

Capítulo 3

Uso de los medios en la política

3.1 La influencia de la prensa en el ámbito político

A partir del surgimiento de los medios masivos como un cuarto poder, es irrefutable coincidir con la expresión de Doris Graber “los medios masivos juegan un rol muy importante en la política contemporánea” (1980: 5). Si los medios dejaran de existir por un tiempo, la esfera política –como presidentes, gobernadores y legisladores, disminuirían sus actividades por falta de información e interpretación, la esfera económica se paralizaría sin saber en qué invertir o cómo proceder en sus decisiones, y la sociedad estaría desinformada o mal informada. Los medios influyen los resultados económicos, políticos y sociales de un país (World Bank Indicators, 2002). Los medios son vitales para la vida pública y la vida privada, es decir, para la sociedad en general.

El objetivo de este capítulo es descubrir a los medios desde un enfoque fuera de los efectos de los medios, sino más bien como una influencia. Muchos estudios profundizan en estudiar a los medios por sus efectos, las consecuencias en las votaciones y campañas políticas, sin considerar que los medios se han convertido en una pieza central en la determinación de las pre-producciones de campañas. En otras palabras, quiero profundizar en el desempeño de los medios como esfera de influencia en los aspectos políticos, no tanto como herramienta de formación de opinión –que no deja de ser importante, pero para fines de esta investigación no es de nuestro interés.

Los medios han participado en la creación de imágenes, actitudes, comportamientos, y formación de una opinión pública acerca de temas públicos y privados. “Además de llamar la atención a un tema en específico, los medios pueden insinuar al público sobre el grado de

importancia de algún tema” (Roschko: 1975). Los medios pueden indicar cuáles son los temas más importantes, los comportamientos aceptados por la sociedad, los patrones o valores de una comunidad. Los medios son agentes sociales que ayudan a integrar a una sociedad, a dar cohesión y valores en común (Graber, 1980).

De acuerdo a Harold Laswell, 1948, los medios ejercen tres funciones principales, la de reportar eventos, la de interpretar los significados de los eventos, y la de promover la socialización de los individuos en su ambiente cultural. Según Doris Graber, habría que incluir una cuarta función, la de “manipuladores de los procesos políticos” (1980: 5). Los medios pueden cumplir con las cuatro funciones al mismo tiempo.

En su función de reportar eventos, los medios pueden provocar que la gente se fije o no en cada evento. La función de interpretación pone en contexto la importancia de los eventos, especulando sobre ellos y de sus consecuencias. La voz de los medios puede variar, dando un significado positivo, negativo o neutral sobre un tema. En su función de promover la socialización, los medios presentan los valores básicos de una sociedad para integrar a los individuos a un contexto cultural determinado. Por último, la manipulación es el tema de este tercer capítulo y requiere de una mayor atención.

Los medios pueden servir como servidores de grupos de presión que buscan un cambio o reformas en los quehaceres del gobierno. Los medios pueden promover reacciones en el público, atendiendo a pocos o a grandes intereses –de sectores públicos o privados, para obligar al gobierno o a un sector privado a modificar sus acciones (Graber, 1980; McLuhan, 1965). La neutralidad de la información es escasa y también poca gente cree en la neutralidad de la misma. De acuerdo a un estudio realizado a principios de los años setenta, sólo el 35% de la gente creía en la neutralidad de la información (Johnstone, 1976). Con el avance de las tecnologías de

información y la posibilidad de las personas de participar en los procesos informativos, la neutralidad ha disminuido y con ello también la percepción de la misma.

Al principio, los medios se veían como “buenos” y se les reconocía su influencia en las opiniones, valores y comportamiento de la audiencia (Lenart, 1994); pero fue Walter Lippman (1922) quien encontró las primeras funciones de los medios en cuanto a sus potenciales efectos sobre la audiencia. Walter Lippman (1922) analizó algunos factores que pueden afectar en la efectividad de la comunicación en los medios:

Artificial censorship, the limitations of social contact, the comparatively meager time available each day for paying attention to public affairs, the distortion arising because events have to be compressed into very short messages, the difficulty of making small vocabulary express a complicated world, and finally the fear of facing those facts which would seem to threaten the established routine of men's lives (Lippmann, 1922: 21).

El uso de los medios en la política es un tema que abarca muchas áreas de interés de los comunicólogos. En especial, para motivos de esta investigación, nos enfocaremos únicamente en la prensa y su influencia en el ámbito político –así como su uso en la estrategia de México y de Estados Unidos.

