



PRENSA Y PODER POLÍTICO EN XALAPA. PROCESO ELECTORAL 2010¹

Liliana Gabriela Ortega Polanco

CORREO ELECTRÓNICO: gopolanco@gmail.com

*Investigadora en CIDEM, A.C.

PALABRAS CLAVE | Prensa, poder político, procesos electorales, medios de comunicación, Veracruz.

KEY WORDS | Newspapers, political, elections, media, Xalapa.

RESUMEN

Los medios de comunicación y el poder político se interrelacionan de una manera particularmente intensa durante los procesos electorales. Estos vínculos y las estrategias de interacción son de carácter regional. Este artículo ofrece una visión sobre cómo fueron las relaciones entre el Poder Político de Veracruz con la Prensa de Xalapa durante las últimas elecciones para gobernador (2010): subordinadas y verticales. Y nos muestra ejemplos claros de las estrategias de presión y resistencia entre estos dos campos.

ABSTRACT

The media and political power are interrelated in a particularly deep way during the elections. These links and interaction strategies are of a regional nature. This article is an overview of how relations were between the political power of Veracruz with the press of Xalapa during the recent elections for Governor (2010): subordinate power relations and vertical. And it shows examples of the strategies of pressure and resistance between these two fields.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación en las sociedades han jugado diferentes papeles, adaptándose a ellas y evolucionando con el paso del tiempo, han sido instrumentos de potencial influencia, informadores, arena de discusiones, fuente para alcanzar la fama, y de ocio y entretenimiento; han marcado agenda y en algunos casos han contribuido en la educación y en el desarrollo de las instituciones sociales.

En el ámbito político, los medios participan de múltiples maneras, en particular durante los procesos electorales. “De hecho, las investigaciones empíricas sobre las influencias sociales de los medios han encontrado que estos no solamente ejercen tales poderes en el corto plazo de las campañas políticas o propagandísticas, sino también el mediano y largo plazo del cambio o la permanencia culturales” (Sánchez, 2004).

Es innegable el papel cada vez más importante de los medios de comunicación en los procesos electorales. Autores como Trejo Delarbre (2001: 264-265) señalan que ya desde las elecciones de 1988 los medios de comunicación comenzaron a jugar un papel cada vez más trascendental en la vida política mexicana, al ser 1994 el año que significó el verdadero parteaguas de los medios como escenarios de la lucha política.

Aun cuando la estrecha vinculación de los medios masivos con el poder político data de tiempo atrás, el papel central que jugaron los medios en nuestro país se enfatizó notablemente a partir del año 2000, fecha en donde se desarrollaron las campañas presidenciales que dieron paso a la alternancia en el gobierno Ejecutivo Federal, y los subsecuentes procesos electorales, lo que hizo pasar a los medios masivos de comunicación de ser un instrumento del poder o actor secundario a ser actores principales del campo político.

Ante la tendencia de generalizar las acciones e influencia de los medios de comunicación, es fundamental resaltar su carácter regional y la forma en cómo responden a dinámicas locales –cada medio se relaciona con un poder (político y/o económico) particular regional–, por ejemplo, el proceso de liberalización² del país que dio paso a la transición política mexicana³ cambió también las relaciones entre los medios de comunicación y el poder. Sin embargo, este proceso no fue general y homogéneo en toda la nación y no en todas las regiones ha sido el mismo.

Al tomar en cuenta estas dinámicas locales, así como la falta de estudios sobre medios

¹ Este Artículo se escribió a partir de la Tesis de Maestría (2011) *Prensa y Poder Político en Xalapa. Interrelaciones durante el proceso electoral del 2010*. Xalapa: Universidad Veracruzana.

² O'Donnell (1986) define la *liberalización* como un proceso de redefinir y ampliar los derechos que vuelven efectivos ciertos derechos que protegen a individuos y grupos sociales ante los actos arbitrarios o ilegales cometidos por el estado o por terceros.

³ Algunos autores como Becerra, Salazar y Woldenberg (2000) plantean que el inicio de la transición en México se da con la primera reforma electoral significativa en 1977, algunos otros toman como fecha clave el proceso electoral de 1988; Cansino (2000) plantea que las etapas de democratización en México inician en cierta medida con los cambios producidos por el movimiento estudiantil del 68, pero en lo que todos coinciden es en la observación de un proceso de liberalización política en el país.

y elecciones en el estado de Veracruz, particularmente en Xalapa, la capital del estado, y un mar de supuestos sobre la manera en que se relacionan los medios con el poder político, sentí la necesidad de aterrizar esos pretendidos y sentar las bases que permitieran **comprobar de manera empírica cuál fue la relación entre una prensa local y un poder político estatal**, en una de las elecciones de mayor envergadura para el estado, aquella en donde se eligió al actual jefe del Ejecutivo de Veracruz: **el proceso electoral a gobernador del 2010**.

A pesar de encontrarnos actualmente en lo que algunos estudiosos han llamado "la era digital", dicho estudio se enfoca en la prensa, un medio que en el estado de Veracruz todavía es un importante canal de información, sobre todo para el campo político, el cual continúa como uno de los significativos anunciantes que busca influir en el campo periodístico a través de diferentes "prácticas".

Una de las principales características que a nivel mediático presenta la capital del estado de Veracruz es la gran diversidad y oferta en cuanto a periódicos impresos que se publican. Ramón Moreno (2004) identifica a un gran número de estos impresos como *órganos políticos* y señala que se definen por ser publicados por editores pequeños, sin mucha capacidad de negociación, llenos de columnas políticas y boletines de prensa de las dependencias y por lograr vivir de la publicidad gubernamental.

Para una población de 457 mil 928 habitantes (INEGI, 2010)⁴ en Xalapa, durante el periodo electoral del 2010, se imprimieron cerca de 17 diarios⁵, de los cuales, según el monitoreo elaborado por el Instituto Electoral Veracruzano (IEV, 2010)⁶, los 11 mencionados dieron cuenta de la actividad electoral.

De este mar de medios impresos, tal investigación inspirada en toda la tradición de estudios cuantitativos sobre medios y procesos electorales en el país, que han sustentado empíricamente el carácter inequitativo y claramente inclinado a favor del partido oficial en el tratamiento informativo que los medios realizan de las contiendas electorales, inicia con el análisis del flujo informativo producido particularmente por dos periódicos, el *Diario de Xalapa* y *La Jornada Veracruz*.

Constatar con números la manera en que la prensa en Xalapa favoreció al candidato tricolor en las elecciones, si bien no es un descubrimiento informativo, sí arrojó las pruebas, el material empírico, la información exacta de cuánto, cómo, dónde y de qué se publicó en la prensa local en un momento determinado.

Además de la cuantificación en la distribución de los espacios otorgados a los diferentes candidatos, este estudio se acompaña de un balance cualitativo de los contenidos, así como del punto de vista de los productores de noticias; es un intento por esclarecer las razones que motivan a los medios a publicar aquello que publican, reconocer prácticas vigentes de control y autocontrol, y de influencia e intervención por parte de ambos actores.

Esta investigación, la cual se inserta en la tradición de los estudios de los medios y los procesos electorales, permite corroborar la hipótesis acerca de que en la capital del estado de Veracruz **se continuó entretejiendo una relación entre prensa y poder político**,

⁴ Censo de Población y vivienda 2010 consultado el 25 de abril de 2011: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ccpv/cpv2010/Principales2010.aspx>

⁵ Entre los que destacaron: *El Diario de Xalapa*, *Diario AZ*, *La Jornada Veracruz*, *Gráfico de Xalapa*, *La Política*, *Milenio El Portal*, *Mundo de Xalapa*, *El Centinela*, *Semanario Marcha*, *El Monitor de Xalapa*, *Seis en punto y Tiempo*.

⁶ Informe Ejecutivo Final del Monitoreo IEV consultado el 15 de abril de 2011: <http://www.iev.org.mx/1publica/2010/levantamiento/nota.html>

vertical y de subordinación del primero al segundo y con muy pocas resistencias⁷.

Decirlo así pudiera sonar simplista, no obstante, sumergirse en el contexto sociopolítico del estado y la manera en que el gobierno se relacionó con los reporteros, editores y directores de un periódico, muestra unas interrelaciones muy particulares propias de la sociedad xalapeña.

Además de aportar material empírico sobre el papel de la prensa y sus relaciones con el poder político, esta investigación sienta las bases para continuar con el estudio de los medios en Veracruz, o en cualquier otro estado del país con características similares, desde diferentes ángulos y al abordar de manera combinada los distintos elementos de la comunicación.

APROXIMACIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS

El fin de esta investigación fue descubrir los hilos que unen a periodistas con funcionarios y a empresas periodísticas con instituciones gubernamentales. La hipótesis planteada fue que la prensa en Xalapa tuvo una relación de completa subordinación hacia el poder político. Los mensajes que en ella se produjeron durante el periodo electoral del 2010, y por ende se consumieron en el seno de la sociedad xalapeña, fueron completamente favorables al gobierno estatal y a su partido, además de haber sido cuantitativamente mayores en comparación con los mensajes publicados sobre otros agentes del campo político.

No existe una metodología única diseñada concretamente para el análisis de la prensa o de la comunicación masiva, ya que al ser ésta última un fenómeno complejo puede abordarse desde diferentes ángulos, perspectivas y disciplinas. El análisis del caso de la prensa y sus relaciones con el poder en Xalapa se hizo desde un matiz más de la Comunicación, sin embargo, se considera también el enfoque de la Teoría social hacia el estudio de medios. Se retomaron conceptos y aproximaciones, principalmente de la Teoría de campos de Pierre Bourdieu, que resultaron ser de mucha ayuda para el planteamiento del problema y la interpretación de los resultados.

EL ESTUDIO DE LOS MENSAJES. ANÁLISIS DE CONTENIDO

Un importante número de investigaciones realizadas con base en la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación sobre los medios masivos y su vinculación con el poder en un enfoque cuantitativo (análisis de contenido, marketing político, percepción ciudadana, construcción de imagen), tienen en su mayoría un fuerte referente base en la teoría comunicativa llamada *Agenda Setting* o Establecimiento de agenda⁸. Lo anterior responde en parte a que este enfoque se centra particularmente en el estudio de la prensa y la información política en el público (Lozano, 2007:137).

Las campañas electorales constituyen un periodo característicamente intenso para evaluar las superposiciones entre los rituales mediáticos y la política. Definen y dejan ver las estrategias utilizadas por los campos periodístico y político en su juego por el poder, así

⁷ Relación que ha venido haciéndose más estrecha y coercitiva del 2010 a la fecha. Como prueba tenemos las y los periodistas en el exilio y aquellos que perdieron la vida, como Regina Martínez.

⁸ La Agenda Setting tiene sus orígenes en la corriente funcionalista de la sociología (Bronislaw Malinowski, Radcliff-Brown, Talcott Parson y Robert k. Merton).

como el grado de influencia relativa mutua por medio de la información publicada. De Fleur (1993) expone que la idea básica de la *Agenda Setting* o Establecimiento de agenda es que hay una estrecha relación entre la forma en cómo la prensa expone los temas durante una campaña electoral y el grado de importancia asignado a esos temas por parte de los que están expuestos a dichas noticias.

Este tipo de estudios lo han planteado para investigaciones en otras regiones los doctores José Carlos Lozano (2001), Francisco Aceves (2002), Raúl Trejo Delarbre (2001), Gilberto Fregoso Peralta (1991), María Belén Mendé Fernández y Cintia Smith Pussetto (2001), quienes en la propia dinámica de los estudios de la Agenda Setting han analizado diferentes procesos electorales.

El análisis de la prensa se abordó mediante una de las técnicas clásicas de la *Agenda Setting*⁹: **el análisis de contenido**. La primera fase de este enfoque permitió realizar el acercamiento a las relaciones entre la prensa y el poder político estatal con el estudio del contenido de la cobertura informativa que, sobre la contienda electoral a gobernador en el 2010, realizaron el *Diario de Xalapa* y *La Jornada Veracruz*. Se hizo el análisis al tener como unidad del mismo las notas informativas producidas en la campaña electoral a gobernador del Estado en el 2010 y hasta un día después de las elecciones (del 16 de mayo al 5 de julio), y al tomar como variables la extensión en cm², la ubicación de la nota y la frecuencia. Asimismo, se consignó el tipo de nota, tema, autor y tratamiento de cada nota para posteriormente aplicar un análisis cuantitativo de la información, pues sólo a partir de datos puntuales podemos hablar de los medios con toda escrupulosidad.

Lo anterior se logró con la construcción de un manual y una hoja de codificación que permitió definir las categorías a contabilizar y lograr un eficiente vaciado en la base de datos para el análisis de la información¹⁰.

Las investigaciones de este corte permiten diagnosticar la índole e incluso las causas de las decisiones que en un medio llevan a privilegiar una información determinada o, de manera más amplia, a un partido o un candidato (Trejo, 2001: 39). Si conocemos la cantidad, podemos juzgar mejor la calidad de los mensajes en los medios.

