



Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa

Análisis del Discurso de Vicente Fox

T E S I S I N A
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN
C I E N C I A P O L Í T I C A
P R E S E N T A

HUGO MÁRQUEZ MÉNDEZ

MATRÍCULA: 97327101

ASESOR:
Dr. AQUILES CHIHU AMPARAN

LECTOR:
Dr. MARTÍN MORA LEDEZMA

Iztapalapa, Ciudad de México, Abril, 2005.

Agradecimientos.

**Hago un reconocimiento muy especial al
Dr. Aquiles Chihu Amparán por su colaboración
y todas las facilidades otorgadas para la realización
de esta tesina, ya que sin su ayuda hubiese sido
imposible la realización de esta. Gracias**

**A mi mama y a mi papa que siempre me apoyaron
para todo y en todo en verdad muchas gracias.**

Para mi abuelita Socorro

INDICE

Introducción	4
Biografía	5
Capitulo I Discurso de Campaña	7
Capitulo II Análisis del Discurso del Primer Informe de Gobierno	10
Capitulo III Análisis del Discurso del Segundo Informe de Gobierno	30
Capitulo IV Análisis del Discurso del Tercer y Cuarto Informe de Gobierno	37
4.1 Análisis del cuarto informe de Gobierno	49
Capitulo V El Marketing Político de Vicente Fox	51
Cuadro I	52
5.1 Análisis del discurso de los Spots	80
Conclusiones	82
Bibliografía	86

INTRODUCCION

El discurso político se ha planteado actualmente en los diversos sectores del análisis académico, intelectual y del quehacer político, como uno de los objetos de estudio mas importantes ya que estos pueden determinar el comportamiento ciudadano como respuesta a ciertos tipos de “estímulos” como frases, palabras, imágenes, fotografías, dibujos, etc.

Diversos estudios acerca del discurso político han aportado diversas conclusiones e interpretaciones sobre lo que mueve al actor político a estructurar un discurso ya sea para influir, manipular, distorsionar, confundir, persuadir, convencer, animar, motivar y de ahí generar conclusiones acerca de la intención, ideología e interés implícito o explícito de diversos actores: líderes políticos, partidos políticos, estructuras de gobierno, entre otros.

El discurso político esta insertado en una dinámica social que continuamente lo transforma y adapta a nuevas circunstancias

Discurso es el conjunto de mensaje que circulan al interior y al exterior de la opinión pública y el discurso se encuentra compuesto por un componente lingüístico acompañado de un componente retórico

El lenguaje representa la principal materialización de la ideología en sentido amplio, por lo cual, cuando esta apoyado por el poder político y económico, funciona no solo como instrumento con fines cognitivos o políticos particulares, sino como creador y sostén de maneras de pensar, hablar y actuar; es decir formas de vida y visiones del mundo.

El análisis del discurso permite descubrir los valores y las representaciones de la realidad, por ello es muy importante poner atención a las declaraciones que los gobernantes realizan, analizarlas, profundizar en sus significaciones, y encontrar lo que las palabras encierran.

No existen definiciones concluyentes y generalizables, porque el discurso político esta insertado en una dinámica social que continuamente lo transforma y adapta a nuevas circunstancias; todo esto se relacionara directamente con una actividad básica en un sistema democrático en este caso el discurso de Vicente Fox.

El concepto de palabra análisis será “cambio” y las diversas interpretaciones que existen se relacionaran directamente con su discurso en campaña electoral y después en los discursos después de ser elegido como presidente, esto tanto en los discursos que da así como en los informes presidenciales.

Biografía

Vicente Fox Quesada nació en la ciudad de México el 2 de julio de 1942. Es el segundo de nueve hermanos, sus padres son José Luis Fox, de oficio agricultor, y Mercedes Quesada. Desde pequeño lo llevaron a vivir al Rancho San Cristóbal, en el Estado de Guanajuato. Tiene cuatro hijos: Ana Cristina, Vicente, Paulina y Rodrigo, todos ellos adoptados.

Estudio Administración de empresas en la Universidad Iberoamericana y curso el Diplomado de Alta Gerencia impartido por profesores de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard en Boston, Massachussets en los Estados Unidos de Norteamérica.

Entro a trabajar al Grupo Coca Cola, donde se inicio como supervisor de ruta, para más tarde ocupar el puesto de presidente de la compañía para México y América Latina. En Guanajuato, Vicente Fox participo como empresario, político y en lo educativo y social. Se ha desempeñado como Consejero de la Cámara México-Americana de Comercio, A.C. y como Director del Grupo Fox, empresas dedicadas a los ramos ganadero, agroindustria y fabricación de calzado.

Se afilio al Partido Acción Nacional (PAN) en la década de los ochentas, motivado por Manuel J. Clouthier. En 1988 fue electo diputado federal por el Tercer Distrito de León, también escribió en periódicos nacionales y estatales.

En 1991 contendió en las elecciones para gobernador del estado de Guanajuato, en las que el candidato del Partido Revolucionario Institucional, fue declarado vencedor, pero el Congreso del Estado nombró como gobernador interino a Carlos Medina Plascencia del Partido Acción Nacional. Nuevamente, en 1995 participa en la elección extraordinaria para gobernador y resulta electo por un mayoría significativa.

Vicente Fox fue electo candidato de la Alianza por el Cambio, para las elecciones presidenciales del año 2000

Vicente Fox gano las elecciones el 2 de julio y se convierte en el primer candidato de un partido de oposición que llega a la presidencia de la Republica.