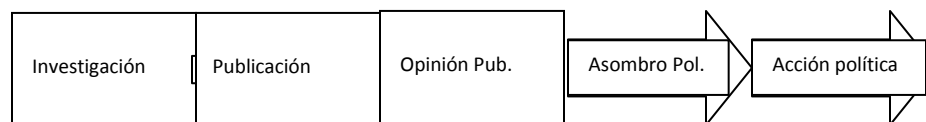
Para esta investigación comprendemos que la influencia es la capacidad de hacer que las personas cambien su opinión y manera de pensar sobre algo con el objetivo de dirigir estos cambios. Por esto, se considera que “los periodistas son una creciente influencia al igual que los actores políticos” (Patterson en Graber et al, 1998: 17). Los periodistas promueven el cambio de opinión en la audiencia como los actores políticos, porque son capaces de manipular el contenido de las noticias a su conveniencia.

Desde el punto de vista periodístico, la prensa juega un papel manipulativo, pero sólo en perspectiva. La realización de investigaciones puede resultar en el desarrollo de nuevas reformas que ayudan al desarrollo social de una comunidad y ese tipo de relación, entre el gobierno y la prensa, puede resultar beneficioso. Es como una manipulación positiva el que la prensa participe en la propuesta de nuevas reformas que ayuden y beneficien a los individuos (Graber, 1980: 261).

Las investigaciones promueven al mismo tiempo seriedad y objetividad en el contenido, haciendo que los temas tratados en las investigaciones logren ganar premios y remuneraciones. También existen aquellos periodistas que buscan participar como los iniciadores de un movimiento político que busque reformas y nuevas políticas comunitarias. Muchos periodistas quieren poder decir que ellos iniciaron una tendencia o un movimiento; sin embargo, ser iniciadores puede resultar peligroso. Para el gobierno, pocas quejas –mediante noticias, son válidas y sólo pequeño número llega a oídos de la élite política. ¿Cuánta fuerza tiene la prensa para poder realizar un movimiento masivo o simplemente lo suficientemente fuerte para lograr un cambio?

Tres investigadores desarrollaron tres modelos para estudiar cómo la prensa influencia a la política. Harvey Molotch, David Protess y Margaret Gordon (1983) desarrollaron esos modelos, que son: el simple, de impacto saltado y el truncado. El modelo simple comienza cuando un periodista investiga un evento que pudiera ser atenuado si hubiera acción política, entonces publica la historia –que produce replicas mediáticas y noticiosas sobre el tema, llamando la atención del público. La opinión pública moviliza y presión a los legisladores a actuar con políticas y reformas para resolver el problema.

Figura 1. Modelo simple



Fuente: Elaboración de la autora

Cuando algunos elementos no suceden, el modelo cambia a ser de impacto saltado, pues se salta algunos pasos. Por ejemplo, el asombro político puede llegar antes de que la opinión pública exija a los gobernantes una acción política. El modelo truncado es cuando el modelo simple se trunca o se rompe en cualquier momento, no llegando a la acción política... como sucede la mayoría de las veces. Si hubiera una acción política por cada investigación, habría el mismo número de acciones políticas que investigaciones o noticias, y eso es mentira.

Según Kurt Lang y Gladis Lang (1983) los periodistas, como los políticos, conocen muy bien a la opinión pública; saben que la opinión pública puede alterarse fácilmente, de forma inmediata y exagerada, pero puede morir en cuestión de días. Por lógica, el modelo que sucede mayoritariamente es el modelo truncado. La idea de que la opinión pública no sea tan importante pone en perspectiva el gran poder del que gozan los medios, y en especial la prensa cuando publica una investigación.