La elección de los dos diarios analizados fue el resultado de un balance de diferentes aspectos entre los que predominó el hecho de que ambos periódicos tienen un nexo con cadenas nacionales de información; en teoría, el grado de autonomía económica que esto proporciona permite a los medios una mayor libertad de las estructuras de poder locales.

En el primer caso, el *Diario de Xalapa (DX)*, otro de los criterios de selección fue el de antigüedad y relevancia¹¹. En el caso de *La Jornada Veracruz (LJV)*, la elección respondió al hecho de ser la versión local –franquicia– de *La Jornada*, periódico catalogado de izquierda y que ha publicado información no siempre a modo para el poder político.

Si bien el análisis de contenido de la prensa arroja luz en ciertos aspectos de las relaciones

⁹ La *Teoría del Establecimiento de agenda* es el resultado experimental de una tesis que, a manera de metáfora, planteó Cohen (1963): los medios informativos pueden no acertar al decirnos cómo pensar sobre un determinado tema, pero sí cuando nos dicen sobre qué pensar.

¹⁰ El Manual y la Hoja de codificación fueron elaborados durante las estancias de los doctores José Carlos Lozano y Raúl Trejo en Xalapa con motivo de sus participaciones en el Seminario Medios y Poder, organizado por el Centro de Estudios de la Cultura y la Comunicación (UV).

¹¹ El *Diario de Xalapa* es el único periódico que circula en la capital del estado de Veracruz que ha tenido una permanencia mayor a 30 años. Se ha publicado más allá de la temporalidad en el gobierno de grupos políticos estatales y municipales y ha sobrevivido a la competencia económica y profesional que significó la aparición de otros medios. Su continuidad le ha permitido convertirse en un referente social para varias generaciones.

entre periodistas y el campo político, éste se complementa con una perspectiva cualitativa, la cual se aborda a partir la línea del estudio de los productores de noticias.

EL ESTUDIO DE LOS EMISORES

El *Modelo jerárquico de influencia en el contenido*¹² de Shoemaker y Reese (1994) nos permite entender mejor cuáles son las circunstancias y elementos que influyen en los productores de noticias, medios y profesionales de los medios para producir determinada información en lugar de otra. Estos factores han sido estudiados por diferentes teorías: *La Sociología de la producción de noticias* se ha enfocado en el estudio de los componentes micro, como los individuales y las rutinas de trabajo; mientras que los factores macro han sido abordados en Latinoamérica fundamentalmente bajo la perspectiva de los estudios de la *Economía política crítica*, enfoque que tiene orígenes de inspiración marxista¹³ con la existencia de ciertos condicionantes externos en la producción de los mensajes como los económicos, políticos y los ideológicos. Resaltan básicamente el análisis del polo emisor: las industrias culturales y los condicionantes de sus procesos de producción, organización y control. Desde este punto de vista se consideran a los medios de comunicación estrechamente vinculados al sistema político.

En México existen abundantes ejemplos de la aplicación de este enfoque, los de Trejo Delarbre (1985), Arredondo y Sánchez Ruiz (1987), Javier Esteinou (1992), Fátima Fernández (1982), José Carlos Lozano (2006), entre otros. Todos comparten esa visión macro y analizan los condicionantes externos a los medios.

Los condicionantes políticos se refieren a los marcos jurídicos (Lozano, 2007). En México estos responden a la *Ley de imprenta de 1917*¹⁴, misma que no se ha modificado desde su publicación al permitir que las lagunas, las incoherencias, las ambigüedades e imprecisiones sean parte de la legalidad en materia de prensa, de sus derechos y obligaciones.

En segundo término, la teoría de la *Economía política crítica* estudia las relaciones formales e informales dadas entre la clase política y los comunicadores profesionales; “el objeto es determinar hasta qué punto los políticos mantienen relaciones de respeto y distancia con los medios, o el grado en que utilizan mecanismos cuestionables como subsidios, convenios de propaganda oficial, favores, regalos, sobornos, etc., para influir el contenido de los mensajes” (Lozano, 2007: 73). Es decir, las estrategias con las cuales el poder político busca influir en el contenido mediático y las resistencias que pueden ejercer los comunicadores para imponer agenda y presionar al poder político. Los condicionantes económicos tienen que ver con la propiedad y el control de las organizaciones de medios y el subsidio publicitario.

¹² Este modelo presenta diferentes niveles, Micro y Macro, que parten del centro de la circunferencia con los factores individuales y avanzan hacia el exterior (Procedimientos de los medios, Nivel Organizacional, Nivel extramedios y Nivel ideológico).

¹³ Según el marxismo, el modo de producción determina la estructura de la sociedad, la teoría marxista postula la existencia de un vínculo directo entre la propiedad económica y la difusión del mensaje que afirman legitimidad y el valor de la sociedad de clases. Según Marx y Engels (citados por Murdock y Golding, 1981), en todas las épocas la clase dominante posee y controla los medios de producción material, lo que permite controlar la ideología de las otras clases. La teoría de la *Economía política crítica* fue complejizándose al incluir elementos de la Teoría de la Hegemonía de Gramsci y otros de la Escuela de Frankfurt, al ser su heredero John. B. Thompson.

¹⁴ La ley de imprenta se desprende los Artículos 6° y 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; se pueden consultar en: <http://info4.juridicas.unam.mx/juslab/leylab/250/8.htm>

En el caso de México, estos dos últimos niveles parecen tener una importancia mayúscula en el establecimiento y funcionamiento de los medios de comunicación.

En cuanto a las estrategias económicas de intervención y control, según Riva Palacio (1992) y Secanella (1983), se encuentra la publicidad gubernamental, la cual permite sobrevivir y obtener ganancias a publicaciones con escasa circulación y mínima publicidad comercial.

Con el objetivo de dilucidar los mecanismos del ejercicio del poder entre prensa y gobierno –represión directa, censura abierta, autocensura, amenazas, hostigamiento, soborno, asignación de publicidad a medios, *periodicazos*¹⁵ por un lado y hostigamiento por el otro–, se realizó una serie de entrevistas semiestructuradas, seis en total, a diferentes miembros del gremio periodístico, principalmente a periodistas que se han caracterizado por tener una trayectoria crítica al poder político, directivos o dueños de medios y además a políticos que han tenido a su cargo los departamentos, direcciones y/o enlaces de comunicación social. Estas entrevistas se basaron en un muestreo no probabilístico a *Conveniencia* primero y posteriormente con la aplicación del método de *Bola de nieve*¹⁶. En una segunda fase llevé a cabo un par entrevistas a profundidad.

Pero aun cuando los condicionantes externos y macros influyen en el contenido de los mensajes, no pueden explicarlo todo. Los factores micro median igualmente en la definición de la estructura y el contenido de las noticias; estos factores son, por ejemplo, las influencias individuales, las rutinas y las influencias organizacionales.

Al estudio de los agentes que producen la noticia, sean estos individuos o medios de comunicación, se conoce de manera generalizada como *Sociología de la producción de noticias*, *Sociología del periodismo* o *News making*, y tiene sus raíces en algunos trabajos académicos de la Escuela de Chicago.

RELACIONES PRENSA-PODER

Para entender las relaciones de la prensa en Xalapa con el poder político, se hace necesario tomar en cuenta la historia de la prensa en México que, después del movimiento revolucionario, se desarrolló mayoritariamente en colusión con el sistema político a través de un modelo económico-proteccionista discrecional –aunque como en todo, hubo sus excepciones–, mismo que continuó hasta principios de los años noventa con un modelo de subordinación que se alimentó y sostuvo por la eficacia de controles amistosos –al dar lugar a la autocensura–, apoyos y subsidios tanto a empresas como a periodistas y prácticas disuasivas como amenazas, agresiones físicas y boicots publicitarios.

Según María Elena Hernández (2010), la subordinación de los medios al poder político en México y la cultura de la colusión inherente fueron reforzándose mediante tres prácticas: el otorgamiento de apoyos amistosos, el ejercicio de prácticas disuasivas por parte del poder político y la instalación de rituales de aproximación entre prensa y gobierno, entre las que destacarían las ruedas de prensa y los boletines-gacetillas.

¹⁵ Práctica periodística que consiste en publicar una información adversa sobre determinado actor político, con la única finalidad de que por evitar que se publique más formación al respecto o se insista con el tema, el actor en cuestión cede a las peticiones o pretensiones ya sea del periódico que publicó o de determinado periodista.

¹⁶ Según la técnica planteada por Leo A. Goodman (1961), la idea central del *Snowball Sampling* es que cada individuo en la población puede nominar a otros individuos en la misma, quienes tienen igual probabilidad de ser seleccionados. Es decir, los individuos que son escogidos se les pide nominar a otras personas.

Respecto a la relación de la prensa con el poder político local, específicamente en Xalapa, sigue desarrollándose bajo lo que Santillán (2006) denomina un modelo de *subordinación hacia el poder político*. Los periódicos siguen el esquema informativo de trato privilegiado a estas élites. En él hay un trato preferencial hacia los personajes políticos y sus actividades, se privilegian las fuentes oficialistas y no hay contraste en las versiones. Esto se debe a que en Xalapa, así como en todo el estado, el proceso de transición no ha iniciado y sigue viviéndose en un régimen autoritario¹⁷.

Chalaby (1998) considera que en el caso de los regímenes autoritarios el Estado ejerce un control relativo sobre los medios para asegurar la popularidad del mismo y que, cuando el ambiente político está tranquilo, el régimen autoritario otorga cierta libertad a la prensa y sobrelleva las críticas más como una estrategia para demostrar su tolerancia. En estos contextos, los periodistas están conscientes de que la libertad de prensa está condicionada y que si sobrepasan los límites serán objetos de coerción.

Al retomar algunos conceptos ya existentes sobre lo que es la prensa (Michael Schudson: 2005. Del Palacio: 2006), es necesario aclarar que la noción de prensa a la cual hago referencia no se restringe al proceso de impresión de un diario, más bien trata del conjunto de mensajes publicados en los periódicos locales que implican, por un lado, el trabajo intelectual de los periodistas y por el otro, los intereses económicos y políticos de los propietarios de estos medios.

En cuanto al poder, al ser éste una noción tan amplia, fue enfocado principalmente en las visiones del poder de Pierre Bourdieu y Michel Foucault. Este segundo autor, Foucault (1988, 1991, 1992), desarrolló la idea de poder como algo intangible e inmaterial, que no puede poseerse ya que lo consideraba como algo que se ejerce, que va y viene y sin un lugar preciso de localización; el poder le significaba relaciones, una red más o menos organizada, jerarquizada, coordinada. Para Pierre Bourdieu (2009, 2005, 2000), la idea de poder también aparece como una fuerza, como un ente inmaterial, como enfrentamiento y con existencia física, objetiva y simbólicamente.

Thompson identifica con el poder político a un grupo de instituciones implicadas con la coordinación y regulación de un territorio más o menos circunscrito que denomina como Estado, y agrega que para dirigir la autoridad depende del poder coercitivo y el poder simbólico (1998:32). El poder coercitivo lo ejerce por medio de violencia institucional, policía o ejército, mientras que la violencia simbólica, en los medios por ejemplo, se logra a través de campañas de miedo, racismo, misoginia o folclorismo (Pardo, 1997: 11).

Para efectos de esta investigación, el poder político estatal se refiere al gobierno del estado en sus tres poderes (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) y al Partido Revolucionario Institucional (PRI) local. Los otros partidos políticos no serán tomados en cuenta dentro de esta definición, a razón de que el régimen político en Veracruz no permitió ni tomó en cuenta de manera considerable su participación y su punto de vista¹⁸.

Debido a que el propio estudio reportó que los intereses de la prensa responden más a los poderes regionales, no se considera al Gobierno Federal como parte del Poder Político.

¹⁷ Morlino caracteriza al régimen autoritario como aquel donde existe algún grado de pluralismo y hay un espacio para los distintos tipos de oposiciones, aún cuando sean reprimidas o perseguidas "en formas y grados diversos" (2005:76).

¹⁸ A nivel estatal el PAN, la segunda fuerza política en Veracruz, no ha podido posicionarse como un agente verdadero de interlocución y/o presión ni en tiempos electorales, donde sus estrategias dependieron directamente de la federación.

ELECCIONES, ARENA DEL PODER

A finales de 2009, los aspirantes a candidatos a la gubernatura de Veracruz por las diferentes fuerzas políticas iniciaron sus precampañas. Luego de un proceso interno que finalmente resquebrajó al Partido Acción Nacional (PAN) a nivel estatal¹⁹, el Comité Ejecutivo Nacional nombró a Miguel Ángel Yunes Linares (MAYL) como candidato a Gobernador de Veracruz por la Coalición *Viva Veracruz*, integrada por los partidos Acción Nacional y Nueva Alianza.

Al interior del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en el estado, el entonces diputado federal, Javier Duarte de Ochoa (JDO), desde el 2009 comenzó a recibir adhesiones públicas como posible candidato y fue perfilándose como el aspirante más fuerte hasta convertirse en el candidato de la alianza *Veracruz para Adelante* (PRI-PVEM-PRV).

