior destrucción de las evidencias) hicieron pedazos todo lo que restaba de credibilidad al aparato electoral controlado por el partido hegemónico” (Schedler, 2001: 57).

Ya como presidente de México, Carlos Salinas propuso reformar la legislación electoral con el objetivo de transparentar los procesos electorales; éste fue el primer paso para el surgimiento del Instituto Federal Electoral.

Para este trabajo, consideraré el año de 1988 como el inicio de la construcción de espacios de comunicación política en México debido a que, a partir de los comicios electorales de ese año y la pérdida de credibilidad del partido en el poder, los políticos tuvieron que buscar la forma de legitimar sus acciones frente a los ciudadanos, por lo que recurrieron a los estudios de opinión para conocer las necesidades de los ciudadanos y de esta forma ganar adeptos y votos potenciales. Por su parte, los medios de comunicación se abrieron para hacer escuchar las voces de los distintos partidos políticos. Así, ambos actores se autoerigieron como representantes de la opinión pública.

Marco legal

La Comisión Federal Electoral, hasta antes de que se promulgara el nuevo Código Federal Electoral, estaba integrada por el Secretario de Gobernación, que fungía como presidente; un notario público, como secretario; un representante de la Cámara de Diputados y otro de la Cámara de Senadores y un representante de cada uno de los partidos registrados, o sea, el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido Popular Socialista (PPS), el Partido Demócrata Mexicano (PDM), el Partido Socialista de los Trabajadores (PST), el Partido Socialista Unificado de México (PSUM), el Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT), El Partido Mexicano de los Trabajadores (PMT)

por la democratización del PRI y en 1987, Cárdenas fue expulsado de sus filas por haber aceptado la candidatura presidencial por parte del Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM) para las elecciones federales de 1988. Su aliado renunció también (González, 1989).

y el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM). Todos estos representantes tenían voz, pero no voto. También había un Secretario Técnico, que era el Subsecretario de Gobernación y el Director del Registro Nacional de Electores (González, 1989).

La inequidad era la característica principal de las comisiones electorales, al quedar debilitada la oposición con la poca posibilidad de obtener votos a favor. Así que, desde la reforma de 1977, la dinámica de la vida política cambió como resultado de la pérdida de credibilidad en el gobierno y la consecuente apertura de espacios para la participación de otros grupos distintos al hegemónico.

Así, en 1988, nuevamente la desconfianza suscitó que las instituciones electorales fueran reformadas. “La decisión: separar la organización electoral del partido de Estado (...) Dada la profunda desconfianza que despertaba el gobierno, mantener la administración electoral bajo su control no podía sino perpetuar las sospechas” (Schedler, 2001: 58).

A partir de la reforma electoral (1989-1990), se fundó el Instituto Federal Electoral en 1990, con lo que “Salinas de Gortari supera la crisis institucional [al] fortalecer la credibilidad de los procesos electorales, buscar reforzar el control de la legalidad y de las resoluciones de los órganos electorales y tipificar en la legislación penal distintos delitos relacionados con las elecciones” (Talamantes, 2003: 61). No obstante:

“...la reforma respondió al imperativo de separar el órgano electoral del gobierno sólo de manera ambivalente. Introdujo, efectivamente, la figura de expertos apartidistas (‘consejeros magistrados’) en el Consejo General (...) Por tanto, en términos estructurales, los nuevos magistrados estaban en buena posición para adoptar un papel decisivo de bisagra, de fiel de la balanza, entre gobierno y oposición. No obstante, al mismo tiempo, la reforma concedía al Presidente de la República la prerrogativa de proponer los nombres de los consejeros independientes” (Schedler, 2001: 59 y 60).

Como se puede observar, el hecho de que el Presidente tuviera la facultad de estructurar el Consejo General del IFE, seguía generando desconfianza, aunque se trató de evitar la imparcialidad en este consejo al crear la figura de los *consejeros magistrados*. “En el nivel federal [el PAN se mostraba satisfecho] con el código electoral vigente, mientras

que el PRD seguía descontento pero sin capacidad de influencia” (Schedler, 2001: 64). La conformación del Consejo General del IFE quedó de la siguiente forma:

“Se pensó en una representación plural del Poder Legislativo y se atemperó notablemente la representación proporcional de los partidos. A partir de entonces, el Consejo General del IFE estaría conformado por el secretario de Gobernación, dos diputados (uno de la mayoría y uno de la primera minoría), dos senadores (uno de la mayoría y uno de la primera minoría), representantes de los partidos de acuerdo con su votación anterior, pero de tal forma que ninguna formación partidista pudiese tener más de cuatro representantes (entre 1.5 y 10% de los votos, un consejero; entre 10 y 20% dos; entre 20 y 30% tres y más de 30% cuatro), más seis consejeros magistrados propuestos por el Presidente de la República y aprobados por las dos terceras partes de los votos en la Cámara de Diputados; la figura de los consejeros fue la innovación que debía servir como elemento de equilibrio entre las diferentes representaciones partidistas (COFIPE). Con esa composición se celebraron las elecciones de 1991” (Woldenberg, 1995: 120).

La pluralidad se convirtió en el elemento central del régimen político mexicano. Por tal motivo, surgió:

“...la necesidad de crear instituciones que permitieran que esa pluralidad se expresara y pudiera competir y convivir de manera civilizada. Hasta donde sabemos, hoy en día no hay ninguna fórmula superior a la electoral para que esto suceda (...) Ése el motor de fondo que tiene que traducirse en organizaciones de ciudadanos, en partidos políticos, y luego éstos van demandando nuevas normas, otras instituciones, a la vez que van generando un espacio político en el cual eso se pueda desplegar ya sin taxativas” (Woldenberg, 2003: 196).

En 1993 se realizó otra reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), en la cual se incluyó la figura de *observadores electorales*. Para 1994, esta modificación legal, otorgó mayor legitimidad a los procesos electorales.

Los políticos

La competencia política en 1988 fue distinta a lo que había sido en el pasado, de hecho, podemos hablar de que, por primera vez, se presentó “una competencia real entre tres fuerzas políticas, PAN, PRI, FDN⁴. [Este último] había agrupado y representado a la mayor parte de los sectores de izquierda, entrando así en escena el pluralismo político, el

⁴ Los candidatos a la Presidencia de la República fueron: Manuel de Jesús Clouthier del Rincón, por el PAN; Carlos Salinas de Gortari, por el PRI y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano por el FDN.

establecimiento de un sistema de partidos plural y de un electorado claramente dividido” (Talamantes, 2003: 58).

Y como parte de esta competencia, también “por primera ocasión los candidatos de la oposición se plantearon la expectativa de triunfar frente al candidato del PRI” (Campuzano, 1989: 90).

Precisamente al ser la primera vez que la oposición contendía en la lucha por el poder, se evidenció la inexperiencia en la organización de campañas políticas frente al hasta entonces partido hegemónico, el PRI. De acuerdo con Mónica Cándano, a pesar que el discurso de los partidos de oposición se basó en la crisis económica por la que atravesaba el país, así como en la falta de credibilidad en el gobierno, “las campañas de oposición mostraban desorganización, falta de consistencia, ausencia de un trabajo previo y eficaz y debilidad de sus organizaciones” (Cándano, 1989: 54).

Mientras que el PAN movilizaba a las clases medias de las grandes ciudades del norte y centro de México, el FDN se concentraba en el sur del país, pero poco a poco comenzó a *ganar terreno*:

“Conforme transcurrió la campaña, y especialmente a partir de la última semana de mayo, el cardenismo comenzó a adquirir una fuerza inusitada: su prestigio y su arraigo entre las clases trabajadoras del campo y la ciudad creció, con considerable impacto entre los grupos estudiantiles y su arrastre en la ciudad de México fue aplastante, por tratarse de una urbe poblada de asalariados maltratados por la crisis” (González, 1989: 142).

Como se puede observar, el pluralismo característico de la competencia electoral de 1988 sirvió de base para la creación de espacios de comunicación política. Hasta antes de esta fecha, el partido en el poder no había tenido la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación política porque simple y sencillamente la oposición no existía.

Los medios de comunicación

Como se ha mencionado anteriormente, el año de 1988 representó un hito en la historia de la vida política de México por la diversidad de la competencia electoral pero, también, por

la injerencia que han tenido los medios de comunicación en este aspecto. De acuerdo con Aimée Vega (2003):

“Entre 1989 y 1994 [se presentaron] nuevas oportunidades para el desarrollo de la comunicación política en México: iniciaron los primeros debates entre candidatos; publicistas y mercadólogos extranjeros irrumpieron en el escenario electoral; fueron abiertas las primeras consultorías de comunicación y de investigación de mercado especializadas en procesos electorales; y los políticos empezaron a hacer uso de la propaganda en radio, televisión y prensa para conseguir el voto” (Vega, 2003).

En este escenario, los medios de comunicación –principalmente la televisión- se convirtieron en una ventana abierta para observar la actividad política. “Las elecciones de 1988 mostraron (...) la enorme potencialidad transformadora que tenía la televisión” (Woldenberg, 2003: 195).

Sin embargo, durante las elecciones de este año todavía se podía observar la inequidad en el acceso a los medios de comunicación:

“En la cobertura de asuntos electorales la prensa solía tener un comportamiento mucho menos parcial que los medios electrónicos, y mantuvo esa misma tendencia; pero en el campo de la radio y la televisión había tal unilateralidad que, en las campañas presidenciales de 1988, los dos noticieros más importantes de la televisión mexicana dieron 92% de todo su espacio de información electoral a un solo partido” (Trejo, 2001: 86), el PRI.

En este sentido, Aimée Vega comenta que “el proceso electoral de 1988 marcó el inicio de la transición democrática en México en diversos ámbitos, incluido el de la función social de la televisión. [Estos comicios pusieron] en tela de juicio no sólo los esquemas políticos prevalecientes en el país, sino [también] el oficialismo de la televisión mexicana” (Vega, 2001: 121).

La opinión pública

Otra novedad en los comicios electorales de 1988 fue la publicación de encuestas que determinaban quién sería el próximo Presidente de la República. Si bien no fue la primera

vez que se realizaron estudios de este tipo en México –como se menciona anteriormente– “en esta ocasión proliferaron y tuvieron amplia difusión” (Campuzano, 1989: 89).

La “psicosis por las encuestas empezó tarde en México, pero se instaló con fuerza en nuestra vida política; 1988 parece ser el parte aguas. [Desde los centros de estudio de opinión pública] se influyó en las decisiones de los gobernantes, de los partidos y de sus candidatos, y también en la visión e interpretación de la realidad a través de los medios” (de las Heras, 1999: 23).

En el contexto electoral de 1988, las encuestas servían de apoyo para seguir y evaluar las campañas y la situación política en general. De esta forma, las encuestas se convirtieron “en una especie de auditoría para los resultados electorales, insistiendo en que si los resultados no coincidían con las estimaciones, necesariamente tenía que haber algún tipo de fraude” (de las Heras, 1999: 30).

Igualmente, en el seno de los partidos políticos y los equipos de trabajo de los candidatos, surgió el interés por los estudios de opinión pública como una forma de mejorar sus instrumentos para el diseño y la evaluación de las estrategias electorales: “en los partidos de oposición, porque la posibilidad de ganar una elección les hizo estimar en su justo valor el contar con estos instrumentos; al interior del PRI, porque se dieron cuenta de que sus instrumentos tradicionales ya no eran suficientes para asegurar un triunfo electoral” (de las Heras, 1999: 30).

De esta forma, el estudio de la opinión pública comenzaba a crecer y también se empezaron a identificar dos tipos de encuestas: las que simplemente buscaban información sobre la situación electoral y aquellas cuyo objetivo se concentraba en la toma de decisiones (de las Heras, 1999: 30).

Así, en 1989, el PRI decidió crear un sistema de información pública en su Comité Ejecutivo Nacional. Sin embargo, hasta ese entonces, su experiencia en el tema era “desastrosa (...) Pero no sólo era la falta de precisión de las inferencias lo que había creado

problemas entre las encuestas y sus usuarios inmediatos, además, cada vez que se había intentado utilizar las encuestas para orientar o evaluar la campaña, había sido imposible hacer compatible su información con los métodos y parámetros de trabajo de una estrategia electoral” (de las Heras, 1999: 31).

En 1990, este sistema de información pública fue reestructurado con mayor experiencia al mejorar sus estrategias a partir del conocimiento de la población objetivo, es decir, de los posibles votantes.

Los ciudadanos

Además de ver por los derechos humanos de los ciudadanos, durante las elecciones de 1988, la Academia Mexicana de Derechos Humanos⁵ y Alianza Cívica también lucharon por el fortalecimiento de la transición pacífica hacia la democracia. Su observación se centró en comportamientos como la “compra y coacción de voto, en los gastos de las campañas electorales y en la labor de los medios de comunicación” (Tapia, 1998: 171).

De cualquier forma, el estado de ánimo de la población se caracterizó por el descontento; “todavía en 1989, apenas una quinta parte de los ciudadanos pensaba que el PRI efectivamente había ganado las elecciones” (Schedler, 2001: 57).

La falta de alternativas políticas y la escasez provocada por la crisis económica generaron “fuerzas sociales descontentas y cada vez más activas, con mayores demandas y resentimientos acumulados” (Cándano, 1989: 53). De esta forma, se propició un ambiente para el aumento de la demanda de democratización en el país.

Por otro, la heterogeneidad de la sociedad mexicana necesariamente debía reflejarse en la conformación del escenario político. Para Woldenberg (2003), lo que generó:

⁵ La Academia Mexicana de Derechos Humanos “inició el proyecto de analizar el comportamiento de los medios en el contexto de los procesos electorales, a partir de 1991. Ese año, el organismo implementó un proyecto de observación en las elecciones para gobernador del estado de San Luis Potosí, teniendo como principal interés llamar la atención sobre la necesidad de defender el derecho a la información de la sociedad” (Vega, 2000: 128).

“...la creación de nuevas normas e instituciones (...) fue que la pluralidad política que existía en México apareció con toda su capacidad de expresión, de recreación, con toda su fuerza en muy distintos ambientes de la sociedad mexicana (...). Ese México plural no podía ser cobijado por un solo partido” (Woldenberg, 2003: 195 y 196).

4.2 1994: CRISIS, REFORMAS Y PRI

Contexto político, económico y social

Para las elecciones federales de 1994, se reestructuró el IFE. El contexto: inestabilidad. Jorge Carpizo (1995) relata el contrastante escenario nacional entre 1993 y 1994:

“A finales de 1993 la situación general del país era de tranquilidad y de optimismo: en los tres años anteriores, el crecimiento económico había sido superior al demográfico, se había aprobado el Tratado de Libre Comercio por parte del Congreso norteamericano, la inflación se había reducido a un dígito, los capitales extranjeros estaban fluyendo al país, la inversión social del gobierno aumentaba y no existían mayores problemas políticos. En una palabra: había esperanza en el futuro de México y en que los logros macroeconómicos iban a comenzar a sentirse en el mejoramiento del nivel de vida de la mayoría de los mexicanos” (Carpizo, 1995: 14 y 15).

Sin embargo, “dentro de este panorama irrumpió el levantamiento armado de Chiapas, [con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN),] el 1 de enero de 1994. La sorpresa fue inmensa. Desde luego que el gobierno conocía que en Chiapas existían grupos armados, pero los subestimó en número y organización y nunca pensó que pudieran tomar de sorpresa al ejército nacional” (Carpizo, 1995: 15).

Este levantamiento estuvo acompañado por:

“...una fuerte devaluación del peso; el asesinato de Luis Donaldo Colosio [marzo, 1994], candidato a la presidencia, y el asesinato de José Francisco Ruiz Massieu [julio, 1994], futuro coordinador parlamentario del PRI en la Cámara de Diputados. El asesinato de Colosio llevó a que al interior del PRI otra vez se hiciera evidente la designación del candidato presidencial, esta vez, Ernesto Zedillo, revirtiéndose así el avance democrático” (Talamantes, 2003: 63).

Alejandra Altamirano (2001) menciona que, sin quitarle credibilidad a los resultados electorales de 1994, “las condiciones en que se desarrolló la contienda no lograron la plena satisfacción de las demandas esgrimidas por la oposición de mayor equidad en los recursos y un mejor y más amplio acceso en los medios de comunicación” (Altamirano, 2001: 127). Además, la oposición ya había adquirido fuerza y ganado espacios para presionar por reformas electorales más amplias y profundas.

En este contexto, la reforma electoral de 1994 figuró como una opción del gobierno para “encontrarle una solución negociada a ese conflicto armado, y la decisión de que los aspectos políticos, específicamente los electorales, debían ser negociados y acordados con los partidos políticos” (Carpizo, 1995: 15).

No olvidemos que el contexto en que se discutió esta ley era de inestabilidad y en estas circunstancias se llevaron a cabo las elecciones federales el 21 de agosto 1994. Como señala José Antonio Crespo (2003):

“En 1994, cuando hubo algunas reformas electorales –incluso algunas bastante avanzadas– gana el PRI, por las razones que se quiera, y no le queda a la oposición más remedio que reconocer como esencialmente legítimo (en todo caso, mucho más que en 1988) el triunfo del PRI” (Crespo, 2003: 39).

Por su parte, Andreas Schedler comenta que aunque “el PRI volvió a ganar por un margen cómodo (...), para muchos observadores, con esta contienda tan competida el país llegó a cruzar el umbral de la democracia electoral. (...) La mayoría (...) habló de las elecciones más limpias en la historia de México” (Schedler, 2001: 65).

Marco legal

La crisis económica y social del país enmarcó las negociaciones de la reforma de 1993. En este contexto, el gobierno llamó al diálogo para intercambiar ideas entre “los dirigentes de los tres partidos políticos nacionales con mayor fuerza electoral⁶ [y el 27 de enero de 1994 se firmó el Acuerdo Nacional por la Paz, la Justicia y la Democracia], por ocho de los

⁶ PAN, PRI y PRD.

nueve candidatos presidenciales, los presidentes de sus respectivos partidos políticos y el secretario de Gobernación como testigo de honor” (Carpizo, 1995: 15).

El Partido Popular Socialista (PPS) fue el que no aceptó firmar este acuerdo, pero es pertinente señalar que manifestó públicamente su aceptación de la mayor parte de los objetivos del documento y “mantuvo siempre un diálogo fructífero con el presidente del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE), aportando ideas y propuestas al diálogo nacional” (Carpizo, 1995: 16).

Con la reforma a la legislación electoral de 1993 se decidió integrar un nuevo padrón electoral y expedir una credencial para votar con fotografía. De igual forma, se acordó abrir la Cámara de Senadores a los partidos de oposición en una proporción importante (Carpizo, 1995). Además, “los tres partidos mayores acordaron nombrar por (...) una nueva generación de consejeros independientes y darles mayoría de votos en el organismo electoral” (Schedler, 2001: 64 y 65). Éste fue el primer paso para la *ciudadanización* del IFE.

De igual forma, se “incluyó la figura de los observadores electorales en la ley, los cuales en las elecciones presidenciales de 1994 estaban llamados a convertirse en una importante fuente de credibilidad” (Talamantes, 2003: 61 y 62).

El Partido de la Revolución Democrática (PRD) se resistió debido a que “consideró insuficiente la reforma (...) ya que no se habían satisfecho sus principales demandas de carácter electoral. Sin embargo, otros partidos de oposición, especialmente, el Partido Acción Nacional, apoyó esa reforma electoral” (Carpizo, 1995: 14).

Con esta legislación se llevaron a acabo las elecciones federales en México y los reclamos de la oposición dejaron de centrarse en la organización y resultados electorales⁷ para trasladarse a las condiciones inequitativas de la competencia por el poder.

⁷ El presidente de la República ya no estaba facultado para integrar el Consejo General del IFE.

Los políticos

En un régimen político en el que tres partidos son los que dominan, siempre se corre el riesgo de que existan alianzas excluyentes: “en México, en cuestiones de administración electoral, la alianza natural se daba entre PAN y PRD. El PRI podía tener afinidades económicas con el PAN y afinidades culturales con el PRD; pero en el terreno de la organización electoral, la alineación dominante no podía ser sino de oposición contra el régimen” (Schedler, 2001: 65).

Para evitar la formación de alianzas excluyentes, se recurrió a la ciudadanización del Consejo General del IFE:

“Las reformas de 1994 a la Constitución y al COFIPE fueron más allá. Los partidos políticos no tendrían derecho a voto pero sí a voz y su representación sería igualitaria. Con ello se inició probablemente la ruta de la ‘despartidización’ de los órganos electorales, aunque el derecho a voz les permitía seguir siendo un elemento central en el proceso de una toma de decisiones, ya que los debates fundamentales se darían a partir de las diversas perspectivas que norman el comportamiento de los partidos” (Woldenberg, 1995: 120 y 121).

Aunque el PAN apoyó la reforma electoral, el PRD la rechazó y pugnó por reformas más profundas. “La amenaza de inestabilidad política convertía de repente al PRD en actor clave de las negociaciones electorales. Todavía durante el proceso electoral de 1994⁸, el partido del sol azteca pudo sacarle concesiones significativas al régimen. Una de las más importantes fue la transformación del Consejo General del IFE” (Schedler, 2001: 64).

De esta forma, del Consejo General del IFE, a partir de la reforma de 1994, quedará integrado por seis consejeros ciudadanos, el Secretario de Gobernación, dos diputados, dos senadores y los representantes de los partidos políticos (Woldenberg, 1995).

⁸ Los contendientes de los tres partidos principales en México a la Presidencia de la República fueron: Diego Fernández de Cevallos, por el PAN; Ernesto Zedillo Ponce de León, por el PRI y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, por el PRD.

Como ya se ha comentado, el PPS no suscribió el Acuerdo Nacional por la Paz, la Justicia y la Democracia, pero no mostró resistencia alguna para dialogar con el Consejo General del IFE.

Los medios de comunicación

A pesar que el Instituto Federal Electoral asignó un monto específico [para la elaboración y difusión de propaganda] a cada candidato de acuerdo a la representatividad de su partido” (Vega, 2003), todavía en 1994 presentaba limitaciones en relación con la equidad en la distribución de los recursos y el acceso a los medios de comunicación. Zertuche (1995) menciona que:

“...hoy resultan muchos los agraviados y tienen razón. Cuando la televisión o la radio transmitían insistentemente mensajes a favor del candidato del partido en el gobierno; cuando se observó el poderío económico de esa organización partidista; cuando se advirtió que los programas oficiales tienen también un destino electoral; cuando los funcionarios no sabían diferenciar sus responsabilidades frente a sus preferencias y a su disciplina partidista. Y a todo esto se le trató de poner límites, coto o definición de conductas ilegales y los partidos políticos de oposición buscaron, pretendieron condiciones menos inequitativas” (Zertuche, 1995: 166).

Como un intento por erradicar estas prácticas “el Consejo General del IFE [exhortó] a los concesionarios a comportarse con objetividad y veracidad, [así como brindar un trato equitativo a los contendientes de todos los partidos. También] se acordó que la Comisión de Radiodifusión realizara monitoreos de los noticiarios de radio y televisión” (Woldenberg, 1995: 125), para contar con un registro propio de este tipo de datos. De igual forma, se pidió a los concesionarios otorgaran el derecho de réplica para todo aquel que lo solicitara.

En cuanto a la práctica de la comunicación política, es pertinente anotar que:

“El proceso evidenció la relación cada vez más cercana entre los políticos y la comunicación: [se llevó a cabo el primer debate entre candidatos presidenciales difundido por radio y televisión nacionales basado en el modelo europeo, es decir, con la intervención de un moderador. Los medios de comunicación también empezaron a levantar encuestas y], finalmente, nuevas tecnologías como el Internet debutaron como una novedosa vía de comunicación entre los candidatos y los ciudadanos (Vega, 2000: 3).

En este mismo sentido, Delia Crovi apunta que:

“...si bien en las elecciones presidenciales del año 2000 Internet había sido usado tanto por los partidos, como por algunas instituciones vinculadas al proceso, en el contexto de las estrategias mediáticas tuvo un perfil bajo, generalmente reducido a la presentación de páginas web, que lejos de aprovechar la interactividad del medio, se comportaron como una suerte de carteles digitales colgados en la red” (Crovi, 2005, en prensa).

La opinión pública

Como se ha mencionado líneas arriba, las encuestas y los sondeos se han convertido en:

“...una práctica generalizada para establecer *a priori* un estimado de las tendencias electorales [y legitimar los resultados electorales]. Sin embargo, este auge de los sondeos no se ha visto acompañado de una guía didáctica que muestre al público las diferencias que hay entre los instrumentos, y tampoco de un código ético que evite la emisión de resultados no sustentables en la seriedad de su método y la representación de su muestra” (Meyenberg, 2001: 21 y 22).

Para 1994, los medios de comunicación se integraron al mundo de las encuestas, al comenzar a levantar y difundir las propias. Así, se tenía una visión más de la situación del país, fundamento para la planeación y ejecución de estrategias de comunicación política.

Los ciudadanos

El levantamiento armado en Chiapas “no era sólo un movimiento indígena que abanderaba demandas sociales para estos grupos, sino también un movimiento que perseguía fines políticos nacionales con demandas respecto al sistema político y a la democracia del país” (Carpizo, 1995: 15). Este movimiento reflejaba el estado de ánimo del país.

Como una forma para enfrentar esta problemática –y como ya se ha mencionado- se realizaron diversas modificaciones al marco legal electoral, bajo el entendido que:

“...la legitimidad para gobernar y legislar tiene una sola fuente: la voluntad ciudadana [la cual] no es estática o eterna, sino cambiante y temporal, por lo que resulta imprescindible reconocer que mayorías y minorías lo son en determinados momentos y no cristalizan para siempre. En esta perspectiva, las elecciones resultan insustituibles. Son el expediente para

medir la voluntad popular (...) fragmentada (...), de tal suerte que la autoridad electoral está obligada ética, política y legalmente a respetar el dictado de las urnas” (Woldenberg, 1995: 123).

La principal aportación a la legislación electoral de 1994 se basa en la ciudadanización del Consejo General del IFE con el objetivo de transparentar y dar legitimidad a los procesos electorales y generar, así, espacios para la participación ciudadana. De esta forma, se integraron al IFE “seis consejeros ciudadanos: Santiago Creel, Miguel Ángel Granados Chapa, José Agustín Ortiz Pinchetti, Ricardo Pozas, José Woldenberg y Fernando Zertuche” (Woldenberg, 1995: 122), quienes tomaron posesión el 3 de junio de 1994.

Por su parte, Alianza Cívica y la Academia Mexicana de Derechos Humanos volvieron a realizar trabajos de observación de las jornadas electorales enfocándose, sobre todo, en el espacio que ocuparon los candidatos de los distintos partidos en los medios de comunicación. Así, los “resultados evidenciaron la inequidad de los telediarios a favor del partido oficial, aunque, hay que decirlo, fue menor que en 1988” (Vega, 2001: 128).

4.3 1997: LOS CIUDADANOS VIGILAN LAS ELECCIONES

Contexto político, económico y social

La importancia de los comicios electorales de 1997 en el contexto de la transición democrática se concentra en dos aspectos: por un lado, se hizo más evidente la competencia electoral y, por otro, el órgano encargado de organizar, vigilar y evaluar las elecciones adquirió autonomía de la Secretaría de Gobernación. De esta forma, se comenzaron a sentar las bases para que la comunicación política se conformara como el escenario clave del año 2000.

Además, Vega (2001) comenta que:

“Si bien no es posible equiparar una elección presidencial con una gubernamental, estos comicios tenían una importancia sin precedente: se elegía por primera vez al gobernador de

la capital de México, acontecimiento que generó gran expectación entre diversos actores. Autoridades electorales, partidos políticos, organismos no gubernamentales, intelectuales y académicos se involucraron en ella. Y para los ciudadanos del D.F. esta elección implicaba, evidentemente, un compromiso en su ejercicio del voto mayor que en otros comicios” (Vega, 2001: 135).

Así, durante este año electoral, la economía mexicana alcanzó la tasa más alta de crecimiento en 16 años (INEGI, 1998). Además, el proceso se realizó con el COFIPE reformado en 1996, lo cual “vendría a consolidar la fórmula adoptada para la integración de los órganos electorales, que por su desempeño y aceptación ha demostrado ser la más eficaz para construir un régimen plenamente democrático, nos referimos, claro está, a la *ciudadanización*” (Altamirano, 2001: 149).

La reforma a la legislación electoral de 1996 es un elemento más de la transición a la democracia en México. “Este nuevo marco regulatorio en materia electoral sería puesto a prueba en dos elecciones que significaron el fin del régimen del partido hegemónico. Nos referimos, en efecto, a los comicios de 1997 y 2000, respectivamente” (Altamirano, 2001: 147). En las elecciones de 1997, el PRD consiguió la jefatura del Gobierno del Distrito Federal⁹.

En las elecciones del 6 de julio de 1997, “el PRI perdió tanto la capital como su mayoría en la Cámara de Diputados. Naturalmente, el resultado favorable para la oposición ayudó a establecer la credibilidad del proceso, que en sus vísperas todavía había suscitado ciertas dudas y cuestionamientos” (Schedler, 2001: 67).

Marco legal

La reforma electoral de 1996 ha sido considerada como la más avanzada en México (Pérez, 2001), ya que “viene a cerrar el largo proceso de transición democrática ocurrido en el país” (Altamirano, 2001: 148), al traducirse, primero, en un factor clave para que la organización, vigilancia y evaluación de los comicios electorales estuvieran en manos de

⁹ Ésta fue la primera vez que se votó para el cargo de Jefe de Gobierno del Distrito Federal.

los ciudadanos, y, segundo, en una posibilidad para la alternancia. Yolanda Meyenberg (2001) comenta acerca de la importancia de esta reforma, que se anunció como:

“...una reforma definitiva en la que se recogían casi dos años de negociaciones y suspicacias de los partidos políticos. En ella se lograban importantes avances en muchos de los temas que habían sido motivo de conflicto en los reiterados procesos electorales; asimismo, se afinaban los mecanismos de representación política en el país” (Meyenberg, 2001: 18).

Para Jesús Ortega (2001), los avances en la legislación electoral la han convertido en la norma que regula el proceso de transición política y, al instaurarse procedimientos que estructuran al régimen, podemos hablar de una consolidación democrática, aunque no podemos afirmar que haya alcanzado a todo el país:

“Dicha reforma permitió que la organización y control de los procesos electorales saliera de la esfera gubernamental y se adquiriera una independencia e imparcialidad en la organización de los procesos electorales. Podemos observar ese paso tan importante en el reciente comportamiento del Consejo General del IFE: eficiente e imparcial. No sucede, lamentablemente, lo mismo con los consejos locales y los consejos distritales” (Ortega, 2001: 80).

Asimismo, la mencionada reforma “sirvió como el aval para una competencia más equitativa” (Meyenberg, 2001: 19), con una amplia oferta de información y la oportunidad para elegir con mayor libertad.