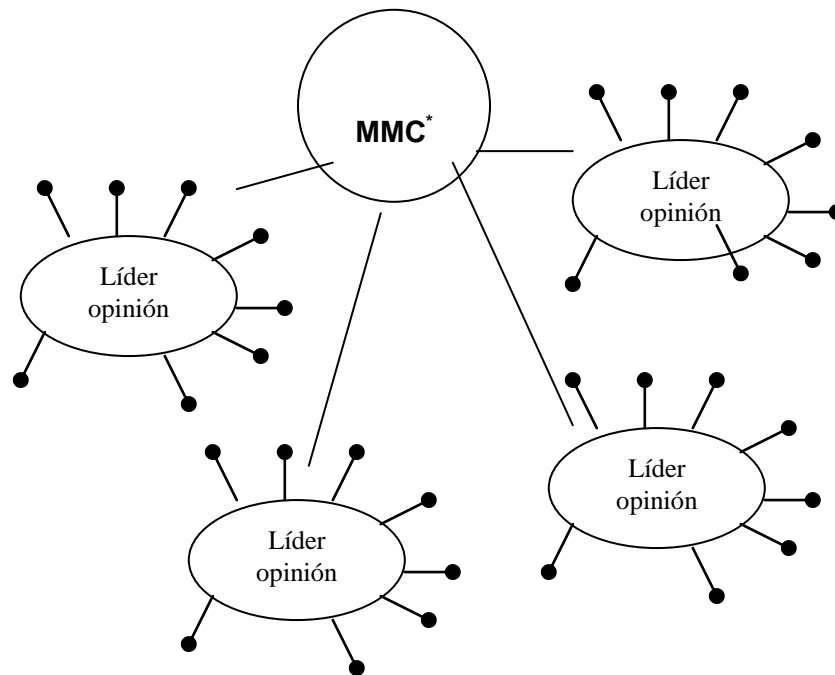
“Los medios (la prensa) son (es) un grupo de presión de interés público lo suficientemente fuerte como para esconderse detrás de la sobrevaluada opinión pública” (Graber, 1980: 267). Muchas veces los medios pueden establecer relaciones simbióticas con el gobierno, saltándose también a la opinión pública. La opinión pública puede jugar tanto a favor de la élite política como de la prensa, aunque muchas veces es dejada de lado.

La función de interpretación es muy importante para el modelo simple de manipulación entre prensa y política, pues juega el papel de insinuar la importancia de un tema –y como ya vimos, es crucial para determinar cuánto tiempo puede durar la noticia como prioridad de la opinión pública. La función de reportar eventos se relaciona con las primeras dos etapas del modelo simple: la investigación y la publicación de los eventos. Estas etapas y esta función producen la primera etapa de la construcción de la agenda política, que consiste en escoger qué se va a publicar. La segunda etapa consiste en decidir el grado de importancia que se le dará (Graber, 1980: 268)

Hablando de la opinión pública, existe una teoría de comunicación que nos explica muy bien el papel de la prensa y los líderes de opinión. La teoría de los efectos limitados, explica que “los medios y la propaganda habían sido dotados de un poder que, en realidad, no poseían”, como lo afirmaba Harold Laswell en sus estudios sobre propaganda en el libro *Propaganda Techniques in the World War* de 1927, que permite conseguir la adhesión de los ciudadanos a unos planes políticos determinados sin recurrir a la violencia, sino mediante la manipulación (Laswell, 1927).

Cuando la Teoría de los efectos limitados entra en juego, se resuelve la incógnita de los verdaderos efectos de los medios. Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton, autores principales de esta teoría, dicen que dentro ya no es necesaria la persuasión, porque el líder de opinión no necesita convencer, él ya influye sobre su grupo (Lazarsfeld et al, 1967: 239-245). El medio con más líderes de opinión es la prensa, por su estructura, composición y narrativa (Pereyra, 2004).

Figura 2. Esquema de la teoría de los efectos limitados



*Medios Masivos de Comunicación

Fuente: Elaboración de la autora

La influencia de la prensa en la política también se localiza en los estudios de Paul Lazarsfeld y McPhee en 1954 en la identificación del refuerzo del voto, y no tanto en el cambio de opinión (Lazarsfeld & McPhee, 1954). Nuevamente, se rechazaban los principios de la teoría hipodérmica que establecía un valor irrefutable de manipulación de medios, sustentada por Harold Lasswell, y se comprendía que la prensa era un medio que aportaba en el conocimiento y refuerzo de la información en las audiencias.

Actualmente, las investigaciones que tratan sobre el papel de la prensa en la política son amplias. Algunos autores, como Joseph Klapper (1960) y Russell Newman (1976) dicen que la prensa tiene efectos mínimos, y éstos aportan mínimos cambios en las opiniones y actitudes de la audiencia. Por otro lado, autores como Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972) han logrado

obtener registros sobre esta influencia según la teoría del Agenda Setting –que ya se mencionó en el capítulo anterior. La influencia que produce la prensa de acuerdo a dichas teorías se reconoce como dinámica y poderosa (Lenart, 1994).

Con una prensa poderosa, el quehacer político puede verse afectado por las actividades mediáticas de la prensa. Sin saber exactamente a qué grado puede la prensa afectar en las decisiones políticas de un país, es un hecho, por lo que ya mencionamos, que al menos la prensa sí juega un papel importante. A continuación tratamos el tema de la prensa como estrategia política en dos de los tres países que integran la región de América del Norte, México y Estados Unidos.