En el otro lado del *continuum* ideológico, el apoyo expreso que el ex gobernador, y entonces Senador por Veracruz, Dante Delgado Rannau (DDR), recibió por parte de Andrés Manuel López Obrador, le permitió consolidarse como la opción más fuerte de la izquierda; los dirigentes del Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y Convergencia firmaron un pacto para ir en alianza en las elecciones que se avecinaban, bajo la coalición *Para cambiar Veracruz*.

Como asienta Sánchez Ruiz (2004), en la actualidad las campañas electorales ya no consisten en grandes manifestaciones masivas con discursos elocuentes, sino en el uso de la mercadotecnia o de los medios de difusión y las industrias de la imagen. En efecto, las elecciones para gobernador en el estado de Veracruz se caracterizaron por la pobreza del discurso, la falta de propuestas y el gran manejo de imagen de los candidatos. Además se desarrollaron en medio de un ambiente de inseguridad, competencia feroz, guerra sucia y despilfarro de dinero del erario público.

Oficialmente, la campaña electoral para gobernador tuvo una duración de 47 días, entre el 15 de mayo y el 30 de junio del 2010. Durante la jornada electoral del 4 de julio también se eligieron 212 presidentes municipales y se renovó el Congreso local. El tope de gastos de campaña aprobado por el Instituto Electoral Veracruzano (IEV) para la elección de gobernador fue de 52 millones 102 mil pesos, esto es, más de un millón de pesos diarios.

El proceso electoral en el que resultó ser el sucesor en el Ejecutivo Javier Duarte, estuvo caracterizado por una manera de hacer política muy particular que responde a un escenario específico. Veracruz, durante el sexenio pasado (2004- 2010), a pesar del contexto nacional e internacional donde el paso a regímenes democráticos fue presentándose, continuó ostentando características de autoritarismo. El poder estuvo en manos de una sola persona, el gobernador Fidel Herrera Beltrán (FHB) y los otros poderes, Ejecutivo y Legislativo, no desempeñaron un papel real de contrapoder, sino de comitiva y seguimiento del Ejecutivo. En este contexto, los medios de comunicación también se plegaron a las decisiones y necesidades del gobernador en turno²⁰.

En momentos, el régimen fidelista parecía haber respondido a las características de un régimen tradicional, como lo planteaba O'Donnell, con "fuertes componentes

¹⁹ Gerardo Buganza, quien quería ser el candidato del blanquiazul, renunció al PAN y se sumó abiertamente a la campaña del candidato priista. Actualmente es el Secretario de Gobierno de Veracruz.

²⁰ Juan Linz (1975) define los autoritarismos como sistemas políticos con pluralismo político limitado y además no responsable, falto de una ideología elaborada, carente de una movilización política intensa y en el que el líder o un grupo reducido de oligarcas ejercen el poder dentro de unos límites formalmente mal definidos, pero relativamente predecibles. Linz distingue cinco formas principales y dos secundarias de autoritarismo.

patrimonialistas y en algunos casos incluso sultanistas” (1986: 16). Se identificó entre otras cosas por la centralización de la atención y el poder en la figura del gobernador.

Fidel Herrera llegó al Ejecutivo del estado con una muy pequeña diferencia de votos, apenas 25 mil 255 respecto al segundo lugar, Gerardo Buganza, y resuelta por el Tribunal Federal Electoral ante la impugnación de los partidos y alianzas de sus competidores. Lo anterior aunado a los resultados de las elecciones del Legislativo local, donde se conformó un Congreso dividido, pero no en manos de la oposición; formaron un contexto que se apreciaba crítico, lo que orilló al gobernador a buscar convenios con la oposición mediante los Acuerdos de Gobernabilidad. A estos acuerdos se incorporaron todas las fuerzas políticas y algunas organizaciones sociales.

El otro vector en el que trabajó el gobierno fidelista fue en la construcción de una imagen de fortaleza a través de los medios de comunicación. La promoción de la imagen del gobernador fue avasalladora. Los programas del gobierno estatal llevaron explícito el *slogan* “Fidelidad por Veracruz”. Como parte de la propaganda que daba cuenta de los esfuerzos del gobierno por apoyar e impulsar programas de gobiernos, los principales edificios y espacios públicos se tiñeron de rojo, lo mismo que los taxis, los botes de basura, los postes de alumbrado público y las escuelas. El rojo fue el color del ámbito público.

CONTENIDO MEDIÁTICO

En un análisis comparativo de los contenidos de ambos diarios durante la campaña electoral, podemos encontrar diferencias en la manera en que cada periódico analizado se comportó, lo que público, dónde lo publicó y qué tratamiento le dio.

Se revisaron 102 ejemplares, 51 del *Diario de Xalapa* y 51 de *La Jornada Veracruz*, un total de 3 mil 431 notas, de las cuales 2 mil 096 fueron codificadas, pues trataban los temas de las elecciones y/o del poder político. Esto es, durante el periodo electoral el 61% de la información que apareció en estos periódicos tuvo que ver, o con las campañas, ya sea para la gubernatura, presidencias municipales o diputados, o con el campo político.

TABLA 1. Temas

Temática de notas publicadas del 16 de mayo al 5 de julio de 2010 en el *Diario de Xalapa* y *La Jornada Veracruz*

Tipo de nota	Núm. de notas	Porcentaje	Núm. de notas	Porcentaje	Periódicos
Electorales	1376	40.1%	775	22.6%	Diario de Xalapa
			601	17.5%	La Jornada Veracruz
Poder político	720	21%	371	11%	Diario de Xalapa
			349	10%	La Jornada Veracruz
	2096	61.1%	2096	61.1%	Subtotal Diario X y Jornada V
Otras: medio ambiente, inseguridad, manifestaciones, información vial, cultural o académica, etc.manifestaciones, información vial, cultural o académica, etc.	1335	38.90%	779	22.70%	Diario de Xalapa
			556	16.20%	La Jornada Veracruz

3431	100%	3431	100%	TOTAL DX y LJV
------	------	------	------	--------------------------

Fuente: elaboración propia

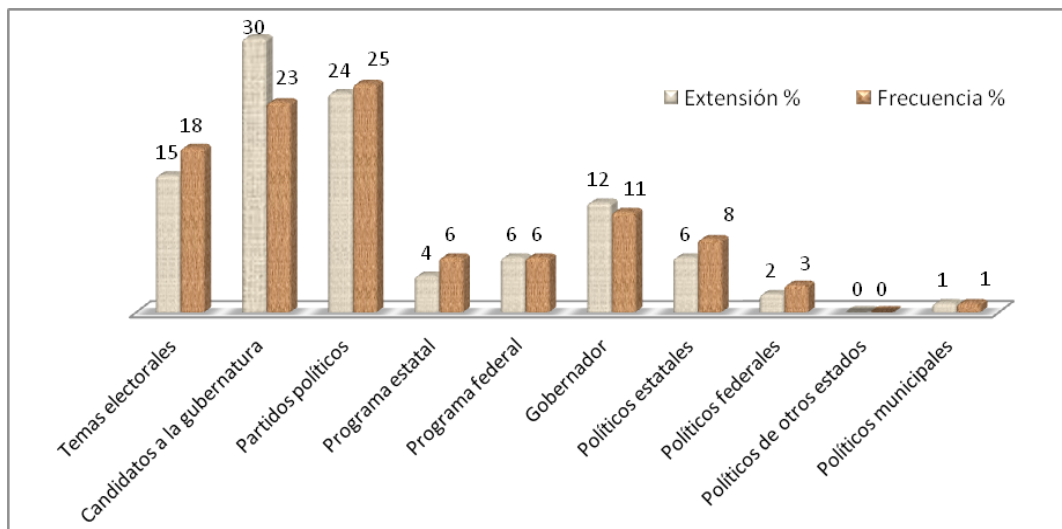
De la información producida por los medios analizados entre el 16 de mayo y el 5 de julio de 2010, el 56% de las notas se publicaron en el *Diario de Xalapa* y el 44% en *La Jornada de Veracruz*. Ambos diarios privilegiaron la información política y electoral sobre otros temas como el medio ambiente, la inseguridad, las manifestaciones, la información vial, cultural, académica, etcétera. La agenda del poder político fue la misma que la de los medios.

Al actor que más centímetros cuadrados se le publicó fue a Javier Duarte, aunque el *Diario de Xalapa* también concedió espacios importantes a los otros candidatos locales del tricolor.

En el caso del espacio dedicado a los candidatos éste fue mayor que el dedicado a los partidos políticos en general. Sin embargo, cuando tomamos la variable de frecuencia y la comparamos en estos dos mismos rubros, encontramos que se publicaron más notas sobre partidos políticos que de los candidatos a la gubernatura. A nivel general, la frecuencia y la extensión presentaron valores similares, indicándonos que la tendencia de los periódicos fue muy uniforme.

GRÁFICO 1. Extensión y Frecuencia

Porcentajes de extensión y frecuencia de las notas publicadas en el DX y LJV entre el 16 de mayo y el 5 de julio de 2010



Fuente: elaboración propia

Si retomamos el conjunto de notas analizadas, aquellas con presencia en primeras planas ya sean titulares, fotos o notas, quien tuvo más espacios en primeras planas, con el 41% de esta información, fue el candidato a la gubernatura del PRI, Javier Duarte, seguido de las notas del entonces gobernador, Fidel Herrera, y de los partidos políticos en general. Y sólo juntos estos dos últimos rubros superan el número de llamados en primeras planas del candidato oficial.

No hubo un solo día en el que no apareciera en las primeras planas del *Diario de Xalapa*

(DX) y en *La Jornada Veracruz* (LJV) información del proceso electoral. El Diario tampoco dejó de publicar entre sus titulares sobre alguna actividad del gobernador.

PROCESO ELECTORAL

De toda la información codificada, el tema electoral representa el 66% de ella.

TABLA 2. Frecuencia y Extensión
Número de notas publicadas sobre temas electorales, durante la campaña electoral 2010

Medios	Organización general		Imagen candidato		Propuestas		Partidos		Programa gobierno estatales		Programa gobierno federales	
	F	cm ²	F	cm ²	F	cm ²	F	cm ²	F	cm ²	F	cm ²
Diario de Xalapa	167	56428	115	49152	198	132008	288	132890	2	687	7	1892
La Jornada Veracruz	209	66086	77	26595	96	36257	203	48512	1	84.6	13	4489
									1376		555 080	
									notas		cm ²	

Fuente: elaboración propia

El tema central electoral fueron los partidos políticos (36%) y los candidatos a la gubernatura (35%), su imagen y/o propuestas; sólo 27% hizo referencia a temas electorales a nivel general. En relación a toda la información codificada, los porcentajes corresponden al 23%, 23% y 18% respectivamente.

CANDIDATOS A LA GUBERNATURA

Desde los medios se vio un claro y marcado apoyo a los candidatos del PRI en relación a la periodicidad de sus notas, el lugar donde fueron publicadas y la extensión en cm² que abarcaron.

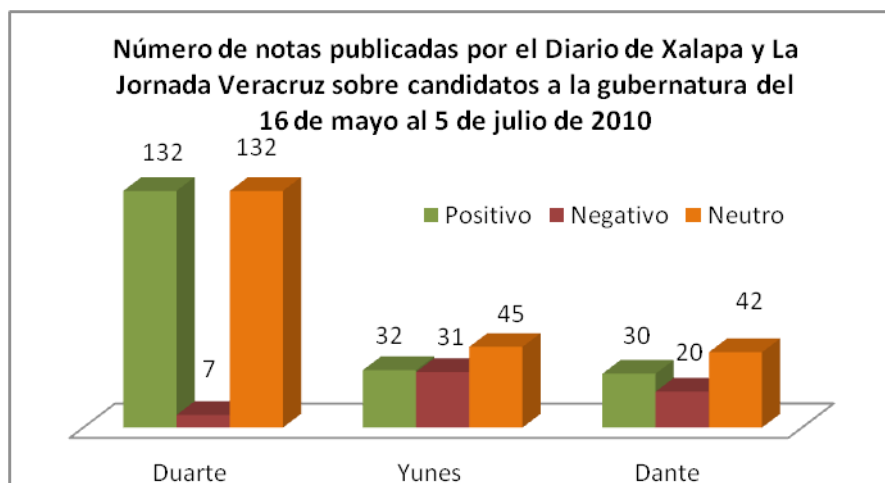
En razón a la información sobre los procesos electorales, si bien el objeto de estudio eran las elecciones a gobernador, los procesos municipales y legislativos también tuvieron amplia presencia en los medios, pero casi únicamente los candidatos y las actividades del PRI. Aunque esto pudiera parecer información independiente, al tratarse de tiempos electorales cualquier espacio dado a un partido es trascendente, marca la tendencia del medio y la propia tendencia de la agenda.

Al continuar con las campañas para la gubernatura nos percatamos que existió una preferencia en apoyar al candidato priista, Javier Duarte de Ochoa. Esto se hizo a través de notas informativas, principalmente. No hubo un solo día en el que no se publicara nota del candidato de la *Alianza Veracruz para Adelante* (PRI- PVEM) y, no obstante, podían pasar días sin que se encontraran notas sobre Miguel Ángel Yunes (PAN-PANAL) y contarse muchas más ausencias del candidato de la alianza *Para Cambiar Veracruz* (PRD, PT, Convergencia), Dante Delgado Rannauo.

