

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Portada		La entrevista como género de la comunicación política	
Rendición de cuentas de medios y periodistas		<i>Rafael Yanés Mesa</i>	52
<i>Felipe Gaytán y Verónica Galán</i>	4	Televisión	
Opinión		Montecristo, la historia negra argentina hecha telenovela	
Nuevos medios de comunicación, nuevas militancias		<i>Esteban Landau</i>	56
<i>Eduardo Andrés Vizer</i>	12	Cine	
Ensayos		Latinoamérica en el Festival de Cine de Venecia 2006	
Operación Colombo:		<i>Francisco Ficarra</i>	62
La prensa que se calló con Pinochet		Comunicación Organizacional	
<i>Marco Herrera Campos</i>	18	Problemas de comunicación en las transnacionales	
Anna Politkovskaya		<i>Dino Villegas</i>	70
una muerte en una democracia fallida		Dudas y Rupturas	
<i>Raúl Sorrosa</i>	24	La lámpara encendida	
Comunicación Política		<i>Juan Manuel Rodríguez</i>	76
Influencia de los medios en el voto		Periscopio Tecnológico	78
<i>Francisco Javier Paniagua Rojano</i>	30	Bibliografía sobre Comunicación	82
Elecciones de México en la prensa estadounidense		Actividades del CIESPAL	90
<i>Sergio Inestrosa</i>	40		
México:			
Campañas electorales americanizadas			
<i>Irving Berlín Villafaña</i>	46		

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Chasqui
Revista Latinoamericana de Comunicación
N° 96 Diciembre 2006

Director
Edgar P. Jaramillo S.

Editor
Luis Eladio Proaño
Email: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial
Lolo Echeverría - Héctor Espín
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

Asistente de edición
Jorge Aguirre
Email: chasqui@ciespal.net

Portada y diagramación
Mayra Cajilema C.

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la
Red Iberoamericana de Revistas de
Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América
Latina y el Caribe en Ciencias Sociales
y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Elecciones de México en la prensa estadounidense



Sergio Inestrosa ■

Este texto es el resultado de un proyecto de investigación sobre los medios de comunicación y la política en los Estados Unidos. Esta investigación se centró en las noticias que la prensa estadounidense difundió sobre el proceso electoral mexicano. El monitoreo comenzó a hacerse a partir de febrero, cuando arrancaron formalmente las campañas en México, y terminó el 6 de septiembre, fecha en que la prensa dio a conocer al ganador oficial de las elecciones del 2 de julio.

La metodología que se usó fue, primero clasificar los periódicos en dos: de tiraje nacional, como el *The Washington Post*, *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, y periódicos regionales, como: *Dallas Morning News*, *Houston Chronicle*, *Los Angeles Times*, *La Opinión*. En todos los casos se monitorearon las páginas de Internet y se imprimió la información relativa a las elecciones mexicanas. Después se pasó a evaluar la calidad de la información y a hacer el reporte. La razón fundamental

■ *Sergio Inestrosa*, mexicano, profesor en el Endicott College, de Beverly, Massachusetts, Estados Unidos, investigador en medios de comunicación, política y ensayística latinoamericanas.
Correo-e: sinestro@endicott.edu

para dividir la prensa en dos niveles obedeció a la forma en que la misma prensa abordó el tema de las elecciones, mientras los periódicos regionales dieron cuenta desde un principio y casi a diario del proceso electoral mexicano, en algunos casos reproduciendo información tomada de periódicos mexicanos, como es el caso de *Dallas Morning News* que reprodujo textos del periódico *El Universal*; los periódicos nacionales, por su parte, comenzaron a ocuparse del proceso electoral de forma más sistemática hasta mediados de junio, justo después del segundo debate y cuando las encuestas hablaban de un empate técnico entre el candidato del partido oficial, Felipe Calderón, y el de la coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador.

La hipótesis de trabajo fue que las elecciones en México debían despertar un interés relativo en la prensa estadounidense, dado que México no solo es el vecino del sur sino el tercer socio comercial de los Estados Unidos. Aunque hay que apresurarse a decir que la prensa estadounidense no es muy afectada a prestar atención a los asuntos extranjeros y, por el contrario, tiende a privilegiar la agenda doméstica, a menos que un asunto internacional revista especial importancia para los intereses de los Estados Unidos, como es el caso del tema del terrorismo, la Guerra en Irak, el conflicto Árabe-Israelí, el programa nuclear en Irán.