3.2 Uso de la prensa como estrategia política en México

La relación entre la prensa y la política en México no es tan reciente como se cree, como comenta Rossana Fuentes-Berain en su artículo Prensa y poder político en México:

El poder está resintiéndose al contrapoder y, este fenómeno no empezó el 2 de julio del año 2000, muy a pesar de los afanes foxistas por explicar la historia nacional alrededor del momento de su elección. El proceso de transformación de las relaciones entre la prensa y los políticos mexicanos dieron inicio a finales de la década de los setenta y principios de los ochenta -cuando menos una década antes de que el ranchero de Guanajuato descubriera su tardía vocación de servicio público (Fuentes-Berain, 2001:1).

Primero, quiero dejar en claro que la política ha afectado a la prensa. El 21 de agosto de 1935, por decreto del General Lázaro Cárdenas, se creó PIPSA, o mejor conocida como Productora e Importadora de Papel S.A. (PIPSA). Al crearse una red de control sobre el papel de impresión y alrededor del General Lázaro Cárdenas, se daba por entendido la estrecha relación entre los

intereses de la prensa y aquello que se publicaba. PIPSA refleja el periódico durante el cual la prensa no era un medio de contrapoder sino un instrumento más del gobierno.

Segundo, a través de ejemplos –como algunas anécdotas de Julio Scherer García (1968) mostraré algunos casos que ejemplifican cómo la prensa ha sido parte de la estrategia política en México, como brazo derecho, como instrumento manipulador, como medio vendido, como fuente de información falsa y adepta a rendirse a las presiones y amenazas de diversas figuras políticas mexicanas. Carezco de autores para ilustrar la tensión entre la prensa y política pues la mayoría de los periodistas no se han atrevido a develar esas presiones. Según el último estudio de Freedom House 2009 (ver Anexo 1), destaca que en México “empeora la libertad de prensa, debido a una mayor violencia y a la presión que ejercen autoridades federales y locales sobre periodistas”.

Julio **Scherer** García, periodista mexicano de la sección política narra en su libro “Los Presidentes” (1968), su experiencia de trabajar en el *Excélsior* durante el verano de 1968 y cuenta en retrospectiva la matanza del 2 de octubre en Tlatelolco:

Excélsior había informado con honradez y veracidad acerca de los sucesos en Tlatelolco. Esto era cierto, pero no me engañaba. Habíamos escamoteado a los lectores capítulos enteros de la historia de esos días. Poco sabíamos de la vida pública de los presos políticos, menos aún de su intimidad, y habíamos evitado las entrevistas con ellos. Sabía bien que en nuestras manos había estado la decisión de cumplir o no con ese trabajo, pero también sabía que el Presidente (Gustavo Díaz Ordaz) no había propiciado el mejor clima para el desarrollo de una información irrestricta.¹

¹ Scherer fue electo líder del periódico *Excélsior* dos meses antes de publicar la nota referente a la matanza del 2 de octubre de 1968.

Hasta el día de hoy, la matanza del 2 de octubre de 1968 no se ha esclarecido. Los culpables siguen impunes y la prensa jugó un papel determinante en el silenciamiento de los hechos, los actores y las consecuencias. La narrativa se presentaba manipulada, subjetiva, tratada, con títulos como “Recio combate al dispersar el ejército un mitin de huelguistas” (Excelsior, 3 de octubre de 1968). La palabra “huelguistas” afecta en la interpretación de la información y predispone a la audiencia a apoyar al gobierno y no a los estudiantes –porque la verdad es que eran “estudiantes” antes de ser “huelguistas”.

Julio Scherer García (1968) también platica cómo el Presidente Díaz Ordaz le facilitara la entrevista con siete Jefes de Estados en América Latina. Como periodista, Scherer podía conseguir la mejor información para continuar publicando –a expensas de seguir bajo el control del gobierno, presiones, amenazas y chantajes. El papel de la prensa en esos años sucumbió a los intereses del gobierno como parte de una estrategia autocrática y silenciadora de las prácticas corruptas del gobierno mexicano.

Cuando Echeverría sube al poder, también le tocó enfrentar un movimiento estudiantil del 10 de junio de 1971. El periódico *Excelsior* le pidió a Octavio Paz un artículo sobre el tema, advirtiéndole que debía guardar su opinión definitiva y “mantener distancia del Príncipe”-como se le conocía a Echeverría. Aunque el periódico *Excelsior* logró mayor independencia y menor censura, el gobierno se desquitó expulsando a 7 de los más altos directivos mediante la Cooperativa que argumentó la desaparición de 14 millones de pesos (Scherer, 1968: 45-68).