El **Gráfico 2** muestra el número de notas que hablaron de la imagen o propuesta de alguno de los tres candidatos a la gubernatura: el 57% fue respecto a Duarte, el 23% sobre

Yunes Linares y el 20% acerca de Dante Delgado.

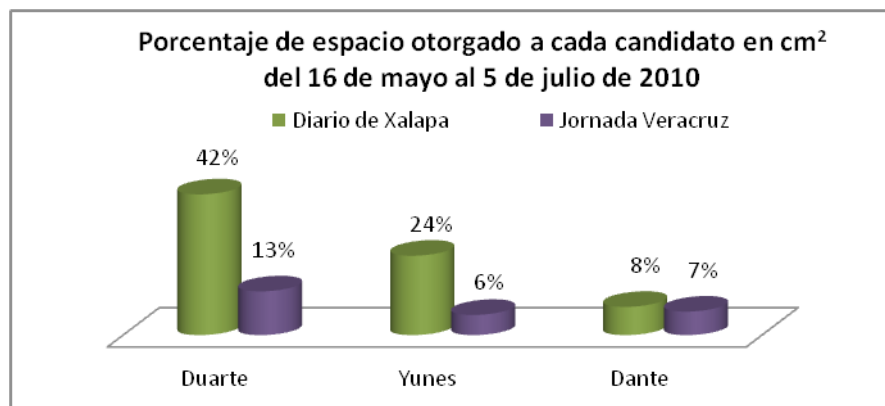
GRAFICO 2. Frecuencia



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la extensión, los espacios designados a cada candidato confirmaron esta imparcialidad predominante, como lo muestra el **Gráfico 3**: el 55% del espacio publicado hacia algún candidato a la gubernatura fue para Javier Duarte, el 30% para Miguel Ángel Yunes y el 15% para Dante Delgado.

GRÁFICO 3. Extensión



Fuente: elaboración propia

En lo referente al candidato de *Veracruz para Adelante*, la proporción entre frecuencia y extensión fue casi la misma, más del 50% de la información fue suya; en cuanto al aspirante de *Viva Veracruz*, la extensión le favoreció más por siete puntos porcentuales, esto responde a que los espacios contratados en el *Diario de Xalapa* fueron siempre de media plana interior. El caso de Dante Delgado, en contraparte, disminuye en extensión, es decir, no sólo fue el candidato con menos notas, sino además fueron las más pequeñas.

La inequidad que prevaleció en las campañas también se pudo percibir mediante el tratamiento informativo. A pesar de que la mayoría de la información publicada corresponde a Duarte, fue precisamente él quien tuvo menos menciones negativas; las siete notas,

equivalentes a 2.5% de la información cuantificada del candidato, fueron publicadas por *La Jornada Veracruz*. Entre la información considerada como negativa, ésta correspondió al 28% en el caso de Yunes Linares y el 22% en el caso de Dante Delgado.

TABLA 3. Tipo de menciones de los candidatos en el *Diario de Xalapa* y *La Jornada Veracruz* del 16 de mayo al 5 de julio de 2010

Candidato	DANTE			DUARTE			YUNEZ		
	(+)	(-)	neutro	(+)	(-)	neutro	(+)	(-)	neutro
Diario de Xalapa	23	7	16	97	0	91	26	10	40
Jornada Veracruz	7	13	26	35	7	41	7	21	15

Fuente: elaboración propia

Yunes Linares fue el candidato que más menciones negativas recibió en ambos periódicos; sus notas negativas llegan a ser el 26% de la información publicada sobre él (ver tabla 3) y el 6% de la información que incluye a los otros candidatos a la gubernatura.

Del universo de notas que hablan de la imagen y/o propuestas de los candidatos, las negativas de Duarte de Ochoa representaron el 1.4% y las negativas de Dante Delgado, el 4%.

Pero a pesar de las menciones negativas y que las notas con una tendencia neutra fueron las que predominaron, el porcentaje de notas acerca de Yunes sólo alcanza el 24% (271 notas) y en extensión ocupa el 30% (72 mil 120 cm² contra 133 mil 800 cm² de Duarte) de los centímetros utilizados para dar a conocer alguna actividad del candidato a la gubernatura.

En general, la información presentada sobre los candidatos a la gubernatura en Veracruz fue fragmentada, esto es, ni siquiera alcanzó a cubrir las giras y/o actividades proselitistas de todos los candidatos y cuando lo hacían, resaltaban los mismos puntos en ambos diarios. En cuanto a las propuestas, la presentación de algunas de ellas no fue en ningún momento comparativa entre los contendientes. Se limitó a la información proporcionada desde las propias casas de campaña y en nunca se buscó una entrevista para completarla o se indagó en el cómo se podría lograr alguno de los objetivos planteados por los candidatos.

Respecto a las campañas de guerra sucia, éstas no tuvieron lugar como tal en la arena de la prensa pese a las omisiones y la información negativa. Nuevamente las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) fueron el espacio donde más cabida hubo para esta cada vez más presente práctica de comunicación política electoral²¹.

Se encontró que en las páginas del *Diario de Xalapa* existe un trato preferencial hacia los personajes políticos y sus actividades –por un lado, una marcada inclinación a cubrir de manera positiva las actividades e imagen del gobernador, por el otro, una tendencia cuantitativamente mayor a cubrir las campañas del partido oficial–, y el privilegio de fuentes oficialistas sin contraste en las versiones; generalmente se publicaron gacetillas producidas en la oficina de Comunicación social y/o entrevistas “banqueteras” a los funcionarios del gobierno.

Sin embargo, al comparar al *Diario* con *La Jornada Veracruz* parecía que se avizoraba, durante el periodo analizado, un modelo de periódico en transformación (Santillán, 2006), donde si bien predominaban muchas prácticas arcaicas, el tratamiento informativo era

²¹ Un ejemplo claro fue el blog <http://miguelangel-yuneslinares.blogspot.com/2010/04/miguel-angel-yunes-linares-gastos-de.html> que, aún a mediados de agosto del 2011, continuaba vigente.

menos parcial²².

PARTIDOS POLÍTICOS

Luego de la cobertura a los candidatos a gobernador, el tema de los partidos políticos es el que le siguió en cantidad de notas publicadas, 513, así como en extensión.

La información relacionada a las actividades del PRI fue la que predominó, mayoritariamente la que tenía que ver con las campañas electorales. En *La Jornada Veracruz* la información sobre otros candidatos priistas a la alcaldía de alguna ciudad se publicó en interiores y con la firma de *Redacción*. En el *DX*, tanto Elizabeth Morales (del PRI y todavía alcaldesa de Xalapa) como los candidatos tricolores por Xalapa urbano y rural al Congreso del Estado, fueron publicados diariamente en interiores, más allá de la página 10A por lo general. La candidata por el PRI a la alcaldía de Xalapa tuvo llamados en primeras planas, como mínimo cuatro veces a la semana.

TABLA 4. Frecuencia y Extensión de notas de partidos políticos publicadas del 16 de mayo al 5 de julio de 2010 en el DX y LJV

	PAN		PRD		PRI	
	F	cm ²	F	cm ²	F	cm ²
Positivo	8	2461	15	4999	68	31860
Negativo	82	22683	26	6049	50	12186
Neutro	54	23978	39	14705	168	69056
Total Frecuencia. 510 ²³ unidades				Total Extensión 187,977 cm ²		

Fuente: elaboración propia

Si estos dos diarios fueran los únicos medios de información, conocer a los candidatos no prisitas hubiera sido una labor casi imposible, ya que no sólo se dejó de lado la cobertura de sus campañas, sino que casi nunca fueron nombrados y cuando se hizo, era de manera esporádica y deficiente: media plana en interiores en el *Diario de Xalapa* diariamente para el PAN, además de la media de Yunes Linares y la publicidad del PT y PRD al candidato local por la alcaldía de Xalapa, en *La Jornada de Veracruz*, nada más.

Lo anterior deja expuesto que la agenda electoral fue marcada desde el poder político de Xalapa, el Ejecutivo con todas su ramales (el PRI, el Judicial y el Congreso), y aunque ningún medio admite que eso sucediera así, la falta de información también manda un mensaje: sólo se habló del PRI, sólo se vio al PRI, sólo se cubrió al partido que estaba en el gobierno. Esto se percibe como una estrategia que da forma al contenido de las noticias.

Esta triste perspectiva es planteada por Lippmann en su clásico libro de 1922, *Public Opinion*, como una posibilidad en la construcción de las noticias en donde los medios

²²No obstante, para las elecciones Federales del 2012 *La Jornada Veracruz* no mantuvo esta tendencia y publicó información casi exclusivamente del PRI. Le dio seguimiento diario a la campaña de Enrique Peña Nieto y a la de los candidatos al Congreso por el PRI, mientras que las campañas de Josefina Vázquez Mota y Andrés Manuel López Obrador sólo se cubrieron cuando estuvieron de gira en el estado de Veracruz.

²³Se publicaron sólo tres notas de otro partido político, Convergencia, que no incluí en este cuadro, ya que su valor relacional es prácticamente insignificante.

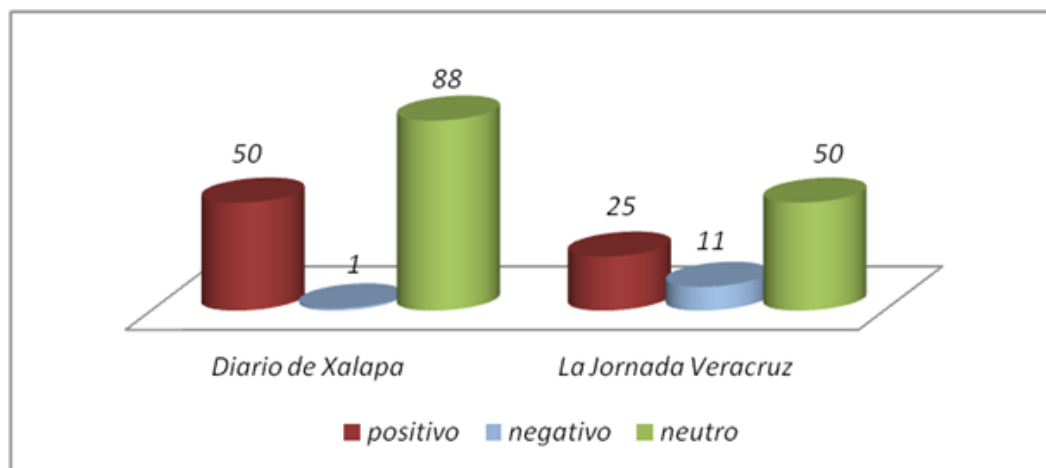
pueden modelar el conocimiento de una sociedad a través de estereotipos, de segregación de grupos, de radicalización de posturas o de construcción de liderazgos no genuinos. Y vaya que funcionó, en Veracruz ganó el PRI²⁴.

PODER POLÍTICO

La presencia del gobernador durante el proceso electoral todavía fue muy importante, no hubo un solo día de la campaña en que no se consignara alguna actividad en la que participó el entonces gobernador, Fidel Herrera Beltrán, y/o alguno de los miembros de su gabinete a nombre de él.

El trabajo de las secretarías de estado a nombre propio es abordado por el *Diario de Xalapa* con un promedio de dos notas diarias, turnándose la secretaría por día. En comparación, hay una diferencia de tres a uno (*Diario* contra *Jornada Veracruz*) en cuanto a número de notas y a espacio en cm².

GRÁFICO 4. Número de notas que hacen referencia explícita al gobernador, del 16 de mayo al 5 de julio



Fuente: elaboración propia

Si bien la mayoría de las notas publicadas en este periodo fueron neutrales (61% contra el 30% de notas positivas), el que sean el doble respecto a cantidad hace que lo neutro devenga prácticamente positivo. Esta proclividad del *DX* a publicarle al gobernador diariamente y con llamados en primera plana, es parte de lo que contribuyó a mantener la imagen del periódico como un medio subordinado al poder político. Asimismo, pudo observarse claramente cómo la mayoría de las notas fueron escritas desde las oficinas de Comunicación social; en el primer párrafo mencionan textualmente al gobernador (o al secretario que representa al gobernador), esto cuando la nota no iniciaba directamente con el nombre del mandatario. La mayoría no fueron firmadas por reportero alguno.

La columna semanal que el gobernador publicó en su sexenio, *Fidelidad por Veracruz*, y que utilizó para hablar de sus políticas gubernamentales, no fue cuantificada en esta investigación por tratarse de un género de opinión; no obstante, queda claro que el hecho

²⁴ Y continuó ganando, en las pasadas elecciones de julio de 2013, el PRI arrasó con las curules del Congreso local y con la mayoría de los municipios donde se disputaron alcaldías.

de que el gobernador publique en un diario local²⁵ aporta a la lista de razones de por qué no se habló mal en el *DX* de FHB, uno de sus colaboradores y principal anunciante.