La prensa estadounidense no es muy afectada a prestar atención a los asuntos extranjeros

El contexto

Hay que destacar que este año ha sido de mucha actividad electoral en América Latina. Durante el 2006 se han celebrado elecciones en Chile, Perú, Colombia, Costa Rica, Nicaragua, México, Ecuador, Venezuela, además de Brasil y Haití y en muchos de estos países la izquierda ha logrado ganar las elecciones.

En México las elecciones se celebraron el domingo 2 de julio. En ella participaron cinco candidatos, cuatro hombres y una mujer. Al arranque del proceso, se veía a los tres partidos grandes, Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido de Acción Nacional y Partido de la Revolución Democrática (PRD), como los partidos con mayores posibilidades de triunfo, pero poco a poco la contienda se perfiló como una cuestión de dos: Felipe Calderón, del PAN, y Andrés Manuel López Obrador, de la Alianza por el Bien de Todos, que incluía al PRD. La noche misma del 2 de julio, los dos candidatos se declararon ganadores y al día siguiente, López Obrador destapó la caja de Pandora al afirmar que había habido fraude y que él no reconocía el triunfo de Felipe Calderón. De esta forma se inició una larga batalla legal y fue el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) quien determinó, el 5 de septiembre, que Felipe Calderón había ganado las elecciones por un margen de apenas 0.58 por ciento, es decir unos 243 mil votos sobre Andrés Manuel López Obrador.

La agenda de la prensa

La investigación reveló que la agenda de la prensa regional fue más variada, aunque se ocupó de los asuntos de México de forma más regular. Entre los asuntos que la prensa regional colocó en agenda están: el mundial de fútbol, el IV Foro Mundial del Agua que se celebró en Ciudad de México en el mes de marzo, la posible legalización

de los inmigrantes en los Estados Unidos, que coincidió con las marchas de latinos en distintas ciudades estadounidenses, la violencia en México y la inseguridad en la frontera, el encuentro Fox-Bush que se celebró, a finales de marzo, en Cancún, para dar seguimiento a los trabajos de la Alianza para la Seguridad y la Prosperidad de América del Norte (ASPAN).

La prensa nacional, por el contrario, fue más selectiva y comenzó a ocuparse de las elecciones en la medida en que se acercaba la fecha y las encuestas comenzaron a mostrar un virtual empate entre el candidato oficialista y el izquierdista López Obrador, sugiriendo una elección muy cerrada que podía ser impugnada por alguno de los candidatos. Este nuevo escenario era una buena oportunidad para que desde los Estados Unidos se apuntalara a Calderón como la mejor opción para México, sobre todo después de los triunfos de la izquierda en otros países de la región. Lo que menos le interesaba a los Estados Unidos era tener un gobierno de izquierda al otro lado de la frontera sur.

El voto de los mexicanos en el extranjero

Por primera vez en la historia de México se pudo votar en el extranjero, pero el proceso fue tan engorroso que menos de 57 mil mexicanos se registraron. A mediados de febrero, dos periódicos regionales: *Los Angeles Times* y *La Opinión*, periódico que se publica en español en Los Angeles, destacaron el bajísimo número de votantes mexicanos registrados para votar en el extranjero. Ambos periódicos tomaron la información de agencias noticiosas, *La Opinión* la tomó de EFE y *Los Angeles Times*, de AP. La noticia de *Los Angeles Times* señalaba que en los Estados Unidos viven casi cuatro millones de mexicanos con credencial de elector, pero que la mayoría vive ilegalmente y no va a México para votar, pues tendría después que pagar unos dos mil

dólares a los "coyotes" para volver a cruzar la frontera. El periódico también señaló que el proceso de registro para votar fue muy burocrático y restrictivo. Por su parte, *La Opinión*, en un tono menos crítico, señaló que las casi 57 mil solicitudes llegaron al Instituto Federal Electoral (IFE) desde 86 países y que en la promoción del voto en el extranjero participaron unas 138 organizaciones sociales.

