

Discurso público en la televisión mexicana: El caso del intento de desafuero de Andrés Manuel López Obrador

Fecha de recepción: 23 de septiembre de 2005. Fecha de aprobación: 26 de octubre de 2005.

Gabriela Rodríguez Hernández*

RESUMEN

Se analizaron los discursos públicos ofrecidos por los noticieros de la televisión mexicana en el marco del intento de desafuero del alcalde de la Ciudad de México. Mediante la técnica de análisis de contenido se analizaron los discursos presentados durante la campaña de resistencia civil promovida por el propio jefe de gobierno de la Ciudad de México, encontrándose que los noticieros generaron la imagen de obedecer a un complot y a actitudes injustas sobre el jefe de gobierno.

PALABRAS CLAVE: Discurso público, medios de comunicación, televisión, establecimiento de la agenda.

ABSTRACT

The relation between the public speeches given in Mexican Television news shows and the Mexican valley citizen's participation in protest actions was analyzed; it was done along the "desafuero" attempt of Mexico's City Mayor. Speeches given along civil resistance campaign against "desafuero" were analyzed. We found that news shows created the image of complotting and show unfair behaves about "desafuero".

KEY WORDS: Public speech, media, television, agenda setup.

* Profesora de tiempo completo en la Unidad Académica Profesional Ecatepec de la UAEM. Maestra en Psicología Social.

INTRODUCCIÓN

La creciente influencia que los medios de comunicación ejercen en la vida política, económica y social de los países democráticos se ha vuelto motivo de estudio y análisis. Fenómeno que no nos es ajeno en México, ya que hemos presenciado un ensanchamiento acelerado y hasta cierto punto descontrolado de las capacidades de los medios de comunicación para impulsar agendas políticas y/o económicas.

Es así como en la transición democrática mexicana se ha extraviado, entre otros factores, un esquema de comunicación política en que el acuerdo no es negocio, en que los conflictos y las divisiones son un negocio redondo, no sólo porque informativamente venden más, sino porque propagandísticamente mantienen en la competencia, en una competencia cara y retorcida, que se convierte en una guerra propagandístico-informativa. Situación que vemos y veremos expandirse, sin medida, sin reglas, en las campañas ya en marcha para las elecciones del próximo año. Hecho que ocurre en nuestro país como en pocas partes del mundo, ya que se hace de manera tan abierta, sobre todo, por parte de instituciones y actores políticos en campaña, o sea siempre.

Con el marco anterior y en medio de una serie de muestras de decadencia política, la cual es asociada con corrupción; y, a sólo dos años de la sucesión presidencial, después de la alternancia, que ha resultado una decepción constante y continua para los mexicanos, quienes se sienten cada vez más desprotegidos con un futuro incierto e inmersos en una serie de conflictos por una

sucesión presidencial adelantada, surge el intento de desafuero del alcalde de la Ciudad de México (es decir, el retiro de la protección que su investidura le brinda para ser juzgado por las instancias correspondientes). Hecho histórico el del desafuero del jefe de gobierno de la Ciudad de México, que hizo evidente la cobertura mediática que mantuvo este asunto como un tema de agenda nacional por casi un año y que tuvo como corolario que el propio alcalde, a través de los distintos medios, llamara a la resistencia civil pacífica. Millones de pesos fueron gastados en la difusión de la protesta y un enorme cúmulo de promocionales se divulgaron en horario estelar. Cabe señalar que en este trabajo se utilizarán los términos *alcalde* y *jefe de gobierno* indistintamente para referirnos a Andrés Manuel López Obrador (AMLO).

Lo anterior, explica la preeminencia con que deben ser considerados los medios de información masiva no sólo porque sus mensajes alcanzan a millones de personas, sino también porque (incluso, en ocasiones, sin intención ideologizante o manipuladora) muestran la “realidad” o ciertos valores vinculados en *statu quo*. Siendo así, los medios de comunicación y la interacción entre sujetos que juegan un papel fundamental como fuente de procesos de intercambio informativo entre distintos agentes (Moy *et. al.*, 2005).

Jenson (1987) y Braunwarth (1999) coinciden en manifestar que para que un problema se convierta en motor de una protesta necesita tener acceso al espacio del discurso público, toda vez que el mismo objeto puede estar en programas y reinvin-

dicaciones diferentes y hasta opuestas, con la finalidad de ganar la atención dentro de un campo específico. En el discurso público los argumentos se desarrollan en respuesta a contraargumentos, nueva información y nuevos acontecimientos. Ochoa (2001:42) señala que el discurso es un mensaje compuesto por una serie de vocablos entrelazados convenientemente que permite, a quien lo domina, influir en los demás, así como obtener cierto poder y reconocimiento político.