El trato privilegiado hacia las élites lo podemos notar en que sólo se contabilizó una nota negativa en el *DX*, en el contexto de las grabaciones que se filtraron a los medios, donde se escucha al entonces mandatario girar instrucciones para utilizar dinero del erario a favor del candidato tricolor. La nota se titula "Presenta PAN queja ante el IEV", fue publicada en interiores, página 7A, con una extensión de 360 cm², lo equivalente a poco menos de un cuarto de la página. En el cuerpo de la misma se señala que el PAN acusa intromisión de FHB en campañas. Del total de espacio que se dedicó a la imagen del gobernador, esta nota equivale al 0.38%, prácticamente nada.

En cuanto a *La Jornada Veracruz*, su trato hacia el gobernador es significativamente menos servil, rara vez da sus titulares y solamente el 11% de esa información se publicó en Primera Plana; el resto va en interiores.

En este mismo tenor, el *DX* cuando hace referencia al gobernador lo llama Fidel, mientras que *LJV* le da un tratamiento más oficialista mediante los apellidos, Herrera Beltrán o con el nombre completo.

Así pues, las actividades diarias del gobernador aparecen en la prensa a la usanza de las de Luis XIV, que en cada número mensual del *Mercure Galant* se dedicaba un espacio regular para informar acerca de lo que hacía el rey; la diferencia es que la prensa de ese entonces daba lugar a celebrar al rey pero también a sus detractores con la presencia de imágenes satíricas, en tanto que la prensa en Xalapa simplemente hizo lo primero, celebró al jefe del Ejecutivo, pero no dio espacio a las críticas.

Y es que, normalmente en sociedades democráticas, los mensajes producidos por los líderes políticos se reciben y comprenden de maneras que no se pueden controlar directamente, lo cual hace que el ser un líder muy visible sea un arma de doble filo. Pero a Fidel Herrera esta visibilidad no le implicó problemas, ya que durante su sexenio existió un fuerte control de lo que se publicó sobre el gobernado²⁶. En este caso, Fidel Herrera no tuvo que preocuparse porque la prensa local publicara indiscreciones, arrebatos, tiros por la culata, encontronazos, incompetencias, filtraciones o escándalos.

El trabajo y la imagen del Poder Legislativo se cubrieron con la publicación de notas que dieron cuenta de los puntos tratados en la última sesión realizada. La mayoría se abordan de manera neutra y por lo general incluyen el punto de vista de los legisladores del tricolor.

El Poder Judicial tiene más o menos la misma presencia en medios. Durante la primera semana hubo cuatro notas de las cuales tres tuvieron un tono negativo, se referían a acusaciones de corrupción al interior de este poder. Este tema fue abordado sólo por *La Jornada Veracruz*.

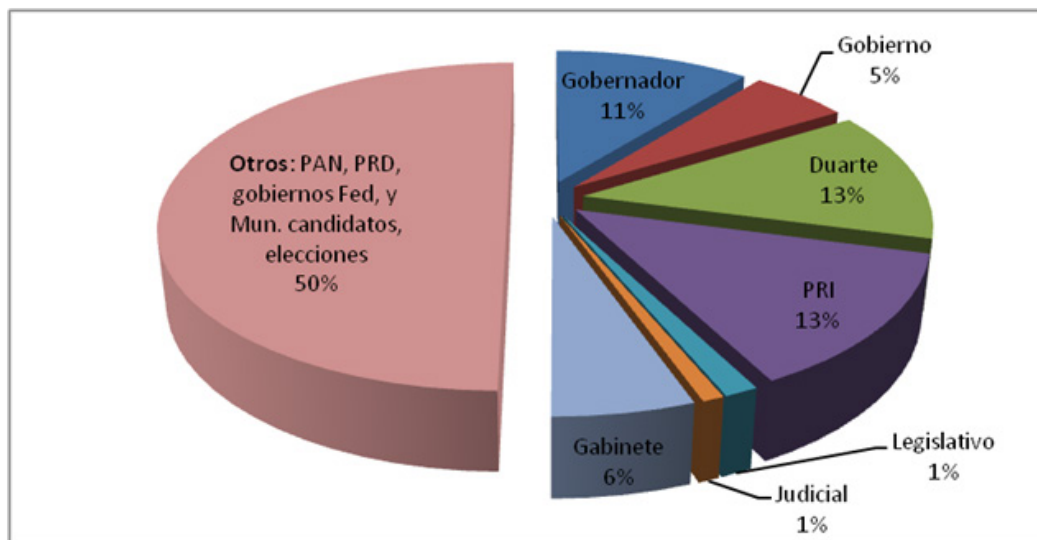
Si, como se plantea en líneas anteriores, el poder político es una amalgama de diferentes actores y sumamos todo lo que se publicó del gobernador, de las secretarías de gobierno, de los titulares de las mismas, del PRI, del Legislativo y del Judicial, encontramos que sobre el poder político en Xalapa, la prensa publicó la mitad de la información en cuanto a número de notas y 53% en relación con el espacio designado. El porcentaje restante, 47%

²⁵ Este no es un ejercicio exclusivo de este político (Diódoro Carrasco como secretario de Gobernación publicaba en Milenio Diario, lo mismo que José Murat, ex gobernador de Oaxaca, en El Universal)

²⁶ Durante mi incursión en los medios locales durante los primeros años del sexenio fidelista, como subdirectora editorial de la agencia *El Golfo.info*, se me dio la instrucción clara y contundente: le puedes pegar a quien quieras del gabinete, pero por ningún motivo puedes tocar al tío Fide, a su esposa y/o, al entonces secretario de finanzas, Javier Duarte.

de extensión y 50% de frecuencia, fue lo correspondiente a la información que se publicó sobre los otros candidatos (Yunes y Dante), los temas electorales y la organización de los comicios, de los otros partidos políticos (PAN, PRD, Convergencia, PT) y los otros niveles de gobierno, federal y municipales (Xalapa, Fortín, Coatzacoalcos y Córdoba principalmente).

GRÁFICO 5. Extensión. Espacio en cm² dedicado al poder político de Veracruz del 16 de mayo al 5 de junio de 2010, en LJV t el DX



Fuente: elaboración propia

Aun cuando la cantidad de información sobre el poder político fue tan significativa, la cantidad de dinero que el gobierno designó a los medios se desconoce. En una solicitud hecha por Fundar y ARTICLE 19 a los gobiernos estatales sobre “El gasto total ejercido por el gobierno del estado en los años 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010 en comunicación social y publicidad gubernamental, incluyendo medios de comunicación electrónicos y escritos, así como la campaña y el mensaje difundido”, la respuesta del estado de Veracruz fue retener la información clasificándola como confidencial.

PRODUCTORES DE NOTICIAS

Si contrastamos los resultados del análisis de contenido con los propios procesos de la producción de noticias y los factores que en ellos intervienen, se entiende mejor la manera de comportarse de un medio, los vínculos formales como las legislaciones y las políticas públicas, así como los informales, entre ellos el *chayo*²⁷, que existen en la prensa y el poder político de por medio.

La relación entre la prensa y el poder en Xalapa, responde más a la descripción que Rosalía Orozco (2010) hizo para las relaciones medios-Estado: es interdependiente y se caracteriza por las presiones, tensiones, colusiones y conflictos que se generan dentro y fuera de las organizaciones de los medios de comunicación masiva y de los sistemas

²⁷ Chayo o embute, es una práctica surgida en el gobierno de Miguel Alemán Valdés (1946- 1952) que consiste en la entrega de una cantidad de dinero, adentro de un sobre en su forma clásica, a los reporteros que cubrían la fuente presidencial con el fin de “apoyarlos” en sus gastos y a cambio de que la información publicada fuera favorable al político o en su caso, al menos no negativa.

políticos.

Al retomar las *Cuatro teorías de la prensa* de Siabert, Paterson y Schramm, que se centran en el papel que la prensa desempeña en función del régimen político en donde se edita, el caso de Xalapa correspondería a la *Teoría autoritaria*, en ella "la prensa es vista como un medio de comunicación masiva que sirve al Estado, misma que la utiliza con objetivos propagandísticos" (Orozco, 2010: 125), o como ya se ha mencionado, dentro de lo que Santillán denomina un modelo de subordinación hacia el poder político.

El dinero repartido a periodistas y medios, coloquialmente conocido como *chayo*, es lo que da lugar a la autocensura. Karin Bohmann (1994) refiere del mismo modo las *iguales*, las *cortesías de fin de año* y las *mordidas*, y señala que no siempre se hace una clara diferenciación entre cada uno de los términos, pero encuentra una estrecha relación entre la emisión de boletines y la corrupción de los periodistas.

La emisión de boletines fue sin duda una de las prácticas más utilizada por el gobierno de Fidel Herrera. Al comparar los periódicos y los portales de Internet publicados en un día, se encontró que todos manejaban la misma nota (ya sea del gobierno o del candidato del PRI a la gubernatura) dentro de su información principal. Asimismo, todos los medios cubrieron los mismos eventos y, todavía más sorprendente, todos iniciaron sus notas al resaltar el mismo aspecto informativo: *El gobernador Fidel Herrera acudió esta mañana...* Y siguiendo con las coincidencias, todos fueron firmados por la redacción del medio o no traen autor, aunque se debe reconocer que cuando tiene crédito, el estilo y la información es la misma.

Durante el proceso electoral en Xalapa se dio una práctica muy arraigada que consiste en circular la información entre compañeros reporteros, la cual, en muchos de los casos, es el boletín de prensa. Además de la pobreza de información que conlleva esta práctica, el campo periodístico parece no darse cuenta que este *modus operandi* posibilita no sólo el control, sino el ocultamiento de la información por parte del gobierno. Por otro lado, también permite la selectividad informativa en términos de qué se da a conocer y a qué medio se le proporciona la información (Sánchez Ruiz, 2004). Otra práctica recurrente consiste en laborar en tres o cuatro medios distintos y presentar la misma información en todos ellos.

En el caso de las relaciones prensa-poder en Xalapa, podemos entonces percibir claramente lo que Chalaby describe en el modelo de relación medios-Estado en los regímenes autoritarios, donde el Estado ejerce un control relativo sobre los medios para asegurar la popularidad del régimen: "El sistema requiere tener un control relativamente cercano de los medios. Con ese objetivo, miembros del gobierno tienen acceso ilimitados a los medios masivos de comunicación, además de que los periodistas deben presentar la versión oficial de los eventos políticos" (Chalaby, 1998 en Orozco, 2010:129).

Del sobre a la nómina, a la transferencia bancaria, a las tarjetas de regalo de tiendas departamentales, así como vales de gasolina, becas para estudiar en la localidad y el extranjero, plazas burocráticas para familiares, camionetas, convenios publicitarios, plazos para pagar impuestos y condonaciones de predial o agua, la influencia en los productores de noticias mediante estímulos económicos ha sido ininterrumpida y así, la corrupción ha permeado estas relaciones entre prensa y poder²⁸.

²⁸ En un reportaje en línea se consignan, además, boletos de avión familiares a Europa, hospedajes en hoteles de 5 estrellas, pago de emergencia (intervenciones quirúrgicas, por casas devastadas por huracanes, pérdidas de automóviles) y regalo de fraccionamientos enteros en el caso de los periodistas más reconocidos (Nueva relación Prensa- Políticos en Veracruz, 10 de diciembre de 2010 en <http://www.blog.expediente.mx/nota.php?nId=157>).

Para el director de *La Jornada Veracruz*, Tulio Moreno²⁹, esta práctica aparentemente llegó para quedarse, consideró que "es polimorfo; el dinero en efectivo, los favores, meter a familiares a trabajar (...) es una manera usual e históricamente aceptada por todos y que aún es parte del medio". Esta visión natural del *chayo* fue compartida de igual forma desde el gobierno Ejecutivo estatal. Uno de los enlaces de prensa del gobierno de Fidel Herrera comentó en entrevista, que lo particular de ese sexenio fue que todo se centralizó en la Dirección de Comunicación Social (DGCS); perdieron los enlaces de prensa su independencia y su relativa importancia y pasaron a ser productores de boletines que, en caso de querer colocar insertos en la prensa, debían negociar directamente con DGCS y ellos directamente con los medios. "En cuanto al presupuesto, éste también se centró en DGCS, aunque algunas secretarías continuaron con los *chayos* de pequeñas denominaciones, pues estos únicamente alcanzan como ayudas para la gasolina y cosas así"³⁰.

Por su parte, Lev García³¹, desde la trinchera de los reporteros considera que durante su sexenio, Fidel Herrera se basó en las prebendas, en los favores; "el sobre desapareció porque se inventaron las transferencias bancarias. Pero asimismo, el señor Fidel Herrera, en ese ánimo de ser un pequeño *virreyzuelo* de su parcela de poder, que prácticamente se la quería robar a México, enloqueció al grado de que está el dicho de que la Jeep Liberty fue la camioneta del sexenio. Los reporteros le pedían a Fidel, y entonces el magnánimo daba camionetas, pero la trampa fue que les dio el enganche y les consiguió las camionetas; se termina el sexenio y los reporteros no pueden seguir pagándola... Eso fue el *chayo* del sexenio, de manera más elaborada y más retrógrada, porque antes al menos el pago era mensual y moderado".