Los políticos

Los comicios electorales de 1997¹⁰ representaron un cambio importante en la organización de las fuerzas políticas:

“La elección federal de 1997 sin duda representa un parteaguas en la historia electoral del México moderno: por primera vez el PRI no consiguió la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados –aunque sigue siendo el partido con el mayor número de curules. El PRD consiguió colocarse como la segunda fuerza política, superando en el número de curules al PAN” (de las Heras, 1999: 95).

¹⁰ Los candidatos para la Jefatura del Gobierno del Distrito Federal fueron: Carlos Castillo Peraza, por el PAN; Alfredo del Mazo González, por el PRI y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano por el PRD.

En ese año, se eligieron 261 diputados de oposición (PAN, PRD y otros dos menores) y 239 del PRI. “Si la oposición lograba unirse, por primera vez en la historia moderna de México tendría una mayoría decisiva en la cámara baja del congreso. Esos resultados reflejaron un patrón de la última década del siglo: el pluralismo florecía en todo México como bugambilia, desde la base” (Preston y Dillon, 2004: 229).

Los medios de comunicación

Gracias a la reforma electoral de 1996, se logró una apertura en la difusión de información y se registró mayor equidad en el acceso a los medios de comunicación. Éste fue un aspecto que ayudó a generar un ambiente de mayor libertad para la elección de los ciudadanos (Meyenberg, 2000).

En las elecciones de 1997, los políticos comenzaron a utilizar los *spots* como estrategias de comunicación política. Así, una vez más, los medios de comunicación jugaron un papel primordial dentro de la democracia actual (Vega, 2001).

Por otra parte, la Academia Mexicana de Derechos Humanos, de nuevo, realizó monitoreos de los espacios otorgados a cada candidato de los diferentes partidos contendientes en esta jornada electoral. También, la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral, cuyos integrantes eran representantes de todos los partidos políticos, realizaba observaciones y, cuando lo consideraba pertinente, emitía recomendaciones a los concesionarios de las televisoras (Vega, 2001).

“Los resultados de los monitoreos, a juzgar por sus autores, dibujaron un panorama muy positivo. [Sin embargo, los espacios se concentraban en las tres primeras fuerzas electorales. Este aspecto se repetía] en otras variables, como la del tiempo de voz e imagen o la jerarquización de las informaciones” (Vega, 2001: 135 y 136). Cuando los concesionarios sabían que serían evaluados, el panorama se tornaba más equilibrado.

La opinión pública

Las empresas dedicadas a realizar encuestas y sondeos para *medir* la opinión pública comenzaron a instalarse en México y empezaron a sentar las bases para convertirse, 3 años más tarde, en un actor político clave. Las más importantes en ese entonces eran *Indemerc-Harris*, *BIMSA*, *Nielsen*, *Covarrubias* y *Asociados y Mitofsky*, entre otras (Vega, 2003).

Además, para los comicios de este año, los políticos comenzaron a utilizar los estudios de opinión pública no sólo como un diagnóstico para conocer la tendencia de voto, sino como un instrumento propagandístico (Vega, 2003).

Los ciudadanos

Las reformas en materia electoral de 1996 condujeron a que 1997 y la ciudad de México conformaran el escenario para el desempeño de los ciudadanos en la organización, vigilancia y evaluación de los procesos electorales, gracias a la ciudadanización del Consejo General del Instituto Federal Electoral.

Por otra parte, y como se menciona anteriormente, la Academia Mexicana de Derechos Humanos, de nuevo, realizó monitoreos para observar el comportamiento de los medios de comunicación durante el proceso electoral (Vega, 2003).

4.4 2000: LA DERROTA DEL PRI

Contexto político, económico y social

Si bien existía estabilidad en el nivel de crecimiento económico, ésta no se veía reflejada en el bienestar de la población (INEGI, 2001). Esta crisis aunada a la política, contexto de las elecciones federales del 2 de julio de 2000, previeron de alguna forma sus resultados: el PAN ganó la presidencia de la República.

“Los tres últimos años del gobierno de Zedillo, 1997-2000, fueron determinantes en el rumbo que siguió el régimen político después de las elecciones de 2000, ya que se presentaron sucesos tales como el escándalo del FOBAPROA, por medio del cual se determinó en el Congreso de la Unión que la deuda de los banqueros pasara a ser deuda pública y cuya aprobación se dio mediante una concertación entre el PRI y el PAN. Asimismo, la sociedad siguió sufriendo el aumento de la pobreza como resultado de la crisis de 1994, de la que Zedillo acusó a su antecesor” (Talamantes, 2003: 64).

Si bien es cierto que la reforma de 1996 se puso a prueba en los comicios de 1997, para el proceso de 2000 se tenían bastantes expectativas ya que se votaría para el cargo de Presidencia de la República. “Así, después de 71 años ininterrumpidos en los que un solo partido político había mantenido el poder presidencial, se lograba dar paso a la alternancia política” (Altamirano, 2001: 147). La equidad en el acceso a los medios de comunicación y la regulación y fijación de topes de campaña (en tiempo y dinero) aunado a la ruptura interna del partido oficial, el PRI, contextualizaron una jornada electoral cuya culminación llevó a la alternancia en el poder.

Como se puede observar, las reformas a la legislación electoral han formado parte de la democratización del país, sin embargo, no podemos olvidar que muchos de estos cambios “estaban pensados de tal manera que retrasaran o relegaran tanto como fuera posible cruzar ese umbral democrático, con el fin de prolongar con cierta legitimidad la hegemonía del PRI” (Crespo, 2003: 35).

Otro aspecto que es necesario rescatar es que a pesar que la regulación, determina topes de campaña, en las elecciones presidenciales de 2000 se registró el gasto más alto en campañas electorales. La producción de *spots* ocupó gran parte del presupuesto asignado por el IFE. Recordemos que los gastos de las precampañas no están fiscalizados, así que estos datos son desconocidos.

De acuerdo con Alejandra Altamirano (2001), las elecciones de 2000 constituyen un elemento central en la transición a la democracia gracias a la alternancia, aunque aclara:

“No obstante que la alternancia no constituye un requisito *sine qua non* dentro de las democracias consolidadas, piénsese por ejemplo en el caso de Japón, el caso mexicano

requería de la manifestación simbólica que ésta supone dados los rasgos autoritarios del régimen del partido hegemónico” (Altamirano, 2001: 147 y 148).

En este mismo orden de ideas, José Antonio Crespo (2003) señala que el paso que México ha dado en la consolidación de la democracia es trascendental en la historia política y social del país. Este largo proceso se ha concentrado en el plano de lo electoral y este autor considera que hay aspectos que el régimen político mexicano no ha conquistado y que no le permiten alcanzar la consolidación de la democracia. Sin embargo, “quedan aún muchas tareas pendientes en la agenda como para hablar de *cambio de régimen político*” (Ortega, 2001: 77), aunque “la propia alternancia favorece las condiciones para que empiecen a cambiar un poco más rápido las reglas del juego, incluso las no pactadas” (Crespo, 2003: 40).

Finalmente, es necesario mencionar que “pese a la cantidad de recursos invertidos y a la implementación de estas técnicas de comunicación política, el porcentaje de abstencionismo aumentó en México en estas elecciones. Mientras que en las de 1994 participó el 77.16% de los electores, en el año 2000 votó el 63.9%” (Vega, 2003).

Marco legal

La reforma de 1996 al COFIPE –cuyo objetivo era lograr la equidad en la competencia por el poder- cobijó las elecciones de 1997 y 2000, con consecuencias como la alternancia en el ejercicio del gobierno y el equilibrio en el Poder Legislativo (Ortega, 2001).

A pesar de las bondades de esta ley, se han observado aspectos en los que aún se puede afinar. La propuesta de Yolanda Meyenberg (2001) es lograr modificaciones relacionadas con un rediseño de la estructura de los consejos locales y distritales, así como alcanzar la definición de un marco jurídico para el ejercicio del presupuesto por parte de los partidos políticos.

Éste es un aspecto que Jesús Ortega también contempla como necesario porque se ha convertido en una laguna que puede generar inequidad ya que:

“...a algunos partidos políticos les permiten eludir la normatividad de la fiscalización (...) Un aspecto que no ha sido regulado y que impide la equidad es que hay partidos que siguen utilizando recursos gubernamentales para apoyar a sus candidatos o para apoyar a sus partidos” (Ortega, 2001:81).

De igual forma, este autor señala que existen otros temas al interior de las leyes mexicanas que deben ser evaluados y reformados para consolidar la democracia en México:

“Por ejemplo, la representación de la Cámara de Diputados para desaparecer la famosa cláusula de gobernabilidad; el equilibrio pleno entre los poderes de la federación; el auténtico federalismo; la no afiliación corporativa a los sindicatos o a los partidos políticos; la verdadera reforma al artículo 115 constitucional para dar vigencia plena al poder municipal o, como señalan otros analistas, asuntos clave como el que un nuevo régimen político entraña necesariamente que hablemos de una nueva Constitución” (Ortega, 2001: 78).

También se han logrado avances en la regulación en cuanto al acceso a los medios de comunicación, pero “mientras el Consejo General no tenga facultades jurídicas para intervenir y lograr equidad en [este tema], lo cual resulta ahora tan importante, no habrá condiciones justas en el desarrollo de las campañas electorales” (Ortega, 2001:80 y 81).

Finalmente, hoy en día, todos los partidos políticos están de acuerdo con el marco legal electoral (Schedler, 2001).

Los políticos

Al reacomodarse las fuerzas políticas del país con los resultados de las elecciones federales de 2000¹¹, el régimen entró en un estado de indefinición política y los partidos políticos tuvieron que cambiar sus estrategias:

“Todo parece indicar que la derrota presidencial del Partido Revolucionario Institucional (PRI) no sólo cimbró al régimen dominante de presidencialismo autoritario e instaló la posibilidad, aún no cumplida por cierto, de su disolución, sino que también aplicó fuertes tensiones dentro de las formaciones partidistas y las hizo entrar en un estado de

¹¹ Los candidatos para la Presidencia de la República fueron: Vicente Fox Quesada, por el PAN; Francisco Labastida Ochoa, por el PRI y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, por el PRD.

indefinición y suspenso: desde la identidad política que defenderán hasta sus estrategias políticas generales” (Rodríguez, 2001: 393 y 394).

Dentro de este reacomodo de fuerzas electorales, los políticos han recurrido a la elaboración y difusión de sondeos y encuestas que los favorecen y, con lo que pretenden aumentar su nivel de legitimidad. Como se mencionará más adelante, no se ha establecido una metodología seria en términos de los estudios de opinión pública, por lo que los políticos los han utilizado como una herramienta más de sus estrategias de comunicación política.

Los medios de comunicación

Gracias a la mencionada reforma de 1996 se han logrado avances en el acceso a los medios de comunicación por parte de los contendientes en los procesos electorales. Éste fue el caso del año 2000:

“Las elecciones del 2 de julio dieron pie al ejercicio de nuevas reglas en relación con los medios de comunicación que fortalecen la democracia, como la definición de una equidad de la competencia medida en función del tiempo otorgado por la ley a cada partido para emitir sus mensajes políticos y la cobertura que conceden los medios a sus campañas políticas. Se reiteraron, también, estrategias de probada utilidad democrática, como la presentación de candidatos y propuestas mediante debates públicos de amplia difusión mediática” (Meyenberg, 2001: 20).

Mas no olvidemos que –como se comenta líneas arriba- el Consejo General del IFE no tiene facultades jurídicas para intervenir en el tema y esto mina la posibilidad de una competencia electoral justa y equitativa (Ortega, 2001).

En este aspecto, Fátima Fernández advierte que, con la alternancia en el poder, la transición también comienza a verse reflejada en los medios de comunicación y se muestra optimista respecto a posibles transformaciones en el marco legal:

“El año 2000 fue para México el fin de un ciclo y el inicio de una incertidumbre. Se dio un cambio partidista en el Poder Ejecutivo federal, y en el ámbito de la radio y la televisión surgió el quiebre de una línea sostenida durante décadas en materia de regulación: a pocos

meses de iniciado el nuevo gobierno, los industriales aceptaron, por primera vez en la historia, que se revisara la legislación en materia de medios” (Fernández, 2002: 17).

Otro aspecto en que los medios de comunicación participaron en el proceso electoral fue al levantar y publicar sus propias encuestas, base principal de los noticiarios durante las campañas electorales (Vega, 2003).

Aimée Vega señala otras herramientas utilizadas durante esta contienda electoral: el debate entre los tres principales candidatos a la presidencia; el uso de Internet y los espacios ocupados en la “neo-televisión” que representaron un foro para mostrarse frente al electorado de una forma más relajada y personal (Adal Ramones, Eugenio Derbez y Víctor Trujillo) (Vega, 2003).

Todas estas estrategias de comunicación empleadas durante la campaña y que ayudan a los candidatos a ganar el poder, no necesariamente les ha ayudado a mantenerlo ya como gobernantes. De acuerdo con Swanson (1995):

“...también hay que decir, que el poder ganado a través de una eficaz utilización de los medios de comunicación ha resultado efímero en muchas ocasiones. En estos tiempos de electorados más volátiles, cuyos sentimientos se ven influidos por las imágenes de los medios de comunicación, el poder político se apoya en menor medida en las seguras y duraderas bases de generaciones de lealtad a los partidos fundadas en los intereses de grupo y de clase. La aprobación del público ganada por medio de una eficaz utilización de los medios puede perderse con la misma rapidez con la que ha sido ganada cuando las imágenes se vuelven amargas y los dirigentes parecen incapaces de controlar los acontecimientos. Así que, para mantener la aprobación del público hay que cautivarla constantemente. Como resultado de esto, en algunos países se ha creado la situación de una permanente campaña electoral en la que el gobierno se ve obligado a ganarse continuamente el favor del público para permanecer en el poder” (Swanson, 1995: 16).

La opinión pública

Durante estas campañas políticas, las encuestas y los sondeos fundamentaron las estrategias de comunicación política. Aimée Vega señala a *Pearson, S.A., GEO, Alducin, Mund OS y Technomanagemnet* como “algunas de las empresas que compitieron a lo largo del proceso por informar de las tendencias de voto del electorado” (Vega, 2003).

Como se mencionó líneas arriba, los medios de comunicación destinaron espacios para difundir los resultados de las encuestas levantadas por ellos mismos. “Entre ellos estaban diarios de circulación nacional como *Reforma*, *El Universal* y *Milenio*, así como telediarios, también de cobertura nacional, entre los que estaban *Noticiero*, *Hechos* y *CNI Noticias*” (Vega, 2003).

Es pertinente señalar que a pesar que el estudio de la opinión pública en relación con el tema electoral ha avanzado de manera importante en el país, no existe una guía para su elaboración y análisis. No obstante, en relación con los conteos rápidos se ha observado que sí están basados en una metodología seria, además, la publicación de los resultados es ética. De todas formas, las encuestas y los sondeos, en ocasiones, son utilizados a conveniencia de los candidatos:

“Pese al novel uso de los sondeos de opinión en México, su asombrosa acogida se ha visto acompañada de un abuso que desvirtúa su función y utilidad al llevarlos al campo de la mercadotecnia, en especial en el caso de las encuestas de intención de voto (...) Algunas empresas optaron por fabricar información *ad hoc* a favor de sus clientes (...) Se detectaron fuentes de error, producto de negligencia, omisión o sesgo en el manejo de los datos, que pueden llegar a afectar la credibilidad de todos los emisores” (Meyenberg, 2001: 22).

Y “aunque el IFE estableció al inicio del proceso la metodología [para las encuestas y los sondeos], no todos cumplieron estrictamente con los requisitos, lo que no impidió que sus resultados fueran utilizados por partidos, candidatos y otros protagonistas del proceso según les conviniera” (Vega, 2003). De cualquier manera y aunque hubo variaciones en los resultados de los estudios de opinión, la mayoría de ellos posicionaba a Vicente Fox y Francisco Labastida como los posibles ganadores de la elección; mientras tanto Cuauhtémoc Cárdenas quedaba al margen del debate.

Los ciudadanos

La relación entre los tres actores de la comunicación política (los medios de comunicación, los políticos y la opinión pública) “ha alterado el curso de los procesos políticos en México, en tanto que unos y otros se esfuerzan por imponer su discurso a los ciudadanos” (Vega,

2000: 7). Los ciudadanos son considerados el *objeto y fin* de los actores mencionados anteriormente y son la condición esencial para el mantenimiento de la democracia. La heterogeneidad de la sociedad mexicana ha llevado a que los políticos y su equipo realicen una segmentación del mercado político para elaborar su estrategia.

Finalmente, es necesario señalar que la credibilidad y participación política no se logran a través de campañas de comunicación difundidas por los medios de comunicación. Además, es necesario que haya congruencia entre los hechos y el discurso que se presenta ante los ciudadanos y posibles votantes.

4.5 Reflexiones preliminares

Como hemos observado hasta el momento, las reformas electorales han tenido su origen en la crisis de legitimidad del régimen político mexicano: para darle permanencia y estabilidad, se han abierto espacios para la participación de sectores no incluidos en la toma de decisiones. Tal es el caso de la reforma de 1953, con la que se reconoce el voto de la mujer, o la reforma de 1977 con la que la oposición comenzó a ganar espacios políticos importantes, como el reconocimiento legal y el acceso a los medios de comunicación; así también inició una etapa de reconocimiento y difusión de discursos alternativos al oficial.

Lo anterior quedó regulado por la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE). Entonces, estas reformas han sido un factor clave en la transición a la democracia en el régimen político mexicano.

En este sentido, si anteriormente la estabilidad estaba basada en la existencia de un discurso oficial sin cuestionamientos, hoy en día se busca que los diversos proyectos de nación se enfrenten para llegar a acuerdos que beneficien a la mayoría, con base en el consenso. Si bien el duopolio mediático Televisa-Tv Azteca restringe la posibilidad de observar discursos de distintos sectores de la sociedad, es cierto que los medios de comunicación en general han jugado un papel muy importante en la sociedad ya que representan una ventana abierta a los ciudadanos para observar la actividad política.

Como antecedente, tenemos que a partir de 1988, México experimentó un cambio en la forma de hacer política. Para lograr credibilidad ante los ciudadanos los políticos tuvieron que recurrir a estrategias de comunicación política, por ejemplo la utilización de los medios de comunicación y la adaptación de su discurso al lenguaje televisivo. Asimismo, los medios registraron una apertura al resto de los partidos políticos (no sólo al oficial), lo que se tradujo en mayor pluralidad.

A partir de 1988, con las elecciones presidenciales en México como marco histórico, observamos los inicios de la práctica de la comunicación política. El hasta entonces partido en el poder por primera vez perdió la mayoría absoluta en el Congreso y, además, los resultados fueron seriamente cuestionados. Cuauhtémoc Cárdenas fue el primer oponente real del PRI. Antes de esta fecha, el partido gobernante, no había tenido la necesidad de desarrollar la comunicación política porque no existía una competencia electoral real.

Después, en 1990, se registró una evolución más con el nacimiento del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) cuya principal aportación es la creación del Instituto Federal Electoral (IFE), el cual, fue autónomo de la Secretaría de Gobernación a partir de 1996; asimismo, las campañas comenzaron a ser reguladas y se fijaron “topes de campaña” (en tiempo y gastos).

El análisis de este proceso permite observar el surgimiento de nuevos espacios públicos en el país y la participación más equitativa de los grupos que lo conforman, lo que deriva en mayor pluralidad y transparencia.

En cuanto a la participación ciudadana, señalemos que antes de que se registraran las primeras elecciones vigiladas por el IFE en 1997, ya con autonomía de la Secretaría de Gobernación, los ciudadanos formaron parte de la observación de las jornadas electorales de 1994 con la colaboración de dos Organizaciones No Gubernamentales que trabajaron conjuntamente: la Academia Mexicana de Derechos Humanos y Alianza Cívica.

Los políticos comenzaron a utilizar a los medios de comunicación para conseguir votos. Por ejemplo, en 1994 observamos el primer debate entre los candidatos presidenciales transmitido por radio y televisión. En cuanto a los *spots* televisivos (al estilo norteamericano) hay que decir que el IFE asignó una cantidad monetaria específica a cada candidato de acuerdo con la representatividad de su partido.

Por otra parte, los medios de comunicación también comenzaron a realizar encuestas, importante materia prima para elaborar gran parte de las notas informativas durante los periodos electorales. Asimismo, Internet debutó como herramienta para difundir propaganda.

En 1997, con la elección para Jefe de Gobierno del Distrito Federal, del Congreso Local y de Diputados Federales se institucionalizó el uso de técnicas de comunicación política bajo la regulación del IFE.

Estas circunstancias nos llevan al año 2000 con el arribo de Vicente Fox Quesada a la Presidencia de la República y la victoria del PAN sobre el PRI, partido que estuvo poco más de siete décadas en el poder.

Así, observamos que la influencia que ha tenido el modo de hacer política estadounidense en el resto de las democracias occidentales ha impactado sobre todo en el diseño de estrategias de comunicación para alcanzar y mantener el poder, es decir, tanto en la campaña electoral y como en el ejercicio del gobierno.

El vínculo entre elecciones y democracia ha ejercido influencia en los medios de comunicación. La injerencia que la legislación tiene sobre este aspecto ha generado una nueva forma de abordar la información política, con lo cual han surgido cambios en la percepción y participación en la vida política.

Sin embargo, las reformas emprendidas desde finales de los años setenta no han podido borrar algunas deficiencias que no permiten consolidar una cultura política

democrática. Es decir, sí hay cambios notorios a causa de la alternancia, pero hay todavía pendientes orgánicos y estructurales. Además, cada entidad federativa ha transitado por este camino a su ritmo, originado por el contexto propio de cada una de ellas. De esta forma, no se puede afirmar que la transición a la democracia ha concluido en México.

El problema que hoy enfrenta el régimen político mexicano es que, si bien el proceso de 2000 fue pacífico y ha sido reconocido por el mundo, la transición se ha concentrado en lo estrictamente electoral. La estructura institucional heredada por el régimen priísta no ha permitido que se generen las circunstancias para que la pluralidad y la división de poderes no bloqueen la consolidación democrática, ya que las fuerzas políticas que podrían propiciarla están en permanente conflicto.

Mas no olvidemos que este conflicto de alguna u otra forma está regulado: la evolución en los procedimientos e instituciones electorales ha proporcionado confianza y un cierto grado de certeza tanto a los electores como a los políticos.

En los regímenes democráticos, la lucha por alcanzar y mantener el poder ha hecho a los políticos recurrir a especialistas en comunicación política que ayuden a lograr sus objetivos y, para ello, los medios de comunicación y, sobre todo la televisión, se vuelven el principal canal de exposición de la actividad política.

En el marco de la democracia, la política se basa en la legalidad, pero también en la legitimidad. Por ello, las estrategias de comunicación de los políticos se centran en la construcción de un discurso respaldado por la rendición de cuentas, así como por la transparencia de sus actos y la justificación de éstos con el objetivo central de ganar adeptos y votos potenciales.

Si bien la sociedad mexicana cuenta hoy en día con más información para crearse una opinión más o menos propia, éste no ha sido un factor que aliente a los ciudadanos a participar.

Los partidos políticos desembolsan sumas importantes de dinero para contratar espacios en los medios de comunicación y, finalmente, los que han resultado ganadores en la lucha por la equidad en el acceso a los medios, son los concesionarios. Y, como resultado final, la gestión de la comunicación política es deficiente.

Así, las grandes cantidades de dinero gastadas en las campañas políticas van acompañadas de la crisis de representatividad de los partidos políticos y de la insatisfacción de los ciudadanos ante los resultados de los gobiernos, sobre todo en relación con el bajo índice de crecimiento económico a nivel nacional y el consecuente aumento de la tasa de desempleo.

Los espacios de comunicación política que se han construido en México están, por un lado, fundamentados en las reformas electorales con las que se ha posibilitado la existencia de distintos partidos políticos, así como su acceso a espacios a los medios de comunicación. Por otro, al buscar ganar la credibilidad ciudadana, los políticos han recurrido a estrategias de comunicación política: en este marco, las campañas políticas se convierten en otro espacio para el diálogo entre los actores de la comunicación política.

En este contexto, el surgimiento de un órgano autónomo encargado la organización, vigilancia y evaluación de los comicios electorales es considerado aquí como un elemento que ha acompañado la construcción de nuevos espacios de comunicación política.

Es importante mencionar que en el proceso de construcción de espacios de comunicación política el ciudadano ha sido parte importante, ya que al no encontrar canales adecuados para hacer escuchar su voz, ha recurrido a prácticas llamadas aquí de comunicación alternativa, entre las cuales se encuentran las manifestaciones públicas, así como la creación de publicaciones independientes o la utilización de espacios radiofónicos con el objetivo de escuchar las demandas ciudadanas y generar propuestas para su atención.

Por tanto, si bien la apertura de estos medios acompañada de la construcción de nuevos espacios de comunicación política permite hablar de la democratización del

régimen político mexicano, es pertinente hacer un llamado de atención acerca de la utilización que se le está dando a estos espacios en los cuales, sobre todo el ciudadano, queda relegado. ¿Qué ha hecho el ciudadano al respecto? Entre otras cuestiones, los actores de la comunicación política nos relatan su visión al respecto en el siguiente capítulo.

FUENTES:

1. Alarcón, V. (2001), “Los partidos políticos mexicanos ante la transición”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 325-331.
2. Altamirano, A. (2001), *La ciudadanización del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) durante el proceso electoral de 1994: Alcances y límites*, Tesis de licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, FCPyS-UNAM, México.
3. Avramow, J. (1989), “Los partidos contendientes en 1988”, en González G., J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 13-30.
4. Campuzano, I. (1989), “Una novedad: las encuestas preelectorales”, en González G., J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 89-104.
5. Cándano, M. (1989), “Las campañas electorales”, en González G., J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 53-71.
6. Carpizo, J. (1995), “La reforma federal electoral de 1994”, en Alcocer, J. (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma. 1994*, Volumen I, Nuevo Horizonte Editores/Centro de Estudios para un Proyecto Nacional, México, pp. 13-91.
7. Carreño, J. (2003), “Una historia de subordinación y apertura de los medios”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, pp. 99-110.
8. Castillo, D. (1997), *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, Editorial Coyoacán, México.
9. Cotteret, J. y Emeri, C. (1973), *Los sistemas electorales*, Minitau, Barcelona.
10. Crespo, J. (2003), “Las singularidades de un régimen”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, pp. 35-45.
11. De las Heras, M. (1999), *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: los escenarios*, Ediciones Océano.
12. Delgado, R. (2003), “El PRI: los agravios”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, pp. 111-117.

13. Exeni, J. (2001), “Acción mediática en tiempos de elecciones: los (des)enlaces entre comunicación y política”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 101-119.
14. Fernández, F. (2002), *La responsabilidad de los medios de comunicación*, México, Paidós-CROMA.
15. Fernández, P. (2001), “Desde el pasado del PRD, por las reformas electorales” en Anguiano, A. (Coord.), *Después del 2 de julio, ¿dónde quedó la transición? Una visión desde la izquierda*, UAM-Xochimilco, México, pp. 177-203.
16. González G., J. (1989), “La crisis del sistema”, en González G., J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 137-157.
17. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) (1998), *Sistema de cuentas nacionales de México*, <http://www.inegi.gob.mx>. Última fecha de consulta: 10 de abril de 2005.
18. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) (2001), *Sistema de cuentas nacionales de México*, <http://www.inegi.gob.mx>. Última fecha de consulta: 10 de abril de 2005.
19. Mejía, F. (2005), “Historia mínima de la televisión” (1928-1996), Artículos Técnicos de Video, Film y Televisión, en *Seminario Mexicano de la Historia de Medios*. http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_television.htm. Última fecha de consulta: 7 de noviembre de 2005.
20. Meyenberg, Y. (2001), “La transición hacia la pluralidad: desafíos y perspectivas”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 17-27.
21. Núñez, A. (1993), *La reforma electoral de 1989-1990*, FCE, México, pp. 13-26.
22. Ortega, J. (2001), “Un paso hacia la democracia”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 75-82.

23. Pérez, G. (2001), “¿Pasó la prueba la reforma electoral de 1996?”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 31-37.
24. Preston, J. y Dillon, S. (2004), *El despertar de México. Episodios de una búsqueda de la democracia*, Editorial Océano, México.
25. Rodríguez, J. (2001), “Alternancia presidencial y crisis partidista”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 393-402.
26. Schedler, A. (2001), “La conflictiva construcción de la confianza electoral: el Consejo General del Instituto Federal Electoral, 1990-2000”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 55-73.
27. Swanson, D. (1995), “El campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los medios” en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (Coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 3-24.
28. Talamantes, M. (2003), *Transformación de los valores políticos de los mexicanos en el contexto de la transición política, 1993-2001*, Tesis de licenciatura en Sociología México, FCPyS-UNAM, México.
29. Tapia, E. (1998), *Participación de los organismos no gubernamentales en la transición hacia la democracia*, Tesis de licenciatura en Sociología, E.N.E.P. Acatlán-UNAM, México.
30. Trejo, R. (2001), “¿Cómo deslindar la responsabilidad de los medios de comunicación en los procesos electorales?”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 85-92.
31. Vega, A. (2001), *Mapa para el estudio del proceso de recepción de las audiencias sobre la información electoral televisiva, durante el proceso electoral de 2000 en México*, Tesina de Maestría en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
32. ----- (2003), “Los escenarios de la comunicación política mexicana”, en *Razón y Palabra*, Número 35, Octubre-Noviembre,

- <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html#Av>, México. Última fecha de consulta: 18 de abril de 2006.
33. Villamil, J. (2003, junio 15), “La guerra de los espots... y de las telenovelas”, en *La Jornada*, <http://www.jornada.unam.mx/2003/06/15/004a1pol.php?origen=index.html&fly=2>, México. Última fecha de consulta: 28 de marzo de 2005.
34. Woldenberg, J. (1995), “Los consejeros ciudadanos del Consejo General del IFE: un primer acercamiento”, en Alcocer, J. (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma, México, 1994*, Vol. 1, Horizonte/Cepna, México, pp. 119-132.
35. ----- (2003), “En el México plural está el motor del cambio”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, 2003, pp. 193-206.
36. Zertuche, F. (1995), “La ciudadanización de los órganos electorales”, en Alcocer, J. (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma, México, 1994*, Vol. 1, Horizonte/Cepna, México, pp. 161-173.

TERCERA PARTE

ACERCAMIENTO EMPÍRICO

CAPÍTULO 5.

LA VISIÓN DE LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO

1.1 Estrategia metodológica

El análisis teórico de la comunicación política como fenómeno social puede verse enriquecido con un acercamiento empírico. Para lograrlo en este trabajo, se ha incluido una última sección que permitirá conocer la visión que tienen los actores de la comunicación política en México acerca de este fenómeno en el marco de la democracia.