Con la llegada de López Portillo a la presidencia, y estando Scherer García (1968) como líder de la Revista Proceso, Scherer cuenta que la relación entre la prensa y la política parecía mejorar. El Proceso actuaba casi libremente, publicando las mansiones de López Portillo y los bienes patrimoniales de otras figuras del gobierno como de Reyes Heróles y de Hank González. Sin embargo, esa libertad terminó el día en que López Portillo retiró la publicidad de Proceso y dijo

“No pago para que me peguen”. La salida de ese capital significó despidos, reestructuración de la cartera interna y casi el cierre de la revista Proceso. Miguel de la Madrid continuó con el deseo de controlar la prensa y mantuvo a la revista Proceso bajo amenaza.

Posteriormente, otro periodista, Sergio Aguayo (2001) presenta algunas historias también de censura durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari. Sergio Aguayo incluso acusa a Carlos Salinas de Gortari de ser un “presidente incómodo”. Carlos Salinas de Gortari buscó reivindicarse y tapar muchos eventos cuestionables con una memoria de su sexenio, e incluso acusa en su libro “México: un paso difícil a la modernidad” a periodistas de ser “periodistas difamadores”. La guerra entre periodistas y políticos ha continuado hasta el día de hoy.

La periodista Carmen Aristegui también ha sido una periodista que ha destapado las relaciones secretas y debatibles entre la esfera política y la comercial. Como periodista, Carmen Aristegui ha estado presente en el tema político desde sus inicios. Recientemente Carmen Aristegui realizó una entrevista a Miguel de Madrid, quien acusó a Salinas de Gortari de robar, corromper y permitir a sus hermanos Raúl y Enrique se involucraran con el narcotráfico, aunque después se retractara. Salinas de Gortari envió una carta a la periodista Carmen Aristegui, donde la acusa de abusar de su colega de la Madrid, un hombre al que califica de incapacitado mentalmente².

Como cuenta Sergio Aguayo en su artículo “El presidente incómodo: Adiós a Salinas” (2000), en el último libro de Salinas de Gortari, el ex presidente “reaparece su costumbre de torcer y manejar la información y la argumentación para construir su verdad y presentarse como prohombre que reúne los atributos de santidad” (1). Sergio Aguayo crítica fuertemente las

² El audio de la entrevista puede escucharse en la página http://www.ivoox.com/entrevista-carmen-aristegui-a-miguel-la-audios-mp3_rf_72978_1.html, y la carta que envía se encuentra en el Anexo 8.

características de presión que manejaba Salinas de Gortari durante su mandato sobre los periodistas y sobre la información en general.

Con Ernesto Zedillo Ponce de León la prensa respiró un poco en cuanto a su libertad. Son pocos los ejemplos de presión y censura durante el sexenio de este presidente. Sin embargo, es cuando llega a la presidencia Vicente Fox que la prensa se proclamó herramienta de contracontrol del poder. Antes de este momento histórico, como ya vimos, la prensa estaba muy ligada a los chantajes, presiones y amenazas de la fuerza política.

El uso de la prensa como estrategia política en México sigue patrones similares en los últimos 5 sexenios antes de Vicente Fox: todos responden a los intereses del gobierno. La estrategia política detrás del gobierno se encuentra en la censura de la prensa para sus propios intereses. Entre la *agenda setting* y la construcción deliberada de la agenda, en México la agenda deliberada tiene mayor peso. La construcción deliberada de la agenda significa dar prioridad o importancia a las noticias que no la tienen y quitar importancia a los temas que sí requieren de mayor atención. El uso de la prensa como estrategia política en México se observa a través de la agenda de construcción deliberada, la cual persigue las necesidades e intereses de unos cuantos.

Nuevamente, Freedom House (2009) en el periódico de La Jornada (ver Anexo 7]) la democracia se ve afectada por la falta de libertad en la prensa, y sin libertad difícilmente se puede establecer un orden correcto en la importancia de las noticias. En México, la censura sí existe y afecta en la democracia del país, en los procesos democráticos y en el desarrollo, por un lado, de la libertad de prensa, y por el otro, en el desarrollo del periodismo cívico, el cuál es “el periodismo hecho de forma tal que estimula y alienta a los ciudadanos a volver a involucrarse en la vida democrática” (Anderson, et al, 1996: 162)

En los ejemplos que vimos anteriormente en este capítulo, el uso de la prensa en la estrategia política de México responde a intereses particulares en momentos decisivos del

gobierno. Existe la censura, la presión del gobierno sobre la prensa, la manipulación en los titulares, las amenazas sobre los periodistas y silenciamiento de información comprometedoras para el gobierno de México.

Recientemente, en el estudio de Freedom House publicado en mayo de 2009 (ver anexo 8) se comenta la situación de empeoramiento de la libertad de prensa en México y en el mundo. La censura ahora no sólo llega de los altos mandos políticos hacia el periodista, sino también de otros actores como puede ser el narcotráfico que busca silenciar un problema, u otros grupos de presión.