Vicente Fox se casa con la Señora Marta Sahún Jiménez el 2 de julio del 2001

CAPITULO I Discurso de Campaña

En el marco de la campaña presidencial del año 2000, la palabra “cambio”, fue la campaña y la alianza que lo llevo al triunfo del actual presidente de la Republica, la que se apodero del concepto, le dio un sentido, la rodeo de futuras acciones y la mostró como su carta de presentación ante la ciudadanía en general y los votantes en particular. La palabra cambio, por si sola, lleno el lenguaje del discurso político. La palabra también fue visualizada a través de slogan de campaña, carteles, colores, frases que la tenían como eje discursivo y el nivel propositivo del termino no daba pie a malas interpretaciones, regresiones y mucho menos burlas por parte de quienes la escuchaban y pronunciaban. La palabra cambio, en el marco de la campaña del año dos mil fue monopolizada y encarnada a través de una alianza de dos partidos y un candidato presidencial que la irradió a todas las demás candidaturas que se construyeron a lo largo y ancho de la Republica Mexicana.

Para entender un poco mejor la importancia y el manejo del discurso, hay que tomar en cuenta sus condiciones de emisión y sus condiciones de recepción, en este sentido, desde el punto de vista de las condiciones sociales, culturales, económicos y por supuesto políticas del momento.

Toda campaña política, por definición está llena del discurso político, que se convierte en el arma principal de quien la utiliza. Sin embargo, no todas las palabras toman la importancia y trascendencia en el discurso.

En el marco de la campaña electoral del año dos mil, ni el PRI y su candidato, ni la alianza de partidos de izquierda y su candidato podían hacer suya la palabra cambio.

Para el primero, la palabra en si resultaba antitesis de lo que 71 años de gobierno habían realizado, entonces la palabra cambio para alguien que no había cambiado se entendía como algo sin sentido, y el segundo no podía ofrecer una oferta de cambio si él como el sujeto principal del discurso llevaba tres intentos por buscar la Presidencia de la Republica.

El cambio no se materializaba en indicadores externos, sino la repetición multisexual de las mismas siglas, de los mismos gobernantes pero en otros personajes, del mismo discurso, así que quien no tuviera una relación con estas interpretaciones del lenguaje seria quien pudiera apropiarse del concepto y venderlo en el marco de una campaña político-electoral.

El cambio se convirtió en un estandarte y en una esperanza, en una ilusión y en una meta, y bajo esta lógica de uso, los resultados electorales una consecuencia, junto con otros factores, impulsaron la llegada al poder de un partido y un candidato diferentes.

Las campañas terminan y comienzan los gobiernos, con las transformaciones subsecuentes en las relaciones que todo sujeto político establece. La opinión publica toma otra distancia con quien eligió y en el caso mexicano, la promesa de campaña se comienza a convertir poco a poco en un reclamo que conforme pasa el tiempo subirá el tono sino se cumple.

El discurso político se transforma y el político en campaña sufre un cambio al político en el gobierno y aquí, como en todo sistema democrático, no fue la excepción. No todo lo que sucede en torno a un ejercicio de gobierno puede reducirse al lenguaje expresado en el discurso político y simplificar así de tal manera la realidad nacional y todo lo que se concibió como promesa es entendido como algo a cumplirse.

El normal ejercicio de desgaste que todo líder político tiene al ejercer el gobierno, en el contexto de esta palabra a analizar llamo la atención como el “cambio” comenzó a ser criticado, despedazado, y a convertirse ya no en una afirmación, sino en un reclamo.

De pronto la palabra comenzó a ser desplazada e incluso olvidada por quienes la enarbolaron porque empezó a perder su sentido y su validez en un nuevo contexto nacional y la fuerza que la soportaba y rodeaba ya no tenía los mismos matices que antes: el cambio comenzó a salir del diccionario y del discurso político gubernamental y partidista a medida en que el tiempo avanzaba.

Capítulo II Análisis del discurso del Primer informe de Gobierno

Del primer discurso en San Lázaro, positivamente habría que rescatar la idea de que la gobernabilidad en México no podría ser "votada" en tanto que los asientos en el Congreso de Acción Nacional y su entonces aliado, el Partido Verde Ecologista de México, no alcanzaban a hacer mayoría, y por tanto debía ser un ejercicio fruto de pactos y acuerdos: "el Presidente propone y el Congreso dispone", fue la fórmula por la que optó Vicente Fox para comprometerse con un método de la política que, no obstante, no llegaría a ser practicado.

Sin duda, del discurso de investidura la definición más arriesgada desde varios puntos de vista fue la disposición del presidente de aceptar las tres condiciones del EZLN para volver a la mesa de negociaciones.

Un muy genérico llamado a reformar la Constitución fue hecho por el titular del Ejecutivo el 5 de febrero de 2001. En ese discurso, el presidente lanzó una convocatoria a una reforma profunda, pero sin brújula, de la Carta Fundamental; sin embargo a los pocos días el Secretario de Gobernación aclaró que el marco constitucional vigente era adecuado en sus trazos gruesos para la consolidación de la democracia y la construcción del Estado de derecho. Después del llamado presidencial, se realizaron foros de consulta que no tuvieron mayor trascendencia, quizá en buena medida por la falta de claridad en el Ejecutivo y en su partido de hacia a dónde se dirigían en la materia. Se trató de una apuesta tan amplia como insustancial, pues la reforma del Estado no ha llegado a ser uno de los pilares de la acción gubernamental.

La marcha zapatista. Quizá la marcha del EZLN fue el detonador del primer fracaso del presidente, de un fracaso no circunscrito a la incapacidad para resolver la difícil y anormal situación que se vive en la zona de conflicto y en una perspectiva más general sobre la cuestión indígena, sino sobre todo porque en términos de la fortaleza gubernamental marcó un distanciamiento entre el Presidente y su partido que no ha sido resuelto.