De esta manera, se busca conocer la opinión de los actores o protagonistas de la comunicación política respecto a:

- Los factores que intervienen en la democratización del régimen.
- La concepción de la comunicación política como fenómeno social.
- La participación de estos actores en la construcción de espacios de comunicación política.
- El papel del ciudadano en el proceso de la comunicación política.
- La importancia de la comunicación alternativa en un contexto de democratización y construcción de espacios de comunicación política.

El objetivo de este capítulo se ha centrado en comprender la acción social y, para ello, hemos recurrido a la investigación cualitativa, en la cual “el investigador no sólo busca entrar en la acción, sino que se vuelve un instrumento de investigación en tanto se implica en las acciones y en las descripciones de los objetos” (Vega, 2004: 222).

En este sentido, la investigación cualitativa nos permite acceder a la perspectiva de los sujetos implicados en la acción social. Entonces, podemos decir que “los métodos cualitativos conciben la realidad social como un mundo construido con significados y

símbolos, lo que implica la búsqueda de esta construcción y de sus significados” (Vega, 2004: 225).

1.2 Herramientas

A partir de la estrategia metodológica cualitativa -la más favorecedora para esta investigación- se ha elegido a la entrevista en profundidad como la técnica más adecuada para este trabajo, debido a que lo que se busca es entender el fenómeno, no cuantificarlo.

Con base en Taylor y Bogdan, Aimée Vega señala que “las entrevistas cualitativas en profundidad constituyen encuentros entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que éstos tienen respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como lo expresan sus propias palabras” (en Vega, 2004: 230).

“En la entrevista en profundidad, el entrevistador desea *obtener información* sobre determinado problema y a partir de él establece una *lista de temas*, en relación con los que se focaliza la entrevista, quedando ésta a la libre discreción del entrevistador, quien podrá sondear razones y motivos, ayudar a establecer determinado factor, etc., pero sin sujetarse a una estructura formalizada de antemano” (Rodríguez, 1999: 167).

De esta forma, para realizar un acercamiento a la información proporcionada por los informantes se han identificado unidades de observación y análisis: para las primeras distinguimos a cuatro actores que son los políticos, los periodistas como representantes de los medios de comunicación, la opinión pública representada por los consultores y los ciudadanos; para las segundas, temas como la democratización, la construcción de espacios de comunicación política, la participación de cada uno de los actores entrevistados en este proceso y la trascendencia de la comunicación alternativa en este contexto. Estos aspectos se tratarán más adelante, en el apartado correspondiente.

El análisis de estas entrevistas será la base del presente capítulo correspondiente a la visión que tienen los actores sobre el fenómeno de la comunicación política y su relación con la democracia en México.

1.3 Unidades de observación

Como se menciona anteriormente, las entrevistas en profundidad contemplan a cuatro actores: por un lado, están los periodistas, los políticos y los consultores de opinión pública, que son los tres actores de la comunicación política reconocidos por Dominique Wolton (1995a, 1995b y 1998). Por otro, están los ciudadanos, quienes han quedado excluidos, de una u otra forma, del espacio de la comunicación política; por esta razón, se buscó u acercamiento la visión de los ciudadanos.

A continuación, se muestra brevemente el perfil de los informantes. Es importante señalar que de los doce entrevistados 10 son hombres; esto refleja que, de alguna manera, son personas de este sexo las que tienen más intervención en la vida política y social de nuestro país.

Otro aspecto que es pertinente advertir –y que será señalado en la parte del análisis e interpretación de los resultados- es que algunos informantes fueron elegidos como representantes de un grupo específico ya que su labor en ese campo ha sido trascendental y, por tal motivo, la información proporcionada adquiere más valor desde esta perspectiva, aunque desarrollen actividades correspondientes a otro sector de actores entrevistados.

1.3.1 Políticos

Este grupo está conformado por un integrante del Partido de la Revolución Democrática (Saúl Escobar), otro del Partido Acción Nacional (Rogelio Carbajal) y uno más del Partido Revolucionario Institucional (Rafael Ortiz). Los tres informantes son hombres.

Se eligió a los representantes de estos partidos ante el Instituto Federal Electoral, por ser las primeras tres fuerzas políticas del país.

1.3.2 Periodistas

Este grupo es el único conformado por hombres y mujeres. Por un lado, está un periodista dedicado a prensa y a radio, además de presidir una organización de reporteros (Miguel Badillo). Por otro, una periodista de televisión (Jacaranda Velázquez) y una más de prensa quien concentra parte de su trabajo en lo relacionado con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Alma Delia Fuentes).

Con la selección de este grupo se buscó obtener visiones de periodistas de distintos tipos de medios de comunicación. Para el análisis, serán contemplados como representantes de los medios de comunicación. Sin embargo, se señalarán las diferencias entre la actuación de los periodistas, de manera individual, y de los medios de comunicación, de manera colectiva.

1.3.3 Consultores de opinión pública

Este grupo está conformado por un consultor que compagina sus actividades con la academia (Murilo Kushick), otro más dedicado exclusivamente a la elaboración, análisis e interpretación de estudios de opinión (Francisco Abundis) y, finalmente, otro que además de realizar este tipo de estudios, ofrece asesorías en cuestiones de imagen pública y manejo de medios de comunicación (Ulises Beltrán). Los tres son hombres.

La integración de este grupo pretendió encontrar un equilibrio entre distintos tipos de consultores de opinión pública para obtener, también, diferentes visiones. Sus opiniones y percepciones serán analizadas e interpretadas como la voz más cercana a la opinión pública (a través de las encuestas y los sondeos), entendida ésta en términos de Dominique Wolton (1998).

1.3.4 Ciudadanos

Este grupo está conformado por dos representantes de la sociedad civil, quienes fueron considerados por su trayectoria en el ámbito de la observación electoral, así como la lucha por alentar y defender la participación ciudadana (Sergio Aguayo y Miguel Acosta). Un entrevistado más ha dedicado parte de su trayectoria profesional a la organización, vigilancia, evaluación y perfeccionamiento del sistema electoral en México a partir de la vía institucional (José Woldenberg). Los tres informantes son hombres.

Los entrevistados han compaginado sus trayectorias profesionales con la academia y colaboraciones en prensa.

1.4 Unidades de análisis

a) Democratización y construcción de espacios de comunicación política en México

El análisis de las entrevistas inicia su recorrido con un acercamiento a la perspectiva de los actores de la comunicación política en relación con la manera en que conciben a la democracia y cómo enmarcan al proceso de la comunicación política dentro de ella. Asimismo, se busca identificar la percepción que los informantes tienen acerca del proceso de democratización en México.

De igual forma, se pretende identificar la forma en que definen a la comunicación política, así como explorar la visión que tienen los actores entrevistados acerca de este proceso, particularmente en el contexto mexicano.

b) Los protagonistas de la comunicación política

En esta sección se pretende identificar a los protagonistas de la comunicación política desde la propia perspectiva de los actores, considerando que Wolton reconoce a los políticos, los periodistas como representantes de los medios de comunicación y a la opinión pública

representada por las encuestas y los sondeos. No obstante, se incluye a un cuarto actor, el ciudadano, acerca de quien también son cuestionados los distintos grupos de entrevistados.

Asimismo, se explora la interacción entre los protagonistas de la comunicación política (incluido el ciudadano), así como la manera en que se perciben entre sí y cuál consideran que es su papel en el marco de la comunicación política y de la democracia. Igualmente, se pretende reflejar la manera en que se describe la participación de cada uno de los actores en el ámbito de la comunicación política.

c) Los ciudadanos y la comunicación alternativa

Finalmente se busca conocer la visión que tienen los actores con relación a la posibilidad de que existan espacios de comunicación política en regímenes autoritarios y cómo caracterizan a estos espacios en aquellos denominados como democráticos.

De esta forma, el recorrido finaliza con un acercamiento a la creación de nuevos espacios como una respuesta ante la falta de canales para la participación ciudadana en el proceso de la comunicación política en México.

1.5 Hallazgos: descripción e interpretación

Democratización y construcción de espacios de comunicación política en México

Características de un régimen democrático

En este punto, se analizarán las opiniones de los informantes en torno de la democratización del régimen político mexicano. Asimismo, se pretende conocer la manera en que ubican al proceso de la comunicación política y la construcción de este tipo de espacios en un régimen de estas características.

En primer lugar, se identificarán las características con las que los actores describen a los regímenes democráticos. Con base en la concepción que los entrevistados tienen de la democracia, se les cuestionó sobre el estado en el que se encuentra el régimen político mexicano respecto al proceso de transición a la democracia.

Para los políticos, los elementos que caracterizan a un régimen político como democrático se concentran básicamente en el respeto a las libertades políticas, como las de asociación, expresión y prensa.

Asimismo, estos entrevistados consideran que dentro de un régimen democrático las autoridades deben actuar de manera transparente y con base en el respeto a la ley. En este sentido, se observa un interés particular por contar con elecciones libres y confiables, así como reguladas, organizadas y evaluadas por instituciones imparciales. Esta idea se homologa con las planteadas por Giovanni Sartori (2000) y Norberto Bobbio (2001): los procedimientos electorales basados en reglas que lleven al consenso son parte fundamental de la democracia.

La democracia se funda, además de las libertades, (...) en el respeto a la ley (Políticos 2).

Que haya (...) leyes adecuadas para poder garantizar los principios democráticos [y] que estas leyes fijen árbitros (Políticos 3).

Otra característica de los regímenes democráticos señalada por los informantes está relacionada con la participación ciudadana más allá de los procesos electorales, es decir, consideran necesario:

...que haya mecanismos de participación ciudadana que permitan que la gente, no sólo en tiempos electorales sino fuera de [ellos] pueda opinar y decidir sobre los asuntos públicos (Políticos 1).

Es importante destacar que se observan diferencias acerca de cómo conciben los políticos la idea de democracia. Por un lado, se percibe que:

...la desigualdad social también afecta el nivel de avance democrático (Políticos 1)

Por otro, explican que:

La democracia por sí misma no genera bienestar. La democracia, por sí misma, lo que te genera es un espacio de bienestar para criticar, exigir, elegir..., eso es lo único (Políticos 2)

En este contexto, es pertinente aclarar que a pesar que se observan diferencias en la concepción de la democracia, al interior de este grupo de actores, no se perciben en el resto de las unidades de análisis.

Asimismo, se advierte que, desde la perspectiva de todos los entrevistados, la participación ciudadana es un elemento central de los regímenes democráticos, planteamiento en el que coinciden con Robert Dahl (1999).

Por su parte, los periodistas se refirieron a la libertad como base fundamental de un régimen político democrático, específicamente, la libertad de reunión, opinión y prensa, así como para elegir a los gobernantes.

De igual forma, la aceptación de las diferencias ideológicas es un elemento inherente a los regímenes democráticos. Con esta idea coincide Sergio Caletti (1992) quien incluye al reconocimiento de las otredades diversas como parte fundamental de un régimen democrático; Alain Touraine (1998) explica que esta pluralidad está enmarcada por condiciones institucionales.

Asimismo, expresaron que la alternancia en el poder caracteriza a los regímenes políticos como democráticos, aspecto que debe ir acompañado por una división real de poderes, un sistema de justicia claro y eficaz, un ciudadano participante y medios de comunicación libres. De esta forma, concluyen que:

...la democracia no son elecciones sin corrupción, eso es apenas el principio (...) En un Estado democrático [debe haber] igualdad de derechos, igualdad de oportunidades

educativas, equidad en cuanto a salarios [y] que no haya una brecha económica desgarradora (Periodistas 3).

Como se puede observar, este grupo de actores muestra interés por la situación de los medios de comunicación, ya que es el espacio a través del cual participan en el proceso de la comunicación política. Por tanto, la libertad con la que actúen los medios de comunicación determina el nivel de injerencia que los periodistas puedan tener en la vida política.

Para los consultores de opinión pública, la democracia tiene que ver con un sistema de selección de autoridades. Por otro lado, expresan que a partir de estos procedimientos, se ha posibilitado la inclusión de los ciudadanos en el contexto de la democracia gracias a:

...la posibilidad de que los ciudadanos intervengan en el proceso mediante su voto (Consultores 1).

En este punto, se observa interés por los procesos electorales, espacio y momento donde el trabajo de este grupo de entrevistados se encuentra con la participación ciudadana.

Igualmente, los consultores consideran que en un régimen democrático se habla de:

...un conjunto de ciudadanos con sus gobiernos (...) que no implica necesariamente un tema de participación política (Consultores 2).

En este sentido, reconocen que la participación ciudadana no debe verse reducida al ejercicio del voto.

Por otra parte, señalan que la incertidumbre es la característica principal de los regímenes políticos democráticos: la competencia y la equidad entre los partidos políticos ha eliminado la certeza acerca de quién va triunfar en los comicios electorales. Ismael Crespo (1995) explica que la incertidumbre se origina en la discusión de los temas que ingresarán a la arena política a través de la competencia. Y en relación con el contexto mexicano, Jerano Villamil (1998) refiere que la incertidumbre evidencia los cambios conflictivos en el régimen político mexicano.

De igual forma, agregan que los regímenes democráticos se basan en el respeto a los derechos humanos:

...eso quiere decir que el ciudadano no es arrollado por el poder y por el gobierno cotidianamente (...) Dentro de los derechos humanos están los de libertad de expresión y libertad de voto (Consultores 3).

Por último, para los representantes ciudadanos, un régimen democrático se caracteriza por tener elecciones libres y confiables enmarcadas por reglas claras y equitativas, así como pluralidad partidista en el gobierno. De esta forma:

...los ciudadanos [pueden] optar entre diferentes opciones políticas (Ciudadanos 3).

Esta idea permite ver coincidencias con los periodistas quienes otorgan trascendencia a la alternancia en el poder.

Asimismo, los representantes ciudadanos comentan que en un régimen democrático hay:

...fiscalización social (...) que se expresa a través de medios de comunicación, organizaciones ciudadanas, cartas al editor, etcétera (Ciudadanos 1).

Es importante destacar que estos planteamientos coinciden con la tesis central de Dominique Wolton (1995a y 1995b): en una democracia, el ensanchamiento del espacio público se genera, en parte, debido a la integración de los medios de comunicación en la vida política. No obstante, si bien los ciudadanos son el objeto y fin de la comunicación política (Vega, 2002), han quedado relegados de este proceso de comunicación política. Por tanto, han buscado canales alternos para poder expresarse; de esta forma, la voz ciudadana ingresa al espacio público.

En este sentido y retomando la idea planteada por Julio Labastida (2000), el fortalecimiento de los medios de comunicación lleva a la construcción de una verdadera cultura ciudadana. Mas, cuando en este contexto se hace referencia a “los medios de

comunicación”, se estarán incluyendo también a todos aquellos espacios de comunicación alternativa creados y utilizados por los ciudadanos.

Otro factor identificado por este grupo como parte de un régimen democrático es aquel relacionado con la satisfacción de las:

...necesidades económicas y sociales en rubros esenciales como alimentación, salud, vivienda, servicios públicos y seguridad, todo lo cual permite el desarrollo de los ciudadanos y de sus familias (Ciudadanos 2).

Así, se puede observar preocupación por el bienestar de la sociedad, idea que concuerda con los argumentos de Ismael Crespo (1995): en una democracia, la solución de los conflictos –eficacia política- lleva al desarrollo económico y la cohesión social satisfaciendo las necesidades ciudadanas. En este punto, los representantes ciudadanos coinciden con una parte de los políticos.

Democratización del régimen político mexicano

Para los políticos, el régimen político mexicano está inmerso en un proceso de democratización. Las fechas señaladas como trascendentales en este proceso son 1968 y 1988, debido a que los conflictos suscitados en esos años vislumbraron el inicio de la transición a la democracia. José Woldenberg (2003) señala que el movimiento estudiantil de 1968 reflejó el crecimiento del conflicto al interior de la sociedad y el régimen político mexicanos que antecedió el inicio de las reformas políticas. Igualmente, José Antonio Crespo (2003) explica que en 1988 -después de la crisis política suscitada por el polémico proceso electoral- el PRI comenzó a perder su hegemonía y nuevamente el conflicto entró en escena.

Los políticos comentan que el proceso de democratización es una lucha en la que ha habido avances, pero también retrocesos. Desde esta perspectiva, la democratización del régimen político mexicano está en consolidación:

Inició quizá a finales de la década de los ochenta y (...) en la década de los noventa tuvo grandes momentos con reformas electorales, con grupos de oposición, con el cambio de la mayoría en la Cámara de Diputados, luego en el Senado, y el triunfo del Presidente Fox en el 2000 y que en estos momentos está en una etapa de consolidación (Políticos 2).

Yo diría que México está hoy por hoy, en una transición democrática muy aceptable y muy adecuada, una transición democrática más fundamentada, con más certeza y con más seguridad (...) que el resto de los regímenes políticos en América Latina (Políticos 3).

También señalan que entre los ciudadanos aún no permea la cultura democrática y éste es el factor principal que ubica al régimen democrático en una transición a la democracia.

Es importante advertir que los políticos, a diferencia de los consultores, coinciden en que el régimen político mexicano se encuentra en un proceso de democratización.

Por otro lado, los periodistas entrevistados comentan que se puede identificar claramente al país dentro de un proceso de democratización al observar la alternancia en el poder.

Esto es una muestra de que hay un proceso de democratización, en donde la decisión de los electores está determinando quién nos gobierna (Periodistas 1).

No obstante, al igual que los políticos, admiten que existe un factor que impide la consolidación de la democracia en nuestro país y es que la sociedad no tenga una cultura política democrática:

Aquí el avance democrático es pese a sus actores políticos. El avance sigue (...) con todo y que la sociedad mexicana no es politizada..., y, ¿por qué no es politizada?, porque nos preocupa más sobrevivir. Si tú ganas el salario mínimo, ¿te importa que haya democracia en el país? No, te importa ver cómo le haces para alimentar a 5 hijos (Periodistas 3).

Finalmente, señalan que mientras los medios de comunicación no sean completamente independientes, no se podrá considerar que la democracia en México haya

alcanzado el grado de consolidación. Como se verá más adelante, éste es un punto en el que difieren con los representantes ciudadanos.

En relación con este tema, las opiniones de los consultores se dividen: una parte de los entrevistados considera que México ya es una democracia y, otra, afirma que el régimen aún se encuentra en un proceso de transición.

Los que se ubican en el primer caso identifican el inicio del proceso de democratización del régimen político mexicano con la alternancia en el poder registrada en el año 2000 con el triunfo electoral de Vicente Fox:

Yo diría que México es una democracia (Consultores 2).

Este grupo de entrevistados reconoce que, aunque México ya es una democracia, siempre tendrá la posibilidad de perfeccionarse, sobre todo, en relación con los procedimientos para la selección de autoridades y, también, en la forma en que los políticos perciben a los ciudadanos.

Los consultores explican que todo régimen siempre tiene la posibilidad de perfeccionarse y alcanzar un nivel más elevado de democratización. Por tanto, está en transición y afirman que un:

...Estado de Derecho, ágil, expedito, justo e independiente, no existe en México todavía; el equilibrio y balance de poderes lo estamos ensayando de manera muy exitosa, diría yo y bastante bien, antes del 96 el Poder Judicial no tenía la función que debía tener, ya la tiene (Consultores 3).

Así, retomando el argumento de Jorge Islas (2003), quien plantea que en los regímenes de partido hegemónico no existe la alternancia –entendida como la posibilidad que distintos partidos lleguen al poder-, se confirma una vez más que, al estar otro partido distinto al PRI al frente del Poder Ejecutivo Federal, México se encuentra transitando a la democracia.

En contraste, se observan opiniones encontradas entre los representantes ciudadanos: una parte considera que México está inmerso en un proceso de democratización y, otra, comenta que nuestro país ya es una democracia, proceso que transcurrió de 1977 a 1997:

...que fueron los años en los cuales el país fue capaz de modificar sus normas electorales, de construir un sistema de partidos y de construir los cauces para que la diversidad política pudiera, precisamente, convivir, competir y, a través de la competencia electoral, acabó pluralizándose la representación política (Ciudadanos 3).

Las condiciones actuales, en comparación con las prevalecientes 50 años atrás, describen un panorama positivo para el proceso de democratización en nuestro país; un ejemplo de ello es la apertura de los medios de comunicación. No obstante:

...a pesar de la victoria de Vicente Fox en las elecciones de 2000, todavía el proceso de democratización no ha sido concluido, debido a que las estructuras y prácticas políticas que sirvieron al PRI (el corporativismo y clientelismo, por decir un par de ellas) siguen vigentes y son utilizadas por toda aquella fuerza política que busca ganar un proceso electoral; estamos a la mitad del proceso democratizador (Ciudadanos 2).

En este sentido, Andreas Schedler (2000) comenta que la existencia de prácticas clientelares ha prolongado el proceso de transición y Julio Labastida (2000) añade que dichos comportamientos –otrota exclusivos del PRI- se han trasladado al resto de los partidos perpetuando el corporativismo en el seno del régimen político mexicano.

Por otra parte, el resto de los representantes ciudadanos opina que el proceso de democratización del régimen político está:

...incompleto (...) pero ya hay rasgos muy precisos que ubican al país como parte de una democracia (Ciudadanos 1).

Las razones por las que el proceso de democratización en México está inacabado están relacionadas con la carencia de reglas y mecanismos para la participación ciudadana ya que, a pesar de que:

...hay la tendencia clara a crear consejos ciudadanos de todo tipo y en todos lados (...), generalmente tienen un papel decorativo y no influyen en la toma de decisiones (Ciudadanos 1).

En este punto, observamos en este grupo de informantes un interés hacia la participación ciudadana, ya que es precisamente la forma en que ellos se han integrado al contexto de la democracia.

Los informantes añaden que las prácticas de corrupción –en las que el ciudadano participa- también son un obstáculo para la consolidación de la democracia en México:

...hay un sector significativo de personas que no han visto que se afecta la democracia cuando se evita el pago de impuestos gubernamentales, se compran artículos “piratas” y se buscan legalizar automóviles ingresados ilegalmente al país (Ciudadanos 2).

Esta idea es explicada por Julio Labastida (2000), quien considera que la cultura de la sociedad mexicana está fundamentada en la ilegalidad, elemento que representa un obstáculo para la consolidación de la democracia en México.

Asimismo y desde esta perspectiva, las instituciones políticas tradicionales como los partidos políticos o el Poder Legislativo no han tenido la capacidad para asumir su papel de manera responsable. En estas mismas circunstancias, los entrevistados consideran que la mayoría de los medios de comunicación:

...no tienen la capacidad profesional para aprovecharse del espacio de libertades y para cumplir con su función de controladores o contenedores de la autoridad (Ciudadanos 1).

Sin embargo, es importante destacar que, de acuerdo con lo planteado a lo largo de este trabajo, ése no es el papel de los medios de comunicación, en todo caso, representan una ventana de la política (Vega, 2002). En este sentido, si los medios de comunicación se convierten en visibilizadores de la vida política, los ciudadanos tienen más posibilidades de elegir libremente con base en decisiones informadas.

Así, observamos que los cuatro actores de la comunicación política en México coinciden en que dentro de las características principales de un régimen democrático está el respeto a la libertad, así como contar con elecciones libres. Otro elemento que caracteriza a los regímenes democráticos es contar con canales adecuados para la participación ciudadana. Sin embargo, en lo que no todos coinciden es en el estado en el que se encuentra el régimen político mexicano respecto a la transición a la democracia.

Concepción de la comunicación política

En este apartado se buscará definir la manera en que los distintos grupos de entrevistados conciben la comunicación política y se abordará, desde la perspectiva de los actores, el papel que juega en el proceso de democratización.

Finalmente, se retomarán las opiniones de los entrevistados en relación con la posibilidad de que existan espacios de comunicación política tanto en regímenes democráticos como en los autoritarios. Igualmente, los informantes identifican diversos espacios de comunicación política en ambos tipos de regímenes políticos y, en particular, en México.

De esta forma, la comunicación política es entendida por los políticos como la posibilidad que tienen los actores (ciudadanos -organizados o no- y políticos -gobierno o partidos-) para expresarse y emitir mensajes sobre la vida política. Esta visión se relaciona con la propuesta por Wolton (1998) quien la concibe como el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los actores con legitimidad para hacerlo ya mencionados con anterioridad. Como se verá más adelante, no todos los grupos de entrevistados coinciden al identificar a los protagonistas del proceso de comunicación política.

Estos mensajes pueden ir dirigidos hacia los ciudadanos o hacia las autoridades y el objetivo debe ser propositivo:

La comunicación política en el sentido estricto debiera tener siempre como finalidad el transmitir ideas, propuestas, exigencias, también, críticas (Políticos 2).

Otra definición ofrecida por este grupo de actores, que coincide con Cotteret y Emeri (1973), se refiere a la comunicación entre gobernantes y gobernados la cual puede realizarse a través de los medios de comunicación o de la comunicación directa con los ciudadanos, aunque, sin lugar a dudas:

...el papel de los medios masivos de comunicación es muy importante como mediador entre la voz del ciudadano y la voz del gobierno (Políticos 1).

Como se verá más adelante, la manera en que los políticos conciben a la comunicación política influye en la percepción que tienen acerca de quiénes son los protagonistas de la comunicación política.

Para los periodistas, la comunicación política es un espacio en el cual se da:

...el entendimiento de los distintos actores políticos de un país, para llegar a acuerdos y que el país avance con logros políticos, económicos y sociales (Periodistas 1).

En este mismo sentido, Wolton (1998 y 1995b) explica que la función de la comunicación política es, precisamente, evitar que el debate se encierre en sí mismo y que esté en la plaza pública de manera continua y sin registrar ningún avance.

De igual manera, los entrevistados consideran que:

...siempre, la comunicación política debe ser en beneficio de la sociedad (Periodistas 1).

Además, explican que la función de la comunicación política es:

...cumplir, por parte de los actores políticos, funcionarios, con una estrategia de comunicación que informe sobre sus objetivos (...) y por parte de los periodistas, cumplir con la función social de informar y explicar en qué le afecta la gente lo que está sucediendo, no sólo reportar declaraciones (Periodistas 3).

Para los consultores de opinión pública, la comunicación política es la relación entre gobernantes y gobernados y, en el ámbito electoral, la relación entre instituciones políticas y electorales. Aquí nuevamente se percibe un interés en los periodos electorales e incluso cambia el rol que se asigna a los actores.

De esta forma, la concepción que tiene este grupo de actores sobre la comunicación política está relacionada con todos los:

...procesos tendientes a justificar la adquisición del poder, o del mantenimiento (Consultores 1).

Bajo el contexto de su propia condición, este grupo de actores reconoce otro tipo de comunicación política:

...una empresa privada podría hacer comunicación política en la medida en que es un ente público (Consultores 2).

No olvidemos que este grupo de actores se identifica como protagonistas de la comunicación política y las consultorías también son empresas.

Los distintos representantes ciudadanos ofrecen visiones diferentes de la comunicación política. En principio, se comenta que la comunicación política es aquella relación que entablan los políticos con los ciudadanos para conseguir y mantener el poder.

En la medida en la cual la democracia está anclada en el voto ciudadano, quienes buscan el voto y quienes son los que gobiernan (...), están constantemente buscando formas para hacer llegar (...) su mensaje a la ciudadanía (Ciudadanos 1).

Los entrevistados agregan que la estrategia comunicacional dependerá de la ubicación del emisor en la estructura del poder, por ejemplo, si forma parte de la oposición o no, si es un funcionario federal o estatal, etcétera.

Esta visión se basa en la idea de que la comunicación política es parte esencial:

...del proceso político moderno, sobre todo a partir del surgimiento de las sociedades de masas en el siglo XX [a partir del cual] fue menester que los partidos desarrollaran nuevas formas de establecer comunicación con sus nuevas bases políticas que le permitiera transmitir sus mensajes políticos a la población a través de los medios de comunicación, principalmente el radio y el cine (Ciudadanos 2).

Otra visión -en la cual, nuevamente retomamos los argumentos de Wolton (1998)- demuestra el interés que tiene este grupo de informantes por la exposición y discusión de temas de interés público, ya que ha sido una de las principales luchas que ha encabezado este grupo de actores. Así, definen a la comunicación política como la:

...manera en que se lleva a cabo el intercambio de los contenidos, de los diagnósticos, de las propuestas, de los intereses de una sociedad específica (Ciudadanos 3).

Finalmente, los entrevistados agregan que en la actualidad se confunde a la comunicación política con el marketing político:

Me parece que identificar a la comunicación política con el marketing político es una reducción de la primera (Ciudadanos 2).

Papel de la comunicación política en el proceso de democratización

Para los políticos, la comunicación política juega un papel muy importante en el proceso de democratización al posibilitar la participación de todos los sectores de la sociedad en la consolidación de la democracia. Así, la comunicación política:

...debería jugar un papel muy importante porque al ser la voz o la mediación entre el ciudadano y el gobierno debería, por un lado, registrar todas las opiniones de la sociedad y, por el otro lado, registrar, analizar y evaluar todas las respuestas y las acciones del gobierno (Políticos 1).

En este tenor, Bernard Crick (2001) expone que en un régimen democrático se pueden escuchar distintos grupos con diferentes propuestas; el objetivo es la conciliación de las ideas. Este planteamiento que gira en torno de la pluralidad de voces es retomado por los periodistas y los ciudadanos al explicar el papel de la comunicación política en el proceso de democratización.

Sin embargo, comentan que es difícil que, en nuestro país, la comunicación política coadyuve a este proceso porque los medios de comunicación tienen sus propios intereses y su propia dinámica y esto dificulta el proceso de comunicación política al volver tensa la interacción entre sus protagonistas. Al ocupar un lugar central en el proceso de la comunicación política, es muy importante que los medios de comunicación trabajen con equidad e imparcialidad (Políticos 3).

Desde esta perspectiva, son los medios los que generan tensión en la interacción entre los protagonistas de la comunicación política, sobre todo, entre los políticos y los periodistas. Sin embargo, Wolton (1995b) propone que los tres actores de la comunicación política pretenden ser portadores de la legitimidad para presentar sus discursos, excluyendo al resto de los actores, lo cual genera tensión.

Igualmente, es importante señalar que, para los políticos, los medios de comunicación fijan su propia agenda y esto genera:

...cierta distorsión en esta comunicación [porque los medios adquieren] una vida propia, un protagonismo en esta comunicación [y los] convierte, por lo tanto, en un actor adicional en la comunicación política y en la vida democrática y política del país (Políticos 1).

De esta forma, nos percatamos que los políticos están conscientes de la importancia que han adquirido los medios de comunicación. Dorine Bregman (1995) señala que este conflicto se explica porque la agenda de los medios no siempre coincide con la de las políticas públicas, pero las dos pretenden influir en la opinión pública; una vez más, se explica la tensión entre los actores.

Por otra parte, los políticos agregan que la existencia de espacios de comunicación política, en primer lugar, permite la libertad de expresión y asociación y, en segundo, posibilita la oportunidad de diferenciar propuestas, por ejemplo, durante una campaña política:

La política fundamentalmente es contrastación de ideas, debate y diálogo y pues eso se da a través de la comunicación política (Políticos 2).