3.3 Uso de la prensa como estrategia política en Estados Unidos

En Estados Unidos el escenario es distinto. El análisis de los ejemplos que proporciono está más sustentado en teoría, pero cabe mencionar que México no es el mejor ejemplo para teorizar. A continuación explico el uso de la prensa en la estrategia política en Estados Unidos. Para ellos utilizaré dos ejemplos, uno en la Guerra Civil y otro durante el escándalo del Watergate en los cuales puede observarse claramente el papel de la prensa en la estrategia política de Estados Unidos.

El contenido de la prensa ha variado con los años. En Estados Unidos, hasta la década de 1830, todos los periódicos de Estados Unidos eran o de partidos políticos, que publicaba asuntos políticos y económicos, o de un gremio comercial, que publicaba la información que requerían los comerciantes (Roscho, 1975). El contenido respondía a intereses de grupos que manejaban la impresión —el papel como la tinta, y poseían de alguna forma u otra el poder sobre la prensa.

Las noticias eran pocas al principio, promoviendo que se publicaran los periódicos de forma mensual, desde el primer periódico en 1690, hasta su publicación diaria en 1800. Como

hemos visto en el primer capítulo, el contenido de la prensa evolucionó junto con los intereses de una sociedad en continuo cambio. La manipulación del contenido a favor de los intereses políticos puede observarse no en las primeras propagandas escritas de la Primera Guerra Mundial, sino desde mucho antes. Por ejemplo, durante la Guerra Civil, fue el momento cumbre del uso del telégrafo por parte de los reporteros. En el caso de los estados del norte, el costo por el uso del telégrafo era alto, pero los editores de los periódicos –como el *Chicago Times* y el *New York Herald*, pagaban cualquier cosa por conseguir la primicia de una historia sobre la Guerra Civil. Los estados del sur lograban acceder al uso del telégrafo con cuotas reducidas usando las vías militares y comerciales, sin embargo, perdieron la guerra de información al verse dañadas estas vías frente a los inconvenientes de la guerra –entre ellos, la pérdida de las vías militares (Sloan & Startt, 1999: 156-158).

Horace Greeley era el reportero con mayor renombre durante la Guerra Civil y escribía una nota semanal para el *New York Tribune*. Como oponente de la esclavitud apoyó la candidatura de Abraham Lincoln en 1860, pero su impaciencia por una proclamación abolicionista de la esclavitud, se adelantó a Lincoln y escribió un editorial titulado “*The Prayer of Twenty Millions*” en donde escribió una carta abierta al presidente presionando a Lincoln a proclamar lo que supuestamente 20 millones querían. Algunos lo tacharon de arrogante, pues parecía que hablaba por todos los habitantes del norte –aunque también fue alagado por los abolicionistas (Harper, 1951).

Abraham Lincoln no se quedó con los brazos cruzados. Contestó a Greeley mediante tres páginas en el *National Intelligencer* (Sloan & Startt, 1999: 164-168). Su respuesta fue agresiva, en especial porque sabía que Greeley no gustaba del *National Intelligencer*. Dicen que si el editorial

más famoso de Greeley fue éste de *“The Prayer of Twenty Millions”*, la respuesta de Lincoln fue uno de los más elegantes mensajes publicados (Murray en Sloan & Starr, 1999: 167).

La prensa en la Guerra Civil de Estados Unidos fungió como herramienta de oposición, pues mientras los reporteros del norte publicaban una historia de acuerdo a sus intereses, los del sur hacían lo mismo. Los mensajes políticos de los reporteros hacia los personajes de la política transcurrían casi libremente por la prensa, mientras que aquellos que no coincidían con los intereses de la región, eran silenciados (Reynolds, 1966).

La prensa después de la Guerra Civil cambió para siempre. El debate entre el derecho del público de informarse y la protección de información militar continua hasta nuestros días. La unidad política del país daba paso a la prensa en la época industrial, una nación en completo cambio político, económico y social. La nueva prensa debía considerar el crecimiento de la industria, y por ello la publicidad tuvo una gran influencia sobre la prensa. Los publicistas presionaban a los editores a incluir sus diseños de publicidad sobre medicinas y manufacturas (Starr, 1999).

Después de la época industrial, el nuevo periodismo tomó otro giro. Dio inicio al amarillismo, a las historias sensacionalistas, exageraciones como resultado de una época de excesos. En otras palabras, la época dorada del crecimiento industrial y económico, se había convertido en una época amarilla (de prensa amarilla). Se daba paso a otra época, la de los medios modernos.