A partir de que el presidente aceptara las condiciones del EZLN y se hacían los preparativos para la marcha al Distrito Federal, desde el gobierno se transmitía el convencimiento de que un encuentro entre Fox y Marcos terminaría siendo inevitable: el carisma de Fox y el carisma de Marcos ejerciendo atracción mutua. Sin embargo, en el diagnóstico de los circuitos gubernamentales no cupo el razonamiento de que la lucha de Marcos no fue contra el PRI-gobierno, sino contra el Estado mexicano como se escribió claramente desde la primera declaración. Y de hecho, en el envite lanzado para desmarcarse de la política seguida por la administración anterior, Fox ponía en riesgo el capital que precisamente marcaba su peculiaridad como presidente: el haber derrotado en las urnas, al PRI, en una elección transparente con 38 millones de votos, reconocida por propios y extraños, dentro y fuera de México; por haber conseguido lo que en 1994 unos creyeron que sólo podía ser hecho con el recurso de las armas y la violencia. Fox, así, "despreció" o no valoró su origen democrático, que era su principal acervo político frente a un Marcos que había resultado uno de los personajes más dañados por la llegada de la alternancia.

En lo que toca a la relación con el PAN, la decisión de enviar la iniciativa de reforma a la Constitución (la llamada Ley Indígena) que elaboró la COCOPA y no Acción Nacional fue sin duda fue una medida poco procesada con la dirigencia del partido y con los coordinadores de las fracciones parlamentarias.

Las visiones encontradas entre Felipe Calderón y los operadores políticos del presidente en lo que hace al uso de la tribuna de la Cámara de Diputados; y luego la descalificación de la Comisionada para Asuntos Indígenas, Xochitl Gálvez y del propio Fox a los retoques que Senadores de los tres principales partidos y Diputados de dos (PAN y PRI) hicieron a la iniciativa, terminaron por configurar un escenario donde el Congreso resultara más exigido por el Ejecutivo que el propio Marcos y el EZLN, quienes decidieron retirarse de una mesa de negociación a la que bien a bien no llegaron a sentarse en ningún momento.

Se evidenciaron síntomas de un problema adicional, esta vez al interior del propio Poder Ejecutivo: la falta de coordinación, de claridad, de traslape de funciones y de responsabilidades, por tanto de carencia de dirección, en el equipo del Presidente. Desde el Comisionado Luis H. Alvarez, hasta el director del INI, pasando por Gobernación, por la Coordinación de Seguridad, Relaciones Exteriores y la Comisionada para Asuntos Indígenas, cada quién atendió su juego durante la llamada caravana por la dignidad.

La reforma fiscal. La necesidad de impulsar una reforma fiscal amplia se había colocado ya en la agenda y en las plataformas electorales de todos los partidos políticos, por lo que su necesidad era un consenso en apariencia extendido. En efecto, pocos esfuerzos de crecimiento ordenado y de consolidación del mercado interno, así como de extensión de bienes públicos básicos para comenzar a revertir la pésima distribución de la riqueza, pueden tener cabida con un sistema fiscal como el nuestro.

En ese diagnóstico convergían las distintas fuerzas políticas e incluso siempre se habló de una reforma que fortaleciera los ingresos, a través de aumentar la base de recaudación, de mantener y extender el carácter progresivo del sistema, y de definir también con claridad los rubros del gasto. Así, al abarcar tanto la parte de ingresos como de destino del gasto, se le llamaba "reforma fiscal integral".

En abril, tuvo lugar la presentación de la iniciativa de reforma fiscal por parte del Ejecutivo. Sin embargo, rompió parte de los acuerdos aparentes en cuanto al tipo de las medidas a seguir, y con ello comenzó el desgaste del consenso manifiesto en favor de la reforma misma. Las características generales de la propuesta del Ejecutivo son bien conocidas: extensión del Impuesto al Valor Agregado a alimentos y medicamentos; recorte del porcentaje de contribución en el Impuesto Sobre la Renta de la personas enmarcadas en el último tramo de ingresos. Era una propuesta con un sesgo regresivo al impactar más a la población con menores ingresos. La primera oleada de disconformidad con la propuesta dio lugar a la presentación del Ejecutivo de una serie de medidas de corte compensatorio para aquellos sectores de la población que relativamente se verían más afectados por el incremento de precios en los productos de su consumo básico.

Pero más allá del discutido y discutible contenido del plan recaudador del presidente, un elemento que dinamitó su viabilidad fue, una vez más, la falta de tacto hacia el Congreso y los partidos, a la incapacidad e incluso falta de disposición del equipo de Hacienda para presentar la iniciativa a sus interlocutores antes que a la opinión pública; para tejer una base mínimamente consensada con los responsables de la aprobación de las medidas, en este caso los partidos y sus legisladores.

Hacia la mitad de ese año, era ya evidente que la reforma fiscal carecía de consenso básicos y que sería postergada, por lo menos, hacia noviembre.

No hubo milagros en economía y fue evidente que la pretensión de crecer al 7 por ciento fue sólo eso. Desde que Fox asumió la presidencia no apareció en el horizonte algún dato objetivo que pudiera señalar que el 2001 sería un mejor año para la economía que los inmediatos anteriores o al menos parecido en cuanto a expansión del Producto Interno Bruto. Lo que sí se presenció, fue el empeño del presidente, y durante un tiempo de sus colaboradores cercanos en el área económica, en señalar que sería posible alcanzar una tasa de crecimiento en torno a los cinco puntos.

Por el contrario, desde el año 2000 era evidente que el ciclo alcista de la economía norteamericana estaba llegando a su fin. Pero esas señales no las vio o no las quiso ver el jefe del Ejecutivo mexicano aun cuando en los últimos años se ha acentuado la dependencia de la economía mexicana hacia Estados Unidos (en julio las exportaciones habían caído en un 4.4 por ciento frente al mismo mes del 2000).