De esta forma, los ciudadanos tienen acceso a información para poder tomar decisiones respecto de la vida política, idea explicada por Robert Dahl (1999) como la posibilidad de alcanzar una *comprensión ilustrada*. Igualmente, Monk y Golding (1995) explican que la comunicación política depende en buena medida del nivel de ilustración del ciudadano.

Para los periodistas, la comunicación política juega un papel fundamental en el proceso de democratización de un régimen ya que, al permitir el diálogo y la convivencia entre los protagonistas de la comunicación política, posibilita los consensos y, por tanto, la democracia. Al igual que la percepción de los políticos, los planteamientos de los periodistas se relacionan con los de Bernard Crick (2001).

Desde la perspectiva de los consultores de opinión pública, la comunicación política desempeña un papel fundamental en el proceso de democratización de un régimen al permitir el acceso de todos los actores a los medios de comunicación.

Asimismo, a partir de la comunicación política, los ciudadanos también tienen mayores posibilidades para conocer las distintas opciones de gobierno que existen:

A diferencia de quien está en contra de todo lo que son campañas políticas, yo creo que podríamos decir que duran mucho, cuestan mucho (...), yo creo que si revertimos el argumento es: no hay otra oportunidad para que el ciudadano conozca las plataformas de los partidos si no es durante las campañas, si no es a partir de la comunicación política, no hay otra oportunidad de que la gente sepa a quién va elegir (Consultores 2).

Como se puede ver, los consultores se muestran interesados en que los ciudadanos conozcan las distintas propuestas políticas que existen. De esta forma, comprueban si sus estrategias comunicacionales están siendo eficientes.

En este mismo sentido, Muñoz-Alonso (1989) afirma que las campañas políticas son un “foro comunicativo excepcional”. De esta forma, se percibe nuevamente interés por

parte de los consultores de opinión pública hacia los periodos electorales, ya que es en estos momentos –que Teresa Velázquez (1994) define como “álcidos”- cuando diseñan y ejecutan sus estrategias comunicacionales más significativas y, por tanto, su participación en el proceso de comunicación política se intensifica.

Desde la perspectiva de los representantes ciudadanos, el papel de la comunicación política como parte del proceso de democratización es fundamental porque permite controlar los actos del gobierno, además de posibilitar la creación de las agendas nacionales.

Los informantes subrayan la importancia de la comunicación política para que los ciudadanos presenten sus puntos de vista ante quienes los representan y, así, se construya un diálogo entre ambos, en este caso, a través de los medios de comunicación:

...para la democracia es muy importante, precisamente que esa pluralidad de voces, de intereses pueda expresarse a través de los medios: la prensa, el radio, la televisión, etcétera (Ciudadanos 3).

Así, podemos observar que para este grupo de actores es de vital importancia la expresión de las demandas ciudadanas en un contexto de democratización.

De igual forma, se comenta que la comunicación política puede alentar el proceso democratizador siempre y cuando los políticos elaboren mensajes basados en la transmisión de valores democráticos:

...y no se limite a sólo influir en las preferencias electorales para fines proselitistas (Ciudadanos 2).

Existencia e identificación de espacios de comunicación política en regímenes democráticos y en regímenes autoritarios

Para los políticos, en los regímenes políticos democráticos, los espacios de comunicación política son igualmente democráticos y accesibles a todos los sectores de la sociedad. Además en los regímenes democráticos, hay más voces críticas e independientes:

La comunicación plena se da en un régimen democrático donde se privilegia la libertad de opinión [y] de disentir (Políticos 3).

Al contrario, los informantes consideran que:

...en los regímenes totalitarios, los medios se acomodan (Políticos 3).

Aunque también hay espacios que se salen de estos canales y, por tanto, se identifican con la comunicación alternativa.

Igualmente, los medios de comunicación –espacios de la comunicación política– conviven con órganos oficiales para poder cumplir con uno de sus objetivos: informar a la sociedad acerca de la vida política.

Otro espacio de comunicación política identificado por los políticos son los mítines de los candidatos a ocupar un puesto de representación popular, en donde hay un contacto directo entre los políticos y los ciudadanos.

Además, desde este punto de vista, los ciudadanos tienen la oportunidad de participar en los espacios de comunicación política y una forma de hacerlo es a partir de la comunicación alternativa, ejemplificada por las manifestaciones públicas y también por el uso de Internet. Éste es un aspecto en el que los políticos coinciden con los consultores, como se verá más adelante:

Siempre ha habido minorías, siempre ha habido gente valiente que busca la equidad, que busca la imparcialidad, que busca la objetividad, que busca la certeza, que busca la libertad (...) por eso los regímenes totalitarios, eventualmente caen (Políticos 3).

En los regímenes autoritarios también hay formas de comunicación que no son autoritarias (Políticos 2).

En este contexto, los entrevistados explican que los ciudadanos se organizan para crear formas de comunicación alternativa, aunque –es necesario resaltar- se encontrarán más limitadas en comparación con las existentes en los regímenes democráticos.

Hay muchas formas de comunicación política que no son las tradicionales porque simplemente [las opciones están] cerradas (Políticos 2).

Incluso también en los regímenes autoritarios más duros hay fisuras por las cuales se puede colar cierta información, cierta voz independiente, crítica, pero obviamente es mucho menor que en los regímenes democráticos (Políticos 1).

En este punto, las opiniones de los periodistas se dividen: hay una parte del grupo de entrevistados que considera que los espacios de comunicación política existen fundamentalmente en los regímenes democráticos –postura que se identifica con el planteamiento central de esta investigación- y, otra, considera lo contrario.

Así, los primeros consideran que es muy difícil que en los regímenes autoritarios haya espacios de comunicación política porque:

...hay una sola voz (...), entonces ahí no hay comunicación, ahí hay autoritarismo, es lo contrario de la comunicación. La comunicación debe de ser de dos vías y ahí no se da nada (Periodistas 1).

Los segundos manifiestan que en los regímenes democráticos:

...deberíamos tomar lección y ejemplo de lo puros y de lo bien implementados que están los sistemas, los aparatos de comunicación política de las dictaduras (Periodistas 3).

Es importante señalar que esta opinión refiere una concepción de la comunicación política distinta a la propuesta en este trabajo, es decir, no se entiende como un espacio de

intercambio de discursos, de diálogo entre los actores de la comunicación política (incluido el ciudadano), sino solamente de un flujo de información.

Finalmente, los informantes señalan que hay posibilidades de que existan espacios de comunicación política en regímenes autoritarios, los cuales, en general, se identifican con la comunicación alternativa:

...sí ha habido excepciones, las hubo en las dictaduras latinoamericanas (Periodistas 2).

Los espacios de comunicación política al interior de los regímenes políticos democráticos identificados por los entrevistados son los medios de comunicación, tanto comerciales como oficiales, y los mecanismos de comunicación directa entre políticos y ciudadanos.

Para los consultores de opinión pública, los espacios de comunicación política existen bajo el precepto de libertad y su presencia es fundamental al interior de los regímenes democráticos:

...por una razón muy sencilla: en un régimen autoritario, probablemente el acceso pagado a los medios debe estar controlado, y el no pagado, pues está totalmente sometido (Consultores 3).

Dentro de los espacios de comunicación política identificados están desde la contratación de tiempos en medios de comunicación, hasta la utilización del cartel y las bardas para promocionar a un candidato, por ejemplo.

Debido a la falta de libertad, en los regímenes autoritarios los espacios de comunicación política son clandestinos. De hecho, Crick (2001) plantea que este tipo de regímenes están identificados con el secreto y, por tanto, con la clandestinidad.

Además, los consultores comentan que la diferencia entre los regímenes autoritarios y los democráticos está en la manera en que se realiza la comunicación política:

...la diferencia entre un sistema democrático y uno autoritario, es que en el democrático o se le persuade o se le vende. En el autoritario simplemente se le abrumba, yo creo que eso es la propaganda (Consultores 2).

A partir de la opinión de los representantes ciudadanos, en los regímenes democráticos, los espacios de comunicación política existentes facultan la publicidad de los actos de gobierno:

Los conductos de comunicación son múltiples y se podría decir que una sociedad (...) es más democrática entre más fuertes, eficientes y fluidos sean esos conductos. En buena medida, la democracia puede evaluarse también por esa comunicación; cuando no hay puentes de comunicación pues la propia democracia tiende a erosionarse (Ciudadanos 3).

De igual forma, se puede conocer cuál es la percepción ciudadana acerca de esos actores. Esta idea contrasta con la presentada por los propios consultores en la descripción de su participación en el ámbito de la comunicación política, ya que argumentan que cada vez menos se hacen públicos los resultados de estos estudios.

Por su parte, en los regímenes autoritarios también existen espacios de comunicación política pero, a diferencia de los situados en regímenes democráticos:

...hay una sola voz reconocida como legítima y por eso las fórmulas de la censura son mucho más fuertes (Ciudadanos 3).

Existencia e identificación de espacios de comunicación política en México

Desde la perspectiva de los políticos, en México existen espacios de comunicación política, pero también se están construyendo nuevos, aunque son pocos los que realmente se manejan con independencia:

Todavía no están debidamente concluidos los espacios de comunicación política. Es, en parte, una de las deudas que tiene todavía la transición democrática en México (Políticos 2).

De alguna forma, esta idea se complementa con la propuesta por David Swanson (1995) quien concibe a la comunicación política como un proceso que no concluye y, por tanto, está en constante desarrollo.

Los políticos identificaron dentro de los espacios de comunicación política a los medios de comunicación comerciales y a los órganos del gobierno y de los líderes políticos en general.

De igual manera, afirman que los ciudadanos deberían tener canales para exigir cuentas al gobierno y, así, podrían integrarse al proceso de la comunicación política. No obstante, los ciudadanos no han encontrado los espacios para hacerlo y además:

...predominan, o bien los medios sujetos a las leyes del mercado y a las prácticas comerciales o bien los medios propios de los gobiernos, pero los espacios independientes de los ciudadanos todavía son pocos (Políticos 1).

En este sentido, Miguel Ángel Granados Chapa (1986) señala que las expresiones ciudadanas, cuando quedan relegadas, encuentran espacio en la comunicación alternativa que es la que no se atiene a las reglas impuestas por el “sistema dominante”.

Los informantes comentan que estas expresiones dentro del espacio de la comunicación política se dan a través de la manifestación pública utilizando medios que los ciudadanos mismos crean, fuera de los canales comerciales; los gobiernos también han creado los propios dentro del espacio de la comunicación política.

Para los periodistas, en México no se están construyendo nuevos espacios de comunicación política, sino que ya existen y están regulados, sin embargo:

...son mal utilizados (...) para fines distintos o para intereses personales (Periodistas 1).

Éste es un tema en el que coinciden con los representantes ciudadanos para la presente investigación.

Los espacios de comunicación política identificados por este grupo de actores están ubicados, por un lado, en el contexto del Poder Legislativo y, por otro, en el de los medios de comunicación. La participación de los actores al interior de estos espacios será descrita más adelante.

Por su parte, las opiniones de los consultores de opinión pública se dividen en este tema. Una parte de los consultores considera que los espacios de comunicación política ya existen y no se están construyendo nuevos.

Otra parte explica que en ese terreno, México, como democracia, se está perfeccionando. Sin embargo, reconocen que en nuestro país:

...estamos en un proceso de privatización de la comunicación política y yo creo que son de las grandes reformas del Estado (Consultores 2).

En este sentido, los entrevistados manifiestan que el problema de acceso a los medios de comunicación, que son privados y caros, hay que analizarlo bajo una perspectiva:

...incluso de equidad, quién tiene el dinero para esos espacios, quién puede hacer esa comunicación política (Consultores 2).

El acceso pagado a los medios de comunicación eleva sus costos aún más en periodos electorales. De esta forma, se puede explicar la preocupación de este grupo, ya que el diseño y la implementación de estrategias comunicacionales durante las campañas políticas (su labor principal) pueden verse limitados.

Aquí es importante resaltar que no perciben la existencia de canales creados por los ciudadanos dentro del proceso de construcción de nuevos espacios de comunicación política.

Para los representantes ciudadanos, los espacios de comunicación política ya existen porque, en la actualidad, todos los sectores de la sociedad pueden expresar sus puntos de vista sin trabas de ningún tipo.

Es pertinente destacar que los informantes señalan que existe la censura en los medios pero es ejercida por ellos mismos, no por algún agente externo.

Otra parte de los entrevistados considera que fue a partir de 1977 que, con las reformas electorales, los partidos políticos opositores al PRI empezaron a tener más recursos económicos para la planeación de sus campañas, así como para la inversión en espacios en los medios de comunicación a los cuales no tenían acceso. Desde esta perspectiva, los espacios de comunicación política se fueron volviendo accesibles para otros sectores de la sociedad.

Asimismo, los representantes ciudadanos identifican espacios de comunicación política en el intercambio de discursos generados al interior del Congreso de la Unión.

Llegado a este punto, es posible tomar como principales conclusiones que la comunicación política es entendida de dos formas: 1) como el espacio en que se intercambian discursos y propuestas entre los distintos actores de la vida política para llegar a acuerdos en beneficio de la sociedad, y 2) como la relación entre gobernantes y gobernados para conseguir y mantener el poder; esta relación está basada, sobre todo, en un flujo unilateral de información.

Los políticos, los periodistas y los ciudadanos coinciden en que la comunicación política juega un papel trascendental en la democratización del régimen al permitir la pluralidad de voces en diálogo y convivencia, lo cual deriva en consensos. Los consultores señalan que la importancia de la comunicación política en este proceso, radica en el acceso a los medios y en la posibilidad de elegir entre distintas opciones de gobierno, es decir, se percibe interés por los periodos electorales.

También explican que una de las deudas de la transición es la carencia de espacios de comunicación política en México, en los cuales pueda participar el ciudadano. Entre los espacios están los medios de comunicación (comerciales y oficiales) y el Poder Legislativo, pero también hicieron referencia a los carteles, pintas en bardas, manifestaciones públicas y

el contacto directo con el ciudadano. Igualmente señalan que el proceso de comunicación política encuentra su espacio ideal en los regímenes democráticos; en los autoritarios, con clandestinos.

Como conclusión y desde esta perspectiva se puede decir que, a la par de la democratización del régimen político, se están construyendo nuevos espacios de comunicación política en México a la vez que los ya establecidos continúan abriéndose a la participación ciudadana.

Los protagonistas de la comunicación política

Identificación de los protagonistas de la comunicación política

En este punto se identificarán a los protagonistas de la comunicación política a partir de la visión de los actores. Asimismo, cada grupo de actores describe cómo es la participación de cada uno de ellos; también describen su propia participación.

Finalmente, se retomarán las opiniones de los entrevistados en torno de la interacción entre los protagonistas de la comunicación política; de esta forma, se encontrará la descripción que cada grupo de actores ofrece en cuanto a la relación que mantienen con los demás.

A partir de la información brindada por los políticos, los protagonistas de la comunicación política son los propios políticos (tanto los candidatos como aquellos que ocupan un cargo, ya sea de elección popular o por designación), los medios de comunicación y los ciudadanos, (tanto organizados como en lo individual). En este aspecto y como veremos a continuación, los políticos coinciden con los periodistas y los representantes ciudadanos.

Los informantes explican que los ciudadanos juegan un papel importante en el proceso de la comunicación política:

En primer lugar, la comunicación política tiene como protagonistas a los ciudadanos porque al final del día es a quienes va dirigida o a quienes debe ir dirigida la comunicación política (Políticos 2).

Esta idea concuerda con la propuesta de Aimée Vega (2002) quien concibe a los ciudadanos como objeto y fin de la comunicación política.

Este grupo de actores incluyó a los consultores de opinión pública dentro de los protagonistas de la comunicación política, mas es pertinente advertir que no lo hicieron de manera espontánea cuando se les cuestionó sobre quiénes eran, desde su perspectiva, los protagonistas de la comunicación política. Éste es un aspecto relevante ya que, más adelante, la manera en los políticos describen la participación de los consultores en este contexto revela que sí consideran trascendental la relación que mantienen con este sector, sobre todo, como una forma de acercarse, en distintos aspectos, al ciudadano; sin embargo, en principio, no parecen estar conscientes de esta situación, al menos, hasta el momento.

Para los periodistas, los protagonistas de la comunicación política son los políticos con un cargo de elección popular y los funcionarios, las organizaciones sociales y sindicales, los intelectuales y los medios de comunicación; estos últimos juegan un papel importante en este proceso al convertirse en el enlace con la sociedad. Sin embargo, los periodistas explican que los ciudadanos no han encontrado espacios adecuados para participar, por tanto:

...los ciudadanos están en un papel pasivo (Periodistas 2).

En cuanto a la participación ciudadana de manera organizada, los periodistas comentan que:

...estas organizaciones de la sociedad civil (...) han sido fundamentales, han marcado agenda, tienen una agenda clara y la marcan y la imponen y la buscan (Periodistas 3).

Finalmente, señalan que los consultores de opinión pública no forman parte de los protagonistas de la comunicación política, aunque su trabajo es determinante para marcar la agenda.

Desde la perspectiva de los consultores, los protagonistas de la comunicación política son los medios de comunicación, el gobierno, los partidos políticos con sus integrantes y la opinión pública mediante las encuestas. Los actores que destacan son los medios de comunicación. Esta visión concuerda con la planteada por Dominique Wolton (1995a, 1995b y 1998).

Como se puede observar, este grupo de actores sí se incluye dentro de los protagonistas de la comunicación política; el resto de los actores no considera a los consultores de opinión pública ni a su trabajo como parte de estos protagonistas.

Es importante señalar que una parte de los informantes considera que las empresas también pueden hacer comunicación política, aunque no las identifican precisamente como protagonistas del proceso de comunicación política.

Para los representantes ciudadanos, los protagonistas de la comunicación política son los políticos y los medios de comunicación.

Más adelante se describe, desde esta perspectiva, la participación de los consultores de opinión pública en el ámbito de la comunicación política, sin embargo, no fueron señalados de manera espontánea como parte de los protagonistas de la comunicación política.

Es importante resaltar que los entrevistados refieren que los ciudadanos forman parte de los protagonistas de la comunicación política sólo en los regímenes democráticos.

Descripción de la participación de los protagonistas de la comunicación política en México:

a) De la participación de los políticos

Los políticos explican que debido a las presiones mediáticas, su participación en el proceso de la comunicación política se ciñe a la agenda de los medios de comunicación basada en la

búsqueda del *rating* y no de las propuestas para la resolución de los problemas del país. Así, observamos que los políticos han tenido que adaptarse al lenguaje de los medios, sobre todo, al televisivo (Vega, 2000).

La comunicación política debe ser un diálogo entre los actores estudiados aquí y esto no sucede en México porque los actores son irresponsables tanto en la forma como en el contenido de los mensajes que emiten; es parte del aprendizaje en el contexto de la transición a la democracia:

Los políticos debemos (...) ser capaces de escuchar, de aceptar y de coincidir con otras opiniones, con otras exigencias o con otras ideas y eso no es otra cosa sino que la comunicación política se convierta en un diálogo político (Políticos 2).

Desde la perspectiva de una parte de los periodistas entrevistados, la participación de los políticos en el proceso de la comunicación política se fundamenta en el derecho que les otorga la ley para participar en estos espacios mediante el diálogo y la búsqueda de consensos.

Otra parte de este grupo de actores considera que, dentro de este proceso, los políticos deben contar con estrategias de comunicación eficientes que permitan informar al ciudadano sobre cuáles son los objetivos del gobierno en turno y el rumbo que está tomando.

Los consultores de opinión pública consideran que, en el ámbito de la comunicación política, los políticos tienen una intervención continua, aunque su actividad comunicativa es más intensa durante los procesos electorales, así como en los coyunturales y de:

...de lucha política en donde intentan convencer o persuadir de sus argumentos, de sus posiciones (Consultores 1).

Éste es un tema en el que los consultores de opinión pública coinciden con los ciudadanos.

Los entrevistados agregan que los políticos:

...siempre funcionan en términos de sus propios intereses y sus intereses son acceder al poder (Consultores 1).

Igualmente, los consultores de opinión pública consideran que hay políticos que están conscientes del proceso de privatización de la comunicación política y por ello, a partir de reformas al marco jurídico actual:

...algunos (...) están intentando corregir estas cosas (Consultores 2).

Los representantes ciudadanos explican que los políticos participan de manera permanente en el proceso de la comunicación política a partir de estrategias diseñadas por un equipo profesional que se encarga de:

...de formular mensajes, acuñarlo, enlatarlo y presentarlo (Ciudadanos 1).

Sin embargo, los informantes advierten que la participación de los políticos en el contexto de la comunicación política no debe reducirse a la búsqueda del voto. Por el contrario, la labor de los políticos debe concentrarse en la discusión de los temas fundamentales para el país y no en los coyunturales de tal forma que el país avance.

b) De la participación de los periodistas

Para los políticos el papel de los periodistas en el ámbito de la comunicación política:

...debería ser tratar de combinar lo más racionalmente, lo más equilibradamente posible el pleito con el análisis (...), pero entendiendo que el papel de los medios es también buscar la nota, pues es muy difícil que esto sea así (Políticos 1).

Desde esta perspectiva, el ciudadano acude a los medios de comunicación para enterarse de lo que sucede en la vida política, por ello la actuación de los periodistas debe ser imparcial y objetiva. Éste es un punto en el cual coinciden todos los grupos de actores entrevistados.

Sin embargo, aún no sucede así. Los informantes comentan que:

...los medios no deben coadyuvar al deterioro de las instituciones, los medios debieran coadyuvar al robustecimiento de las mismas (Políticos 3).

Por tales motivos, los medios de comunicación han sido acusados de haberse olvidado de su función social basada en informar con la mayor objetividad posible a la sociedad (Vega, 2002).

Los periodistas explican que los medios de comunicación juegan un papel importante en el ámbito de la comunicación política al ser un enlace entre los actores políticos y la sociedad. Además, difunden los acuerdos y las desavenencias entre los actores políticos. En este sentido, los periodistas deben aprender a deslindar los intereses de los políticos y transmitir información veraz.

Este grupo de actores agrega que:

...mientras los medios, en algún momento tuvieron que construirse para cuestionar los abusos del poder, en este momento se han construido como una especie de entes económicos, en donde el periodismo en sí, o la función pública que pudiera tener un periodismo independiente está supeditado al poder económico, mientras que en algún momento en el caso de México estuvo supeditado al poder político, ahora hay una preeminencia del poder económico y, por lo tanto, no hay independencia (Periodistas 2).

El poder económico retoma su fuerza en los periodos electorales:

...los empresarios de medios o los grandes corporativos están desesperados por ubicar un lugar en medio de la incertidumbre, o por generarse ingresos (Periodistas 3).

En este mismo sentido, Aimée Vega (2002) explica que, en el contexto actual de la globalización, los medios de comunicación están movidos por un motor económico.

De cualquier forma, reconocen que en hoy en día hay mayor libertad en los medios de comunicación y es esa libertad la que los ha llevado a imponer temas de agenda y este aspecto redundante en que los ciudadanos carezcan de:

...un espacio de opinión y (...) de espacios para poder decir, hablar y opinar (Periodistas 2).

Finalmente, señalan que es necesario que el periodista se cuestione sobre cuál es su importancia al interior del proceso de comunicación política y de un régimen político democrático.

En relación con los medios de comunicación, los consultores comentan que, de todos ellos, la prensa es la única que ha mantenido su tradición argumentativa, mientras que:

...la televisión ha estado funcionando mediante la manipulación, los spots y la persuasión (Consultores 1).

Desafortunadamente –agregan los consultores- la televisión es el medio que más influencia ejerce en el establecimiento de la agenda política acompañada del “relato espectacular”:

...la política se ha ido cada vez más adaptando, asumiendo el discurso propio del medio televisivo (Consultores 1).

Es por este motivo que los entrevistados consideran que:

...los medios son grandes actores que están interviniendo, no de la mejor manera, más bien creo que están metiendo mucho ruido a lo que es el proceso. Y lo más impresionante de este proceso yo diría es que son juez y parte y ellos son los que dicen cuál es el buen actor y cuál es el mal actor y nadie los juzga a ellos (Consultores 2).

Agregan que los periodistas, al hacer su trabajo:

...tratan de descubrir lo que está atrás de lo que [los políticos muestran] al público (Consultores 3).

Por su parte y desde la perspectiva de estos actores, los medios de comunicación se están asumiendo actualmente como representantes de la opinión pública.

De acuerdo con los representantes ciudadanos, cada periodista tiene su estilo para presentar los hechos, interpretarlos y opinar. La labor de los periodistas debe aportar:

...elementos de análisis del quehacer político y social para dar a los ciudadanos bases para su participación social, al tiempo que señalan a los gobernantes y los partidos políticos sus desaciertos y sus errores (Ciudadanos 2).

Los representantes ciudadanos comentan que las condiciones laborales de los reporteros no son adecuadas para crear espacios de comunicación política; por su parte, los articulistas –quienes tendrían mayores posibilidades de hacerlo- solamente:

...se recrean en la discusión de las discusiones entre los actores políticos (Ciudadanos 2).

Finalmente, los informantes agregan que, en la actualidad, los medios de comunicación han concentrado el debate político en el espectáculo y el escándalo:

Con la irrupción de los grandes medios masivos de comunicación, sobre todo de la televisión –quizá-, muchos de los contenidos tienden a simplificarse y tienden muchas veces a convertirse en meros slogans de mercadotécnicos y ése es alguno (...) de los focos rojos que muchos analistas están previniendo en relación con la democracia: la simplificación, hasta la vulgarización y frivolidad de los contenidos (Ciudadanos 3).

c) *De la participación de los consultores de opinión pública*

Los políticos coinciden en que hay seriedad en algunos trabajos realizados por consultorías de opinión pública, pero otros utilizan estos estudios para favorecer o perjudicar a una persona o a una institución. Esta opinión también la tienen los periodistas.

Lamentablemente, parece que estamos medidos, regulados por las encuestas nada más. Quiere decir que vivimos en una encuestocracia (...) Las encuestas son muy valiosas si son serias y bien realizadas (Políticos 2).

...no son muchos los encuestadores que garantizan la certeza y la seguridad de la tarea a la cual ellos se avocan (Políticos 3).

De esta forma, vemos que no siempre los estudios de opinión están basados en una metodología rigurosa (Vega, 2002), ya pueden utilizarse los conocimientos científicos para atender a intereses particulares.

Por otro lado, se identifican opiniones encontradas ya que hubo informantes que afirmaron que los estudios de opinión pública tratan de orientar el debate y, por tanto, son protagonistas de la comunicación política, y hubo otros que señalaron que son sólo un insumo del proceso estudiado aquí.

Para una parte del grupo de periodistas, los consultores y los estudios de opinión pública en general son muy importantes en el proceso de la comunicación política ya que permiten tener un acercamiento a la forma en la que la sociedad percibe las acciones de los políticos, estén en el gobierno o no.

De igual forma, reconocen la existencia de estudios de opinión sesgados y manipulados para favorecer a algún personaje o institución en particular:

...son hechos mediante la corrupción, porque son presentados como si fueran estudios de opinión, cuando son estudios hechos a modo o pagados por determinado actor político. Esto significa que no son estudios de opinión reales, son estudios amañados (Periodistas 1).

Otra parte, explica que:

No consideraría jamás a las empresas de encuestas [como] actores políticos, sin embargo su trabajo es fundamental para marcar agenda, para establecer prioridades de comunicación política, para medir a la sociedad, tomar pulsos... Lo mismo me parecen los consultores: no veo porqué tendríamos que darles un peso mayor al que tienen. No hacen historia pero sí coadyuvan (Periodistas 3).

Los consultores consideran que su labor es traducir:

...la opinión y a partir de ahí alguien más reelabora y dice de qué se trata esto, pero nuestra función es medir bien y en todo caso dar un diagnóstico con in sides, con algo de profundidad de qué es lo que está pasando (Consultores 2).

En voz de los entrevistados, los consultores profesionales también conocen cómo funcionan los medios de comunicación y la interacción de éstos con otros actores como los políticos y los ciudadanos.

Los consultores de opinión pública agregan que:

...la opinión pública cada vez se hace menos pública (Consultores 1).

Y es que este grupo de actores considera que los estudios de opinión cada vez más se realizan para diseñar e implementar estrategias comunicacionales, sin que se conozcan los resultados de estos estudios, a menos que se publiquen con el objetivo de influir en el comportamiento político de los ciudadanos.

Los representantes ciudadanos señalan que los primeros estudios de opinión en México fueron realizados por la Presidencia en 1988 y, actualmente, es posible observar:

...un crecimiento espectacular [y] tienen un papel central [pero] salvo contadas excepciones, no son determinantes para el moldeo de la realidad política, pero sí son fundamentales para ir observando los grados de aceptación y rechazo (Ciudadanos 1).

Irma Campuzano (1989) explica que estos estudios no fueron los primeros que se hicieron en el país, sin embargo, sí fue la primera vez en que se les difundió con intensidad. Además, significaron un parte aguas en la forma de interpretar la vida política nacional (de las Heras, 1999).

También comentan que los consultores deben trabajar de manera profesional y no distorsionar los resultados de los estudios de opinión cuyo objetivo es favorecer a alguien en especial. En el momento en que dan a conocer esos resultados, participan en la creación de espacios de comunicación política.

Una parte de este grupo de entrevistados, considera que el trabajo de las consultorías en opinión pública puede trasladar las técnicas del marketing político a los espacios de comunicación política y de esta forma se convierte a los:

...partidos y candidatos en productos a ser colocados entre el “público-ciudadano”, con lo cual se puede impulsar a actores políticos que no necesariamente tienen propuestas políticas sólidas ni contribuyen a la construcción de espacios de comunicación política (Ciudadanos 1).

d) *De la participación de los ciudadanos*

Desde la perspectiva de los políticos la “tormenta informativa” obstaculiza la participación con base en decisiones fundamentadas, es por ello que la actuación de los ciudadanos en el ámbito de la comunicación política:

...es más bien una labor pasiva, más que activa. Sin embargo, a veces trata de generar cierta iniciativa en los programas de opinión, en las cartas a los periódicos, en alguna forma de hacer valer su voz (Políticos 1).

Asimismo, los políticos reconocen que ha ocurrido un despertar en los ciudadanos que ha posibilitado su incorporación al contexto de la democracia y, por tanto, al de la comunicación política:

...y ese despertar ha hecho que los ciudadanos ya no sean pasivos en la comunicación, ni simples receptores, sino que ya sean ciudadanos en la extensión de la palabra, exigentes, demandantes y también emisores de comunicación política, porque al final del día, un voto también es comunicación política: le están diciendo algo a los partidos, a los candidatos, a los dirigentes, a los gobiernos (...) Entonces creo que ése es el papel que ahora tienen los ciudadanos, de emisores y receptores (Políticos 2).

En este sentido, Cotteret y Emeri (1973) plantean que el voto es una respuesta y ejemplo de confianza a determinado programa político.