Los cambios entre 1900 y 1945 inician con la aglomeración de información a través de distintos canales informativos, como era para entonces la prensa y el radio. Esta época para los Estados Unidos comprende a la Primera Guerra Mundial, el frenesí de los años veinte, la gran

depresión y la Segunda Guerra Mundial. Todo esto produjo los cambios hacia el profesionalismo de la prensa y la participación política activa sobre la información (Sloan & Starr, 1999).

La prensa ha estado presente en muchos momentos importantes de la historia de los Estados Unidos. Por una parte, como registro de la historia en las relaciones entre actores políticos y sociales; pero también se puede observar en cuestiones políticas y de interés social, como en los años setenta, como es el caso del Watergate.

El sociólogo Kurt Lang y Gladys Lang estudiaron el papel de la prensa en el escándalo del Watergate. Estos autores identifican en este escándalo una “ecología del juego” donde los intereses de varios políticos desarrollan un escenario político. Según Kurt y Gladys Lang (1983), las agendas políticas son construidas a partir de intereses particulares, y a veces son objeto de tentación para algunas personas que buscan ser noticia y quieren armar una agenda de forma deliberada (1983: 59-60). Este tipo de agenda es también conocida como construcción deliberada de la agenda (Lang & Lang, 1983: 61)

La construcción de una agenda comienza cuando alguien decide publicar una historia; lo segundo es el grado de atención o importancia que se le da a la historia –aquí es cuando se puede brincar de las actividades de una construcción de *agenda setting* y una agenda de construcción deliberada. La construcción ordinaria del *agenda setting* está basada en una lógica mediática que incluye a los otros medios de información, por otro lado, la agenda deliberada actúa principalmente en un solo medio (Graber, 1980). Como en el caso del escándalo del Watergate, el escándalo transcurrió por mucho tiempo y recibió mucha publicidad a nivel local sólo por la prensa (el *Washington Post*) antes de aparecer en los otros medios y a nivel nacional.

Fue hasta que los medios comprendieron la implicación de corrupción en los niveles más altos del gobierno de los Estados Unidos, cuando los demás medios adoptaron la importancia de

la noticia y reflejaron los espacios de prensa en los espacios de radio y televisión. La retórica de la prensa también influye en la composición de un escenario político, pues en el caso del Watergate, las palabras más utilizadas eran “incidente de presupuesto” (Graber, 1980: 267), y hasta que cambiaron a palabras como “escándalo” y “tragedia”, incrementó la atención de los medios en general y de la audiencia a un tema tan importante.

Kurt y Gladys Lang (1983) enfatizan en su estudio sobre el Watergate que las fuentes de las cuales se cuenta una historia son importantes para analizar el impacto de esa particular historia en la política. En la mayoría de los casos, las fuentes son quienes convencerán a la audiencia si el tema es de su interés, y si la importancia que le da la prensa es adecuada o no (Graber, 1980: 258). En el caso Watergate, cuando las historias en la prensa incluían fuentes del partido Republicano reconociendo la gravedad del asunto, el caso Watergate se convirtió en un tema de prioridad y de crisis política que justificaba una acción drástica (Lang & Lang, en Graber, 1980: 265-267, 270-271).

Posterior al caso Watergate, la prensa también ha respondido a intereses estratégicos de la política estadounidense. En casos recientes, cadenas de televisión, asociadas a algunos periódicos, publicaban versiones presidenciales sobre la guerra de Irak y no una información objetiva. El presidente George W. Bush ha sido acusado de obstruir el flujo objetivo y veraz de la información. Michael Moore es un cineasta dedicado a hacer documentales que muestran una crítica hacia el gobierno estadounidense, en especial, al mandato de George W. Bush.