No es de extrañar que la pérdida de empleos formales se haya localizado fundamentalmente en la franja fronteriza, así como en el Distrito Federal y Jalisco. Un fenómeno que suele producirse durante las recesiones es que el desempleo relativo crezca más rápidamente en aquellas regiones, en nuestro caso estados, con mayor empleo formal y una estructura económica más consolidada, pues finalmente son las que tienen una mayor sensibilidad ante cambios en el ciclo económico. Sin embargo, este tipo de zonas, también registran una recuperación del empleo mayor cuando retorna el crecimiento. Así, era obvio que se perdería empleo, además en las ciudades donde se localiza la mayor actividad exportadora, pero no se tomó medida alguna en este sentido ante la inminencia de la época de crisis que, por otro lado, se negaba.

En este tema, el enfrentamiento y la falta de acuerdo incluso en las previsiones de evolución de los principales indicadores de la economía entre el Ejecutivo y los responsables del Banco de México demostraron la pertinencia de haber definido y separado atributos y ámbitos de actuación en materia de conducción económica.

La tendencia económica hacia un aumento del desempleo y una caída de la actividad en general se agudizó con la aceleración de la propia recesión estadounidense ante los eventos del 11 de septiembre. Tales hechos vinieron a resquebrajar el flanco exterior de la política de Fox, quizá en un momento el más exitoso de su gobierno, y sobre todo evidenciaron la distancia entre el debate de la clase política y de los circuitos gubernamentales con los "temas duros" de la época mundial.

El gobierno definió como uno de sus objetivos prioritarios dentro de la política fiscal la reducción del déficit público, por lo cual asumió la austeridad en el gasto ante elementos como: escasa recuperación de la actividad económica, la adopción de una política procíclica —a una reducción del gasto privado le corresponde una reducción del gasto público con lo cual se espera no empeorar las cifras macroeconómicas en contextos de desaceleración o recesión— y ante la posposición de la reforma fiscal. Así, programó en su paquete económico un crecimiento del PIB de 1.7 por ciento, y una reducción real del gasto programable de un uno por ciento; 9,848 millones de pesos. La iniciativa gubernamental reflejaba con claridad las deficiencias estructurales de las finanzas públicas nacionales: una carga tributaria del 11.86 por ciento del PIB y una gran dependencia de los ingresos petroleros, cuyo aporte se estimó en 33.6 por ciento del total.

Por otra parte, la iniciativa mostraba una reducción de los recursos a las funciones social y productiva del sector público (el gasto en desarrollo social bajaba en 3.38 por ciento en términos reales, en buena medida por la reducción de 13 mil millones de pesos en salud y 3,700 en educación; caía en casi 3 mil millones el gasto para desarrollo agropecuario y en mil 300 el correspondiente a comunicaciones y transportes; se eliminaba el Programa de Apoyo para el Fortalecimiento de las Entidades Federativas que el año previo había sido de 13 mil 500 millones de pesos); lo cual fue leído como una propuesta cuyo diseño dejaba translucir presión sobre el Legislativo para que se aprobara la denominada "Nueva Hacienda Pública Distributiva".

Se aprobó: a) En la legislación tributaria: ISR, que se considera que aportará el 65 por ciento de los nuevos ingresos. Consiste en la acumulación de ingresos para el cálculo de la base del impuesto, el impuesto del 3 por ciento de la nómina como sustituto al crédito del salario, la no deducibilidad del pago de impuesto de las utilidades distribuidas a los trabajadores, el impuesto a las transacciones bursátiles y las modificaciones al régimen de consolidación fiscal. Estos cambios recogen parte de los que propuso el Ejecutivo en su iniciativa de abril: reducción de la tasa vigente, disminución de los tramos de tarifa para personas físicas, exención de impuestos para personas con ingresos de hasta 50 mil pesos al año, deducción inmediata de la inversión cuando se realice fuera de las tres principales ciudades, etc. La idea es, en general, estimular la inversión y combatir la evasión y la elusión de impuestos.

Impuestos Especiales Sobre Producción y Servicios (IESPS): se estima que aportarán el 23% de los ingresos adicionales. Incremento de impuestos a bebidas alcohólicas, cigarros, refrescos elaborados con edulcorante y telecomunicaciones.

Las dos primeras se utilizan más como medidas de persuasión al consumo (y depende de la elasticidad de la demanda si el incremento en precio recae sobre los productores o sobre los consumidores); la segunda es una medida de apoyo a la industria azucarera. Otra es el impuesto a telecomunicaciones por sus posibles efectos sobre la actividad, pues desestimulan la producción. Aún así, hay que considerar que el consumo telefónico es claramente progresivo en términos relativos, como lo es entonces su impuesto.

Derechos: a pesar de las modificaciones baja su aportación por la reducción en la estimación del precio del petróleo (de 17 dólares el barril a 15.5) y de la plataforma de exportación (1,725 miles de barriles diarios en vez de 1,825), lo cual implica una disminución en ingresos de 20 mil millones de pesos.

Se crearon los impuestos a la venta de bienes y servicios suntuarios: que se esperaba que contribuya con el 12 por ciento de los ingresos adicionales que se van a recaudar. Por supuesto, aquí hubo errores en la definición de lo que se considera bienes y servicios de lujo.

b) Ley de ingresos: los ingresos presupuestarios tuvieron un incremento neto de 52 mil 680 millones de pesos.

Un incremento de impuestos de 73 mil 009 millones de pesos. En la estructura de ingresos adicionales es predominante el peso del ISR y el IVA se queda sin modificación, lo cual produce un esquema inverso al que se había considerado en la iniciativa del Ejecutivo.