Hoy en día resulta difícil imaginar una sociedad sin medios de comunicación masiva; se puede decir que es casi imposible sustraernos a su acción. De hecho, en la actualidad, la vida pública debe estar apoyada por los medios, toda vez que el gobernante difícilmente puede estar en contacto con los ciudadanos sin el concurso de aquéllos. El propio Ochoa menciona que los medios de comunicación no son necesariamente transmisores de verdades, sino referentes; aunque el alto grado de confiabilidad que su auditorio les otorga los hace parecer dueños absolutos de la verdad.

Gerbner y colaboradores (1990) y Condra (1992) señalan que los medios de comunicación proporcionan una visión consistente y homogénea de la realidad, lo que les permite mantener un grado de influencia sobre las representaciones y percepciones de la población. A lo que Chomsky (1992) añade que existe un riesgo derivado de la existencia de un discurso único y homogéneo en los medios de comunicación de masas, debido a que éstos se concentran en

manos de particulares y, al ser propiedad de grandes empresas, sólo determinados sectores, vinculados a sus mismos intereses, tienen el privilegio y el poder para controlar el tipo de emisiones y mensajes que se transmiten, lo que impide esperar una gran pluralidad ideológica.

Considerando la difusión cotidiana que tienen los medios mediante una programación donde lo político e ideológico, en algunas ocasiones, no parece como visible ni manifiesto, pero que, sin embargo, se encuentra latente, tanto en la presentación de la *realidad* de noticieros, como en los programas de entretenimiento o telenovelas, e incluso en los aparentemente inocentes anuncios publicitarios; para este estudio sólo se consideró el papel que juegan los noticieros televisivos en la transmisión de los discursos públicos. Esto se debe a que, a diferencia de otros medios, la televisión tiene a su favor, además de las imágenes, la capacidad de transmitir la calidez de la voz del emisor, su presencia física y el contexto, su atuendo, las palabras del presentador, o conductor del programa; todos ellos, estímulos con los que no cuentan otros medios. Asimismo, el tipo de disposición cognitiva es distinta, ya que el televidente es mucho más pasivo, pues su actividad se limita a esperar que las imágenes pasen frente a su retina (Gerbner, 1990). Además porque la televisión en nuestro país, se ha convertido, desde hace por lo menos treinta años, en el medio de comunicación hegemónico tanto en el área informativa como en la de entretenimiento y cultura (Toussaint, 2002); así lo demuestra el hecho de que 95% de los hogares mexicanos cuenta con al menos un

aparato televisivo, que, en su conjunto, son vistos diariamente 4 horas con 23 minutos en promedio.

Pensando que el discurso está determinado, no sólo por el referente, sino también por la posición del emisor en las relaciones de fuerza y por sus lazos con el receptor, el objetivo de este trabajo se centró en el análisis de los discursos públicos que se transmitieron a través de los noticieros de la televisión abierta mexicana con el tema del desafuero del jefe de gobierno de la Ciudad de México. Toda vez que en un estudio realizado en todo el país sobre la percepción que tienen los mexicanos de los noticieros de carácter nacional, se encontró que los participantes les atribuyen un alto grado de veracidad y objetividad a los mismos, además de que son vistos con mucha frecuencia (Lozano, 2002). Por su parte, el análisis del discurso brinda la oportunidad de analizar comunicaciones y así obtener indicadores por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo así, la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción de los propios mensajes (Bardin, 1986).

A partir de lo anterior, resulta importante conocer la imagen que suministró la televisión del desafuero del jefe de gobierno de la Ciudad de México.

MÉTODO

Instrumentos y procedimiento

Se tomaron como unidad de análisis, los noticieros a nivel nacional en horario este-

lar de las dos televisoras más importantes del país —Televisa y Televisión Azteca—, para estudiar el discurso que manejaron durante el tiempo que duró la campaña de resistencia civil contra el desafuero del jefe de gobierno de la Ciudad de México, misma que comenzó desde el día en que éste hizo el llamado a la resistencia civil (7 de abril de 2005) hasta el día de la marcha del silencio (24 de abril de 2005).