Los ciudadanos hacen comunicación política a través de la manifestación pública utilizando medios que ellos mismos crean, fuera de los canales convencionales, no obstante:

...todavía los ciudadanos no hemos encontrado debidamente un espacio de comunicación por la vía institucional y eso también es una cuestión de deuda de la transición democrática (Políticos 2).¹

¹ También es representante de una ONG.

Para los periodistas, los espacios de comunicación política sirven para representar los intereses de los ciudadanos cuya participación debe basarse en la información:

Si está bien informada la población a través de los medios de comunicación, esto genera votos verdaderamente conscientes (Periodistas 1).

Sin embargo, los entrevistados señalan que los espacios de comunicación política están controlados por intelectuales o especialistas y el ciudadano queda relegado, aspecto en el que coinciden con los políticos:

Hay un agotamiento de todos estos espacios de participación. No se ve claro en qué medida un ciudadano pueda participar (Periodistas 2).

Es importante rescatar que una parte de los entrevistados considera que la función principal de las televisoras públicas es permitir la participación del ciudadano, pero, en la realidad lo que se observa es que:

...dan respiros, pero tampoco está participando el ciudadano (Periodistas 2).

Al igual que los representantes ciudadanos, los periodistas resaltan la importancia de la organización y apuntan que se vuelve trascendental la labor de un Consejo Ciudadano que funja como:

...un gran órgano rector [para] equilibrar realmente la participación, las necesidades y lo que tiene que decir el ciudadano (Periodistas 2).

Finalmente, señalan que las organizaciones de la sociedad civil han adquirido mucha fuerza:

Sin duda alguna, si la prensa es el cuarto poder, las OSC's son el quinto poder. Y ese quinto poder, de verdad conoce su poder, de verdad sabe marcar agenda y sabe transmitir su agenda de comunicación política muy bien. Por eso están en medios, por eso ya no son aquellos soñadores de las batallas perdidas que nadie se enteraba qué hacían. Hoy son grupos que tienen poder, que están presentes, que están organizados (Periodistas 3).

Desde la perspectiva de una parte de los consultores, los ciudadanos buscan participar en el proceso de la comunicación política a partir de manifestaciones, sin embargo, por la pobreza en la que viven, muchas veces la manifestación adquiere formas caóticas. Igualmente, consideran relevantes mecanismos como los de la opinión pública, a través de los cuales el ciudadano puede ejercer presión.

La otra parte expresa que los ciudadanos juegan un rol pasivo pues solamente son un censor de la información emitida al público.

Los representantes ciudadanos comentan que para poder contribuir al proceso de construcción de espacios de comunicación política, el ciudadano, por un lado, debe estar informado para que pueda participar y, por otro, debe incorporarse a organizaciones sociales.

No obstante, la participación de los ciudadanos en el ámbito de la comunicación política es muy reducida.

Existen pocos canales formales a través de los cuales el ciudadano puede expresar sus puntos de vista (Ciudadanos 1).

Además, el principal medio por el cual los ciudadanos se enteran de lo que sucede en la vida política es la televisión y, como se menciona con anterioridad, en ella los contenidos y los debates se simplifican.

Para una parte de los entrevistados, la reducida participación ciudadana tiene su origen en la transición inacabada en la que está ubicado el régimen político mexicano:

Falta diseñar, desarrollar, afinar los métodos para que la ciudadanía participe de una manera más activa en la toma de decisiones. En lo general, salvo excepciones (...), su papel se limita a la emisión del voto cada tres años en promedio (Ciudadanos 1).

Otro aspecto que influye en la escasa participación ciudadana se relaciona con las carencias económicas que muchos de ellos enfrentan y, por lo tanto, la organización y el planteamiento de necesidades sociales pasan a segundo plano en sus vidas cotidianas.

Interacción de los protagonistas de la comunicación política

a) *Los políticos frente a los otros actores de la comunicación política*

Desde la perspectiva de los políticos, la relación que mantienen con los periodistas y los medios de comunicación en general es de constante lucha, incluso es calificada como “perversa” (Políticos 2) porque, para tener acceso a espacios en los medios de comunicación, por un lado, hay que tener recursos económicos para poder pagarlos y, por otro, recurrir a los escándalos para tener posibilidades de *aparecer en escena*.

Es una relación perversa (...) porque no sales [en los medios de comunicación] si no cometes un exabrupto (...) Entonces eso obliga a que los políticos a veces sean irresponsables con lo que dicen porque sólo eso vende (...) También hay una perversión ahí política en los costos que tiene el acceso a los medios de comunicación (Políticos 2).

En este sentido, los entrevistados manifiestan que los medios de comunicación, en su condición de empresas, priorizan la obtención de ganancias económicas y los periodistas guían su trabajo por ese requerimiento. Este factor refleja que los medios de comunicación de nuestro país también están inmersos en un proceso de transición:

Esta situación de vender -que es la necesidad que tienen los periodistas- su noticia, pues es también el problema de este perfeccionamiento de la comunicación democrática (Políticos 3).

Estas opiniones y percepciones están relacionadas con el planteamiento de la tensión entre los actores de Wolton (1995b) y Bregman (1995) señalado anteriormente, en el apartado relativo al análisis del papel de la comunicación política en el proceso de democratización.

Asimismo, los informantes señalan que los consultores de opinión pública, con el tiempo, se han ido ganado el respeto de los políticos, sin embargo reconocen que:

...hay encuestadoras que no cumplen con ese propósito de certeza, de seguridad, de veracidad, de equidad y de imparcialidad (Políticos 3).

Nuevamente vemos que los consultores de opinión pública no siempre cumplen con bases metodológicas rigurosas al realizar sus estudios (Vega, 2002).

Los políticos refieren que los estudios de opinión tienen dos tipos de uso: el primero está relacionado con la búsqueda de información para implementar desde estrategias comunicacionales hasta políticas públicas. El segundo, se refiere al empleo de estudios de opinión para favorecer a una institución o un personaje específico de la vida política.

A veces, se construyen imágenes ficticias de los políticos y se construyen mensajes ficticios (...) basados en estudios de opinión (...) que no necesariamente reflejan la realidad de las cosas, con el objetivo de construir una imagen a gusto de lo que dice una encuesta (Políticos 2).

Finalmente, reconocen que algunos políticos tienen una actitud “proactiva” (Políticos 1) frente a los ciudadanos, pero no a todos les interesa el bienestar de la sociedad.

La relación entre políticos y ciudadanos debe ser transparente para que la comunicación:

...sea más directa, sea verdaderamente una relación cara a cara y más real (Políticos 2).

b) *Los periodistas frente a los otros actores de la comunicación política*

Para los periodistas, la relación que este grupo de entrevistados mantiene con los políticos es de respeto, aunque existen vicios como la:

...manipulación, hay intereses, todos los políticos cuando hablan con algún representante de algún medio de comunicación, con algún periodista, tienen un interés

específico. Es trabajo del periodista poder deslindar, quitar ese interés, para (...) reflejar mediante investigaciones lo que realmente esté sucediendo, o sea, ir a la información veraz (Periodistas 1).

Aunque –señalan- ha comenzado a surgir una voz que cuestiona; lamentablemente:

...ese cuestionar, ha perdido de vista (...) cuál sería su función dentro de [una] democracia (Periodistas 2).

Este grupo de actores comenta que, en apariencia, la relación de los medios de comunicación con los consultores es institucional, ya que los resultados de los estudios de opinión pública son dados a conocer a través de los medios de comunicación.

No obstante, consideran que, al ser una relación difícilmente observable y medible, se posibilita la corrupción tanto en los objetivos que guían las metodologías empleadas como en la difusión de los resultados de estos estudios de opinión.

Los periodistas expresan que su relación con los ciudadanos es muy estrecha porque su objetivo es informar a la sociedad, sin embargo, ésta no confía en los medios de comunicación, reconocen.

Confían en que la libertad que han ganado frente al poder político vaya generando lazos que fortalezcan la relación entre los ciudadanos y los periodistas como representantes de los medios de comunicación.

c) Los consultores de opinión pública frente a los otros actores de la comunicación política

Con base en la información brindada por los consultores de opinión pública, su relación con los políticos ha evolucionado ya que, hoy en día, comienza a haber confianza en los estudios de opinión.

...ya se ha profesionalizado mucho este asunto, pero todavía creen que hay que tener cuatro o cinco asesores en comunicación para ver cuál es el que hace lo mejor,

entonces se la pasan escogiendo muchos y de ahí, lo único que ocurre es que se hacen bolas y luego no saben qué hacer (Consultores 3).

Por otra parte, señalan que hay políticos que “se ponen nerviosos” con los resultados de los estudios de opinión y no saben cómo afrontarlos ante el público. Existen:

...una serie de problemas en legislaciones locales que quieren controlar las encuestas electorales, de salida, en donde están los problemas legales. Está la tentación de “éstos que miden la opinión pública están muy sueltitos, y nos los podemos meter en un cajón”. Hay quien dice “pues juguemos así” (Consultores 2).

En relación con las encuestas y las elecciones, Bourricaud (1992) explica que los estudios de opinión adquieren relevancia durante los procesos electorales debido a que es una forma de evaluar la implementación y ejecución de las campañas políticas.

Así, los políticos recurren a los consultores de opinión pública:

...por la necesidad que tienen (...) de ver sus niveles de popularidad (Consultores 1).

En este sentido, la relación de los políticos con los ciudadanos se vuelve medible a partir del trabajo de los consultores y de los estudios de opinión pública.

Desde la perspectiva de este grupo de entrevistados, su relación con los periodistas y los medios de comunicación en general se ha ido transformando y se ha generado un proceso de aprendizaje mutuo:

...lo que pasa es que se abre un proceso de profesionalización, de periodistas que se hacen especialistas en eso (Consultores 2).

Así, los periodistas han incorporado a sus técnicas el uso de la estadística y los consultores han aprendido a mostrar de manera atractiva los resultados de sus estudios de opinión.

Sin embargo, señalan que si bien la relación se ha ido transformando, se identifican como:

...una especie ignorada casi por todos [los medios] excepto por el Reforma (Consultores 3).

De cualquier manera, explican que:

...a diferencia de otros países, la campaña de medios que haces pagada siempre es sujeto de escrutinio de los periodistas y de los medios de comunicación (Consultores 3).

Los informantes definen su relación con los ciudadanos como estrecha y explican que su trabajo es, por un lado, “traducir” la opinión de los ciudadanos y, por otro, crear estrategias de comunicación política, proceso en el cual el destinatario final es precisamente el ciudadano.

Es un ejercicio por el cual, el mensaje que tú tienes lo sometes al escrutinio de la opinión pública y luego lo difundes (Consultores 3).

d) *Los ciudadanos frente a los otros actores de la comunicación política*

Desde la perspectiva de los ciudadanos, depende de cada político la manera en que se relacione con los ciudadanos. Ejemplifican con base en las diferencias entre los partidos:

Hay partidos que privilegian la relación con organizaciones de base, con organizaciones de masa, el PRD y el PRI. Hay partidos como el PAN, que ése es un partido de cuadros, lo que no quiere decir que no tengan contacto con la ciudadanía, sino que son estilos diferentes (Ciudadanos 1).

Por un lado, para los políticos:

...es imprescindible tener esa comunicación y normalmente la buscan en el momento electoral, dado que en el momento electoral de lo que tratan es precisamente de ganarse adhesiones (Ciudadanos 3).

Wolton (1998) explica que el espacio de la comunicación política donde se intercambian los discursos contradictorios llevará a que los públicos se adhieran a unos o a otros.

Por otro, los entrevistados explican que, a pesar que hoy en día ha adquirido fuerza, perciben debilidad en la sociedad civil, lo cual repercute en la relación con los políticos.

Los informantes comentan que entre ambos actores no hay una comunicación fluida y ésta ha sido una de las razones principales para los fenómenos de hartazgo y molestia.

Además, califican la relación de los periodistas con los ciudadanos como:

...asimétrica (...) cada vez los medios son más impunes y cada vez los ciudadanos más indefensos. Entonces ese círculo es (...) muy poco virtuoso porque a mayor impunidad, mayor indefensión y a mayor indefensión mayor impunidad (Ciudadanos 3).

Añaden que uno de los objetivos centrales de los medios de comunicación es mantener informada a la sociedad:

La sociedad está sometida a un bombardeo constante de información de contenido político con el cual -en teoría- forma su opinión, para lo cual -en teoría- existen los medios comunicación y los académicos que le dan los parámetros valorativos y analíticos que le permiten interpretar esa comunicación política (Ciudadanos 1).

Así, este grupo de entrevistados considera que los ciudadanos informados tienen mayores posibilidades de participar en la sociedad.

Finalmente, los informantes refieren que la relación de los consultores con los ciudadanos es muy cercana porque los primeros:

...tienen que estar constantemente refinando sus métodos para captar los humores sociales (Ciudadanos 1).

Así vemos que los distintos grupos de actores coinciden en señalar a los políticos, los periodistas y los ciudadanos como protagonistas de la comunicación política; los consultores de opinión pública fueron los únicos que se identificaron como tales. Los ciudadanos señalan que ellos son parte de los protagonistas de la comunicación política sólo en los regímenes democráticos.

Por otro lado, políticos, los periodistas y los consultores consideran que cada uno de ellos intenta imponer su propia agenda, mientras que los ciudadanos manifiestan interés por participar también en la construcción de una agenda común. Los entrevistados reconocen que los ciudadanos juegan un rol pasivo en el contexto de la democracia y de la comunicación política porque no cuentan con los canales adecuados para participar. Al final, los distintos grupos de actores reconocen que estas situaciones generan conflicto en su interacción, aunque el más intenso es entre los periodistas y los políticos.

Los ciudadanos y la comunicación alternativa

En esta última etapa del análisis, se retoman las opiniones de los entrevistados en relación con la participación de los ciudadanos en el contexto de la democracia y de la comunicación política. Para ello, los informantes realizan una discusión en torno al estado en que se encuentra la transición a la democracia en el régimen político mexicano y la necesidad que han tenido los ciudadanos de buscar canales alternos para su participación, en la medida en que cuentan con espacios reducidos.

A continuación los entrevistados realizan una descripción acerca de cómo conciben al ciudadano.

Concepción del ciudadano

a) Los políticos

Los políticos comentan que, antes que iniciara el proceso de transición democrática (1968 y 1988 son señalados como momentos clave), los ciudadanos eran vistos como receptores. Sin embargo, hoy en día, son vistos como emisores e, incluso, los ciudadanos se comportan como tales, en el ámbito de la comunicación política.

Lo vemos como el asunto principal, es decir, obviamente lo que nos interesa no es lo que dicen los medios, sino lo que realmente está pensando la gente (Políticos 1).

Creo que antes los veían como receptores y hoy, afortunadamente, nos hemos dado cuenta –los propios ciudadanos también se han dado cuenta, que es lo más importante- que son los protagonistas principales de la vida pública (Políticos 2).

Al igual que este grupo de entrevistados, los periodistas y los consultores ven a los ciudadanos como el asunto principal. En relación con los políticos, se observa que cada vez más se preocupan por la opinión que los ciudadanos tengan de ellos, porque:

...el político vive de la credibilidad que tenga la gente en él y de la convicción que puede crear en esa ciudadanía (Políticos 3).

En este sentido, Aimée Vega (2002) explica que los políticos ven al ciudadano como votante potencial, sin embargo, los informantes no mencionan esta situación.

b) Los periodistas

Los periodistas reconocen que los medios de comunicación ven con muy poco respeto a los ciudadanos:

...porque seguimos informando todo lo que los grupos de poder desean que informemos (...) Los medios de comunicación en muy poco ayudan en cuanto a mantener bien informada a la sociedad por muchos motivos, entre ellos, motivada por los propios dueños de los medios de comunicación, que lo que les interesa es el capital y no informar verazmente a la sociedad (Periodistas 1).

Al final de cuentas, las empresas mediáticas ven a los ciudadanos como *rating* – aspecto señalado por Vega (2002)- y tienen que hacer todo lo que esté a su alcance por llamar su atención.

c) Los consultores de opinión pública

Las opiniones de la sociedad son la materia prima del trabajo de los consultores de opinión pública, por tanto, para estos últimos, los ciudadanos son relevantes.

De igual forma, Aimée Vega (2002) señala que los consultores ven a los ciudadanos como una adición de opiniones individuales resultado de un instrumento de estadística y muestreo.

d) Los ciudadanos

Este grupo de entrevistados se concibe a sí mismo como protagonista de la comunicación política:

Los actores de la comunicación política también pueden ser los ciudadanos, es más, en un sistema democrático –se supone- a diferencia de un sistema autocrático deben existir puentes de comunicación eficientes entre gobernantes y gobernados. En ese sentido, tendría que haber una comunicación política fluida (...) de la sociedad con el Estado, lo que quiere decir que los ciudadanos son los representantes (Ciudadanos 3).

De igual forma, reconocen que en la actualidad los ciudadanos son emisores, aunque es el papel de receptor el que predomina:

Creo que hoy son más destinatarios que fuentes, pero conforme los ciudadanos empiecen a dejar de estar atomizados y estén organizados pues harán valer de mejor manera sus reivindicaciones, sus preocupaciones (Ciudadanos 3).

Los informantes agregan que la información es la base para la participación ciudadana:

El ciudadano al informarse y asumir una actitud ciudadana que no se limite a la mera emisión del sufragio, sino que participe en su comunidad y se incorpore a organizaciones sociales, estará contribuyendo al proceso de construcción de espacios de comunicación política (Ciudadanos 2).

Finalmente, explican que, a pesar que hoy en día ha adquirido fuerza, perciben debilidad en la sociedad civil, lo cual, de alguna manera, representa otra limitante para participar en el proceso de la comunicación política.

De esta forma, se observa que los distintos grupos de entrevistados identifican al ciudadano como emisor y no sólo como receptor en el proceso de la comunicación política

y explican que esto ha sido debido a la democratización por la cual ha transitado el régimen político mexicano. No obstante, reconocen que aún hacen falta más espacios para que el ciudadano pueda participar.

Integración de los ciudadanos al contexto de la democracia

En este punto, los distintos grupos de actores exponen, desde su perspectiva, la manera en que los ciudadanos se han integrado con contexto de la democracia y de la comunicación política. Los políticos explican que los ciudadanos han buscado la manera de integrarse al contexto de la democracia, pero no siempre encuentran los canales adecuados, punto en el que coinciden con los periodistas y los consultores.

De hecho, han participado definitivamente en construir la democracia en México (Políticos 2).

Tenemos una sociedad cada vez más activa y participativa. Lo que pasa es que esta voluntad, este afán, no siempre encuentra los canales adecuados para expresarse (Políticos 1).

Añaden que la participación ciudadana comienza en la información con que cuenta:

Hoy en México tenemos una ciudadanía que busca informarse mejor que la que teníamos hace 50, 60 años (Políticos 3).

Para los periodistas, el proceso de democratización del régimen político mexicano se ha originado a partir de las exigencias ciudadanas:

Sin ellos no habría cambios (Periodistas 1).

Los periodistas señalan que el ciudadano en México comenzó a despertar después de los sismos de 1985 ocurridos en la ciudad de México, cuando los ciudadanos se solidarizaron para obtener beneficios comunes. En fechas más recientes y:

...en términos de la voz pública, del voto, yo creo que se da justo a partir de los noventa y son las marchas y, recientemente, el voto. Aunque no sea el voto racional todavía,

creo que se han encontrado formas (...) El problema es que todavía no hay una manera –salvo algunas cosas- de ejercer presión (Periodistas 2).

Así, los periodistas coinciden con los representantes ciudadanos en que a partir de la presentación de exigencias de manera organizada, es como los ciudadanos se han integrado al contexto de la democracia.

Los consultores comentan que la posibilidad de que los ciudadanos participen en la vida política en México se ve limitada debido a que:

...no existe el plebiscito, no existen iniciativas populares y, además, los partidos políticos impiden la aparición de candidatos ciudadanos (Consultores 1).

Por su parte, los representantes ciudadanos explican que han buscado integrarse al contexto de la democracia a partir de diferentes formas basadas en la organización:

...es la historia de la transición democrática, es la historia del país: infinidad de modalidades, desde alzamientos armados, huelgas de hambre, marchas, demostraciones, cartas de protesta, canciones... (Ciudadanos 1).

Los informantes comentan, finalmente, que es necesario que los ciudadanos se organicen para poder integrarse de lleno y participar en la vida política del país.

Integración de los ciudadanos al contexto de la comunicación política

Desde la perspectiva de los políticos, los ciudadanos se han integrado al contexto de la comunicación política, en parte, debido a que los medios de comunicación se han dado cuenta de la importancia de éstos.

Además, a la par del crecimiento de los espacios de comunicación, los ciudadanos han encontrado la forma de integrarse al proceso de la comunicación política, y esto se ve en la capacidad que tienen actualmente para exigir:

El propio ciudadano, consciente o inconscientemente, ha exigido que lo integren a la comunicación política (Políticos 2).

Los periodistas explican que los ciudadanos participan en el contexto de la comunicación política desde el momento en que eligen a sus gobernantes. Además:

...en la democracia, la ciudadanía ocupa esos espacios [de comunicación política] a través de sus representantes (Periodistas 1).

Visto desde esta perspectiva, se puede comprender que quizá por esta razón, Dominique Wolton (1995a, 1995b, 1998) no los incluyó como protagonistas. No obstante, los ciudadanos participan de otras formas, como ya se ha mencionado antes.

De igual forma, los entrevistados señalan que los ciudadanos participan en este proceso, aunque no con el impacto esperado, al entrar en contacto con los medios de comunicación:

...a través de cartas al lector o (...) a través de llamadas de radio (Periodistas 3).

Desde la perspectiva de los consultores de opinión pública, el protagonismo que ha adquirido el ciudadano en el contexto de la comunicación política se puede medir, sobre todo, en tanto que hoy en día, los políticos se preocupan más por lo que comunican. Para ello, necesitan estudios de opinión que les permita definir y ejecutar estrategias eficaces.

De esta forma, nuevamente se percibe el interés de este grupo acerca de su participación en el proceso de la comunicación política, en este caso en particular, en su relación con los ciudadanos.

Los representantes ciudadanos opinan que se han integrado al contexto de la comunicación política y, por tanto, de la democracia –además del ejercicio del voto- a partir de de la organización; en ese momento, dejan de ser receptores para convertirse en emisores dentro de este proceso.

Aquí se percibe interés en la participación organizada, ya que es así como este grupo de entrevistados se ha integrado al contexto de la democracia.

Es importante mencionar que todos los grupos de entrevistados admiten que, hoy en día, los ciudadanos en México ya se desempeñan como emisores y no sólo como receptores en el proceso de comunicación política.

De esta forma, los ciudadanos se han integrado al contexto de la democracia y de la comunicación política, fundamentalmente, a partir de la presentación organizada de sus demandas.

Espacios de comunicación alternativa en México

Finalmente, los informantes identifican espacios de comunicación alternativa en nuestro país y señalan su importancia en el proceso de democratización del régimen político mexicano. De esta forma, al igual que los consultores, los políticos consideran que la comunicación alternativa es identificada como aquella que surge a partir de la organización de los ciudadanos:

Los ciudadanos se organizan solos (...) Solos quiere decir por fuera de los cauces institucionales (Políticos 1).

Aunque también señalan que existe comunicación alternativa en un mitin o en una reunión de amigos en donde hay contacto directo y la interacción permite crear espacios nuevos de comunicación política.

Los políticos identifican algunas experiencias en el ámbito de la comunicación alternativa, en donde se ubican, por un lado, la radio comunitaria y la prensa local y, por otro, la Internet.

Hay algunas experiencias como la radio comunitaria, donde se demuestra que a veces la radio más pequeña, más modesta, de menor alcance, es más cercana al ciudadano que la gran empresa que cubre todo el país o que cubre todo el continente o incluso el

mundo [que] tiene mucho alejamiento y muchos intereses y a veces muchos problemas para recoger esa voz del ciudadano en su localidad. Entonces, la radio comunitaria es un mecanismo que ha demostrado ser muy importante en esta comunicación alternativa (Políticos 1).

En relación con Internet, los políticos la describen como un medio más poderoso que la televisión; la sitúan dentro de los procesos de comunicación alternativa por diferentes razones entre las que se encuentran la falta de regulación y, paradójicamente, el uso de páginas electrónicas para la realización de trámites gubernamentales, hecho que ha revolucionado parte de la administración pública en México.

Esto va a generar que los medios de comunicación, los partidos, el propio gobierno busquen cada vez más medidas alternativas de comunicación (Políticos 2).

Es importante señalar que hay opiniones divididas en cuanto al acceso a Internet. Por una parte, hay entrevistados que afirman que es una tecnología accesible para la mayoría:

Los cafés Internet han roto esa difícil accesibilidad (...) En las colonias más pobres y más humildes de este país hay un café Internet y ahí hay un joven (Políticos 2).

Sin embargo, con base en estimaciones de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, (COFETEL) para el año 2003, Delia Crovi (2005, en prensa) apunta que sólo 13.3% de la población a nivel nacional se conecta a Internet, ya sea por medios propios o a través de una computadora compartida. Así, se convierte en un medio poco accesible. En este mismo sentido va la opinión de otra parte de los informantes, aunque se muestra optimista respecto al futuro:

También el Internet ha sido últimamente un medio alternativo muy importante, pero en México, desgraciadamente todavía hay mucha gente que no maneja el Internet, que no tiene una computadora a su alcance y no sabe todavía cómo manejar estos medios. Pero en el futuro, el Internet podrá ser un medio alternativo de comunicación que, por su propia naturaleza, evade los controles gubernamentales (Políticos 1).

Al igual que los políticos, los otros tres grupos de actores identifican a la Internet como un espacio importante de comunicación alternativa.

Finalmente, se hace referencia a la televisión como un medio en el cual es difícil encontrar espacios de comunicación alternativa:

Yo espero que en el futuro también haya televisiones alternativas (...). Desgraciadamente, en México nos topamos con un problema muy serio que es el control del Estado sobre las concesiones a los medios de televisión y radio, de tal manera que canales de televisión independiente, canales de radio independiente son muy escasas porque el gobierno simplemente no les da permiso (Políticos 1).

Los periodistas consideran que en México sí existen espacios de comunicación alternativa. Como ejemplo, identifican a los medios de comunicación locales establecidos en zonas en donde es difícil que lleguen aquellos que son nacionales. En este aspecto coinciden con los políticos y los consultores de opinión pública.

De igual forma, señalan que el espacio público se transforma vertiginosamente e identifican a la Internet como un espacio de comunicación alternativa.

Para los consultores, los espacios de comunicación alternativa están limitados y, en general, esto sucede con todos aquellos espacios en los que pudieran participar los ciudadanos:

...y cualquier intento de generar cualquier elemento alternativo (...) es cohibido por las élites (Consultores 1).

Es por esta razón, que las expresiones alternativas cada vez más son propias de la sociedad civil, la cual puede utilizar formas simbólicas institucionalizadas; lo anterior es resultado de que los ciudadanos se han dado cuenta de la importancia que tienen los medios de comunicación y es así como ellos también los utilizan para emitir sus mensajes, aunque sea en contextos alternativos.

De igual forma, se reconoce que la comunicación alternativa tiene espacios más significativos en comunidades alejadas de las grandes empresas mediáticas:

Hay otros lugares donde sucede que la comunicación de panfletos y comunicación con folletos es mucho más efectiva que muchas otras (Consultores 2).

Dentro de los espacios de comunicación identificados por este grupo de entrevistados están las mantas, pendones, las pintas en bardas y también diversos tipos de prensa local y radio comunitaria:

...de lo más alternativo yo pensaría que es la comunicación informal, donde están pasando muchas cosas por abajo y es una comunicación mucho más legítima y no tiene que ver con que si el candidato aparece simpático en televisión o no (Consultores 2).

Para los consultores, lo alternativo depende de que la estrategia de comunicación empleada esté estructurada o no. Los espacios mencionados con anterioridad son considerados como no estructurados, aunque:

...ya hasta ahí hay empresas que se dedican a eso, y la estructuración me la daría eso. Si tú me preguntas un medio alternativo, yo pensaría en cosas como en contacto directo (Consultores 3).

No obstante, también se aclara que el contacto directo también puede estar estructurado.

Este grupo de actores identifica a Internet como un espacio de comunicación alternativa:

Internet representa hoy en día una modalidad comunicativa (...) inexplorada, pero obviamente (...) refleja o refiere a grupos sociales (...) específicos, a los que tienen acceso a este medio (Consultores 1).

Desde la perspectiva de los representantes ciudadanos, en México existen manifestaciones de comunicación alternativa, entendida como:

...la que se sale de los canales convencionales o mayoritarios, una canción de protesta lanzada en una plaza pública es [comunicación] alternativa (Ciudadanos 1).

Dentro de los espacios de comunicación alternativa se identifica, además de aquellos medios comunitarios, las reuniones de barrio y de organizaciones no gubernamentales, a la Internet y también:

...la que se produce a través de publicaciones marginales o un cine alternativo o videos, los performances (Ciudadanos 3).

Importancia de la comunicación alternativa en la construcción de espacios de comunicación política en México

Por último, los políticos consideran que el papel que juega la comunicación alternativa en la construcción de espacios de comunicación política es muy importante porque permite la participación de los ciudadanos:

...sin muchas mordazas (...), sin muchos compromisos (...) ocupa un lugar importante [aunque] no es extraordinariamente el impacto, como cuando se impacta a las mayorías (Políticos 3).

Por otra parte, es necesario resaltar que la comunicación alternativa ha favorecido la transformación de los procedimientos para la rendición de cuentas.

Hay toda una revolución tecnológica en el gobierno de unos cuatro o cinco años para acá y es justamente el Internet y que tiene que ver con trámites electrónicos, tiene que ver con la cuestión de la transparencia, también está asociada a como el ciudadano accede a ciertas informaciones y buena parte de esas informaciones acceden a través de páginas electrónicas. Creo que esas formas de comunicación (...) ya están siendo utilizadas por el gobierno y que eso va a obligar a que todos las utilicemos. Ya hasta pagas los impuestos por Internet, ya no llenas los formatos que antes (Políticos 2).

Los periodistas entrevistados señalan que la comunicación alternativa es importante en el proceso de democratización ya que cuando los ciudadanos no encuentran espacios adecuados para participar en el contexto de la comunicación política, ellos mismos los crean y, de esta forma, van construyendo más y nuevos espacios.

Y en relación con la Internet, los periodistas comentan que a partir de este espacio de comunicación alternativa, el ciudadano ha encontrado otra forma de organizarse y participar.

Coincidiendo con los representantes ciudadanos, los consultores expresan que la existencia de manifestaciones de comunicación alternativa es muy importante porque posibilitan la oportunidad de ir construyendo nuevos espacios:

...institucionalizados (...) en donde sus demandas sean escuchadas (Consultores 1).

Según los consultores, si no existieran espacios de comunicación alternativa, todo sería televisión y explican que:

...no hay lugar que funcione así, no hay..., sobre todo, hay en áreas geográficas definidas [donde] necesariamente la comunicación alternativa es casi una necesidad (...) Hay lugares en donde funciona la campaña de este tipo de comunicación a través de familia y a través de amigos (Consultores 2).