23 millones menos se deben a la disminución por derechos de extracción de petróleo, derechos extraordinarios por la misma extracción y derechos adicionales.

c) Presupuesto de egresos: el presupuesto fue de 81 mil millones mayor respecto a lo originalmente asignado. Combina la ampliación de 52 mil 680 millones más de ingresos tributarios y una reducción de gasto asignado de partidas en el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación por un monto de 28 mil 550 millones de pesos.

86 por ciento del recorte descansó en el Poder Judicial, las previsiones salariales y económicas, la deuda pública, el IMSS, la CFE y PEMEX.

Crece: 36 mil millones para estados y municipios; 16 por ciento de ingresos adicionales en el sector salud; 14% más a agricultura, ganadería, desarrollo rural y comunicaciones y transportes; 13.6% al sector educativo y 4.2% a desarrollo social.

Así: gasto neto total de 4.1% en lugar de 0.3 %; gasto programable crece en 3.7 % real en vez de decrecer en un punto. La presión fiscal es del 13.04 % del PIB.

Queda claro que: a) hay un diseño institucional, en lo que hace al método y los plazos —de presentación, de análisis y de aprobación—, insuficiente y rebasado para que se procesen bien estos asuntos;

b) la relación previa entre presidente y grupo parlamentario no se cumple en la nueva etapa; (hay quien propone por un lado implementar mecanismos de "reconducción presupuestaria" y/o modificar los tiempos para que la reconducción no favorezca al Ejecutivo y debilite al Legislativo. Ver cómo se introducen desde el principio al Congreso y a las entidades en la elaboración de la propuesta; se trata de inyectar transparencia, participación e información. Modificar periodos de sesiones o las fechas para la presentación de las iniciativas presidenciales.

c) no hay una línea única al interior de los grupos parlamentarios de los mismos partidos

d) los equipos de gobernación y hacienda despreciaron o quisieron ignorar la aritmética del Congreso. No se entendió que la gobernabilidad tenía que ser pactada, en tanto no sería votada. Es una reforma que a pesar de sus virtudes generales, sirvió para distanciar a Vicente Fox de sus núcleos naturales de apoyo.

e) Hubo una sobre reacción contra la reforma, por parte de los medios de comunicación y los empresarios. Criticaron los impuestos en sí, sobre todo lo suntuario, y al Congreso y a los partidos en su conjunto.

f) Al final, se diluyó el consenso aparente en torno a la necesidad de llevar a cabo una profunda reforma fiscal.

El caso Pemex-PRI. Este episodio pone de manifiesto un esquema de filtración-golpeo como modo de hacer política que por un lado desvirtúa sin pruebas contundentes hasta la fecha el proceso electoral del 2000, gravita sobre la sucesión interna del PRI, encona la relación del Ejecutivo con el principal partido de oposición y produce nuevas grietas en la cohesión de la administración.

Pero, encima de todo, golpea nuevamente los mecanismos y los instrumentos institucionales, los que son propios de la legalidad, para enfrentar los eventuales casos de corrupción, pues incluso aquello que parece estar más documentado (la entrega de una suma enorme de recursos desde la empresa paraestatal al sindicato de la misma) al final parece como "pecata minuta" si no implica que los recursos fueron a dar a la campaña del PRI (por cierto que sólo una parte de las transferencias fue antes de julio y la otra en octubre cuando ya no había campaña).

Por otra parte, alrededor de este asunto se mostró una vez más la falta de prudencia que quizá es una de las características generalizadas que aqueja el grueso de los actores políticos: por un lado la filtración y la receptividad en la prensa; el juicio por descontado en buena parte de la opinión publicada y de los demás partidos.

En el Ejecutivo no está de más decirlo, hay un severo problema de planeación, de definición de equipo, de estrategias, de prioridades y de quehacer político. Hubo una sobredosis de política basada en los medios (de un presidente que se sentía más a sus anchas siendo candidato) y en una idea patronal-caciquil del control del gobierno y de conducción del Estado. Su agenda ha sido "in-mediática".

Han propuesto revisar los mecanismos que permiten reflejar la pluralidad en el Congreso. Con tal de tener la mayoría, habría que estar atentos a que no se respeten las bases de funcionamiento del Estado democrático.

Los Partidos políticos en común tienen la incapacidad de transparentar los intereses que representan, quizá porque hay un problema en el diagnóstico mismo de los propios partidos.

Hay el riesgo de que se constituyan como unas burocracias con pocos puentes de contacto con la ciudadanía. Y en común parecen ser maquinarias sin proyecto propio de y para el país.

Para Acción Nacional es natural que tenga que haber un cambio ante la poco productiva relación que el partido ha tejido con Fox. Su situación frente al Ejecutivo es menos clara que la que el PRI en su momento mantuvo con Zedillo, pero incluso sin la disciplina que finalmente en el otro escenario sí se imponía.

El PRD en su intento de medrar a partir de las maldades ajenas; siempre irse tras el escándalo, el escarnio y la denuncia fácil. El caso del municipio donde se ubicará el nuevo aeropuerto es un nuevo episodio donde el partido puede ser desbordado, como le sucedió en la UNAM con el alza de cuotas. No es la izquierda que se necesita, no es una izquierda comprometida con la construcción del Estado de derecho, ni con un fortalecimiento institucional y tampoco con una visión de qué debería cambiar en materia económica para comenzar a revertir la vergonzosa distribución de la riqueza. En la negociación para sacar adelante los presupuestos y los ingresos fiscales, el PRD a pesar de no ser un interlocutor fiable ni imprescindible, acabó siendo más aliado del Ejecutivo (que no del PAN) ante la incapacidad del equipo de hacienda de establecer una relación positiva con el PRI.