El seguimiento a los candidatos

En la prensa estadounidense fue Felipe Calderón el que recibió una mayor cobertura y atención por parte de la prensa. Esto se debió, en parte, a que su equipo de campaña hizo un mejor trabajo de cabildeo entre los periodistas y, en el fondo, porque Calderón es el candidato que mejor representa los intereses de los Estados Unidos en México.

El 17 de mayo, el periódico *Dallas Morning News* reportó que ante un mal inicio de campaña, Felipe Calderón contrató los servicios de dos expertos norteamericanos en marketing político (Dick Morris, ex-asesor de Bill Clinton, y Robert Allyn, estratega del Partido Republicano) quienes le aconsejaron una estrategia agresiva sobre la base de una campaña de spots negativos en los que se vinculaba a López Obrador con el presidente venezolano Hugo Chávez, y se le presentaba como un candidato intolerante, un verdadero peligro para México.

***Lo que menos le
interesaba a los Estados
Unidos es tener un
gobierno de izquierda al
otro lado de la frontera***

Sin embargo, fue un extenso artículo titulado "*The Populist at the Border*" publicado el 4 de junio en el *The New York Times* por el editorialista David Rieff, el que marcó el punto de quiebre en la percepción positiva que tenía la prensa estadounidense de López Obrador. El artículo no solo cuestionó la capacidad y las intenciones del candidato de la Alianza por el Bien de Todos, sino que hizo eco de la campaña negativa de Calderón al presentarlo ante el público estadounidense como un peligro también para los Estados Unidos, como alguien que generaría mayor inestabilidad en los mercados y que incrementaría la inmigración. El equipo de López Obrador cometió el error de no darle importancia a la prensa en los Estados Unidos y no revertió la imagen negativa ni en México ni al otro lado de la frontera y, como sabemos, terminó perdiendo las elecciones.



La cobertura del proceso electoral

En general, se puede afirmar que la prensa, tanto a nivel regional como nacional, hizo de las elecciones mexicanas parte importante de su agenda, especialmente a partir de mediados de junio, justo después del segundo debate y cuando las encuestas comenzaron a mostrar un empate técnico entre Felipe Calderón y López Obrador. Para algunos periodistas, esto era un indicador de que Calderón podía ganar, aunque fuera por un margen muy mínimo, pues como se dice en política, caballo que alcanza gana.

Los periódicos de circulación nacional como *The Washington Post*, *The New York Times* y

Wall Street Journal tienen reporteros destacados en México y fueron estos los encargados de dar seguimiento a los eventos relacionados con el proceso electoral. Los periódicos regionales suelen comprar las noticias de las agencias noticiosas, salvo el caso de periódicos importantes como *Los Angeles Times* que también tienen sus reporteros.

Entre los meses de mayo y septiembre 5, cuando el Tribunal Electoral Federal declaró presidente electo a Felipe Calderón, *The Washington Post* publicó 196 noticias relacionadas con las elecciones, lo cual es una cifra muy importante tratándose de un tema

internacional que no es parte fundamental de la agenda de política exterior de Washington como lo son el terrorismo, la Guerra en Iraq, el conflicto palestino y la crisis nuclear con Irán. *The Washington Post*, además, abrió un espacio llamado *Mexico Votes 2006*, a cargo de la periodista Ceci Connolly, que siempre hacía una buena síntesis informativa de lo que otros estaban informando sobre las elecciones y a partir de ello se invitaba al público a reaccionar frente a las noticias que ella publicaba sobre el proceso electoral. Este espacio tuvo gran interés y hubo ocasiones en que hubo hasta 39 páginas de comentarios.

Por su parte, fue en *The New York Times* donde apareció el mayor número de artículos de fondo que analizaba el proceso electoral y los escenarios posibles para solucionar la crisis pos-electoral. A nivel regional fueron los periódicos *Dallas Morning News* que abrió un espacio titulado *Mexico 2006 the Race for President* y el *Houston Chronicle*, que más notas sobre las elecciones reportaron, con un total de 103 cada uno hasta el 5 de septiembre.