Igualmente, exponen que el político tiene que hablarle a todo público y es muy difícil segmentarlo, y sólo se puede lograr a través de la comunicación directa, parte de la alternativa.

Desde la perspectiva de los representantes ciudadanos, la comunicación alternativa es fundamental en el proceso de democratización de un régimen y, por tanto, en la creación y fortalecimiento de espacios de comunicación política:

...porque le da voz a sectores minoritarios (Ciudadanos 1).

Sin embargo, los representantes ciudadanos consideran –al igual que el resto de actores entrevistados- que la comunicación alternativa no siempre ejerce la influencia deseada, ya que depende del contexto en el que se desarrolle.

Así, los informantes explican que la comunicación alternativa ayuda a que las demandas de la sociedad sean escuchadas, aunque reconocen que adquiere más relevancia

en comunidades alejadas -en ocasiones por cuestiones geográficas- de la recepción de las grandes corporaciones mediáticas. Es importante señalar que todos los grupos de entrevistados coinciden en que Internet es, actualmente, el espacio más representativo de la comunicación alternativa, aunque –como ya se mencionó- aún es limitado el acceso a esta tecnología. Finalmente, reconocen que este tipo de comunicación no siempre ejerce la influencia esperada.

1.6 Reflexiones preliminares

A partir del acercamiento empírico realizado para esta investigación se observa que las posturas de los informantes se dividen, ya que una parte considera que México es ya una democracia y otra opina lo contrario y, entre otros aspectos, señalan que la falta de una cultura política democrática es el principal obstáculo para alcanzar la consolidación democrática.

En cuanto a la concepción de la comunicación política se encontró que es definida por parte de los entrevistados como un espacio en donde se intercambian y enfrentan distintos discursos en busca del consenso y agregan que se trata de un espacio donde convive la pluralidad de voces; por tal motivo, podemos afirmar una vez más que el contexto ideal para su existencia es la democracia. Otra parte la concibe sólo como un flujo unilateral de información.

Es importante señalar que la visión de los consultores de opinión pública refleja un particular interés por los periodos electorales, que es cuando su trabajo se intensifica. En este sentido, explican que la democratización del régimen y la construcción de espacios de comunicación política se centran, sobre todo, en la existencia de elecciones libres y confiables y en el acceso equitativo a los medios de comunicación. Así, la comunicación política también es entendida como la vía a través de la cual los políticos adquieren y mantienen el poder.

Un tema más que generó opiniones divididas entre los entrevistados es el relativo a la existencia de espacios de comunicación política: parte de los informantes considera que éstos ya están establecidos y, otra, que están en construcción. En esta última visión adquiere relevancia la participación ciudadana, sobre todo, a partir de la creación de espacios de comunicación alternativa. Aunque es importante señalar que los consultores de opinión pública no contemplan la existencia de este tipo de espacios; de hecho, la manera en que entienden a la comunicación alternativa está relacionada con la posibilidad del contacto directo entre el político y el ciudadano.

Con base en las diversas concepciones de la comunicación política, también hay opiniones distintas respecto a la existencia de estos espacios en los regímenes democráticos y en los autoritarios: aquellos que la definen como el espacio donde se intercambian discursos contradictorios expresan que la democracia es el espacio ideal, mientras que quienes la ubican en el autoritarismo, solamente la conciben como un flujo unilateral de información.

En este mismo sentido, la mayoría de los entrevistados advierte que en los regímenes autoritarios se torna compleja la publicidad y la transparencia. Si la comunicación política permite la circulación de distintos discursos, entonces nuevamente la identificamos con la democracia.

Por otro lado, los informantes reconocen a los ciudadanos, además de los políticos y los periodistas como parte de los protagonistas de la comunicación política. Los consultores son los únicos que identifican a la opinión pública como parte de los protagonistas de este proceso.

Igualmente, otro aspecto que se observó como resultado del análisis e interpretación de las entrevistas es el relacionado con la tensión entre los actores de la comunicación política, originada por el conflicto que surge al momento de establecer la agenda y querer transmitirla a la sociedad.

Siguiendo con la interacción entre los actores, se advierte también hay tensión es, sobre todo, entre los políticos y los periodistas, mientras que los consultores de opinión pública se han ido ganando el respeto de los dos anteriores. Por su parte, los ciudadanos expresan que la organización es un elemento central para interactuar con los demás actores y así lograr integrarse al ámbito de la comunicación política y, por ende, a la democracia.

Así, el ciudadano es percibido actualmente no sólo como un receptor sino como un emisor de este proceso. La participación del ciudadano no sólo se circunscribe al sufragio: la organización, la manifestación pública y el contacto con los medios comienzan a tener injerencia en el contexto de la comunicación política y, en general, de la democracia.

Sin embargo, al reconocer que han permanecido relegados de este proceso, los ciudadanos han creado espacios propios. Entonces, la comunicación alternativa se convierte en un elemento central de la transición a la democracia en nuestro país al permitir que las demandas ciudadanas sean escuchadas.

Es importante advertir los entrevistados señalaron a Internet como el espacio más representativo de la comunicación alternativa en la actualidad –a pesar que es bajo el porcentaje de población que tiene acceso a este medio-, con excepción de los consultores, como ya se señaló con anterioridad. Asimismo, los entrevistados reconocen que la comunicación alternativa no ha logrado ejercer la influencia esperada.

Finalmente, los periodistas y los representantes ciudadanos plantean como una cuestión fundamental, la creación de un Consejo Ciudadano que integre al ciudadano al contexto de la democracia para que pueda participar lo más equilibradamente posible, a la par de los políticos, los periodistas y la opinión pública, en el ámbito de la comunicación política.

FUENTES:

1. Bobbio, N. (2001), *El futuro de la democracia*, FCE, México.
2. Bourricaud, F. (1992), “Sobre la noción de comunicación sociopolítica”, en Labarrière, J., Lazerri, C., et. al., *Teoría política y comunicación*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, México, 1992, pp. 265-274.
3. Bregman, D. (1995), “La función de agenda: una problemática en transformación”, en Ferry, J.; Wolton, D.; et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 210-223.
4. Caletti, S. (1992), “Comunicación, cambio social y democracia: ocho años después”, en Esteinou, J. (Editor), *Comunicación y democracia*, VI Encuentro Nacional CONEICC, COROSO Editores, México, pp. 63-75.
5. Cotteret, J. y Emeri, C. (1973), *Los sistemas electorales*, Minitau, Barcelona.
6. Crespo, I. (1995), “¿Hacia dónde van las democracias latinoamericanas?”, en Alcántara, M. y Crespo, I. (Coords.), *Los límites de la consolidación democrática en América Latina*, Universidad de Salamanca, pp. 13-28
7. Crespo, J. (1999), *Fronteras democráticas en México. Retos, peculiaridades y comparaciones*, Océano/CIDE, México.
8. ----- (2003), “Las singularidades de un régimen”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, México, Grijalvo, pp. 35-45.
9. Crick, B. (2001), *En defensa de la política*, Criterios-Tusquets Editores/IFE, México.
10. Covi, D. (2005, en prensa), *Internet: el lenguaje de los vínculos. Hacia la reconstrucción del diálogo entre candidatos*, México, ITESM, Campus Estado de México.
11. Dahl, R. (1999), *La democracia: una guía para los ciudadanos*, Editorial Taurus, México.
12. De las Heras, M. (1999), *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: los escenarios*, Ediciones Océano.
13. Granados, M. (1986), “Comunicación alternativa” (Primera reunión nacional de investigadores de la comunicación, México, D.F., 24, 25 y 26 de septiembre de 1980), en Granados, M., *Comunicación y política*, Ediciones Océano, México.

14. Islas, J. (2003), “Nota preliminar”, en Sartori, G., *Viodeopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*, Cuadernos de la Cátedra Alfonso Reyes, FCE/ITESM, México, pp. 9-33.
15. Labastida, J. (2000), “Perspectivas del cambio democrático en México”, en Labastida, J.; Ponce, N., y Camou, A. (Coords.), *Transición democrática y gobernabilidad. México y América Latina*, FLACSO/IISUNAM/Plaza y Valdés, 2000, México, pp. 237-255.
16. Monk, W. y Golding, P. (1995), “La comunicación política y la ciudadanía” en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 25-40.
17. Muñoz-Alonso, A. (1989), *Política y nueva comunicación. El impacto de los medios de comunicación de masas en la vida política*, Fundación para el Desarrollo Social de la Función Social de las Comunicaciones, Madrid.
18. Rodríguez, G. (1999), *et. al.*, *Metodología de la investigación cualitativa*, Ediciones Aljibe, Granada, pp. 167-184.
19. Sartori, G. (2000), *¿Qué es la democracia?*, Nueva Imagen, México.
20. Schedler, A. (2000), “¿Por qué seguimos hablando de transición democrática en México?”, en Labastida, J.; Ponce, N. y Camou, A. (Coords.), *Transición democrática y gobernabilidad. México y América Latina*, FLACSO/IISUNAM/Plaza y Valdés, México, pp. 19-40.
21. Swanson, D. (1995), “El campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los medios”, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 3-24.
22. Touraine, A. (1998), *Igualdad y diversidad*, FCE, México.
23. Vega, A. (2001), *Mapa para el estudio del proceso de recepción de las audiencias sobre la información electoral televisiva, durante el proceso electoral de 2000 en México*, Tesina de Maestría en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
24. ----- (2002), *El escenario de la comunicación política hoy. Desafíos para nuestra participación*. Documento preparado para el Master en Gestión de la Comunicación Política y Electoral, Universidad Autónoma de Barcelona.

25. ----- (2004), *La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*, Tesis doctoral en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
26. Velázquez, T. (1994), “El medio televisivo como configurador del discurso político”, en Huertas, F. (Coord.), *Televisión y política*, Editorial Complutense, Madrid, pp. 115-122.
27. Villamil, J. (1998), *Los desafíos de la transición. Escenarios del cambio político en México*, Hoja Casa Editorial, México.
28. Woldenberg (2003), “En el México plural está el motor del cambio”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, 2003, pp. 193-206.
29. Wolton, D. (1995a), “Los medios, eslabón débil de la comunicación política”, en Ferry, J.; Wolton, D., et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 183-199.
30. ----- (1995b), “La comunicación política: la construcción de un modelo”, en Ferry, J.; Wolton, D., et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 28-46.
31. ----- (1998), “Las contradicciones de la comunicación política”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, Barcelona, pp. 110-130.

CONCLUSIONES

Esta investigación nos ha permitido conocer que, tal como se afirma en la hipótesis, actualmente, la práctica y el estudio de la comunicación política se identifican con la democracia, por tanto, hoy en día representa una forma de comprender la vida política y su influencia en la sociedad.

En este contexto, podemos afirmar que la evolución tanto en el estudio como en la práctica de la comunicación política ha estado acompañada por la democratización de los regímenes políticos, proceso que ha posibilitado el intercambio y la confrontación de discursos de cada uno de los protagonistas de la comunicación política (políticos, periodistas y opinión pública representada por encuestas y sondeos). Así, simplemente, al identificar la existencia de varios y diferentes discursos y la posibilidad de enfrentamiento, se está reconociendo la diversidad propia de los regímenes políticos democráticos y, por tanto, plurales, en donde el consenso es una de las características principales.

Derivado de este análisis podemos concluir que la comunicación política es concebida en la actualidad como uno de los espacios públicos más representativos de los regímenes democráticos debido a que permite la visibilización de la vida política.

El papel que juega la comunicación política en un régimen político democrático se concentra principalmente en evitar que el discurso se encierre en sí mismo y, además de que permanezca permanentemente en la plaza pública, no permita la inclusión de más y distintas voces.

En relación con el estudio de la comunicación política es pertinente recordar que ésta ofrece distintas áreas de desarrollo. En primer lugar, tenemos el estudio de la comunicación en la vida política, la cual se intensifica durante los periodos electorales, debido a que –se concluye– es cuando la incertidumbre permea al contexto político y se encuentra en un momento de indefinición. Por otra parte, también se examina la dinámica de los discursos de los actores de la comunicación política, así como la intencionalidad de sus mensajes.

Igualmente, se analiza la mediatización de las instituciones políticas, ya que cada vez más su presencia e imagen ante la opinión pública depende en buena medida de su participación en los medios de comunicación. Concluimos que la relevancia de esta faceta de estudio de la comunicación política radica en que la relación de las instituciones con los medios, por un lado, representa una forma para que la sociedad esté informada de su labor, pero también es una vía para establecer el contacto con la sociedad basado en la retroalimentación; observamos que Internet se está comenzando a integrar a este proceso de comunicación, aunque es preciso comentar que el acceso a esta tecnología aún es limitado.

Asimismo, se estudia la agenda: cada uno de los protagonistas de la comunicación política pretende influir en el ciudadano en relación con la jerarquización y la opinión que se tiene de los distintos temas que interesan a cada uno de estos actores. Sin embargo, esta investigación nos ha permitido advertir que existen otros temas que interesan a la sociedad y que no siempre son retomados en la agenda de los protagonistas de la comunicación política.

Finalmente, otra área de la comunicación política es abordada desde la perspectiva de la crisis de representatividad. Dado que el ciudadano no percibe que sus intereses sean defendidos, parte de ella se ha organizado para que así sea al luchar por hacer escuchar su voz y obtener beneficios comunes.

Por su parte, la evolución de la comunicación política como campo de acción ha estado concentrada en aspectos como la búsqueda por alcanzar y mantener el poder. En este contexto, los medios de comunicación se convierten en la ventana para observar la vida política. A partir de esta afirmación, concluimos que es por ello que una parte del estudio de la comunicación política se centra en comprender la participación de los medios de comunicación al interior de los regímenes políticos, sobre todo, en aquellos que se encuentran en un proceso de democratización, en los que comienzan a abrirse espacios para analizar la vida política y participar en ella.

En cuanto a los estudios de opinión pública, podemos decir que ayudan a los políticos a elaborar discursos y, a los periodistas, notas informativas. También son útiles para el diseño y la implementación de políticas públicas, así como para la definición del voto por parte de los ciudadanos. En general, concluimos que en los regímenes políticos democráticos los estudios de opinión influyen en las tomas de decisiones. Además, a partir de esta investigación concluimos que los estudios de opinión ayudan a disminuir la incertidumbre generada, fundamentalmente, en los procesos electorales y también sirven para corroborar los resultados de estos comicios.

Analizando la comunicación política en el contexto de la democracia encontramos un elemento central, el *público*: es en él en donde reside la actividad política entendida como la forma de lograr la convivencia de una comunidad plural y diversa. La política se identifica con la democracia y ésta, a su vez, con el espacio público. Entonces, concluimos que la publicidad y la pluralidad dan al ciudadano más oportunidades para elegir y tomar decisiones.

Los regímenes políticos democráticos permiten que la práctica de la comunicación política se desarrolle libremente y que todos los sectores de la sociedad tengan las mismas posibilidades de informarse y expresarse. Si en la democracia conviven más y distintas voces y la comunicación política se basa en el enfrentamiento e intercambio de discursos, entonces podemos afirmar que ése es el espacio ideal para su existencia.

Actualmente, el ejercicio de la comunicación política encuentra su canal ideal precisamente en los medios de comunicación: prensa, radio, televisión e Internet, a partir de espacios creados por gobiernos y empresas, pero también por los propios ciudadanos.

No obstante, en este intercambio y enfrentamiento de discursos a través de los distintos medios, la voz del ciudadano ha quedado relegada; para poder expresarse, los ciudadanos han buscado canales alternos. De esta forma, la comunicación alternativa se convierte en un factor de construcción de espacios independientes de comunicación política.

Es así como concluimos que en este proceso de democratización la comunicación política ocupa un lugar significativo, ya que ha posibilitado la apertura de nuevos espacios de participación, transformando la manera en como se entiende y lleva a la práctica la comunicación política.

En este mismo sentido, observamos que en la actualidad, existen elementos que pudieran anunciar el camino a la consolidación de la democracia en México: la existencia de la oposición y su posibilidad de participar en las contiendas electorales, así como el surgimiento del Instituto Federal Electoral son parte de estos elementos que, a su vez, conforman un entorno de pluralidad, equidad, legalidad y transparencia.

No obstante, el proceso de transición en México ha sido largo y ha estado lleno de desconfianza. Además, las prácticas clientelares y de corporativismo se han extendido a otros partidos dejando de ser exclusivos del otrora partido oficial, el PRI. Finalmente, la ley aún no funciona igual para todos.

Es por estas razones que la tarea de definir si México ha alcanzado la consolidación democrática es compleja. Sin embargo, a partir de esta investigación, hemos concluido que no ha sido así: en primera instancia, si bien, se han logrado avances, sobre todo, en materia electoral, precisamente, debido a la desconfianza que ha caracterizado este proceso, aún existen demandas sociales que no han sido atendidas. En segundo lugar, se ha logrado construir nuevos espacios de comunicación política, aunque los ciudadanos han tenido que organizarse para construir los propios.

Los espacios de comunicación política identificados aquí son el Congreso de la Unión y los medios informativos gubernamentales, aunque es importante mencionar que antes del inicio de la democratización del país no fungían como tales, sino sólo como parte de un flujo unilateral de información.

Dentro de los nuevos espacios de comunicación política contruidos a partir de este proceso observamos el acceso de todos los partidos políticos a los medios de comunicación para el planteamiento de distintos proyectos de nación a través de *spots*, debates y entrevistas públicas, entre otras estrategias de comunicación política. En este marco, el surgimiento del Instituto Federal Electoral ha sido parte importante al organizar, vigilar y evaluar los comicios electorales de manera autónoma.

Asimismo, la construcción de espacios de comunicación alternativa como una respuesta ciudadana a la escasez de canales para hacer escuchar su voz forman parte de los nuevos espacios de comunicación política, en este caso, independientes, forjando las bases para la democratización de nuestro país.

De esta manera, podemos afirmar que el régimen político mexicano está atravesando por un proceso de transición a la democracia. El reto de la consolidación democrática es lograr no sólo que los procedimientos democráticos se institucionalicen, sino que esto se vea traducido en la participación activa del ciudadano en la toma de decisiones, inherente a una cultura política democrática. Así, se trata de un reto que también incluye la integración de los ciudadanos en la toma de decisiones.

La crisis de legitimidad del régimen político mexicano representa un factor influyente en la evolución de las reformas en materia electoral, las cuales le han dado permanencia y estabilidad con la apertura de espacios para la participación de sectores antes no incluidos en la toma de decisiones. De esta forma, discursos distintos al oficial entraron a la escena política. Estas circunstancias han representado un factor clave en la transición a la democracia en el régimen político de nuestro país.

En este contexto, las reformas electorales han simbolizado la traducción de un largo proceso de transición política el cual se ha ido abriendo a la democratización, permitiendo la construcción de espacios de comunicación política en México.

Con la reforma de 1977 comenzaron a suscitarse cambios en la vida política. Pero 1988 representa el punto de partida de ambos procesos cuando el uso de estrategias de comunicación política transformó la forma de hacer política. Con la crisis política como contexto y para ganar credibilidad frente a los ciudadanos, se comenzaron a diseñar e implementar estrategias de comunicación política: los políticos empezaron a buscar espacios en los medios de comunicación, así como a adaptar su discurso al lenguaje televisivo.

Con las elecciones presidenciales de 1988 se observaron en México los inicios de la práctica de la comunicación política. Hasta antes de este momento, no había existido una competencia real y por tanto no era necesario practicar este tipo de ejercicios. Asimismo la pluralidad también alcanzó a los medios de comunicación.

La construcción de espacios de comunicación política, en parte, ha estado acompañada por la apertura de los medios de comunicación, hecho que permite hablar de la democratización del régimen político mexicano. Sin embargo, es de particular relevancia prestar atención en la manera en que se están utilizando estos espacios en los cuales, sobre todo el ciudadano, queda relegado, dejando lugar a la *espectacularización* de la vida política, en otras palabras, el contenido de los medios de comunicación se concentra en el escándalo y la vida personal de los políticos y se olvida la discusión de temas de trascendencia nacional.

Y así es como concluimos que la evolución en las estrategias de comunicación política ha estado influida por el modo de hacer política estadounidense, no sólo en México, sino sobre el resto de las democracias occidentales. Actualmente, es posible observar que el vínculo *elecciones-democracia* no excluye a los medios de comunicación, definitivamente juegan un papel trascendental en los procesos de comunicación política. Además, las reformas a la legislación en este tema han sido determinantes en las transformaciones en la forma de participar y percibir la política: los distintos partidos pueden acceder a espacios en los medios de comunicación y los ciudadanos tienen la posibilidad de conocer más y distintas propuestas.

En este mismo orden de ideas, consideramos pertinente anotar que uno de los problemas centrales que enfrenta nuestro país en relación con el proceso de democratización es que en la lucha por ganar espacios en los medios de comunicación para la expresión de más y distintas voces, los grandes triunfadores han sido los concesionarios, quienes se ven enormemente beneficiados por los gastos realizados durante las campañas políticas. El resultado es una deficiente gestión de la comunicación política: aquel que pueda pagar grandes sumas por espacios en los medios será el que los utilice. De esta manera, se corre el riesgo de que nuevamente quede reducida la manifestación de ideas diversas. Como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, es así que surge la comunicación alternativa ante la escasa posibilidad de la voz ciudadana para hacerse escuchar.

Otro elemento que nos permite afirmar que México no ha alcanzado la consolidación democrática tiene que ver con que cada entidad federativa ha transitado por este camino a su propio ritmo, originado por el contexto particular de cada una de ellas. Este aspecto también se ve reflejado en los medios de comunicación, ya que no en todos los estados del país se desenvuelven de la misma manera.

Finalmente, otro problema que enfrenta México es que la transición a la democracia se ha concentrado en lo estrictamente electoral, mientras que la división de poderes enmarcada por la pluralidad ha llevado a que las fuerzas políticas estén en permanente conflicto.

Como resultado del análisis e interpretación de las entrevistas en profundidad realizadas para esta investigación se observó que las opiniones de los entrevistados se dividen, incluso, al interior de los distintos grupos de actores se observan diferencias: unos consideran que México ya es una democracia y otros no. También se dividen en relación con la manera en que conciben la comunicación política: una parte la define como un espacio donde se intercambian y enfrentan discursos contradictorios y, por tanto, se trata de un espacio donde convive la pluralidad de voces. Este argumento nos permite afirmar

nuevamente que la comunicación política encuentra en la democracia su espacio ideal; como se puede ver, esta definición se identifica con la aquí propuesta. Otra parte de los entrevistados la concibe sólo como un flujo unidireccional de información.

Igualmente, se corroboró que existe tensión entre los actores de la comunicación política, principalmente, en relación con el establecimiento de la agenda y la influencia en este terreno sobre el ciudadano, la cual se genera, sobre todo, entre los políticos y los periodistas.

Esta tensión entre los actores de la comunicación política, suscitada por el conflicto que surge al momento de establecer la agenda y querer transmitirla al ciudadano, es percibida como un obstáculo. Sin embargo, la comunicación política es entendida como un espacio donde convive la pluralidad de voces que buscan el consenso, para lo cual deben atravesar forzosamente por periodos de conflicto. Por tal motivo, una vez más se comprueba que el contexto ideal para su existencia es la democracia.

La comunicación política debe servir para transmitir ideas, propuestas y exigencias y la pluralidad de voces es la clave. Así, debe convertirse en un diálogo -entre periodistas, políticos, opinión pública y ciudadanos- en donde la interacción no lleve a un conflicto incesante; no obstante, los propios actores de la comunicación política reconocen irresponsabilidad en algunas de sus acciones pues muchas de las veces, recurren al escándalo para ocupar un lugar privilegiado en este proceso. Igualmente, coinciden en que a través de los espacios de comunicación política se deben difundir valores democráticos que no sólo se centren en la búsqueda y el ejercicio del voto, sino que se vean reflejados en la posibilidad del ciudadano para participar en la toma de decisiones más allá de contextos electorales.

La tensión inherente a la interacción entre los actores de la comunicación política se concentra, sobre todo, entre los políticos y los periodistas; los consultores de opinión pública se han ido ganando el respeto de los dos anteriores. Los ciudadanos, por su parte,

comentan que la organización se ha convertido en un elemento clave para lograr integrarse al ámbito de la comunicación política y, por ende, a la democracia.

Por otro lado, los distintos grupos de informantes coinciden en que los ciudadanos forman parte de los protagonistas de la comunicación política, además de los políticos y los periodistas. Los consultores son el único grupo de entrevistados que identifica a la opinión pública como parte de los actores del proceso analizado en este texto.

Además, el ciudadano es percibido como emisor y receptor en los espacios de comunicación política. Los propios ciudadanos entrevistados reconocen que su participación en la vida política no se ciñe al ejercicio del voto: la organización, la manifestación pública y el contacto con los medios de comunicación comienzan a tener injerencia en los ámbitos de la comunicación política y de la democracia.

No obstante, reconocen que han quedado relegados en estos contextos, por lo que han creado sus propios espacios. Así, concluimos que la comunicación alternativa se convierte en un elemento central de la transición a la democracia en México al ser un espacio para que los ciudadanos expongan sus demandas. De esta forma, se construyen nuevos espacios de comunicación política.

Como se comenta líneas arriba, el ciudadano es percibido como emisor y no sólo como receptor; los entrevistados explican que esto ha sido gracias a la democratización que está experimentando el régimen político mexicano. En este sentido, podemos afirmar que el ciudadano se ha ido apropiando de espacios de comunicación política, aunque aún son reducidos y no ejercen la influencia esperada.

Finalmente, como conclusión, se puede decir que, a la par de la democratización del régimen político, se están construyendo nuevos espacios de comunicación política en México, a la vez que los ya establecidos continúan abriéndose a la participación ciudadana. En este sentido, se plantea como una cuestión fundamental, la creación de un Consejo Ciudadano que logre integrarlo al contexto de la democracia para que participe de manera

equilibrada, junto con los políticos, los periodistas y la opinión pública, en el proceso de la comunicación política, en otras palabras, que también sea una parte importante de la toma de decisiones, más allá del ejercicio del voto.

Un Consejo Ciudadano como el propuesto aquí debe ser un organismo plural, es decir, que integre a distintos sectores de la sociedad para que todos ellos tengan la oportunidad de generar propuestas que sean discutidas, evaluadas y mejoradas. Asimismo, este Consejo Ciudadano podrá fungir como un canal para la exposición de demandas y también para la resolución de las distintas problemáticas planteadas a través de él.

Finalmente y como parte de un organismo central en la democratización del régimen político, podrá proponer normas para el ejercicio de la comunicación en la protección y defensa de la labor de los comunicadores, lo cual se verá traducido en la vigilancia de los derechos de los ciudadanos a organizarse, informarse y participar. Así, esta investigación ha buscado sumar claves para la realización de esta labor.

A N E X O S

ANEXO I

GUÍA DE ENTREVISTA

FOLIO

--	--

**DEMOCRATIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA
COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO:
LA VISIÓN DE LOS ACTORES**

FICHA DE IDENTIFICACIÓN DE LA ENTREVISTA

Periodista Consultor en opinión pública

Político Ciudadano (sociedad civil)

Nombre (opcional): _____

Cargo o puesto: _____

Cargo o puesto anterior inmediato: _____

Lugar de trabajo: _____

Fecha de entrevista: _____

Identificación de la cinta: _____

¡Buenos días (tardes)! Estoy realizando esta entrevista a personajes relacionados con la comunicación política en México como parte de la elaboración de mi tesis de licenciatura. La información que usted proporcione es confidencial y será utilizada con fines estrictamente académicos. Agradezco el apoyo brindado para lograr este objetivo.

I. Democratización y construcción de la comunicación política en México

Comencemos con el tema de la democracia y la comunicación política en México; lo abordaremos desde su propia perspectiva, como si se tratara de una conversación. Siéntase libre de ofrecer sus opiniones y ejemplificar si lo requiere.

1. Desde su perspectiva, ¿cuáles son las características o los elementos que permiten considerar a un régimen político como democrático? ¿Qué curso sigue el proceso de democratización de un régimen político?
2. ¿Considera que México está inmerso en un proceso de democratización?

Concepción de la comunicación política

3. ¿Me podría decir por favor, desde su perspectiva, qué es la comunicación política? *(Pedir al entrevistado que, de ser posible, defina a la comunicación política como estudio y práctica).*
4. En este sentido, ¿qué papel juega la comunicación política en un proceso de democratización?
5. ¿Considera que en México se están construyendo espacios de comunicación política? ¿Por qué? ¿Y en qué espacios y escenarios se está gestando esta construcción? *(Por ejemplo, los medios de comunicación para los espacios y los contextos electorales para los escenarios).*
6. ¿Cuál es el proceso que sigue la construcción de espacios de comunicación política en México? Ejemplifique, por favor:

II. Los protagonistas de la comunicación política

A continuación, hablaremos de los protagonistas de la comunicación política y su interacción y participación al interior de un régimen democrático.

7. Desde su perspectiva, ¿quiénes son los actores o protagonistas de la comunicación política?
8. ¿Me podría describir cómo debe ser y cómo es en México la participación de ***cada uno*** de los actores o protagonistas de la comunicación política que acaba de mencionar? (*En caso que el entrevistado no mencione o no profundice en relación con los políticos, los periodistas como representantes de los medios de comunicación, los consultores de opinión pública y los ciudadanos hacer las preguntas 9 a 12).*)
9. ¿Cuál debe ser la labor de los políticos en la construcción de espacios de comunicación política?
10. ¿Y en México cómo es?
11. ¿Cuál debe ser la labor de los periodistas como representantes de los medios de comunicación en la construcción de espacios de comunicación política?
12. ¿Y en México cómo es?
13. ¿Cuál debe ser la labor de los consultores de opinión pública en la construcción de espacios de comunicación política?
14. ¿Y en México cómo es?

15. ¿Cómo debe ser la participación del ciudadano en el proceso de construcción de espacios de comunicación política?
16. ¿Y en México cómo es?

Interacción de los protagonistas de la comunicación política

17. En México, ¿cómo es la relación de los políticos con los periodistas como representantes de los medios de comunicación en el ámbito de la comunicación política? ¿Es de cooperación o de resistencia?
18. En México, ¿cómo es la relación de los políticos con los consultores de opinión pública en el ámbito de la comunicación política? ¿Es de cooperación o de resistencia?
19. En México, ¿cómo es la relación de los periodistas como representantes de los medios de comunicación con los consultores de opinión pública en el ámbito de la comunicación política? ¿Es de cooperación o de resistencia?
20. En México, ¿cómo es la relación de estos tres actores o protagonistas de la comunicación política con la sociedad civil? ¿Es de cooperación o de resistencia?

III. Autoritarismo, democracia y comunicación alternativa

Para finalizar, conversaremos sobre el tema del autoritarismo *versus* democracia, así como de la comunicación alternativa en México.