El PRI ha sido la fuerza electoral más constante después de las elecciones del 2000. En ningún caso se ha relegado como tercera opción. Quizá valga llamar la atención sobre el hecho de que en su renovación interna puede ganar un candidato que es enemigo jurado del Secretario de Gobernación

El diseño constitucional y legal del sistema de partidos en México, coincide en líneas generales con las concepciones tradicionales de la teoría política; Klaus Von Beyme, por ejemplo, atribuye a los partidos cuatro funciones: la búsqueda de objetivos a través de ideologías y programas, la articulación y agregación de intereses sociales, la movilización y socialización de los ciudadanos (sobre todo en ocasión de las elecciones) y el reclutamiento de elites y formación de gobiernos.

Las diferencias observables entre el dibujo trazado por el marco legal y la realidad cotidiana reflejan las inevitables distancias existentes entre las definiciones normativas y los comportamientos prácticos, entre el decir y hacer de unos dirigentes habitualmente inclinados hacia la sobreactuación retórica; al comparar los planos del edificio y el resultado de su construcción la mirada desconfiada de los ciudadanos puede concluir que los partidos distan de ser organizaciones representativas de la sociedad dedicadas a defender los intereses de sus electores, sino instituciones autónomas que protegen ante todo sus propios intereses.

Habría que asumir que en todo el mundo los partidos políticos, en el periodo posterior al nacimiento de las grandes formaciones de masas o confesionales, ya no reproducen el mapa de compartimientos propios de las sociedades escindidas según rígidas divisiones económicas, clasistas, ideológicas o religiosas. Por lo mismo, los partidos en la actualidad no pretenden incorporar espiritualmente a las masas sino conquistar votantes: sacrifican una penetración ideológica más profunda a una irradiación más amplia y a un éxito electoral más rápido. El marginamiento de los componentes doctrinarios, el fortalecimiento de los dirigentes, la desvalorización de los militantes, y el establecimiento de vinculaciones con grupos de presión son el modelo.

El marco general para esa visión de los partidos es la analogía o la metáfora de la democracia representativa —al estilo de Schumpeter— como un mercado político en el que elites rivales compiten entre sí por los votos.

Al mismo tiempo es oportuno reconocer que la existencia de los partidos ya no descansa, en ningún lugar, en las cuotas de los militantes y en su trabajo voluntario para hacer campaña electoral, y si hoy el financiamiento proviene en mayor medida de los recursos que les brinda el Estado y las intervenciones de los líderes en la televisión son el principal instrumento para la captación de votos.

Pero ni el enfriamiento ideológico de la vida política ni la relativa autonomía de los estados mayores de los partidos han logrado que la militancia, aunque debilitada, desaparezca por completo. Esto es, ningún partido renuncia a su clientela tradicional; la ideología continúa moviendo la voluntad de un significativo segmento de los afiliados; y como dice Bobbio la polarización izquierda/derecha no ha dejado de ser operativa; los militantes continúan siendo necesarios como propagandistas para maximizar la conquista de votos y como cantera de candidatos para integrar las candidaturas. Así, los partidos tratan de conciliar el estilo *catch-all* de los nuevos tiempos con pesadas organizaciones territoriales en cientos de ciudades, municipios y que implican gastos considerables en pago de locales, sueldos de personal y mantenimiento de sedes. Es decir, los partidos que en realidad aspiren por la representación y el poder, son y van a seguir siendo organizaciones masivas de ciudadanos.

Ahora bien, también conviene ser cauteloso en la confianza en las vías jurídicas como mecanismo para corregir y prevenir los abusos de los partidos y de asegurar su funcionamiento democrático, ya que el diseño y la aprobación de esas normas recaen en los propios partidos políticos.

Empresarios. La calidad del empresariado mexicano y sobre todo la de sus cúpulas dirigentes quedó en evidencia a propósito de su reacción frente a la miscelánea fiscal.

Sindicatos: han brillado por su ausencia, no han sido parte del debate fiscal. En México, a diferencia de la España en transición o de la consolidación de las democracias en Europa occidental tras la posguerra, se carece de la estructura del sistema político dual, basado de un lado en la democracia de partidos y, de otro, en un pacto corporativo entre los grupos de interés dominantes: los sindicatos y la patronal.

Medios. no hace falta insistir mucho aquí en que los medios de comunicación jugaron un papel importante en la democratización del país. Primero la prensa escrita, luego la radio y finalmente la televisión, fueron sensibles y permeables a la pluralidad política real. Como en otras áreas de la vida pública, en los medios hemos pasado, en unos pocos años, de la unanimidad aparente y acartonada que reproducía una sola voz, un único diagnóstico del país, a vivir en un auténtico archipiélago de puntos de vista, donde se multiplican los análisis, las fuentes y, por supuesto, los protagonistas. Puede constatarse que los medios hoy reflejan mejor la pluralidad. Es notorio que ellos mismos han cambiado para ofrecer una oferta variada, con diferentes contenidos y maneras de acercarse y abordar la política. Y en efecto, los medios de comunicación masiva influyen como nunca antes sobre la política.

Pero junto con ese reconocimiento, hay que señalar que desde el comportamiento realmente equilibrado y coadyuvante al buen desarrollo del proceso electoral, los medios, sobre todo los electrónicos, han premiado el escándalo, la filtración, son parte de esas prácticas, y han sido receptivos y reproductores de las campañas más enconadas contra los instrumentos de la democracia: los partidos, el parlamento y los políticos, sobre todo a raíz de la reforma fiscal.

Los medios están siendo parte de una perversa colusión de intereses: son los batallones mediáticos al servicio de grupos de poder que no requiere ser representativo (como lo es el poder de los propios medios), de intereses económicos.