Resultados

El análisis de contenido de los noticieros de televisión se realizó en dos líneas: la forma y el contenido. Por cuanto hace a la forma se obtuvo que la argumentación fue, más bien, de tipo bilateral, tal y como se puede apreciar en la tabla 1, ya que se presentaron argumentos tanto a favor como en contra del desafuero del alcalde, aunque sin duda predominaron más los favorables. En lo que se refiere al momento de la presentación de los argumentos dentro del cuerpo del noticiero se obtuvo que 71% de los discursos fueron presentados como noticia estelar. En el entendido de que en México, las noticias de mayor impacto se reservan hacia el final para generar más expectativa en el televidente y, por consiguiente, mayor audiencia.

Por cuanto hace al contenido de los discursos, como ya se mencionó, éste giró en torno a dos tipos de argumentaciones: a favor y en contra, de los cuales los argumentos a favor fueron los más ricos, no sólo por el número, sino sobre todo por las ideas en que se centraron, tal y como se observa en la tabla 1. Los argumentos se enfocaron en

el complot, en la idea de que todo era producto de una maquinación desde el gobierno federal para impedirle participar como candidato en las elecciones presidenciales de 2006; debido a su proyecto de nación, a sus ideas sobre una nueva política, menos desigual, y más legal, justa y digna. Argumentación que empezó a hacerse evidente desde el momento en que el fiscal federal solicitó el desafuero del alcalde a la Cámara baja para poder actuar en contra de éste, acentuándose sobremanera a partir de que el alcalde solicitó el apoyo ciudadano a través de concentraciones y marchas de protesta contra el acto injusto, carente de sustento legal. Petición que apelaba a su inocencia pero también a las emociones de la ciudadanía, al hacer que consideraran que el problema era suyo porque implicaba la violación de su derecho a elegir, pero sobre todo a que se sintieran amados por el jefe de gobierno.

TABLA 1
Argumentos a favor

<i>Argumentos a favor</i>	<i>Idea</i>
1. Quieren que se haga el acuerdo en lo oscuroito.	
2. Todo ha sido fabricado.	
3. El presidente ya les dijo por quién votar.	
4. Son unos tramposos.	
5. Me quieren inhabilitar.	
6. Espero que no afecte al país, pero lo veo difícil porque están poseídos.	
7. Están mintiendo.	
8. Me quieren descalificar.	COMPLOT
9. Me quieren quitar mis derechos políticos.	
10. Me quieren atajar.	
11. Tienen miedo irracional.	
12. La Procuraduría General de la República (PGR), sí tiene que ver y de manera chueca.	
13. El dolo y la mala fe están de parte de quienes nos están acusando.	
14. Deberían de ganarnos en las urnas.	
1. No vamos a comprometer nuestras convicciones, nuestros principios, ya que no se pueden dejar trozos de dignidad.	
2. Me están acusando por mi manera de pensar.	
3. La política es el equilibrio entre la negociación y la dignidad, es el equilibrio entre la eficacia y principios, por eso debemos estar abiertos al diálogo.	PROYECTO DE NACIÓN
4. Se juega el destino, un clamor por la justicia y la desigualdad y la igualdad sólo con la firmeza de los ciudadanos.	
5. Lo que se pretende es impedir un proyecto político, afectar al país y a la ciudadanía.	
6.	

Se trata de echar a andar una nueva política, menos desigualdad, nueva legalidad, más justicia y dignidad.
7. Transformar al México de hoy sin funcionarios corruptos, gente improvisada, ambiciosa, vulgares.
8. Patria para todos, para los pobres, los desamparados.
9. La política permite estar al servicio de los demás.
10. Es un agravio a la democracia mexicana.
11. Generar empleos en el país.
12. Nosotros nunca vamos a apostar a destruir a nuestros adversarios.

1. Invito a todos al Zócalo, primero voy a hablar con la gente, diré mis razones.
2. Es la movilización más grande que se ha visto, alegre, pacífica dentro de marcos políticos.
3. No es una marcha silenciosa ya que va a expresar el estado de ánimo perredista.
4. No es una marcha es una concentración.
5. Estamos preparados para impedir esa canallada.
6. Esto es una manifestación pacífica, voy a actuar con responsabilidad, resistencia civil, sin generar ningún daño.
7. La democracia está en peligro: es hora de hacer una llamada a la ciudadanía.
8. Los ciudadanos deberán ir a la movilización de forma enérgica pero pacífica, sin violencia.
9. Es una movilización por la democracia.

CONVOCATORIA A LA MARCHA

1. No violé ninguna ley.
2. No han podido pararnos y ahora han retorcido la ley.
3. Se ha torcido la ley.
4. No se cometió ningún delito.
5. El principio de desafuero es un principio de injusticia.
6. La gente sabe que está mal, que está chueco.
7. Este es un asunto que no tiene sostén jurídico.