21. ¿Considera que los espacios de comunicación política sólo pueden existir en regímenes políticos democráticos o también en los autoritarios?

22. ¿Cómo ven los políticos a los ciudadanos en el contexto de la comunicación política?
23. ¿Cómo ven los periodistas, como representantes de los medios de comunicación, a los ciudadanos en el contexto de la comunicación política?
24. ¿Cómo ven los consultores de opinión pública a los ciudadanos en el contexto de la comunicación política?
25. ¿Qué papel desempeñan los ciudadanos en el contexto de la comunicación política?
26. ¿Los ciudadanos han buscado o no han buscado la manera de integrarse al contexto de la democracia en México?
27. ¿Los ciudadanos en México han buscado o no han buscado la manera de integrarse al espacio de la comunicación política?
28. ¿Cuál es el papel que juega la comunicación alternativa en la construcción de espacios de comunicación política?
29. ¿Existen en México espacios de comunicación alternativa? ¿Quién los ha creado y quién los utiliza?
30. ¿Desea agregar algún comentario?

¡Gracias!

OBSERVACIONES

ANEXO II

CUADRO COMPARATIVO

Actor Tema	Políticos	Periodistas	Consultores	Ciudadanos	Conclusiones
Democratización y construcción de espacios de comunicación política en México					
Características de un régimen democrático	<ul style="list-style-type: none"> -Respeto a las libertades políticas. -Transparencia y respeto a la ley. -Elecciones libres y confiables respaldadas por instituciones imparciales. -Existencia de canales para la participación ciudadana más allá de las elecciones. 	<ul style="list-style-type: none"> -La base de un régimen democrático es la libertad. -Aceptación de diferencias ideológicas. -Alternancia en el poder. -División real de poderes. -Sistema de justicia claro y eficaz. -Ciudadano participante. -Medios de comunicaciones libres e independientes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Incertidumbre debido a la competencia y equidad entre partidos políticos. -Selección de autoridades. -Inclusión de los ciudadanos en el contexto de la democracia a partir del voto. -Respeto a los derechos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Elecciones libres y confiables. -Pluralidad partidista en el gobierno. -Fiscalización social expresada a través de los medios de comunicación y de la sociedad civil. -Satisfacción de necesidades económicas y sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> -Los actores entrevistados coinciden en que dentro de las características principales de un régimen democrático está el respeto a la libertad, así como contar con elecciones libres. -Otro elemento que caracteriza a los regímenes democráticos es contar con canales adecuados para la participación ciudadana. -Los ciudadanos y los periodistas coinciden en que la

					alternancia en el poder es un elemento central del un régimen democrático.
<u>Democratización del régimen político mexicano</u>	<p>-Está en proceso de consolidación.</p> <p>-Hay avances y retrocesos.</p> <p>-Se ve reflejada en reformas electorales, grupos de oposición y alternancia en el poder.</p> <p>-El ciudadano carece de una cultura política democrática.</p>	<p>-Se respeta la decisión de los electores.</p> <p>-Hay alternancia en el poder.</p> <p>-La sociedad no tiene una cultura política democrática.</p> <p>-Los medios de comunicación no son completamente independientes.</p>	<p>-La opinión está dividida:</p> <p>1.-Una parte considera que México ya es una democracia y una muestra de ello es la alternancia.</p> <p>2.-Otra considera que está en consolidación debido a que el proceso de selección de autoridades se está perfeccionando, no existe un Estado de Derecho ágil, expedito, justo e independiente.</p>	<p>-La opinión está dividida:</p> <p>1.-Parte de los entrevistados opina que México ya es una democracia, como ejemplo, hablan de la apertura de los medios de comunicación.</p> <p>2.-Otra parte considera que México está en proceso de democratización porque aún existe el corporativismo y el clientelismo, que además ya no es exclusivo del PRI.</p> <p>-Además, existe una carencia de reglas y mecanismos para la participación</p>	<p>-Parte de los políticos, los periodistas y los consultores coinciden en que México ya es una democracia y que esto se ve en los avances en las reformas electorales, así como en la alternancia en el poder.</p> <p>-Parte de los políticos y los periodistas coinciden en que la cultura política del ciudadano no es democrática y por tal motivo, en México no se ha consolidado un régimen de este tipo.</p> <p>-Los ciudadanos señalan que hoy en</p>

				<p>ciudadana. -Los medios de comunicación no siempre ejercen su trabajo con responsabilidad, al igual que los partidos y el Poder Legislativo, como protagonistas de la comunicación política.</p>	<p>día los medios son libres e independientes; los periodistas difieren.</p>
<p>Concepción de la comunicación política</p>	<p>-Hay dos visiones: 1.-Una parte la definen como la posibilidad que tienen los actores para expresarse y emitir mensajes sobre la vida política. -Los actores son los ciudadanos y los políticos. -Los mensajes pueden ir dirigidos hacia los ciudadanos o hacia las autoridades. -El contenido de los mensajes debe ser crítico, exigente y</p>	<p>-Es entendida como un espacio en el que se da el entendimiento entre distintos actores políticos para llegar a acuerdos. -Debe ser en beneficio de la sociedad. -En el ámbito de la comunicación política, los políticos deben tener una estrategia de comunicación que informe sobre sus objetivos y actividades y, los periodistas, cumplir con la función social de informar y explicar, no sólo</p>	<p>-Es la relación entre gobernantes y gobernados y, en el ámbito electoral, entre instituciones políticas y electorales. -La comunicación política está basada en la justificación de la adquisición o el mantenimiento del poder. -Una empresa privada puede hacer comunicación política, al ser un ente público.</p>	<p>-Hay dos visiones: 1.- Es la relación que entablan los políticos con los ciudadanos para conseguir y mantener el poder, concepción basada en la idea de democracia anclada en el voto. -La estrategia comunicacional dependerá de la ubicación del emisor en la estructura del poder. -Es parte esencial</p>	<p>-La comunicación política es entendida de dos formas: 1. Como el espacio en que se intercambian discursos y propuestas entre los distintos actores de la vida política para llegar a acuerdos en beneficio de la sociedad. 2. Como la relación entre gobernantes y gobernados para conseguir y mantener el poder. -Con la primera</p>

	<p>propositito. 2.-Otra parte de los entrevistados explica que es la comunicación entre gobernantes y gobernados. -Se realiza a través de los medios de comunicación o de la comunicación directa con los ciudadanos.</p>	reportar.		<p>del proceso político moderno en donde los medios de comunicación forman parte fundamental. 2.-Es el intercambio de contenidos, diagnósticos y propuestas respecto de los intereses de la sociedad.</p>	<p>concepción se identifican los periodistas (quienes tienen una formación teórico-práctica en comunicación) y con la segunda, los consultores (quienes enfocan su trabajo con mayor intensidad en los periodos electorales). -Tanto los políticos como los ciudadanos tienen opiniones divididas.</p>
<p><u>Papel de la comunicación política en el proceso de democratización</u></p>	<p>-La comunicación política es fundamental en un proceso de democratización al posibilitar la participación de todos los sectores de la sociedad en la consolidación de la democracia. -Este proceso se dificulta debido a la</p>	<p>-La comunicación política permite el diálogo y la convivencia entre los actores, lo cual deriva en el consenso, elemento fundamental de un proceso de democratización.</p>	<p>-La comunicación política permite el acceso a los medios de comunicación. -Los ciudadanos pueden conocer cuáles son las diferentes opciones de gobierno y decidir al respecto.</p>	<p>-La comunicación política permite controlar los actos del gobierno. -Posibilita la creación de agendas nacionales. -Los ciudadanos pueden exponer sus puntos de vista ante sus representantes y así se facilita el diálogo.</p>	<p>-Los políticos, los periodistas y los ciudadanos coinciden en que la comunicación política juega un papel trascendental en la democratización del régimen al permitir la pluralidad de voces en diálogo y convivencia, lo cual</p>

	<p>manera en que ejercen su rol los medios de comunicación: se genera tensión en la interacción entre los actores.</p> <p>-Los medios de comunicación deberían trabajar con mayor equidad e imparcialidad.</p> <p>-Los medios de comunicación fijan su propia agenda lo cual genera distorsión en la comunicación.</p> <p>-Los espacios de comunicación política posibilitan, por un lado, la libertad de expresión y, por otro, diferenciar propuestas.</p> <p>-La información permite a los ciudadanos tomar decisiones relacionadas con la vida política.</p>			<p>-Se posibilita la pluralidad de voces expresada a través de los medios de comunicación.</p> <p>-En el ámbito de la comunicación política debe haber mensajes cuyos contenidos difundan los valores democráticos.</p>	<p>deriva en consensos.</p> <p>-Los políticos consideran que los medios no ejercen adecuadamente su labor en este proceso y, por tanto, generan tensión entre los actores.</p> <p>-Los políticos explican que gracias a la comunicación política, los ciudadanos cuentan con más información para poder decidir.</p> <p>-Los consultores señalan que la importancia de la comunicación política en este proceso, radica en el acceso a los medios y en la posibilidad de elegir entre distintas opciones de gobierno, es decir, se percibe interés por los periodos electorales.</p>
--	--	--	--	---	--

					-Los ciudadanos explican que en este contexto es más fácil que expongan sus puntos de vista.
<u>Existencia e identificación de espacios de comunicación política en regímenes democráticos y en regímenes autoritarios</u>	<p>-Los espacios de comunicación política en México no están debidamente concluidos; es una de las deudas de la transición.</p> <p>-Los espacios identificados son: los medios de comunicación comerciales y los órganos del gobierno y líderes políticos en general.</p> <p>-Los ciudadanos deberían contar con canales para exigir cuentas al gobierno y así poder integrarse al proceso de comunicación política.</p> <p>-Los ciudadanos han creado espacios propios para</p>	<p>-Los espacios de comunicación política en México ya existen y no se están creando nuevos.</p> <p>-Estos espacios se ubican en el contexto del Poder Legislativo y de los Partidos Políticos; estos espacios están regulados.</p> <p>-Igualmente, reconocen a los medios como espacios de comunicación política.</p>	<p>-Las opiniones se dividen:</p> <p>1.-Una parte considera que los espacios ya existen y no se están creando nuevos.</p> <p>2.-La otra expresa que México está en proceso de perfeccionamiento en este aspecto.</p> <p>-Se considera a los medios de comunicación como el espacio fundamental del proceso de comunicación política y se explica que el acceso a ellos es alto en términos económicos.</p>	<p>-Los espacios de comunicación política ya existen porque todos los sectores de la sociedad pueden expresarse sin trabas de ningún tipo.</p> <p>-Hay censura en los medios de comunicación, pero es autoimpuesta.</p> <p>-A partir de 1977, con las reformas electorales, los espacios en los medios de comunicación se volvieron más accesibles.</p> <p>-Los espacios identificados están al interior de los medios de comunicación, así</p>	<p>-Los periodistas y los ciudadanos coinciden en que los espacios de comunicación política ya existen y no se están creando nuevos.</p> <p>-Los políticos consideran que una de las deudas de la transición es la carencia de espacios de comunicación política en México.</p> <p>-La opinión de los consultores se divide entre las dos posturas anteriores.</p> <p>-Los espacios identificados por los políticos son los medios de comunicación (comerciales y del gobierno).</p>

	expresarse.			como en el Congreso de la Unión.	<p>-Los periodistas señalan al Poder Legislativo y a los partidos políticos política, además de los medios, como espacios de comunicación política.</p> <p>-Los políticos consideran que los ciudadanos no tienen acceso a los espacios de comunicación política y, por ello, han construido los propios.</p> <p>-Los consultores señalan que el acceso a los medios de comunicación es elevado en términos monetarios.</p> <p>-Los ciudadanos consideran que, gracias a las reformas, los medios se volvieron más accesibles.</p>
<i>Existencia e</i>	-En los regímenes	-Las opiniones están	-Consideran que los	-En los regímenes	-La opinión de los

<p><i>identificación de espacios de comunicación política en México</i></p>	<p>democráticos, los medios tienen también esta característica ya que son accesibles a todos los sectores de la sociedad. -Hay voces críticas e independientes. -Los medios de comunicación conviven con los órganos oficiales para mantener informada a la sociedad. -Los espacios identificados son los medios de comunicación (incluyendo Internet), así como la comunicación directa entre políticos y ciudadanos. -En los regímenes autoritarios puede haber espacios de comunicación política, pero tienden a ser clandestinos; así, surge la</p>	<p>divididas: 1.-Los espacios de comunicación política sólo existen en los regímenes democráticos ya que confluyen varias voces. 2.-Al concebir a la comunicación política sólo como un flujo de información se considera que en las dictaduras los aparatos de comunicación están implementados de manera muy estructurada. -Los espacios de comunicación política al interior de los regímenes políticos democráticos identificados por los entrevistados son los medios de comunicación, tanto comerciales como oficiales, y la comunicación directa entre políticos y ciudadanos.</p>	<p>espacios de comunicación política sólo existen en los regímenes políticos democráticos. -En los regímenes políticos autoritarios, los espacios de comunicación política que llegan a existir son clandestinos. -Los espacios identificados son: desde la contratación de tiempo en los medios de comunicación hasta la utilización de un cartel o una barda.</p>	<p>democráticos, los espacios de comunicación política existentes facultan la publicidad de los actos de gobierno. -Asimismo, se puede conocer cuál es la opinión que tienen los ciudadanos acerca de ellos. -A pesar que en los regímenes autoritarios puede llegar a haber espacios de comunicación política, se torna compleja la posibilidad de la publicidad y la transparencia.</p>	<p>periodistas está dividida ya que una parte considera que estos espacios sólo existen en los regímenes democráticos y, la otra, que en ambos. -Los políticos y los consultores coinciden en que en los regímenes autoritarios, los espacios de comunicación que lleguen a surgir, existen de manera clandestina. -Los consultores identifican como espacios aquellos relacionados con las campañas electorales: desde los medios, hasta carteles y pintas en bardas. -Los ciudadanos señalan que en los regímenes autoritarios, se torna</p>
---	---	--	---	---	---

	comunicación alternativa.				compleja la transparencia y publicidad de los actos de gobierno.
Los protagonistas de la comunicación política					
Identificación de los protagonistas de la comunicación política	<p>-Los protagonistas de la comunicación política son los políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos.</p> <p>-Incluyeron a los consultores de opinión pública, pero no de manera espontánea.</p>	<p>-Los protagonistas de la comunicación política son los políticos, las organizaciones sociales y sindicales, los intelectuales y los medios de comunicación.</p> <p>-También incluyen a los ciudadanos, sin embargo, una parte de los entrevistados considera que desempeñan su papel de manera pasiva. Otra expresa que la participación de la sociedad civil organizada ha marcado agenda.</p> <p>-Consideran que los consultores de opinión pública no forman parte de los protagonistas de la comunicación política, aunque su</p>	<p>-Los protagonistas de la comunicación política son los partidos políticos, el gobierno, la opinión pública mediante las encuestas y los medios de comunicación; estos últimos destacan frente a los demás.</p> <p>-Parte de los entrevistados considera que las empresas privadas también pueden hacer comunicación política, aunque no las señalan de manera espontánea como protagonistas de este proceso.</p>	<p>-Los protagonistas de la comunicación política son los políticos y los medios de comunicación.</p> <p>-Los consultores y los ciudadanos fueron incluidos dentro de este grupo de protagonistas, pero no de manera espontánea.</p> <p>-Los entrevistados señalan que los ciudadanos forman parte de estos protagonistas sólo en los regímenes democráticos.</p>	<p>-Los políticos, los periodistas y los ciudadanos coinciden en señalar a los políticos y los medios de comunicación como los protagonistas de la comunicación política.</p> <p>-Los ciudadanos se consideran parte de los protagonistas de la comunicación política sólo en regímenes democráticos.</p> <p>-Para los consultores, los protagonistas de la comunicación política son los mismos actores mencionados anteriormente, además de la</p>

		trabajo es determinante para marcar agenda.			opinión pública mediante las encuestas. Es decir, se perciben como protagonistas de este proceso.
<u>Descripción de la participación de los protagonistas de la comunicación política en México:</u> 3.1.1 <i>Los políticos</i>	-La participación de los políticos en el proceso de la comunicación política se ciñe a la agenda establecida por los medios de comunicación, es decir, se basa en el <i>rating</i> y no en las propuestas para la resolución de los problemas del país. -La comunicación política debe ser un diálogo y en México esto no sucede porque los actores se desempeñan de manera irresponsable.	-Una parte de los entrevistados explica que la participación de los políticos en el proceso de la comunicación política se fundamenta en el derecho que les otorga la ley para participar en estos espacios mediante el diálogo y la búsqueda de consensos. -Otra parte de los entrevistados manifiesta que los políticos deben contar con estrategias de comunicación eficientes para mantener informado al ciudadano sobre sus acciones.	-La participación de los políticos en este proceso de comunicación es continua, aunque es más intensa en periodos electorales y coyunturales. -Los políticos siempre funcionan en términos de sus propios intereses, es decir, acceder al poder. -Hay políticos que están conscientes del proceso de privatización de los espacios de comunicación política y están trabajando para regularla.	-La participación de los políticos en este proceso es permanente; se basa en estrategias comunicacionales diseñadas por un equipo de profesionales. -Explican que la participación de los políticos no debe centrarse sólo en la consecución del voto, sino en la discusión de los temas fundamentales y no coyunturales del país.	-Los políticos consideran que su participación en este proceso se ciñe a la agenda establecida por los medios (<i>rating</i> y no propuestas). -Los periodistas explican que la participación de los políticos se basa en el derecho que les otorga la ley para participar. -Los consultores y los ciudadanos consideran que la participación de los políticos es más intensa durante periodos electorales. -Los consultores señalan que los políticos están en

					<p>busca de sus propios intereses.</p> <p>-Los ciudadanos opinan que los políticos deberían centrarse en los temas fundamentales y no sólo en la consecución del voto.</p>
3.1.2 <i>Los periodistas</i>	<p>-Los periodistas deben tratar de combinar el pleito con el análisis.</p> <p>-Los medios buscan la nota y se vuelve difícil lograr este equilibrio.</p> <p>-Los periodistas deben actuar con imparcialidad y objetividad para mantener informada a la sociedad.</p> <p>-Los medios deben coadyuvar al fortalecimiento de las instituciones.</p>	<p>-Los medios de comunicación desempeñan un papel central al ser el enlace entre los actores políticos y la sociedad.</p> <p>-Los medios difunden los acuerdos y las desavenencias entre los actores políticos.</p> <p>-Los periodistas deben aprender a deslindar los intereses de los políticos y transmitir información veraz.</p> <p>-Los medios de comunicación, antes que nada, son empresas. Este poder económico retoma su</p>	<p>-Los periodistas tratan de descubrir lo que está atrás de lo que los políticos muestran al público.</p> <p>-Los medios de comunicación se han asumido como representantes de la opinión pública al ser juez y parte en este proceso.</p> <p>-De todos los medios, la prensa es la única que ha mantenido su tradición argumentativa.</p> <p>-La televisión basa su participación en el “relato espectacular”.</p>	<p>-La labor de los periodistas debe dar elementos de análisis para fomentar la participación ciudadana.</p> <p>-Las condiciones laborales de gran parte de los periodistas no son adecuadas para crear espacios de comunicación política.</p> <p>-Actualmente, los medios de comunicación han concentrado el debate político en el</p>	<p>-Para todos los actores, los medios buscan la nota y los periodistas deben trabajar con imparcialidad y objetividad, pero no siempre logran ese equilibrio.</p> <p>-Los periodistas reconocen que los medios antes que nada son empresas y buscan ganancias económicas (<i>rating</i>).</p> <p>-Los consultores consideran que los medios se han asumido como juez y parte de este</p>

		<p>fuerza en los periodos electorales.</p> <p>-En la actualidad, los medios de comunicación tienen mayor libertad; sin embargo, esto ha generado que impongan temas de agenda.</p> <p>-Lo anterior ha generado que los ciudadanos carezcan de espacios para participar.</p> <p>-Es necesario que el periodista se cuestione sobre cuál es su importancia en un proceso de comunicación política.</p>		<p>espectáculo y el escándalo.</p>	<p>proceso.</p> <p>-Los ciudadanos consideran que los periodistas deben mantener informada a la sociedad y no centrar el debate en el espectáculo.</p>
<p>3.1.3 Los consultores de opinión pública</p>	<p>-Hay trabajos serios, pero hay otros realizados únicamente para favorecer o perjudicar a una persona o a una institución en específico.</p> <p>1.-Una parte de los entrevistados</p>	<p>-Reconocen la existencia de estudios de opinión sesgados para favorecer o perjudicar a una persona o a una institución en el particular y califican a estos hechos como corruptos.</p>	<p>-Explican que su labor es traducir la opinión de los ciudadanos para que alguien más pueda elaborar un diagnóstico al respecto.</p> <p>-Consideran que un consultor profesional también conoce cómo funciona los medios de</p>	<p>-Los estudios de opinión pública en México han evolucionado, desde los primeros realizados en 1988.</p> <p>-Actualmente se observan bases metodológicas serias en su</p>	<p>-Los políticos y los periodistas reconocen que hay trabajos serios, pero también hay otros que se hacen sólo para favorecer o perjudicar a una persona o institución en particular.</p>

	<p>considera los estudios de opinión pública tratan de orientar el debate y, por tanto, forman parte de los protagonistas de la comunicación política.</p> <p>2.-Otra parte explica que su trabajo sólo es un insumo de este proceso.</p>	<p>1.-Una parte de los entrevistados manifiesta que el trabajo de los consultores de opinión pública son muy importantes en el proceso de comunicación política porque permite lograr un acercamiento a la forma en que el ciudadano percibe a los líderes políticos.</p> <p>2.-Otra parte no los considera como protagonistas de este proceso, aunque reconocen que su labor establece una agenda.</p>	<p>comunicación, así como la interacción de estos con otros actores, como los políticos y los ciudadanos.</p> <p>-La opinión pública cada vez se hace menos pública.</p>	<p>elaboración.</p> <p>-Los consultores no deben realizar su trabajo solamente para favorecer a alguien en especial.</p> <p>-En el momento en que dan a conocer los resultados de sus estudios, están participando en la creación de espacios de comunicación política.</p>	<p>-Parte de los periodistas y parte de los políticos considera que los estudios de opinión pública son fundamentales para orientar el debate y para conocer lo que piensan los ciudadanos.</p> <p>-La otra parte, sólo los considera como un insumo de la vida política que no adquiere protagonismo alguno en el proceso de la comunicación política.</p> <p>-Los ciudadanos consideran que los estudios de opinión se han profesionalizado y confían en ellos.</p>
<p>3.1.4 Los ciudadanos</p>	<p>-La “tormenta informativa” no permite a los ciudadanos participar con base en</p>	<p>-La participación ciudadana debe estar basada en la información.</p> <p>-La participación</p>	<p>-Las opiniones se dividen:</p> <p>1. Una parte de los entrevistados explica que los ciudadanos</p>	<p>-Para poder participar en la construcción de nuevos espacios de comunicación</p>	<p>-Los políticos y los periodistas coinciden en que la participación del ciudadano es pasiva,</p>

	<p>decisiones fundamentadas.</p> <p>-El rol que juega el ciudadano es de pasividad.</p> <p>-Reconocen que los ciudadanos han abierto espacios para poder participar en el proceso de la comunicación política, por ejemplo, la manifestación pública.</p> <p>-Los ciudadanos no cuentan con canales suficientes y adecuados para participar en este proceso.</p> <p>-Los ciudadanos, hoy en día, son tanto emisores como receptores.</p>	<p>ciudadana organizada ha sido fundamental para establecer agenda.</p> <p>-Los espacios de comunicación política están controlados por especialistas e intelectuales y el ciudadano queda relegado.</p> <p>-La labor de un Consejo Ciudadano es fundamental para equilibrar la participación en este proceso.</p> <p>-Las organizaciones de la sociedad civil han logrado incorporarse al proceso de comunicación política e incluso establecen agendas.</p>	<p>buscan integrarse al proceso de comunicación política, sin embargo, en ocasiones, su participación se vuelve caótica.</p> <p>-A partir de mecanismos como el de la opinión pública, el ciudadano ejerce presión.</p> <p>2.-Los ciudadanos juegan un rol pasivo porque sólo son un censor de la información publicitada.</p>	<p>política, el ciudadano debe estar informado y también incorporarse a organizaciones sociales.</p> <p>-La televisión es el medio principal por el cual los ciudadanos se informan; en ella los contenidos se simplifican.</p> <p>-Existen pocos canales para la participación del ciudadano.</p> <p>-La reducida participación ciudadana también tiene origen en las carencias económicas; la organización pasa a segundo término.</p>	<p>sobre todo, porque no hay canales adecuados para ellos.</p> <p>-Los políticos reconocen como emisores a los ciudadanos.</p> <p>-Los periodistas y los ciudadanos advierten sobre la importancia de la organización ciudadana para la participación de este sector.</p> <p>-Los ciudadanos y los periodistas coinciden en que, muchas veces, no hay participación ciudadana por la falta de recursos económicos.</p> <p>-Los consultores consideran que los ciudadanos juegan un rol pasivo en el proceso de comunicación política y, en todo</p>
--	--	---	--	--	---

					caso, se vuelve caótica cuando se ejerce.
<u>Interacción de los protagonistas de la comunicación política</u> <i>Los políticos con los periodistas</i>	<p>-La relación es calificada como de constante lucha, e incluso, “perversa”: para tener acceso a los medios de comunicación es necesario contar con recursos financieros y/o recurrir a los escándalos.</p>	-No aplica.	-No aplica.	-No aplica.	<p>-Los políticos señalan que, en la relación, tienen que ceñirse a la agenda de los medios. Por su parte, los periodistas expresan que los políticos actúan según sus propios intereses. De esta forma, la relación puede tornarse tensa.</p>
<i>Los políticos con los consultores</i>	<p>-Los consultores se han ganado el respeto de los políticos, aunque no todos los encuestadores cumplen con el principio de certeza e imparcialidad.</p> <p>-Los políticos utilizan los estudios de opinión como fuente de información para:</p> <p>a) diseñar desde estrategias comunicacionales</p>	-No aplica.	-No aplica.	-No aplica.	<p>-Los políticos considera que no todos los consultores realizan trabajos serios. Los que sí lo hacen mantienen una buena relación con los políticos porque se han ganado su respeto.</p> <p>-Por su parte, los consultores señalan que se han ganado la confianza de los</p>

	hasta políticas públicas; b) favorecer o perjudicar a personas o instituciones.				políticos, aunque no siempre saben enfrentar los resultados de estos estudios.
<i>Los políticos con los ciudadanos</i>	-No a todos los políticos les interesa el bienestar de los ciudadanos, aunque algunos tienen una actitud “proactiva”. -La relación entre políticos y ciudadanos debe ser transparente para que la comunicación sea directa.	-No aplica.	-No aplica.	-No aplica.	-Los políticos señalan que la relación debe ser transparente para que la comunicación sea directa. De hecho, éste es un aspecto que los ciudadanos señalan como una carencia que ha llevado al hartazgo y la molestia de la sociedad.
<i>Los periodistas con los políticos</i>	-No aplica.	-La relación es de respeto aunque existen vicios como la manipulación porque los políticos tienen intereses particulares. -El periodista debe saber deslindar esos intereses y transmitir información veraz. -Sí se llegan a escuchar	-No aplica.	-No aplica.	-(Véase conclusiones 4.1 <i>Los políticos con los periodistas</i>).

		voces que cuestionan.			
<i>Los periodistas con los consultores</i>	-No aplica.	-En apariencia, la relación es institucional. -Al ser una relación difícilmente observable y medible se posibilita la corrupción en los objetivos que guían los criterios éticos y científicos empleados para la realización y también para la difusión.	-No aplica.	-No aplica.	-Los periodistas expresan que, en apariencia, la relación es institucional, pero hay cierto juego de intereses, entre las empresas mediáticas y las consultoras. -Por su parte, los consultores señalan que la relación se ha transformado y está basada en el aprendizaje mutuo. -Los medios siguen las campañas de manera intensa y precisa.
<i>Los periodistas con los ciudadanos</i>	-No aplica.	-La relación con los ciudadanos es muy estrecha porque su función es mantenerlos informados. -Sin embargo, la sociedad no confía en los medios de comunicación. -Confían en que la libertad ganada frente	-No aplica.	-No aplica.	-Los periodistas reconocen que los ciudadanos no confían en los medios, quienes son los que deben mantener informada a la sociedad. -Mientras que los ciudadanos califican la relación como

		al poder económico, vaya fortaleciendo los lazos entre los ciudadanos y los periodistas como representantes de los medios.			asimétrica porque los medios cada vez son más impunes y los ciudadanos, indefensos.
<i>Los consultores con los políticos</i>	-No aplica.	-No aplica.	-La relación ha evolucionado ya que hoy en día, los políticos comienzan a confiar en su este tipo de estudios. -Hay políticos que “se ponen nerviosos” con los resultados de estos estudios y no saben cómo afrontarlos ante el público. -Los políticos los necesitan para conocer sus niveles de popularidad.	-No aplica.	-(Véase conclusiones 4.1 <i>Los políticos con los consultores</i>).
<i>Los consultores con los periodistas</i>	-No aplica.	-No aplica.	-La relación con los periodistas y los medios de comunicación se ha ido transformando en un proceso de aprendizaje mutuo. -Reconocen que, a diferencia de otros	-No aplica.	-(Véase conclusiones 4.2 <i>Los periodistas con los consultores</i>).

			países, en México las campañas son sujeto de escrutinio por parte de los periodistas como representantes de los medios.		
<i>Los consultores con los ciudadanos</i>	-No aplica.	-No aplica.	-Califican la relación como estrecha. -Los consultores traducen la opinión del ciudadano para que alguien más pueda diseñar estrategias comunicacionales dirigidas nuevamente hacia los ciudadanos.	-No aplica.	-Los consultores consideran que la relación es estrecha, porque traducen la opinión de la sociedad. -Los ciudadanos coinciden ya que, explican, los consultores tienen que refinar constantemente sus métodos para captar los humores sociales.
<i>Los ciudadanos con los políticos</i>	-No aplica.	-No aplica.	-No aplica.	-La comunicación entre los políticos y los ciudadanos no ha sido fluida y ésta es una de las principales razones del hartazgo y la molestia. -Para los políticos esta relación es	-(Véase conclusiones 4.1 <i>Los políticos con los ciudadanos</i>).