Antes del 2 de julio sabíamos quienes estaban a favor de una elección limpia: el Presidente de la república, los partidos políticos, la prensa escrita y los medios de comunicación masiva, la ciudadanía en general, la Iglesia, las cámaras empresariales, los banqueros, el Ejército, la sociedad civil organizada y hasta núcleos cercanos al EZLN cuando éste declaro que permitiría el normal desarrollo de la jornada electoral, los inversores externos, la prensa mundial, los cuerpos diplomáticos acreditados en el país, etcétera. En suma, los poderes reales, los fácticos, la opinión pública y la publicada.

Hoy, a diferencia de aquel momento, no parece haber un consenso así de sólido alrededor de, al menos, un tema.

Y además de la carencia de un asunto articulador de consensos amplios, tampoco se observa un tema por el que el Ejecutivo apueste con energía (sea la reforma eléctrica, la hacendaria o la reforma del Estado) y articule su propia actuación.

En sexenios anteriores, la reforma al campo, la reforma sobre la vida de las iglesias, o el Tratado de Libre Comercio, en un caso; o el compromiso con la reforma electoral y la preocupación por evitar la crisis sexenal, fueron estrellas polares en distintos momentos de las administraciones previas. Hoy esas definiciones se echan de menos incluso para articular, para dar eje a la discusión.

Sí parece que hay una preocupación por la baja de popularidad del presidente y su capacidad para rearticular unos apoyos vastos que le permitan a Acción Nacional conseguir la mayoría absoluta en la elección del 2003. Pero es una apuesta tan ambiciosa como poco probable de ser conseguida.

Por ello, quizá, sea una estrategia recurrente golpear al Congreso y a los mecanismos que hacen posible la expresión de la pluralidad cuando en realidad las cosas que al gobierno le interesan no salen adelante porque no las trabaja teniendo en cuenta la aritmética del Congreso: los límites y exigencias que la ciudadanía estableció con sus votos.

Junto a esa incapacidad gubernamental, por supuesto, gravitan las deficiencias de los partidos políticos, de otros actores de la política —cúpulas empresariales, sindicatos e intelectualidad— y de los medios de comunicación.

El consenso básico en las democracias es el de tipo social: la aceptación generalizada de unas reglas de juego, incluso no escritas, unos comportamientos cívicos que sustentan la convivencia.

Pero lo más probable es que un caso grave de frustración induzca en los electores una desconfianza duradera hacia los resultados de la política".

Hay tres campos que merecen ser objeto de reformas urgentes orientadas a la consolidación de la democracia mexicana: el Estado, los partidos y la sociedad. Reformas para fortalecer áreas sensibles del funcionamiento de la democracia. Los acuerdos básicos deben ser lo más incluyentes posible para tener el carácter de áreas de consenso.

En el Estado. La agenda incompleta pero acotada del presidente Fox es esta:

- Mejorar las relaciones entre Ejecutivo y Legislativo. Contar con mecanismos claros para que la vida institucional no se detenga si no son aprobadas la Ley de Ingresos y del Presupuesto de Egresos de la Federación.
- Reelección de integrantes del Poder Legislativo para consolidar la carrera parlamentaria y la reelección de los miembros de ayuntamientos para aumentar la eficacia de la administración local.
- Unificar y coordinar las acciones de las policías y procuradurías en los niveles municipal, estatal y federal. Revisar la legislación para que el ministerio público, las policías y los jueces aseguren las garantías individuales.
- "Sistema de partidos sólido y competitivo, capaz de asimilar los crecientes niveles de participación ciudadana".
- Abrir la participación ciudadana a las decisiones cruciales del país: iniciativa popular y referendo.
- Revisar aspectos clave del derecho económico para permitir el desarrollo pleno de la economía.
- El dominio de la nación sobre los recursos naturales, el subsuelo y la generación de energía. Inversión privada complementando el esfuerzo público.
- Reforma laboral: combinar derechos sociales y de los trabajadores con productividad y eficiencia, superando el corporativismo, el clientelismo y la coacción sobre los trabajadores.
- Ley de acceso público a la información.
- Modernizar la estructura del sistema tributario mexicano.
- Redefinir la posición internacional de México.

Se trata de una agenda acotada frente a la pretensión de reformar al Estado modificando sin mayor guía la Constitución, pero insuficiente en tanto no se hace cargo de problemas como la definición de la propia estructura, atribuciones y límites del Poder Ejecutivo mismo, por ejemplo. Pero en todo caso, se antoja pertinente que el Ejecutivo sea quien lance una iniciativa específica de reforma del Estado.

Esto es, no se puede seguir esperando que los partidos y sus legisladores se pronuncien ante discursos sino ante proyectos bien delimitados. Y por supuesto, sería deseable que esa iniciativa fuese trabajada previamente con los propios partidos.

En los partidos, tras el 2 de julio de 2000 y la constatación para propios y extraños de que el expediente electoral estaba resuelto en lo sustancial, los cambios necesarios en la materia eran más bien accesorios, que no tenían que ver con los pilares de la ley y las instituciones electorales, y también que entre más relegado estuviera el tema de la reforma electoral en la agenda de las prioridades políticas, más madura podía ser nuestra democracia. En suma, que por primera vez no había una necesidad evidente de tener el expediente electoral abierto sobre la mesa, y que en cambio había la posibilidad, ahora sí, de discutir otros asuntos sistemáticamente pospuestos y de abordarlos en código democrático.

A la luz de las campañas contra los partidos y sus prerrogativas, y a la vista de los evidentes abusos que han venido representando sobre todo los partidos más nuevos y de menor presencia, esos retoques mínimos a la ley electoral son incluso urgentes. Se trata de un flanco débil a partir del cual se desatan andanadas contra el sistema de partidos en su conjunto. Esto es, en vez de diferenciar las virtudes del modelo general de financiamiento público de los abusos localizados, se cuestiona todo el sistema.