INJUSTICIA

1. Nosotros no odiamos.
2. Los quiero desafortadamente.
3. El voto útil se convirtió en el voto inútil.

APELACIÓN A EMOCIONES

1. No me voy a amparar.
2. No voy a contratar abogados.
3. Inmediatamente de mi notificación enviaré una carta para que nadie pague mi fianza.

INOCENCIA

Por cuanto hace a los argumentos en contra, como se aprecia en la tabla 2, fueron muchos menos que los de a favor y se concentraron sólo en dos ideas: el respeto a la ley — al señalar que ésta no se negocia y todo mundo debe obedecerla—, y su posición ante la marcha, con los argumentos de que el jefe de gobierno debía elaborar su defensa en las instancias legales correspondientes y no mediante la manipulación de la gente, con lo que se expone, incluso, a situaciones adversas.

TABLA 2
Argumentos en contra

<i>Argumentos en contra</i>	<i>Idea</i>
1. Tampoco se vale escudarse en la política. 2. Que no se haga la víctima: que litigue. 3. La PGR vela por la legalidad y el respeto y no continuará con temas que afectan a la ciudadanía. 4. Nunca hemos negociado la ley. 5. Tratan de ser manipuladores, la ley procederá si hay o no desafuero. 6. Tampoco se trata que se piense que se le quieren quitar los derechos políticos. 7. López Obrador se debe defender. 8. Hay que exigir la ley en éstos y todos los casos. 9. El juez es el que decidió que sí se está violando la ley. 10. Lo que queremos es que López Obrador enfrente su juicio en libertad.	Legalidad
1. No se deben dejar presionar los diputados. 2. No se puede estar esperando en base a popularidad, en base a presiones, ya que el MP sí ha presentado una averiguación previa. 3. A pesar del desdén, marcha y la desorientación, la PGR va a hacer su trabajo. 4. Es una campaña de desinformación: no nos dejemos llevar. 5. La inocencia no se demuestra a gritos o marchas, que se deberían sostener con autoridad competente. 6. La ley no puede estar sujeta a presiones.	Respuesta hacia la marcha

Discusión

Decenas de horas de televisión se destinaron a construir y mantener una idea muy bien delineada sobre el desafuero del jefe de gobierno de la Ciudad de México, cuyo efecto

más notable se centró en la imposibilidad de la gente de ejercer su derecho de saber realmente la verdad, a conocer los elementos de fondo que subyacen al problema, ya que bajo el ataque masivo y permanente de los guerreros de la información en plena labor de gestión de nuestras percepciones con toneladas de propaganda disfrazada de información impidieron que la verdad se supiera. Idea también sustentada, sobre todo, en la popularidad con que contaba el alcalde, que, por otra parte, también se conformó a partir de su constante presencia en los medios de comunicación.

La imagen del desafuero proporcionada por la televisión indica la capacidad de este medio para estructurar nuestro mundo, lo que es uno de los efectos más importantes de la comunicación masiva moderna (Kraus y Davis, 2000). Pues la mencionada imagen, explícita e implícitamente, defendía una serie de valores y actitudes.

Cabe decir que aun cuando los aspectos a favor resultaron más significativos y relevantes que los contrarios, se apeló a la argumentación bilateral, considerando la reactancia que puede sufrir la audiencia (Sabucedo, 1997) cuando no cuenta con información suficiente para defender su punto de vista. De esta manera el desafuero resultó ser un complot de los adversarios del alcalde de la ciudad, orquestado para impedirle a este político competir en las próximas elecciones para presidente de la república. El motivo principal de la conjuración se debería principalmente a sus ideas, ya que su gobierno serviría a los que menos tienen y, por tal motivo, los poderosos pudieran sentir amenazados sus intereses, ya que en

su hipotético gobierno la corrupción no tendría cabida y predominaría la legalidad y dignidad. A partir de la idea de la lucha por los más desamparados es que el alcalde pidió apoyo a los ciudadanos para participar en concentraciones, marchas, etc., otorgándoles así el poder de decidir e impedir abusos de autoridad, al hacer valer su derecho a elegir y participar.

Debe notarse que la fuente también consideró que la capacidad persuasiva de un mensaje no depende exclusivamente de los argumentos, sino también del orden de presentación de los mismos. Por ello es que los discursos se presentaron principalmente como noticia estelar, casi en el momento final del noticiero siguiendo un orden expositivo, donde las noticias periféricas o accesorias eran presentadas en primer término; situación prevista para generar expectación en el auditorio, toda vez que en cada corte comercial se anunciaba la proximidad de la noticia, teniéndola frecuentemente como clímax del noticiero.