A través del ejercicio cotidiano de estas prácticas podemos ver un tejido de redes clientelares que constituyen formas de influencia y control sobre los medios en su función periodística.

MECANISMOS DE CENSURA

La censura como tal, parecería que hubiera desaparecido; sin embargo, ésta más bien ha tomado otras formas que, por ser más veladas, devienen más peligrosas para el ejercicio de la libre expresión. De hecho, autores como Ben Bagdikian (1988), Edward Herman y Noam Chomsky (1988) consideran que la censura abierta da paso a las relaciones informales de poder y por lo tanto limita el acceso público a la información vital, al análisis crítico, la acción política y el mantenimiento de la sociedad civil³².

De entre los miembros del campo periodístico que entrevisté, la mayoría coincidieron en que la censura como tal no existe, que todo se basa más bien en una autocensura, que consiste en la prudencia del reportero o del medio para no publicar algo que pueda incomodar. Tulio Moreno³³ consideró que no hubo presión desde el gobierno de FHB, "lo

²⁹ Entrevista con Tulio Moreno, director de *La Jornada Veracruz*. 2 de septiembre de 2010.

³⁰ La parte legal de este cambio se llevó a cabo ya en este sexenio, cuando a principios de agosto de 2011, el gobernador Javier Duarte envió al Congreso una iniciativa de Ley con las reformas necesarias para elevar a grado de coordinación la DGCS. Lo anterior centraliza aún más la información e incluso impide a los secretarios a dar declaraciones que no sean aprobadas por la nueva Coordinación (Noé Zavaleta, El poderío de Gina Domínguez, 15 de agosto de 2011 en <http://blog.expediente.mx/nota.php?nId=1043>).

³¹ Entrevista con Lev García, entonces corresponsal de *Reforma* en Veracruz. 16 de septiembre de 2010.

³² Ben Bagdikian (1988), *The Media Monopoly*, Beacon press, Boston; Edward Herman and Noam Chomsky (1988). *Manufacturing Consent*, Pantheon Books, New York

³³ Entrevista con Tulio Moreno, director de *La Jornada Veracruz*. 2 de septiembre de 2010.

único y que pocas veces lo hacen con nosotros es recomendarte (...). –Oye, fíjate que el gobierno hizo hoy un evento muy importante, el Plan nacional y esas cosas; (...) ayúdanos para darle una llamada de portada–. Pero que nos quieran dar línea, no”.

En contra parte, la entonces corresponsal de *Proceso* en el estado y antes reportera del periódico *La Política*, Regina Martínez³⁴, comentó que cuando trabajaba en este periódico, antes de ser despedida, nunca le dieron la orden directa de no publicar nada, simplemente no la publicaban. “Después sí empezaron a presionarme con la idea de que yo me fuera. Durante casi año y medio no me publicaron una sola nota en el impreso, tenía yo también el otro espacio que era el de televisión por cable y hacía ahí sólo entrevistas, donde después también empezaron a protestar los funcionarios pero no a censurar todavía. Pero sí me convertí en un elemento indeseable tanto para la empresa como para el gobierno”. Hasta que finalmente la corrieron por sus publicaciones en *APRO*, no por lo que salía en las páginas del propio periódico, argumentándole la falta de dinero, “pero sí me dijeron que muchos de mis textos estaban molestando a Fidel Herrera”.

Édgar Ávila³⁵ considera que “en periódicos locales estás muy acotado a la línea editorial del periódico, a los convenios que tenga el medio y al humor del jefe. Aunque quieras hacer un trabajo, por ejemplo, sobre ecología, te dicen –no podemos porque tenemos convenio con tal y nos lo van a quitar– o te dice el jefe –no lo madrees, es mi amigo–”.

La línea entre la censura y la autocensura llegó a ser muy delgada para el mismo corresponsal de *El Universal*. La manera en cómo el gobierno de Fidel Herrera Beltrán presionó a los medios y periodistas fue bajo tres vertientes: “primero la económica (con convenios o al presionar a los anunciantes para que no se publiciten en determinado medio); la otra es la cuestión legal, que te meten sustos, te buscan o te inventan denuncias; y la última son las amenazas directas. Yo tengo la anécdota, en cuestiones del narco, de un asesor de su oficina (de FHB) quien me pidió que platicáramos y me dijo –Ya bájale, no publiques cosas del narco, esos *güeyes* (sic) son muy malditos y tu casa no aguanta un granadazo–. Esas son las presiones”.

Sobre los métodos empleados en el sexenio de Fidel Herrera, Regina Martínez señaló que “no sólo coartó a la prensa sino también a la oposición, a partidos dizque de izquierda, a dirigentes sociales los hizo sus aliados; fue un gobierno corrupto y corruptor que todo lo compró y lo que no, pues lo intimida, te reprime, como en mi caso. Yo nunca –en mis casi 18 años de reportera– me había parado en un Ministerio Público; con este gobierno (el de FHB) fui tres veces, dizque como testigo indirecto, luego por una denuncia directa por el caso Ernestina, donde casi me amenazan con la fuerza pública sin estar clara la acusación y radicada en el DF. Esa es una forma intimidatoria”. Agregó cómo este tipo de presiones caracterizó a este gobierno y no únicamente en el ámbito periodístico.

En materia de agresión a periodistas, integrantes de Artículo 19 en México informaron

³⁴ Entrevista con Regina Martínez, corresponsal de *Proceso* en el estado. 20 de septiembre de 2010.

Regina Martínez fue asesinada el 29 de abril de 2012. En un inicio se quiso ligar su asesinato con el narco, luego se habló de un posible “crimen pasional”, para finalmente alegar que el motivo fue el robo de unas cuantas pertenencias e insistir en que el crimen tenía “tintes pasionales”, como si eso constituyera un atenuante del crimen. Finalmente, la Procuraduría del Estado de Veracruz presentó y consignó al asesino de Regina, quien aseguró haberla matado para robarle, declaraciones que han quedado en entredicho, pues el propio inculcado declaró ante el juez que fue torturado y obligado a autoinculparse del supuesto robo. El gobierno de Veracruz, en voz del propio gobernador, ha minimizado la muerte de la periodista al insistir en que se trató de un acto de criminales de “poca monta” y no tenía nada que ver con el trabajo periodístico que realizaba Regina. <http://www.proceso.com.mx/?p=346394>

³⁵ Entrevista con Édgar Ávila, entonces corresponsal de *El Universal* en Veracruz. 25 de marzo de 2011.

que Veracruz sumó 28 de los 244 casos registrados de agresión a reporteros y es una de las entidades que encabeza la lista, además que el 69% de esas agresiones a periodistas provienen de servidores públicos³⁶.

Por su parte, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) calificó como "alarmante" la violencia contra periodistas en México y expresó su consternación por las amenazas de muerte que habían recibido, hasta ese entonces, dos periodistas en Veracruz³⁷.

En su oportunidad, la organización internacional Reporteros sin Fronteras (RSF) manifestó su preocupación porque Andrés Timoteo Morales, corresponsal en Veracruz del diario *La Jornada*, quien siguió el caso de la violación y muerte de la indígena nahua Ernestina Ascencio Rosario presuntamente a manos de soldados del Ejército Mexicano, sufrió dos atracos de su material de trabajo los días 9 y 16 de enero de 2008 y afirma que es víctima de intimidaciones³⁸. Entre los amenazados, además de Andrés Timoteo Morales, estuvieron Martín Serrano Herrera, Regina Martínez, César Augusto Vázquez Chagoya, Rodrigo Vera y muchos más.³⁹

Así pues, todo parece indicar que la censura a la prensa es practicada tanto por el poder político como por los propietarios de los medios, en función de un balance que hacen entre su compromiso con el gobierno y sus propios compromisos de lucro y dominio. Karin Bohmann señala cómo estos mecanismos son impuestos por los propietarios a través de "promesas de obtener un aumento salarial o la adjudicación de una fuente lucrativa; o bien, cuando el periodista realice una labor informativa que no corresponda a las ideas del director, la amenaza, el despido" (1994: 277). Mecanismos que resultan más fáciles de imponer debido al bajo sueldo de los periodistas, ya que una situación económica precaria aumenta la disposición a ser corrompido.

Ahora bien, desde la perspectiva de los estudios de la *Economía política crítica*, los medios son vistos también como empresas. Sánchez Ruiz señala al respecto que: "En este milenio, los imperativos de mercado y mercadotecnia suelen pesar mucho más que los de servicio para regir la conducta social y de sobrevivencia de estas organizaciones complejas" (2004: 37).

Asimismo, este enfoque destaca que cuando los periódicos pertenecen a un grupo mediático, los grandes costes de operación son asumidos por las cadenas nacionales y la publicidad es pactada en muchos casos desde el ámbito nacional, lo cual se puede percibir en los anuncios publicados en el *Diario de Xalapa* con un promedio de diez anunciantes por número, la mitad de ellos empresas con presencia nacional; que no para el caso de *La Jornada Veracruz*, que sólo cuenta con dos anunciantes, uno de ellos el IEV y Cinépolis, del que publicaron la cartelera y con el cual tuvieron en esas fachas, más bien un intercambio comercial.

María Elena Hernández (2010) denomina a la publicidad oficial como "la forma de subsidio reglamentado más aberrante" que permite la subsistencia de numerosos medios, incluso aquellos que no cuentan con lectores y cuya circulación no va más allá de las oficinas de prensa.

³⁶ Diario de Xalapa 18 de junio de 2010.

³⁷ Nydia Egremy "Veracruz, a la caza de periodistas" en *Revista Contralínea* núm. 88, octubre de 2007.

³⁸ *Sufre robo e intimidación reportero que siguió el caso Ernestina Ascencio*, 22 de enero de 2008, consultado el 28 de junio de 2011 en <http://www.cimacnoticias.com.mx/site/08012207-Sufre-robo-e-intimi.31812.0.html>

³⁹ Fidel, intolerante asesino: Vázquez Chagoya, 20 de enero de 2008, consultado el 27 de junio de 2011 <http://tribunadiario.blogia.com/2008/012001-fidel-intolerante-asesino-vazquez-chagoya.php>

Esta práctica se encuentra particularmente desarrollada en la prensa xalapeña, al punto que convendría preguntarse cuántos de los medios locales podrían subsistir sin este financiamiento indirecto del Estado.

Durante el periodo analizado se contabilizó que tanto las gacetillas como las inserciones pagadas tienen casi el mismo número. El género de las unidades que predominó fue la nota informativa (54%) y la publicidad contratada es muy poca, únicamente el 2.3%

En el tema de las inserciones, éstas aumentaron su frecuencia, sobre todo en la medida en que se acercaba la fecha de las elecciones. Llama la atención que, si bien en el caso del *Diario*, publicaciones en su mayoría de planas completas, se vendieron espacios tanto al PAN, como al PRI, como a Convergencia. En cuanto a *La Jornada Veracruz*, sólo aparece publicidad principalmente del PT, Convergencia y la Coalición *Para cambiar Veracruz*.

En el caso de *La Jornada Veracruz*, su director aseguró que parte de los costes de producción fueron cubiertos mediante el soporte financiero de *La Jornada*, lo cual podría explicar que se imprimiera un periódico con dos anunciantes y 400 suscripciones, pero que acepte la existencia de convenios comerciales y venta de espacios publicitarios con instituciones públicas como el gobierno del estado y algunos municipios, partidos políticos y la Universidad Veracruzana, al no estar la publicidad a la vista, se infiere que entonces los convenios publicitarios se hacen por medio de gacetillas veladas, sin el diseño ni crédito correspondiente.

Tulio Moreno⁴⁰ también aclaró que *La Jornada Veracruz* no tuvo durante el periodo electoral un convenio explícito con el gobierno estatal, que se le pagaba por lo publicado y esto no superaba los 350 mil pesos mensuales (cifra que contrasta con lo que los rumores asignaron al convenio por publicidad en tiempos electorales del *Diario*, que fluctuaba entre los 3 mdp).

Este punto viene muy ligado con el marco jurídico que rige las relaciones entre la prensa y el poder, que además de obsoleto, demuestra día con día la urgencia de legislar no sólo para medios electrónicos, sino para la prensa: transparentar y regularizar de cuánto y con qué medios se debe de tener un convenio económico, si debe de ser a toda la prensa, a los de mayor circulación, a aquellos que cubran con un determinado perfil, y en cuestión de cantidad especificar el monto.

Otra de las prácticas más recurrentes en la prensa consiste en el *golpeteo* a un determinado actor para que, con la finalidad de que se deje de hablar mal de él en ese medio, contrate publicidad. Esto es algo que no puedo asegurar en el caso de la presidencia municipal de Córdoba y su relación con *LJV*, pero que no quise dejar de comentar, pues en muchos casos esta es otra de las maneras que utilizan algunos medios y/o periodistas para hacerse de recursos económicos y dejar de depender tanto de un anunciante principal.