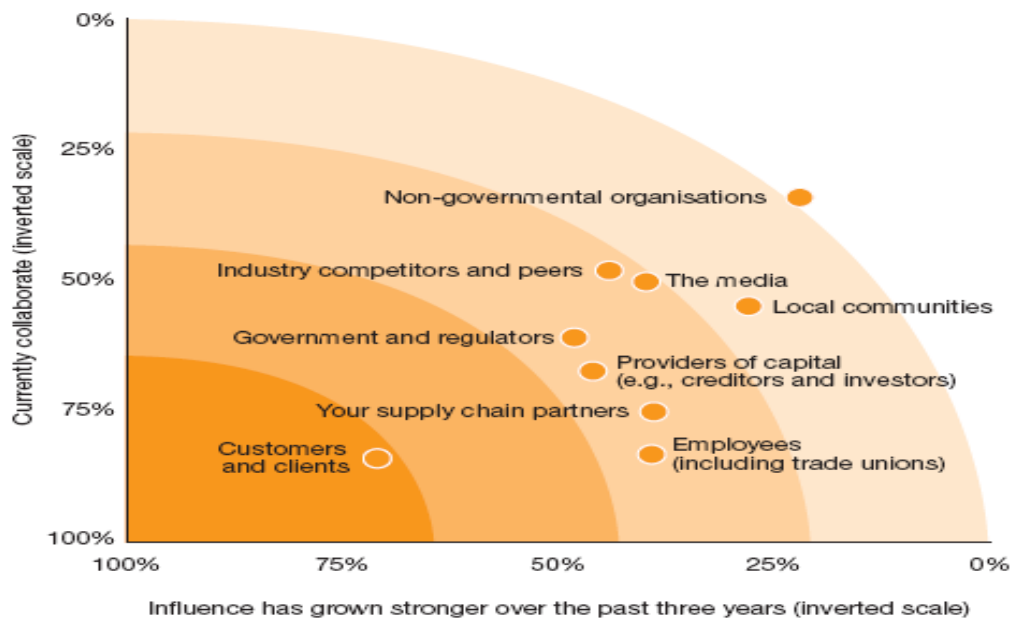
El uso de la prensa en la política de México y de Estados Unidos es observable y tangible con los ejemplos anteriores. Con mayor tendencia en México la estrategia política del uso de la prensa corresponde a los intereses de construir agendas de acuerdo a la ganancia de unos pocos – siendo estos periodistas o políticos. Julio Scherer se vio beneficiado al obedecer a los altos mandos, por ejemplo; y muchas veces los presidentes de México se favorecieron al censurar

algunas publicaciones. En Estados Unidos la construcción de una agenda deliberada es menos común, y existe mayor libertad de expresión que en México.

Cabe destacar que la prensa, a partir de los años noventa, se ha ido transformando debido a la llegada del internet. La prensa hoy en día publica dos versiones, la impresa y la digital –siendo la digital la versión que publica las noticias de última hora y se actualiza segundo a segundo. La prensa en internet en México es un recurso electrónico positivo pero al cuál poca gente tiene acceso. La ventaja del nacimiento de la prensa en internet es el origen de los productores independientes de noticias, quienes ponen en perspectiva la objetividad de las noticias y promueven la libertad de prensa –pues son éstos menos susceptibles a amenazas y presiones por parte del gobierno.

El papel de la prensa es importante para el desenvolvimiento de los actores políticos en México y en Estados Unidos. Según la firma Pricewaterhousecooper, la prensa –junto con los demás medios de comunicación, son actores importantes a considerar también en cuestiones económicas. De acuerdo a la siguiente gráfica, sacada de un estudio publicado en el 2009, los medios tienen mayor importancia que las organizaciones no gubernamentales y menos que los competidores industriales. Cada día se suman nuevos actores a la toma de decisiones de la esfera económica. Los medios han incrementado su influencia en la esfera política como en la económica.

Figura 3. La influencia de los medios en la decisión de los accionistas y empresarios.



Fuente: Pricewaterhousecoopers, encuesta anual 2009.

Los medios juegan un papel muy importante en el desarrollo de la sociedad. Sin los medios de comunicación, la rapidez de la información no sería como la conocemos hoy. Un tema tan importante como la información en estos días es crucial para la toma de decisiones en todos los ámbitos, de allí la importancia de su rapidez. En la política, los medios pueden actuar a favor o en contra de reformas gubernamentales, diálogos políticos, elecciones presidenciales, entre otras. Los medios, conocidos también como el “cuarto poder”, son cruciales para dirigir a la opinión pública.

En Estados Unidos, la prensa juega un papel, al igual que en México, de acuerdo a la situación política de la coyuntura. El caso Watergate es un ejemplo de cómo la prensa actuó como estrategia política durante el gobierno de Richard Nixon. El primer medio donde se publicaron los actos de corrupción fue en la prensa, utilizando palabras tenues describiendo el problema.

Cuando el tratamiento de la noticia cambia, y describe verazmente lo sucedido, la noticia empezó a ser publicada en otros medios. La prensa funcionó como detonadora de un problema político-social.

La influencia de la prensa está en todos los ámbitos (económico, político y social). En este capítulo se analizó que los usos de la prensa en la estrategia de México y Estados Unidos son distintos, es decir, la prensa influencia de forma e intensidad distinta. El uso de la prensa en México y en Estados Unidos se adapta a las necesidades políticas y sociales del momento en cada país.

En el capítulo siguiente se presentará el análisis del rol que juega la prensa como promotora de la reapertura del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, según los periódicos *New York Times*, *La Jornada*, *Wall Street Journal* y el *Reforma*.