La estrategia del alcalde de apelar a su inocencia y a la injusticia que se estaba cometiendo en su contra resultó ser un mérito comunicacional; pues el absurdo jurídico-técnico del desafuero y la desproporción entre la ilicitud de la conducta y la sanción que se pretendía aplicar lograron permear en el estado de ánimo de la opinión pública.

Aunado a lo anterior, se constató el poder que tienen los medios para establecer la agenda, el cual se originó en el momento en que la televisión prestó mayor atención al desafuero y a todo lo relacionado con él, mientras se ignoraron otro tipo de noticias;

de esta forma se establecieron prioridades de interés entre los diversos sectores del público. Siguiendo a Saperas (1987) se puede decir que esto ocurrió debido a que el acontecimiento que aquí se trata fue novedoso, nunca antes en el país se había considerado el desafuero, mucho menos en contra de uno de los políticos más populares del país, incluso la mayoría de los mexicanos no sabía qué significaba el término. La noticia se colocó en un plano extraordinario y singular, al presentar diversos escenarios nacionales en relación a si se llevaba a cabo el desafuero o no. Los medios también se encargaron de marcar una clara distinción entre normalidad y anormalidad, acuerdo y discrepancia, al presentar puntos de vista opuestos al tema, que forzosamente remitían a aspectos de valoración. Finalmente, todo esto condujo a que se previera o vislumbrara una crisis que pondría en juego la estabilidad nacional, lo que hizo que las autoridades implicadas en el desafuero dieran marcha atrás al procedimiento y lo declararan improcedente.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Los datos anteriores robustecen la idea inicial de la importancia que tienen los medios de comunicación en la esfera política para crear realidades o para combatir adversarios y de ahí el marcado interés de los políticos de exponerse constantemente en los medios, ya que saben de su capacidad y poder para establecer los temas que interesarán a la audiencia. Sin embargo, mientras más evidencias se encuentran, más se necesita saber, ya que no sólo se debe asu-

mir que los medios masivos, al reforzar ciertas actividades y desalentar otras, pueden inducir acción política; sino también se debe indagar sobre el cómo así como en el impacto que esto tiene en el sistema político general.

Finalmente, debe decirse que el crecimiento gradual de las sociedades, su transformación constante y continua, además del aumento de su participación en asuntos de orden público, hace necesario voltear hacia el fenómeno de los medios de comunicación masiva y su impacto, no sólo en el área de la política, sino, en la vida del hombre en general.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- Bardin, Laurence (1986), *El análisis de contenido*, España, Akal.
- Braunwarth, Joseph (1999), "The cognitive conceptualization of television news and the practice of politics. Dissertation abstracts international section" en *Humanities & social sciences*, vol. 60 (5-A), US.
- Chomsky, Noam (1992), *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*, Libertarias, Prodhufi
- Condra, Mollie (1992), "The link between need for cognition and political interest, involvement and media usage" en *Psychology: A journal of human behaviour*, vol. 29 (3-4) 13-18, US.
- Gerbner, G., et. al. (1990), "Trazando la corriente dominante: contribuciones de la televisión a las orientaciones políticas" en *Revista de Psicología Social*, vol. 8(1) 71-97, Madrid.

- Jenson, J. (1987), "Changing Discourse, Changing agendas: Political Rights and reproductive policies in France" en Mary Fainsod y Carol McClurg (editoras), *The women's movements of the United States and Western Europe: Consciousness, Political Opportunity and public opinion*, Philadelphia, Temple University Press.
- Kraus, Sidney, *et. al.* (2000), *Comunicación Masiva. Sus efectos en el comportamiento político*, México, Trillas-Sigma.
- Lozano, José (2002), "Creer en los noticieros de TV" en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 78 [en línea] 2002, [consultado en 2002]. Disponible en <http://www.mexicanadecomunicacion.info/>
- Moy, Patricia, *et. al.* (2005), "Knowledge or Trust? "Investigating linkages between media reliance and participation" en *Communication Research*, vol. 32(1), 59-86, Sage Publications, US.
- Ochoa, O. (2001), *Comunicación política y opinión pública*, México, Mc GrawHill.
- Sabucedo, José (1997), *Medios de comunicación de masas y conducta política*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- Saperas, E. (1987), *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Barcelona, Ariel.
- Toussaint, Florence (2002), "La televisión en los noventas" en Coloquio Panamericano de industrias culturales y diálogo de las civilizaciones en las Américas, Montreal.