El *Diario de Xalapa*, al pertenecer a la OEM y contar con su respectivo apoyo económico, debió de gozar de una mayor libertad de prensa, sin embargo, es precisamente éste, en comparación con *La Jornada Veracruz*, quien más notas sobre el gobierno publicó y más con un tono de boletín de prensa.

Del total de notas sistematizadas, el 66% no tiene firma, solamente el 25% sí tiene autor y el 9% viene firmada por *Redacción*. Llama la atención que el 75% de la información que se produjo con temas políticos y/o electorales en este par de periódicos no tenga especificada su fuente.

⁴⁰ Entrevista con Tulio Moreno, director de *La Jornada Veracruz*. 2 de septiembre de 2010.

Aunque ambos periódicos tenían entonces convenios publicitarios explícitos tanto con el gobierno del estado como con los partidos políticos, durante el periodo de campaña analizado no aparece ningún anuncio del gobierno o de los partidos como tal, lo que permite deducir cómo la publicidad o propaganda pactada se publica en forma de nota informativa. Los anuncios que aparecen al final de la campaña tienen que ver con publicidad electoral, para lo cual los institutos políticos contaron con una partida especial.

Si no hay anuncios, entonces la publicidad se da en forma de gacetilla, pero aquí se presenta otro elemento interesante. En el caso del *DX*, llama la atención que los espacios dedicados al gobernador, a Duarte y a otros candidatos del tricolor fueron utilizados indistintamente, como si los convenios entre el PRI estatal y el gobierno del estado pudieran ser canjeables o fueran parte de una misma cosa.

Lo anterior confirma la idea planteada anteriormente acerca de que el Ejecutivo es el único poder real, tanto el PRI como el Legislativo sólo lo acompañan y, por lo visto, también ponen a su disposición los espacios informativos contratados, de la misma manera que el Ejecutivo pone a disposición de su partido los espacios informativos pagados desde el gobierno.

La producción periodística en Xalapa se caracterizó en este periodo por un muy bajo nivel en la redacción de las noticias, las entradas y el cuerpo de la nota; las temáticas abordadas son pobres. Esto responde en gran medida al nivel educativo de los reporteros y editores. Para la entonces corresponsal de la revista *Proceso* en Veracruz, en los medios existe mucha espontaneidad, "llega mucha gente improvisada sin estudios universitarios o con estudios de otras áreas y creen que ser periodistas es para hacerse ricos"⁴¹.

Otro factor radica en que la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Veracruzana se estudia en el puerto de Veracruz, lo que deja la formación de periodistas y/o comunicólogos en Xalapa en manos de universidades privadas donde preparan profesionales con un perfil más mercadológico.

Para Saúl Ramírez⁴² el problema no es en sí la falta de capacitación del campo periodístico, sino la falta de ética y moral de los jóvenes que salen de las escuelas de comunicación y/o periodismo y se encuentran con la corrupción que permea al gremio y al estado. El pobre nivel en la redacción de las publicaciones no permite que una nota informativa casi se pueda diferenciar del boletín de prensa producida en alguna oficina de gobierno. Es interesante ver cómo este factor de la poca calidad de las noticias viene imbricado con el de *Nivel de procedimiento de los medios*⁴³, de las rutinas de trabajo. Lev García⁴⁴, corresponsal del periódico *Reforma* en el estado, señaló indignado: "la orden de trabajo general de los reporteros es llevar seis notas en un día –lo cual implica que trabajes 20 horas si las vas a hacer bien–". Agregó que al reportero debería de exigírsele hacer dos notas pero bien hechas y con una investigación que se refleje en reportajes. "No tenemos reportajes porque no puedes investigar, no hay tiempo y, además, reportero que entra nuevo, se contamina rápido con el esquema de la corrupción".

A nivel de contenidos, los periódicos de Xalapa rara vez publican reportajes, privilegian las notas informativas, los artículos de opinión, las columnas. De las semanas codificadas, ni el *Diario de Xalapa* ni *La Jornada Veracruz* incluyeron un reportaje entre sus casi 3 mil 500 notas. Este género te permite abordar o profundizar en temáticas trascendentales pero que

⁴¹ Entrevista con Regina Martínez, entonces corresponsal de *APRO* en Veracruz. 20 de septiembre de 2010.

⁴² Entrevista con Saúl Ramírez, fotoreportero, *Foto Jarocho*. 2 de octubre de 2010.

⁴³ Según el Modelo jerárquico de influencias de contenido.

⁴⁴ Entrevista, 16 de septiembre de 2010.

se encuentran lejos de la coyuntura y es una buena estrategia para la implementación de agenda desde los medios.

Édgar Ávila⁴⁵ atribuye lo anterior a la baja calidad de los reporteros en la entidad: “en medios locales no hay reporteros buenos, todos son malísimos. Si bien nos va, apenas y pueden redactar una nota. Entonces, ¿qué pueden escribir? Fidel por eso no se preocupaba de los reporterillos; sí les daba su lana, pero para que no lo estuvieran chingando (sic)”.

Y por supuesto, estos dos factores se relacionan directamente con el *Nivel de organización* (políticas internas, recursos, tiempos y espacios asignados, etc.). Al respecto, Lev García comentó sobre los sueldos tan bajos de reporteros, y en comparación con el que percibe él como corresponsal de un medio nacional, señaló que existe una diferencia de tres a uno “con los reporteros mejor pagados. Estás hablando de que tienes un 30% más que el mejor pagado de aquí. Pero ganas igual que los reporteros estrella o los reporteros del gobierno del estado”. Ese mismo porcentaje de diferencia de sueldos, de tres a uno, también lo percibió Regina Martínez.

RESISTENCIAS

Aquellos periodistas que generan cierta resistencia, que escriben sobre alguna situación en el estado sin importar si es cómoda o no para el poder político estatal, lo hacen cuando tienen la posibilidad de escribir en un periódico de los mal llamados nacionales, donde el poder político de Veracruz no tiene casi injerencia. Fue el caso de Lev García en *Reforma*, Regina Martínez en *Proceso* y Edgar Ávila en *El Universal*. No obstante, ellos han encontrado otros problemas.

Las noticias escritas para estos diarios deben interesar a los editores que publican en el Distrito Federal, deben de responder a los intereses políticos y económicos de medios producidos en la capital del país y a la visión de lo que estos medios tengan de “provincia”. De este modo, si dichos reporteros tienen más libertad de investigar y de ser críticos en sus notas, también se topan con el problema de posicionar su trabajo.

Regina Martínez⁴⁶ apuntó que, aunque el publicar en un medio nacional pudiera ser una forma de resistencia, “es difícil por la competencia y en el caso de notas muy locales no las publican porque la dinámica es otra, el plantón u otra cosa, pues no les interesa”. Para Lev García el truco consiste en “pensar los temas locales con una cabeza defeña. Tratar de convertir algo local en algo que les interese o tenga relación con algo que suceda allá, porque si no, no les interesa”⁴⁷.

Además, las páginas web de los propios medios se han convertido en un arma de doble filo, porque si bien puede que en la inmediatez se les publique la nota, ya para la versión impresa existe la posibilidad de que la nota quede fuera. Al respecto, Edgar Ávila⁴⁸ apuntó: “por lo general para el portal me lo publican todo, salvo que realmente sea muy mala la nota y me hablan. Para el impreso no, puede ser la misma nota pero más trabajada, con más datos”.

⁴⁵ Entrevista con Édgar Ávila, corresponsal de *El Universal* en el estado. 25 de marzo de 2011.

⁴⁶ Entrevista con Regina Martínez, entonces corresponsal de *Proceso* en el estado. 20 de septiembre de 2010.

⁴⁷ El corresponsal de *Reforma* tuvo que abandonar el estado a principios del mes de septiembre de 2011 por razones de seguridad. Según su testimonio, fue víctima de hostigamiento por parte del gobierno de Javier Duarte. Lo mismo ocurrió con Rapé, monero de *Milenio* diario y *El Chamuco* y con algunas otras periodistas que actualmente viven en el exilio.

⁴⁸ Entrevista con Édgar Ávila, entonces corresponsal de *El Universal* en Veracruz. 25 de marzo de 2011.

La resistencia y la crítica que ofrecieron los reporteros de prensa al poder político, es decir, la capacidad y posibilidad de publicar algo adverso al poder político, algo real sobre la situación de determinado tema, imponer desde la prensa los propios temas a tratar, aquello que debería ser discutido, fue cuantitativamente muy pequeña y no se dieron en la prensa que se publicó en Xalapa, sino en periódicos nacionales y/o en páginas de Internet. Y la mayoría de esas páginas no fueron los portales de los mismos periódicos, más bien agencias informativas que no cuentan con espacios en el ámbito de los media.

Durante el sexenio de Fidel Herrera las páginas de Internet con un perfil informativo-noticioso se propagaron, de unas cuantas que existían al inicio del sexenio y que ya empezaban a ser referencia obligada como *Gobernantes.com* o *Al calor político*, a más de 50 para finales del 2010. Nada más el monitoreo que el IEV realizó sobre las elecciones incluyó 43 páginas electrónicas que se editaron en el estado, de las cuales el 65% tenían ubicada su residencia en Xalapa.

Aunque en pequeña escala desde el campo periodístico local sí hubo notas, columnas y artículos que podían ser tomados como resistencias al poder político, su penetración fue realmente mínima. Es decir, las resistencias que pudo ejercer el campo periodístico no se dieron en un medio masivo de comunicación, sino a través de las llamadas TICs⁴⁹ y que además de las posibilidades de información e intercomunicación personal que representan, en Veracruz simplemente llegaron a un conjunto de población muy pequeño.

De acuerdo con el estudio *Hábitos de usuarios de Internet*⁵⁰ de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), hasta abril de 2011 habían 34.9 millones de internautas en México, esto es, sólo el 31% de la población tenía acceso a Internet⁵¹. De la población con acceso a Internet, el 5.5% radicaba en el estado de Veracruz. En relación a la población registrada en el estado, eran 7.6 millones⁵², esto equivaldría a que únicamente el 2.6% de los habitantes del estado eran internautas en esas fechas. Sobre el consumo principal del Internet se señala que no es la consulta y/o análisis de noticias, sino el envío y recepción de correos electrónicos. La Internet ha desatado expectativas democráticas cuyo logro no parece comenzar a llegar, entre otras razones, porque ni siquiera en los países más desarrollados se ha logrado el "acceso universal" (Tamara Witschge en Sánchez Ruiz, 2004). En el caso del estado de Veracruz todavía no es una herramienta que pueda generar un cambio.

En el tema de Xalapa estamos ante una situación en donde los medios de comunicación masiva, particularmente la prensa xalapeña, no aprovechó la oportunidad de contribuir a disminuir abusos del poder o injusticias sociales mediante una información crítica porque, en su mayor parte, se conformó con el papel que le fue asignado, el de informador oficial del poder político.

En cierta medida, la única resistencia existente fue la constante y latente posibilidad de que la prensa hablara mal del poder político o no lo publicitara lo suficiente y, por ende, contribuir a su pérdida de legitimidad. Thompson denomina a este poder como poder simbólico y lo define como la capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas (1998: 34).

Para evitarlo, el poder político corrompió, compró voluntades, medios completos y devenido también el principal productor de información, al hacer el trabajo que debería

⁴⁹Entre estas tecnologías se encuentran los videos y la Internet.

⁵⁰"Hay 34.9 millones de internautas en México" *El Universal*, martes 17 de mayo de 2011.

⁵¹La población contabilizada por El Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI, fue de 112 336 538 personas.

⁵²Censo de Población y Vivienda 2010, INEGI.

corresponder a los propios medios.

CONCLUSIONES

El papel que tuvo la prensa en Xalapa durante el proceso electoral del 2010, evidenció la calidad de sus contenidos y fue un botón de muestra de la manera en que se relacionó con el poder político durante el sexenio pasado.

La concepción *foucaultiana* de poder, como un conjunto de acciones sobre otras acciones posibles como una incitación, inducción o seducción de un sujeto sobre otro sujeto actuante, es la que existió en las interrelaciones entre la prensa y el poder político en Xalapa. **La hipótesis central de esta investigación quedó así comprobada: la prensa tiene una relación de subordinación total hacia el poder político.**

Por un lado, el poder político convenció al campo periodístico por medio del dinero, acuerdos publicitarios y el *chayo* esencialmente, y en algunos casos con acciones como “pláticas”, amenazas o procesos penales⁵³. De igual modo, el poder político también ejerció presión sobre la prensa con la distribución oficial de información. La práctica de los boletines fue ampliamente difundida, gracias a ella el gobierno logró una férrea centralización de la información política y la prensa sólo hizo una selección de la información a partir de este reducido material.

Por otro lado, los mensajes que se produjeron desde la prensa fueron favorables al gobierno local (el 39% de las notas fueron positivas, 48% neutras y 20% negativas) y cuantitativamente mayores en comparación con los mensajes publicados sobre otros agentes del campo político (partidos de oposición, ayuntamientos, gobierno federal, candidatos de oposición, organización de los procesos electorales, los cuales juntos suman el 49% de la información publicada). Si sumamos el rubro de lo que definí como de Poder político, podemos observar que esta información equivale al 31% del total de la información impresa.