				imprescindible para ganar adhesiones, sobre todo, en un periodo electoral. -Perciben debilidad en la sociedad civil y esto dificulta la relación con los políticos.	
<i>Los ciudadanos con los periodistas</i>	-No aplica.	-No aplica.	-No aplica.	-La relación es asimétrica porque los medios cada vez son más impunes y los ciudadanos, indefensos.	<i>-(Véase conclusiones 4.2 Los periodistas con los ciudadanos).</i>
<i>Los ciudadanos con los consultores</i>	-No aplica.	-No aplica.	-No aplica.	-La relación es muy cercana porque los consultores tienen que refinar constantemente sus métodos para captar los humores sociales.	<i>-(Véase conclusiones 4.3 Los ciudadanos con los consultores).</i>
<u>Los ciudadanos y la comunicación alternativa</u>					
Concepción del ciudadano	-Antes de que iniciara el proceso de transición, los ciudadanos eran vistos solamente como receptores. -Actualmente, son	-Los periodistas reconocen que los medios de comunicación ven con poco respeto a los ciudadanos porque no se les brinda	-Para los consultores, los ciudadanos son relevantes porque sus opiniones conforman la materia prima para realizar su trabajo.	-Se conciben a sí mismos como emisores y no sólo como receptores en el proceso de la comunicación política.	-Tanto los políticos como los periodistas y los consultores ven al ciudadano como “el asunto principal”. -Los políticos

	<p>vistos como emisores.</p> <p>-Los ciudadanos son “el asunto principal” para los políticos.</p> <p>-Cada vez más los políticos se preocupan por la opinión de los ciudadanos.</p>	<p>información veraz para que puedan tomar decisiones relacionadas con la vida política.</p> <p>-Las empresas mediáticas ven a los ciudadanos como <i>rating</i> y hacen todo lo posible para llamar su atención.</p>		<p>-Los representantes ciudadanos perciben debilidad en la sociedad civil, lo cual ha impedido su integración plena al contexto de la democracia y de la comunicación política.</p>	<p>señalan que, en este contexto de transición, a los ciudadanos ya se les percibe como receptores y no sólo como emisores.</p> <p>-Los periodistas reconocen que los medios ven con muy poco respeto a los ciudadanos, sólo como <i>rating</i>.</p> <p>-Los ciudadanos perciben que la sociedad civil está aún muy débil.</p>
<p>Integración de los ciudadanos al contexto de la democracia</p>	<p>-Los ciudadanos han buscado la manera de integrarse al contexto de la democracia pero no siempre encuentran los canales adecuados.</p> <p>-La participación ciudadana comienza con la información.</p>	<p>-El proceso de democratización del régimen político mexicano se ha originado a partir de las exigencias ciudadanas.</p> <p>-El ciudadano en México comenzó a despertar después de los sismos de 1985, cuando la solidaridad se convirtió en la base para generar beneficios comunes.</p>	<p>-La posibilidad de participación ciudadana en México está limitada.</p> <p>-No existe el plebiscito ni las iniciativas populares.</p>	<p>-Los ciudadanos han buscado la manera de integrarse al contexto de la democracia a partir de la organización.</p> <p>-Las prácticas de corrupción –en las que el ciudadano participa– son un obstáculo para la consolidación de la democracia en</p>	<p>-Los políticos, los periodistas y los consultores coinciden en que no hay canales adecuados para la participación ciudadana.</p> <p>-Los periodistas coinciden con los ciudadanos en que a partir de la presentación de exigencias de</p>

		<p>-En términos de la voz pública, los ciudadanos comenzaron a participar más activamente a partir de la década de los 90 con marchas y, más recientemente, con el voto.</p> <p>-No han encontrado una forma eficiente para ejercer presión.</p>		México.	manera organizada, es cómo los ciudadanos se han integrado al contexto de la democracia.
<i>Integración de los ciudadanos al contexto de la comunicación política</i>	<p>-Los ciudadanos se han integrado al contexto de la comunicación política, en parte, porque los medios de comunicación le han reconocido su importancia.</p> <p>-Como consecuencia, actualmente, los ciudadanos tienen capacidad para exigir que lo integren a este proceso.</p>	<p>-Los ciudadanos participan en el contexto de la comunicación política desde el momento en que eligen a sus gobernantes.</p> <p>-En la democracia, el ciudadano ocupa los espacios de comunicación política a través de sus representantes.</p> <p>-Los ciudadanos participan en este proceso, aunque no con el impacto esperado, al entrar en contacto con los medios de</p>	-El protagonismo que ha adquirido el ciudadano en el contexto de la comunicación política en la medida en que hoy los políticos se preocupan más por lo que comunican.	<p>-Los ciudadanos se han integrado al contexto de la comunicación política y, por tanto, de la democracia no sólo a partir del voto, sino de la organización.</p> <p>-Así dejan de ser sólo receptores para convertirse también en emisores en el proceso de comunicación política.</p>	<p>-Los políticos manifiestan que los ciudadanos se han integrado al contexto de la comunicación política porque los medios se dieron cuenta de su importancia.</p> <p>-Por su parte, los ciudadanos consideran que los ciudadanos ocupan estos espacios a través de sus representantes y coinciden con los ciudadanos en</p>

		comunicación.			<p>identificar al voto como medio por el cual lo han hecho.</p> <p>-Los consultores opinan que los ciudadanos son reconocidos como parte del proceso de comunicación política porque los políticos se preocupan por lo que les comunican.</p> <p>-Los ciudadanos identifican a la organización como otra de las formas en las que se han integrado a este contexto.</p> <p>-De esta forma, los ciudadanos son reconocidos como emisores y no sólo como receptores al interior del proceso de comunicación política.</p>
Espacios de comunicación	-La comunicación alternativa surge a partir de la	-En México sí existen espacios de comunicación	-Los espacios de comunicación alternativa están	-La comunicación alternativa es aquella que se sale	-Todos los grupos de entrevistados coinciden en que la

<p>alternativa en México</p>	<p>organización ciudadana. -También reconocen espacios de comunicación alternativa en un mitin o incluso en una reunión de amigos, es decir, donde haya contacto directo. -Dentro de los espacios de comunicación alternativa identifican, por un lado, a la radio comunitaria y la prensa local y, por otro, a la Internet. -Los políticos sitúan a la Internet en los procesos de comunicación alternativa ya que no está regulada, pero también – paradójicamente- porque ha revolucionado parte de la administración</p>	<p>alternativa. -Los espacios alternativos identificados son los medios de comunicación locales establecidos en zonas donde es difícil que lleguen los nacionales. -También identifican a la Internet como parte de la comunicación alternativa.</p>	<p>limitados. -La sociedad civil es la que está generando más expresiones alternativas. -La comunicación alternativa tiene espacios más significativos en comunidades alejadas de las grandes empresas mediáticas. -Dentro de los espacios identificados están las mantas, pendones, pintas en bardas, prensa local y radio comunitaria. -La Internet es identificada como un espacio de comunicación alternativa. -Lo alternativo depende de si la estrategia comunicacional está estructurada o no. -Aclaran que el contacto directo también puede estar estructurado.</p>	<p>de los canales convencionales o mayoritarios. -Dentro de los espacios de comunicación alternativa se identifica a los medios comunitarios, publicaciones marginales, las reuniones de barrio y de ONG's. -También identifican a la Internet.</p>	<p>Internet es, actualmente, el espacio más representativo de la comunicación alternativa. -Los políticos y los consultores explican que estos espacios son creados por los ciudadanos, sin embargo, aún están limitados. -Los políticos, los periodistas y los consultores coinciden en que la comunicación alternativa adquiere más relevancia en comunidades alejadas -en ocasiones por cuestiones geográficas- de la recepción de las grandes corporaciones mediáticas.</p>
-------------------------------------	--	--	--	---	---

	<p>pública en México (trámites gubernamentales <i>on line</i>).</p> <p>-La opinión se divide respecto del acceso a Internet: hay quienes dicen que es difícil y otros que opinan lo contrario.</p> <p>-Es difícil encontrar espacios de comunicación alternativa en la televisión.</p>				
<p><i>Importancia de la comunicación alternativa en la construcción de espacios de comunicación política en México</i></p>	<p>-La comunicación alternativa permite la participación sin mordazas ni compromisos de los ciudadanos y de esta forma se crean espacios de comunicación política.</p> <p>-También consideran que la comunicación alternativa, a través de la Internet, ha favorecido la transformación de los</p>	<p>-Cuando los ciudadanos no encuentran espacios para participar en el ámbito de la comunicación política, ellos mismos los crean. Así surge la comunicación alternativa.</p> <p>-A partir de la Internet, los ciudadanos han encontrado otras formas de organizarse y participar.</p>	<p>-Los espacios de comunicación alternativa posibilitan la construcción de espacios institucionales en donde las demandas de los ciudadanos sean escuchadas.</p> <p>-Si no existieran espacios “todo sería televisión” y esto no puede ser simplemente por cuestiones geográficas.</p> <p>-El político debe</p>	<p>-La comunicación alternativa le da voz a los sectores minoritarios.</p> <p>-Sin embargo, este tipo de comunicación no siempre ejerce la influencia deseada.</p>	<p>-Los políticos consideran que la comunicación alternativa, a través de la Internet, ha transformado positivamente los procedimientos de rendición de cuentas.</p> <p>-Los periodistas señalan que los ciudadanos han encontrado otra forma de organizarse y</p>

	<p>procedimientos para la rendición de cuentas.</p>		<p>hablarle a todo público, para lograrlo, debe segmentarlo; esto sólo es posible a partir de la comunicación directa, parte de la comunicación alternativa.</p>	<p>participar a partir de los espacios que les brinda la Internet. - Los consultores y los ciudadanos coinciden en que la comunicación alternativa ayuda a que las demandas de la sociedad sean escuchadas. -Reconocen que este tipo de comunicación no siempre ejerce la influencia esperada.</p>
--	---	--	--	--

ANEXO III
PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS

ENTREVISTADOS	PERFIL DE LOS POLÍTICOS		
	CARGO O PUESTO ACTUAL	CARGOS O PUESTOS ANTERIORES	ACADEMIA
Saúl Escobar Toledoⁱ	Es Secretario de Relaciones Internacionales del Comité Ejecutivo Nacional del Partido de la Revolución Democrática.	De julio de 2004 a mayo de 2005 fue representante propietario de ese partido ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral. También se ha desempeñado como Diputado Federal en la LVI Legislatura, como secretario de la Comisión de Hacienda (1994-1997) y como Subsecretario de Trabajo y Previsión Social del Gobierno del Distrito Federal (1997-2000).	Ha impartido clases en diversas instituciones educativas: Facultad de Economía y la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, de la Universidad Autónoma de Chapingo, de la Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapotzalco y de la Escuela Nacional de Antropología e Historia

<p>Rogelio Carbajal Tejadaⁱⁱ</p>	<p>Es representante propietario del Partido Acción Nacional ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral. Es miembro del Comité Ejecutivo Nacional de este partido desde 1998 y consejero nacional desde el año 2001. También es Director General de la Fundación Rafael Preciado Hernández, A.C.</p>	<p>Fue Secretario Nacional de Acción Juvenil del PAN (1998-2001) y consejero estatal de Coahuila (2000-2003). Fue el responsable de coordinar la reforma estatutaria del PAN aprobada en diciembre del año 2001, así como de adecuar los reglamentos internos a dicha reforma</p>	
<p>Rafael Ortiz Ruizⁱⁱⁱ</p>	<p>Es representante propietario del Partido Revolucionario Institucional ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral.</p>	<p>Fue Subsecretario de asuntos jurídico-electorales del Partido Revolucionario Internacional.</p>	

ENTREVISTADOS	PERFIL DE LOS PERIODISTAS		
	CARGO O PUESTO ACTUAL	CARGOS O PUESTOS ANTERIORES	ACADEMIA
Miguel Badillo ^{iv}	Es reportero de <i>El Universal</i> .	Fue presidente de la Fraternidad de Reporteros de México	
Jacaranda Velázquez Correa ^v	Es conductora y reportera de Ventana 22, del Canal 22.	Fue reportera de Noticieros Televisa, <i>Canal Once</i> y la Revista <i>Milenio</i> . Ha colaborado en el Gobierno del Distrito Federal.	
Alma Delia Fuentes Cruz ^{vi}	Ha trabajado como reportera en los diarios <i>El Independiente</i> , <i>Reforma</i> y <i>El Sol de México</i> .	También fue editora de <i>Univisión Online</i> y de <i>El Universal online</i> , además, fue responsable de la documentación de <i>La Jefa</i> , biografía de Marta Sahagún. Fue coordinadora de información y capacitación del de Periodistas de Investigación (IRE-México).	Ha sido profesora en el Centro Latinoamericano de Periodismo (Panamá), de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García y del ITESM (Ciudad de México).

ENTREVISTADOS	PERFIL DE LOS CONSULTORES DE OPINIÓN PÚBLICA		
	CARGO O PUESTO ACTUAL	CARGOS O PUESTOS ANTERIORES	ACADEMIA
Murilo Kushick Ramos ^{vii}	Es socio consultor de la empresa <i>Perfiles Políticos Quién es Quién</i> en México, S.A. de C.V., así como articulista de diversos periódicos y revistas.		Es profesor del Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y profesor investigador en el Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco.
Francisco Abundis Luna ^{viii}	Es Director Asociado de la consultoría <i>Parametría</i> .	Se ha desempeñado como consultor del gobierno federal, de gobiernos locales y partidos políticos.	Ha sido profesor del CIDE, del ITAM y de la UIA.
Ulises Beltrán Ugarte ^{ix}	Es socio fundador de <i>BGC, Beltrán y Asociados</i> , consultoría que surgió en 2001.	Se ha desempeñado como asesor de los presidentes Carlos Salinas (1988-1994) y Ernesto Zedillo (1994-2000).	Ha sido profesor en el Colegio de México, en el ITAM y el CIDE

ENTREVISTADOS	PERFIL DE LOS REPRESENTANTES CIUDADANOS		
	CARGO O PUESTO ACTUAL	CARGOS O PUESTOS ANTERIORES	ACADEMIA
Sergio Aguayo Quezada ^x	Ha participado activamente en otras organizaciones como <i>World Movemete for Democracy</i> , <i>Transparencia Mexicana</i> , <i>Sin Fronteras</i> y <i>Servicio y Desarrollo de Paz</i> , entre otras. Integrante del programa semanal de análisis político "Primer Plano" (<i>Canal Once</i>) y Editorialista del periódico <i>Reforma</i> . Fue fundador del periódico <i>La Jornada</i> y de la revista <i>Este País</i>	Es uno de los fundadores de la <i>Academia Mexicana de Derechos Humanos</i> , la cual presidió de 1990 a 1996; en ella impulsó las siguientes líneas de trabajo: defensa de refugiados, educación, promoción de los derechos políticos (a través de la observación de elecciones y el monitoreo de medios de comunicación) y campañas contra la tortura. También participó en <i>Alianza Cívica</i> , creada en 1994; desarrolló un intenso trabajo de observación electoral, organización de consultas nacionales (la más importante fue la solicitada por el Ejército Zapatista de Liberación	Es Profesor-Investigador del Centro de Estudios Internacionales de El Colegio de México.

		Nacional en 1995), y el programa de rendición de cuentas “Adopta un funcionario”.	
Miguel Acosta Valverde^{xi}	Se desempeña como coordinador del Programa de Derecho a la Información en la Academia Mexicana de Derechos Humanos, A.C. (AMDH); es coordinador del Programa de Protección a Periodistas y secretario técnico de la Comisión de Protección a Periodistas de esta misma academia.	Ha realizado de informes acerca del monitoreo de medios de comunicación en elecciones federales y locales en México (Veracruz, Coahuila, Baja California, Yucatán, Aguascalientes, Morelos, Distrito Federal, entre otros), y de Estados Unidos. Ha sido profesor de la UIA, del Colegio de San Luis, de la Universidad Autónoma de Durango, de la Universidad de Guadalajara y de la Universidad de Colima.	
José Woldenberg Karakowsky^{xii}	Actualmente es Director de la revista <i>Nexos</i>	Se desempeñó como Consejero-Presidente del Instituto Federal Electoral y, previamente, como Presidente del Consejo Ciudadano ante el Consejo General del mismo Instituto.	Es Profesor-Investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

-
- ⁱ Información proporcionada por el entrevistado.
- ⁱⁱ Información proporcionada por el entrevistado.
- ⁱⁱⁱ Información proporcionada por el entrevistado.
- ^{iv} <http://www.etcetera.com.mx/pag50ne28.asp> e información proporcionada por el entrevistado.
- ^v Información proporcionada por la entrevistada.
- ^{vi} <http://www.ccm.itesm.mx/dhcs/lmi/ciberprof.html>
- ^{vii} Información proporcionada por el entrevistado.
- ^{viii} http://www.parametria.com.mx/es_quienes.php
- ^{ix} <http://www.bgc.com.mx/asociados.html>
- ^x <http://www.sergioaguayo.org/civico.html> y <http://www.consejomexicano.org/index.php?id=17,110,0,0,1,0>
- ^{xi} <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/capacitacion/analisis.html>
- ^{xii} <http://www.consejomexicano.org/index.php?id=17,302,0,0,1,0>

FUENTES

1. Alarcón, V. (2001), “Los partidos políticos mexicanos ante la transición”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 325-331.
2. Altamirano, A. (2001), *La ciudadanización del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) durante el proceso electoral de 1994: Alcances y límites*, Tesis de licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, FCPyS-UNAM, México.
3. Avramow, J. (1989), “Los partidos contendientes en 1988”, en González, J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 13-30.
4. Bélanger, A. (1998), “La comunicación política, o el juego del teatro y de las arenas”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, Barcelona, pp. 133-152.
5. Bobbio, N. (1989), *Liberalismo y democracia*, FCE, México.
6. -----, et. al. (1997), *Diccionario de Política*, Siglo XXI Editores, 10ª Ed., México.
3. ----- (2001), *El futuro de la democracia*, FCE, México.
4. Bourricaud, F. (1992), “Sobre la noción de comunicación sociopolítica”, en Labarrière, J., Lazerri, C., et. al., *Teoría política y comunicación*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, México, pp. 265-274.
5. Bregman, D. (1995), “La función de agenda: una problemática en transformación”, en Ferry, J.; Wolton, D.; et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 210-223.
6. Campuzano, I. (1989), “Una novedad: las encuestas preelectorales”, en González, J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 89-104.
7. Cándano, M. (1989), “Las campañas electorales”, en González, J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 53-71.
8. Caletti, S. (1992), “Comunicación, cambio social y democracia: ocho años después”, en Esteinou, J. (Editor), *Comunicación y democracia*, VI Encuentro Nacional CONEICC, COROSO Editores, México, pp. 63-75.

9. Canel, M. (1999), *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Editorial Tecnos, Madrid.
10. Cárdenas, C. (1998), “¿Qué representa ser protagonista de la comunicación política?”, en Lara, G. y Arizpe, A. (comps.), *Comunicación política y democracia*, Ediciones Cal y Arena, México, pp. 31-35.
11. Carpizo, J. (1995), “La reforma federal electoral de 1994”, en Alcocer, J. (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma. 1994*, Volumen I, Nuevo Horizonte Editores/Centro de Estudios para un Proyecto Nacional, México, pp. 13-91.
12. Carreño, J. (2003), “Una historia de subordinación y apertura de los medios”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, pp. 99-110.
13. Castillo, D. (1997), *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, Editorial Coyoacán, México.
14. Cotteret, J. y Emeri, C. (1973), *Los sistemas electorales*, Minitau, Barcelona.
15. Cosío, D. (1976), *El sistema político mexicano*, Cuadernos de Joaquín Mortiz, México.
16. Crespo, I. (1995), “¿Hacia dónde van las democracias latinoamericanas?”, en Alcántara, M. y Crespo, I. (Coords.), *Los límites de la consolidación democrática en América Latina*, Universidad de Salamanca, pp. 13-28.
17. Crespo, J. (1999), *Fronteras democráticas en México. Retos, peculiaridades y comparaciones*, Océano/CIDE, México.
18. ----- (2003), “Las singularidades de un régimen”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, México, Grijalgo, pp. 35-45.
19. Crick, B. (2001), *En defensa de la política*, Criterios-Tusquets Editores/IFE, México.
20. Cровi, D. (2005, en prensa), *Internet: el lenguaje de los vínculos. Hacia la reconstrucción del diálogo entre candidatos*, México, ITESM, Campus Estado de México.
21. Dahl, R. (1999), *La democracia: una guía para los ciudadanos*, Editorial Taurus, México.
22. De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1999), *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós Comunicación, México.

23. De las Heras, M. (1999), *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: los escenarios*, Ediciones Océano.
24. Delgado, R. (2003), “El PRI: los agravios”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, pp. 111-117.
25. Del Rey, J. (1989), *La comunicación política*, Eudema Universidad Manuales, Universidad Complutense, Madrid.
26. Exeni, J. (2001), “Acción mediática en tiempos de elecciones: los (des)enlaces entre comunicación y política”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 101-119.
27. Eyzaguirre, G. (2002), “Comunicación y confianza: el diálogo roto entre gobernantes y gobernados”, en *Comunicación y confianza: el diálogo roto entre gobernantes y gobernados*, pp. 83-93, Contribuciones, Bolivia. También se puede consultar en: http://www.kas.org.ar/DiálogoPolitico/Numeros_Anteriores/022002/6Gloria%20Eyzaguirre.pdf#search='gloria%20eyzaguirre%20%20contribuciones%20%20di%C3%A1logo'. Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2005.
28. Fernández, F. (2002), *La responsabilidad de los medios de comunicación*, México, Paidós-CROMA.
29. Fernández, P. (2001), “Desde el pasado del PRD, por las reformas electorales” en Anguiano, A. (Coord.), *Después del 2 de julio, ¿dónde quedó la transición? Una visión desde la izquierda*, UAM-Xochimilco, México, pp. 177-203.
30. González G., J. (1989), “La crisis del sistema”, en González, J. (Comp.), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Editorial Diana, México, pp. 137-157.
31. González, J. A. (1997), *El clientelismo político*, Anthropodos Editorial, Madrid, pp.15-75.
32. González, P. (1984), *La democracia en México*, Ediciones Era, 1ª ed. 1965, 15ª ed., México.
33. Gosselin, A. (1998), “La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades”, en Gauthier, G., Gosselin, y Mouchon, J. (comps.), *Comunicación y Política*, Barcelona, Gedisa, pp. 9-28.

34. Granados, M. (1986), "Comunicación alternativa" (Primera reunión nacional de investigadores de la comunicación, México, D.F., 24, 25 y 26 de septiembre de 1980), en Granados, M., *Comunicación y política*, Ediciones Océano, México.
35. Heller, H. (1974), *Teoría del Estado*, FCE, México.
36. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) (1998), *Sistema de cuentas nacionales de México*, <http://www.inegi.gob.mx>. Última fecha de consulta: 10 de abril de 2005.
37. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) (2001), *Sistema de cuentas nacionales de México*, <http://www.inegi.gob.mx>. Última fecha de consulta: 10 de abril de 2005.
38. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y Secretaría de Gobernación (SEGOB) (2003), *Segunda Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*, México. Se puede consultar en http://www.consulta.com.mx/interiores/15_otros_estudios/culturapol1103.html. Última fecha de consulta: 23 de marzo de 2006.
39. Islas, J. (2003), "Nota preliminar", en Sartori, G., *Viodeopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*, Cuadernos de la Cátedra Alfonso Reyes, FCE/ITESM, México, pp. 9-33.
40. Krauze, E. (2002), "La presidencia imperial", Tusquets Editores, México.
41. Labastida, J. (2000), "Perspectivas del cambio democrático en México", en Labastida, J.; Ponce, N., y Camou, A. (Coords.), *Transición democrática y gobernabilidad. México y América Latina*, FLACSO/IISUNAM/Plaza y Valdés, 2000, México, pp. 237-255.
42. Lavore, C. (1998), "La importancia de la comunicación política en la construcción de la democracia" en Lara, Guido y Arizpe, Adriana (comps.), *Comunicación política y democracia*, Ediciones Cal y Arena, México, pp. 103-107
43. Lechner, N. (1997), "El malestar con la política y la reconstrucción de los mapas políticos", en Winocur, R. (Comp.), *Culturas políticas a fin de siglo*, FLACSO/Juan Pablos Editor, México, pp. 15-35.

44. Lemieux, V. (1998), “Un modelo comunicativo de la política”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Barcelona, pp. 95-109.
45. Lindenberg, D. (2001), “La incertidumbre democrática”, en Cheresky, I. (Coord.), *Política e instituciones en las nuevas democracias latinoamericanas*, México, Paidós, México, pp. 431-440.
46. Marcuse, H. (1968), *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Editorial Joaquín Mortiz, México.
47. McQuail, D. (1998), *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Amorrortu Editores, Buenos Aires.
48. Martín-Barbero, J. (1992), “Notas sobre el tejido comunicativo de la democracia”, en Esteinou, J. (Editor), *Comunicación y democracia*, VI Encuentro Nacional CONEICC, COROSO Editores, México, pp. 13-25.
49. Mejía, F. (2005), “Historia mínima de la televisión” (1928-1996), Artículos Técnicos de Video, Film y Televisión, en *Seminario Mexicano de la Historia de Medios*. http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_television.htm. Última fecha de consulta: 7 de noviembre de 2005.
50. Meyenberg, Y. (2001), “La transición hacia la pluralidad: desafíos y perspectivas”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 17-27.
51. Mellado, R. (2001), *Participación Ciudadana institucionalizada y gobernabilidad en la ciudad de México*, Plaza y Valdés Editores, México.
52. Monk, W. y Golding, P. (1995), “La comunicación política y la ciudadanía” en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 25-40.
53. Muñoz-Alonso, A. (1989), *Política y nueva comunicación. El impacto de los medios de comunicación de masas en la vida política*, Fundación para el Desarrollo Social de la Función Social de las Comunicaciones, Madrid.
54. ----- (1995), “Opinión pública y parlamento. Las transformaciones del régimen parlamentario”, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 71-117.

55. Núñez, A. (1993), *La reforma electoral de 1989-1990*, FCE, México, pp. 13-26.
56. Ortega, J. (2001), “Un paso hacia la democracia”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 75-82.
57. Partido Revolucionario Institucional (PRI) (2005), *Breve historia del PRI*, en <http://www.pri.org.mx>. Última fecha de consulta: 2 de noviembre de 2005.
58. Pérez, G. (2001), “¿Pasó la prueba la reforma electoral de 1996?”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 31-37.
59. Preston, J. y Dillon, S. (2004), *El despertar de México. Episodios de una búsqueda de la democracia*, Editorial Océano, México.
60. Rodríguez, G. (1999), *et. al., Metodología de la investigación cualitativa*, Ediciones Aljibe, Granada, pp. 167-184.
61. Rodríguez, J. (2001), “Alternancia presidencial y crisis partidista”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 393-402.
62. Sartori, G. (1988), *Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo*, Alianza Editorial, Madrid.
63. ----- (2000), *¿Qué es la democracia?*, Nueva Imagen, México.
64. ----- (2003), *Viodeopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*, Cuadernos de la Cátedra Alfonso Reyes, FCE/ITESM, México.
65. Schedler, A. (2000), “¿Por qué seguimos hablando de transición democrática en México?”, en Labastida, J.; Ponce, N. y Camou, A. (Coords.), *Transición democrática y gobernabilidad. México y América Latina*, FLACSO/IISUNAM/Plaza y Valdés, México, pp. 19-40.
66. ----- (2001), “La conflictiva construcción de la confianza electoral: el Consejo General del Instituto Federal Electoral, 1990-2000”, en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 55-73.

67. Swanson, D. (1995), "El campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los medios", en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. (coords.), *Comunicación política*, Editorial Universitas, Madrid, pp. 3-24.
68. Talamantes, M. (2003), *Transformación de los valores políticos de los mexicanos en el contexto de la transición política, 1993-2001*, Tesis de licenciatura en Sociología México, FCPyS-UNAM, México.
69. Tapia, E. (1998), *Participación de los organismos no gubernamentales en la transición hacia la democracia*, Tesis de licenciatura en Sociología, E.N.E.P. Acatlán-UNAM, México.
70. Trejo, R. (2001), "¿Cómo deslindar la responsabilidad de los medios de comunicación en los procesos electorales?", en Meyenberg, Y. (Coord.), *El dos de julio: Reflexiones posteriores*, Textos de Coyuntura 1, FLACSO/IISUNAM/UAM-Iztapalapa, México, pp. 85-92.
71. Touraine, A. (1998), *Igualdad y diversidad*, FCE, México.
72. ----- (2000), *¿Qué es la democracia?*, FCE, México, 2000.
73. Valdez, A. (1999), *Democracia y oposición: el partido Acción Nacional y la transición política en México*, Universidad de Guadalajara, México
74. Vega, A. (2001), *Mapa para el estudio del proceso de recepción de las audiencias sobre la información electoral televisiva, durante el proceso electoral de 2000 en México*, Tesina de Maestría en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
75. ----- (2002), *El escenario de la comunicación política hoy. Desafíos para nuestra participación*, Documento preparado para el Máster en Gestión de la Comunicación Política y Electoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
76. ----- (2003), "Los escenarios de la comunicación política mexicana", en *Razón y Palabra*, Número 35, Octubre-Noviembre, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html#Av>, México. Última fecha de consulta: 18 de abril de 2006.
77. ----- (2004), *La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*, Tesis doctoral en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.

78. Velázquez, T. (1994), “El medio televisivo como configurador del discurso político”, en Huertas, F. (Coord.), *Televisión y política*, Editorial Complutense, Madrid, pp. 115-122.
79. Villamil, J. (1998), *Los desafíos de la transición. Escenarios del cambio político en México*, Hoja Casa Editorial, México.
80. ----- (2003, junio 15), “La guerra de los espots... y de las telenovelas”, en *La Jornada*, <http://www.jornada.unam.mx/2003/06/15/004a1pol.php?origen=index.html&fly=2>, México. Última fecha de consulta: 28 de marzo de 2005.
81. Weber, M. (2001), *¿Qué es la burocracia?*, Ediciones Coyoacán, México, pp. 91-96.
82. Winocur, R. (2000), “Comunicación política”, en Baca, L.; Bokser-Liwerabt, J.; Castañeda, F.; et. al. (Comps.) *Léxico de la política*, FLACSO/CONACyT/FCE, México, pp. 76-81.
83. Woldenberg, J. (1995), “Los consejeros ciudadanos del Consejo General del IFE: un primer acercamiento”, en Alcocer, J. (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma, México, 1994*, Vol. 1, Horizonte/Cepna, México, pp. 119-132.
84. ----- (2003), “En el México plural está el motor del cambio”, en Luken, G. y Muñoz, V. (Coords.), *Escenarios de la transición en México*, Grijalgo, México, 2003, pp. 193-206.
85. Wolton, D. (1995a), “Los medios, eslabón débil de la comunicación política”, en Ferry, J.; Wolton, D., et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 183-199.
86. ----- (1995b), “La comunicación política: la construcción de un modelo”, en Ferry, J.; Wolton, D., et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa Editorial, Colección El mamífero parlante, Barcelona, pp. 28-46.
87. ----- (1998), “Las contradicciones de la comunicación política”, en Gauthier, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J., (comps.), *Comunicación y política*, Gedisa Editorial, Colección el mamífero parlante, Barcelona, pp. 110-130.
88. Zertuche, F. (1995), “La ciudadanización de los órganos electorales”, en Alcocer, J. (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma, México, 1994*, Vol. 1, Horizonte/Cepna, México, pp. 161-173.