Noticias de fraude

En junio 12, *Los Angeles Times* publicó un artículo titulado *Old-Style Taint Shadows Election in México* escrito por el periodista Richard Bodreaux. En ese artículo se daba cuenta del financiamiento ilegal por parte del gobierno federal en favor del candidato del Partido de Acción Nacional. Además se afirmaba que en repetidas ocasiones el presidente Vicente Fox se inmiscuyó en el proceso electoral violando con ello la ley. El periódico aclaró que la legislación mexicana es diferente de la estadounidense y lo que en los Estados Unidos es legal, no lo es necesariamente en México.

El lunes 3 de julio la prensa norteamericana dio cuenta de lo cerrada que había resultado la elección

en México y poco después comenzó a reportar las acusaciones de fraude por parte del candidato de la Alianza por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador. Sin embargo, poco a poco, ante la inconsistencia y contradicciones de las acusaciones de López Obrador, la prensa empezó a distanciarse de la noción de fraude y puso el énfasis en la solución al proceso electoral que estaba en manos del Tribunal Electoral Federal, que tenía la autoridad y solvencia suficiente para determinar la legitimidad del proceso y legitimar así al ganador.

La prensa se distanció de la noción de fraude y puso el énfasis en la solución del proceso electoral

En esta etapa del proceso es quizá cuando mejor se puede apreciar el trabajo de lobby de la gente de Felipe Calderón en la prensa estadounidense, pues poco a poco los periódicos comenzaron a abandonar a López Obrador en su demanda de hacer un conteo general de los votos y a confiar en la autoridad moral del Tribunal Electoral Federal. El último periódico en recomendar a López Obrador acatar el fallo del tribunal fue *The New York Times*, en un editorial en el que le recomendó a Calderón no olvidar al tercio de la población que votó en su contra e insistió en la importancia de incluir algunas de las propuestas de López Obrador sobre el combate a la pobreza en su plan de gobierno.

El declarado vencedor

La prensa dio a conocer el martes 5 de septiembre, un día antes de que venciera el plazo legal para declarar al vencedor, que Felipe Calderón

había ganado las elecciones del 2 de julio. La prensa norteamericana también dio a conocer las reacciones y descalificaciones que hiciera López Obrador frente a la decisión del Tribunal y su plan de continuar la resistencia civil, ya no a través de los plantones sino de una Convención Democrática Nacional que se celebró el 16 de septiembre, día de la independencia nacional, y que declaró a López Obrador "presidente legítimo" frente a un gobierno que, desde ya, ellos consideran ilegítimo.

El reportero James C. McKinley Jr., del *The New York Times*, al escribir sobre la declaración del Tribunal Electoral Federal que daba el triunfo a Felipe Calderón recordó la larga historia de fraudes en las elecciones mexicanas, e hizo eco de la desconfianza de los seguidores de López Obrador sobre la imparcialidad del proceso y sobre la honorabilidad de las instituciones encargadas de organizar las elecciones.

Colofón

Contrario a lo que suele ocurrir con la prensa en los Estados Unidos, que es poco receptiva del panorama internacional, esta vez tanto a nivel regional como nacional reportó de forma más o menos amplia el proceso electoral; por supuesto que las circunstancias del proceso electoral mexicano, descritas antes, favorecieron el interés de la prensa.

Otro elemento que explica esta singular atención de la prensa estadounidense por el proceso electoral fue el contexto particular que vive América Latina este año del 2006 con tantos procesos electorales, algunos de ellos ganados ya por partidos de izquierda. El que en México triunfara la izquierda era una situación que los Estados Unidos no estaba dispuesto a permitir; no olvidemos que el candidato del PAN es quien asegura de mejor manera la continuidad de las políticas neoliberales que se han venido aplicando desde los años ochenta en México y que cuentan con el respaldo de los Estados Unidos y del Fondo Monetario Internacional.

Tampoco se puede despreciar el trabajo de lobby hecho por el equipo de Calderón y que logró generar simpatías para su candidato entre los periodistas estadounidenses. En ello se ve la mano no solo de su asesor en asuntos internacionales, Arturo Sarukhán, ex-cónsul en Nueva York, sino también del ex-secretario de Relaciones Exteriores de México, Jorge Castañeda. ❁



Felipe Calderón triunfó en forma ajustada