De manera complementaria, los testimonios de miembros del campo periodístico coinciden en que si algo predominó en el sexenio pasado fue la corrupción y no sólo en este campo. Y aunque los reducidos salarios de los periodistas son un fuerte estímulo a la corrupción, no se puede suponer que si fueran más elevados ésta acabaría. Ya lo señalaba Bohmann (1994), en entrevistas confidenciales los periodistas admitieron que entre mayor es el sueldo mayor es la *mordida*. Esta misma situación se puede observar en el campo periodístico local, donde los reporteros y editores están conscientes de la jerarquización existente y que a cada nivel corresponde una tarifa.

Del lado de la prensa, algunos periodistas expusieron algunos temas que no fueron del agrado del gobierno, como el de Ernestina Ascencio; sin embargo, no lo hicieron en la prensa local y mucho menos durante el periodo electoral, lo que me lleva a confirmar cómo en su relación con el poder político, la prensa en Xalapa más bien jugó un papel de actor subordinado.

Una de las pocas formas de resistencia que pudo ejercer el campo periodístico consistió en su poder simbólico (Thompson, 1998); el poder político depende de ella para publicitarse, para fingir que rinde cuentas a la ciudadanía y para legitimarse. Esta es la razón por la cual, a pesar de que la prensa en Xalapa no tuvo una buena calidad periodística, no fue plural ni

⁵³ La invitación que se le hizo al corresponsal de *El Universal* en el estado y el proceso legal que sufrió Regina Martínez por el caso de Ernestina Ascencio, son un ejemplo de lo anterior.

incluyente; el gobierno pagó cantidades significativas de dinero, lo suficiente como para que periódicos o páginas de Internet sin publicidad salieran a la luz pública.

Una relación asimétrica de poder es la constante en la relación de la prensa con el poder político, aun cuando la falta de una legislación vigente en materia de derechos de información que abarque a la prensa pudo permitirle publicar lo que deseara, y al no haber estado en peligro de perder la concesión como sucede con las frecuencias de los medios electrónicos, o de no contar con el aval para la compra del papel para imprimir; ya que el mercado se ha abierto, el control oficial pudo haber sido ser casi nulo.

Igualmente, la posibilidad de no ser un medio que produzca la información en la inmediatez, sino que permita la posibilidad de regresar a ella a releerla y socializarla, lo hace un importante canal para la discusión⁵⁴; no obstante, estas ventajas no fueron aprovechadas por la prensa local.

Al estudiar estas interrelaciones, se nos muestra también lo que pudiera parecer un retroceso, al percibirse una fuerte tendencia a ejercer un control más centralizado por parte del poder político a través de la concentración tanto de la salida de información como de los contratos de publicidad por la DGCS⁵⁵.

Desde la perspectiva *bourdiana*, la violencia simbólica que supone la dominación del campo político sobre el campo periodístico está legitimada al permitir la producción y reproducción de las categorías de percepción ya existentes. Y en efecto, esto provoca que las circunstancias y el orden social ya dados sean percibidos como evidentes y completamente naturales. Como ya mencioné, lo que no se aprecia realmente es una resistencia del campo periodístico, no se distingue una lucha constante por cambiar el orden establecido, lo que se percibe es una conformidad con el *statu quo*.

Por ello, el proceso electoral a gobernador de Veracruz en el 2010 nos permitió observar una prensa que integró su agenda desde el poder político y lo que es más, sólo publicó ésta. La prensa divulgó lo que el poder quiso que fuera publicado y nada más. Lo dramático es que aparentemente el modelo funcionó y lo hizo porque todos se benefician con él.

Si bien existe una diferencia entre la manera y la cantidad de la información que presentó el *Diario de Xalapa* y *La Jornada Veracruz* durante el periodo electoral, éste último, medio a pesar de ser menos oficialista, no alcanzó a devenir como uno realmente plural y equitativo.

Una buena manera de dimensionar a la prensa en Xalapa es referirse a la del DF de finales del siglo XX. "Al estar sometida en gran medida a los gobiernos priistas, la prensa en realidad casi no era ningún poder. Participaba del poder relativamente único del Ejecutivo, pero de manera subordinada, lo que muy poco a poco ha cambiado durante los últimos años" (Sánchez Ruiz, 2005:445).

Todo el panorama antes expuesto me lleva a otra reflexión: no existe la posibilidad de construir la democracia sin la presencia abierta de los medios de comunicación. Independientemente de la influencia que el manejo de los medios descritos a lo largo de este artículo ejercieron en las preferencias de los electores en Xalapa, la democracia no

⁵⁴ En los últimos años esta limitación de la inmediatez ha sido poco a poco superada en los medios electrónicos debido a los avances tecnológicos a los que algunos consumidores tienen acceso, al poder grabar programas y colocarlos en sitios web para su socialización.

⁵⁵ Tendencia que continúa hasta el actual sexenio y en donde la censura ha llegado hasta los temas culturales (<http://plumaslibres.com.mx/2013/07/20/censuran-obra-plastica-en-galeria-de-arte-contemporaneo-de-xalapa/>) y donde nueve periodistas han sido asesinados, entre ellos, la corresponsal de la revista *Proceso*, Regina Martínez, y otros varios han tenido que salir exiliados del estado debido al férreo control que intenta ejercer el gobierno de Veracruz.

consiste únicamente en la posibilidad de ejercer el voto, independientemente de si éste es o no respetado, va mucho más allá e incluye el ejercicio de la libertad de expresión para todos los sectores. Con la inequidad informativa que pudimos comprobar que permeó en la campaña del 2010, simplemente se contribuye a dejar las cosas como están y no a la construcción de la democracia.

Y si los medios son cruciales en el establecimiento de democracias (O'Neil, 1998) con la calidad de medios que tiene Xalapa, ¿cómo podemos esperar si quiera se transite hacia ella?

Patrick O'Neil (1998) explica que existe un fuerte vínculo entre medios de comunicación y democracia y asume que para que una democracia funcione, la sociedad civil requiere de acceso libre a la información sobre asuntos políticos, lo cual ayuda a limitar la centralización de poder y previene ilícitos o una acción poco ética por parte del estado. Sin medios libres y plurales no puede haber democracia. Para Leonardo Morlino (2005), una definición máxima de democracia implica también la promoción de una información clara y correcta para todos, la promoción de la responsabilidad de los gobernantes (*accountability*) y de la capacidad de respuesta de los mismos a las demandas de los ciudadanos (*responsiveness*) por medio del control de la agenda política, y de los resultados de las decisiones por parte de los propios ciudadanos. Y en esta *accountability* y *responsiveness*, los medios de comunicación juegan un papel central.

La ausencia de todo lo anterior en el contexto de Xalapa lleva a señalar que Veracruz no es propiamente una democracia, y si en algún momento inició el camino de la transición, éste se encuentra suspendido.

Mientras siga minimizándose el papel de los medios masivos de comunicación a meros instrumentos de información y entretenimiento de pantalla para los actores políticos y no se haga nada por fomentar su pluralidad y profesionalismo, su independencia económica e ideológica⁵⁶, no podemos aspirar a otro tipo de régimen. El avance de la democracia requiere la existencia de medios independientes del Estado⁵⁷.

Desde una perspectiva *bourdiana*, esto tiene que ver con la autonomía del propio campo periodístico, siempre dependiente de otras fuerzas y campos, esencialmente del político y/o el económico, al luchar por ser independiente a pesar de las leyes del mercado y la dependencia del estado.

Así pues, es deseable que la dependencia que la prensa en Xalapa tiene del campo político termine de una vez y se busquen nuevas fuentes de información y de ingresos.

Además se hace necesario, durante los procesos electorales, asegurar la equidad de la información que se ha logrado en cierta manera⁵⁸ para los medios electrónicos, con presencia nacional a través de la legislación en la distribución equitativa de los tiempos oficiales en radio y televisión, reglamentación que bien podría incluir los espacios en la prensa.

Acabar con la discrecionalidad que ha caracterizado la contratación de espacios publicitarios, traería a su vez el inicio del fin de todas esas prácticas de censura y autocensura que sólo contribuyen al ejercicio de un mal periodismo, el cual no beneficia ni al poder político ni a la ciudadanía. Es decir, se debe buscar un funcionamiento plural, equilibrado y

⁵⁶ Y desde la academia local no se les termine de dar su lugar como objetos de estudio.

⁵⁷ Diagnóstico 4, sobre la comunicación social en el México del siglo XX durante la consulta popular sobre medios de comunicación para elaborar el Plan Nacional de Desarrollo 1994-2000 (Pardo, 1997: 128).

⁵⁸ Digo en cierta manera porque este es un tema que da mucho espacio para la discusión.

constructivo de la prensa en Xalapa.⁵⁹

⁵⁹ Para consultar el trabajo completo de Tesis, puede seguir el siguiente link: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/30471/1/OrtegaPolanco.pdf>

REFERENCIAS

- Aceves González, F. (2010). *Comunicación y democracia: una agenda para su investigación*. Material del Seminario medios de comunicación y poder político, Centro de estudios de la cultura y la comunicación/UV.
- (2002). "El papel de los medios de comunicación en la configuración de los temas electorales". En Del Palacio, C. *Cultura, comunicación y política*. México: Universidad de Guadalajara.
- Bohmann, K. (1994). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Alianza.
- Bourdieu, P. (2009). *Intelectuales política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
- (2005). *La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. México: Fontamara.
- (2000). *Propos sur le Champ politique*, Presses Universitaires de Lyon, Francia.
- Becerra R.; Woldenberg J. y Salazar P. (2000). *La mecánica del cambio político en México. Elecciones, partidos y reformas*. México: Cal y Arena.
- Cansino, C. (2000). *La transición mexicana: 1997-2000*. México: Cepcom.
- Chalaby, J.K. (1998). *The Invention of Journalism*, New York: St Martin Press.
- Dader, J.L. (1990). "La canalización o fijación de la "agenda" por los medios". En Muñoz Alonso, *Opinión pública y Comunicación política*. Madrid: Eudema Universidad.
- De Fleur y Ball-Rokeach. (1993). *Teoría de la comunicación de masas*. España: Ediciones Paidós.
- Del Palacio, C. (2006). *Siete regiones de la prensa en México 1792-1950*. México: Porrúa, Universidad de Guadalajara y CONACyT.
- Fernández Christlieb, F. (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos Editor.
- Foucault, M. (1992). *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.
- (1991). "Entrevista concedida a Bernard- Henry Levy". En *Las aventuras de la libertad*. España: Anagrama.
- (1988). "El sujeto y el poder". En Humberto D. y Paul R. *Michel Foucault: más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. España, Anagrama.
- Hernández Ramírez, M.E. (coord.) (2010). *Estudios sobre periodismo, marco de interpretación para el contexto mexicano*. México: Universidad de Guadalajara.

- Linz, J. (1975). "Totalitarian and authoritarian regimes". En Greenstein, F.I. y Polsby N.W. (comps.) *Handbook of political science*, Vol. III. California: Addison-Wesley.
- Lozano Rendón, J.C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Educación.
- (2001). "Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la presidencia". En *Revista de la facultad de comunicación de la Universidad de Navarra*, Vol. XIV, núm. 1, junio, Pamplona, España.
- Morlino, L. (2005). *Democracias y democratizaciones*. España: Cepcom.
- O'Donnell, G.; Schmitter, P. y Whitehead, L. (comps.) (1986). *Transiciones desde un gobierno autoritario*. Barcelona: Paidós.
- O'Neil, P. (1998). *The Media and Political Transitions*. EU: Lynne Rienner.
- Orozco, R. (2010). "Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar las relaciones prensa- poder político". En Hernández Ramírez, M.E. (coord.) *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano*. México: Universidad de Guadalajara.
- Pardo, R. (coord.) (1997). *Comunicación política y transición democrática*. México: UAM-X.
- Riva Palacio, R. (1992). "Autocensura o libertad de empresa". En *Revista Mexicana de comunicación*, año 4, núm. 22.
- Riva Palacio, R. (1992). "Autocensura o libertad de empresa". En *Revista Mexicana de comunicación*, año 4, núm. 22.
- Sánchez Ruiz, E. (2005). "Los medios de comunicación masiva en México". En Bizberg, I. y Meyer, L. (coords.) *Una historia contemporánea de México*, Vol. 2. México: Editorial Océano.
- (2004). *Comunicación y democracia*, México: IFE.
- Santillán, J. (2006). "Poder y prensa en el estado de México" en *Revista Etcétera*, núm. 72. México. <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=3454>
- Schudson, M. (2005). "Autonomy from What? En *Bourdieu and the Journalistic Field*. EU: Polity Press.
- Secanella, P.M. (1983). *El periodismo político en México*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Shoemaker, P. y Reese, S. (1994) *La mediación del mensaje*. México: Diana.
- Trejo Delarbre, R. (2001). *Mediocracia sin mediaciones Prensa, televisión y elecciones*. México: Aguilar León y Cal editores.
- Thompson, J.B. (1998). "Transmisión cultural y comunicación de masas". En *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.