Sin duda, se pueden reducir las partidas de financiamiento a los partidos sin que eso signifique trastocar los principios de equidad, preeminencia del dinero público y suficiencia, a través de recortar las campañas electorales; resulta oportuno avanzar en el tema de las precampañas y de los instrumentos de la fiscalización, y también de todo lo necesario para la eliminación de los mecanismos a partir de los cuales es posible mantener partidos sin que éstos se ven obligados a acreditar un umbral mínimo de avance.

En la sociedad. En especial sobre los medios de comunicación. Los medios consiguieron transitar de la unanimidad a la reproducción de la pluralidad, por lo que su agenda futura tiene que ver con la consolidación del profesionalismo, asegurando la objetividad y la calidad del análisis. No hay un contexto de exigencia permanente para los medios.

Capítulo III Análisis del discurso del Segundo Informe de Gobierno

Para el Segundo Informe, se reconoció la estabilidad económica en los últimos años y el alejamiento del fantasma de la crisis. Así mismo, explica que las cifras de Fox fueron duras. No obstante, debido al contexto internacional, la estabilidad no es sólida. Existe la necesidad de crear una serie de acuerdos entre los poderes que impliquen una corresponsabilidad entre el Ejecutivo y el Legislativo para aclarar el rumbo económico que México debe tomar, propuso Aguilar.

También se señaló que en materia de política internacional el presidente siguió con el discurso que le ha vendido a los mexicanos: "una nueva política exterior independiente y dinámica." No obstante, este es el sector donde la administración foxista ha fallado más. En el afán por tener una política exterior independiente, se ha caído en la indecisión. Se puede afirmar que la administración foxista tiene una actitud servil, poco crítica y poco independiente hacia EEUU.

Se habló del comportamiento que se dio con respecto al informe. Consideró positiva la modificación de la cultura política mexicana "cada vez es menos el día del presidente", . Además, hizo referencia a la existencia de un nivel más elevado de análisis en los medios. No obstante, se criticó la poca difusión que se le dio en los medios a las razones perredistas para abandonar el acto. También se juzgó la cultura política de la crítica fácil, sin conocer la legislación, practicada por ciertos medios. Para finalizar, se reconoció la importancia de que durante los dos años de la administración foxista no ha existido intervención gubernamental en los medios de comunicación.

No es de sorprenderse que el informe no cumplió con las expectativas, "éstas eran muy altas". la democracia en México todavía no se consolida y que si los actores políticos no llegan a acuerdos hay riesgo de inmovilidad en la toma de decisiones.

Se relacionó la gobernabilidad con la existencia de instituciones relativamente sólidas en México y con la debilidad del Estado de Derecho. En lo relativo a la Reforma del Estado, se mencionó que no se tocó profundamente en el informe y que éste es un tema impostergable, pues es necesario que las fuerzas políticas lleguen a acuerdos sobre la materia.

El cambio en la política social fue una de las pretensiones más fuertes de Fox, y se ha pasado del asistencialismo a una política social más responsable. La nueva política social se enfoca a: la pobreza alimentaria; el déficit de capacidades, es decir, limitaciones en salud y educación; el déficit de oportunidades y el favorecimiento a los sectores más desprotegidos para que se hagan de patrimonio. Para finalizar, se aludió al grave déficit tecnológico que existe en la formulación de la política social.

Por último, se habló sobre la necesidad de la negociación política y la mediación en la solución de conflictos, y sobre los problemas entre el Congreso y el Ejecutivo. En lo relativo a la Reforma Fiscal y a la Reforma Educativa se indicó que existe una grave falta de mediación con diversos sectores. En el futuro, el grupo que no negocie será castigado por la sociedad, resultando en una pérdida de votos. Con respecto a la gobernabilidad se señaló la necesidad de alianzas y la posibilidad de una entre el PRI y el PAN en el futuro.

El presidente Vicente Fox durante la segunda lectura del Informe de Gobierno, reconoció que durante su gestión no se han alcanzado los objetivos planteados, no obstante, destacó los logros en la economía nacional, e hizo un llamado para concertar acuerdos entre las fuerzas políticas con la finalidad de “darle una oportunidad” a la democracia.

El texto que leyó el presidente se puede dividir en tres partes. La primera, explicó, “sentenciosa”, llena de generalidades y frases con las que hace publicidad a su gestión. La segunda, repleta de “cifras y cifras” insatisfactorias. Detalló que en el campo, por ejemplo, Fox anunció un blindaje a las producciones, y que los salarios en el país adquirieron mayor poder adquisitivo, datos que apuntó, son falsos. La tercera parte del discurso, fue sólo de planteamientos retóricos.

Es criticable que el Ejecutivo haya presentado una reforma eléctrica a mediados de agosto, debido a que, en el Congreso ya se discuten dos iniciativas de ley de parte del PRI y el PRD, a las cuales se pudo haber sumado, toda vez que la que presentó Presidencia hace unos meses ya había sido descartada por los legisladores. la ceremonia se realizó tal y como la esperaba: “Cifras y un conjunto de frases para la publicidad”.

También es de preocuparse porque el presidente Vicente Fox dejó de hacer compromisos sobre sus metas de gobierno, y sólo expresó voluntad al diálogo entre los actores políticos, durante la lectura de su segundo Informe de Gobierno.

Es destacable que el presidente le apueste diálogo, debido a que demuestra que no pierde piso y que reconoce a México como un país plural, aunque en sus dos años de gestión no haya conseguido acuerdos. En el sector industrial el salario real sí se incrementó, a nivel nacional no es posible debido a que la economía se redujo, sus cifras más bien se tradujeron en dólares, pues sólo así se puede presentar un resultado positivo

estuvo incompleta la parte en la que Fox habló de la creación de empleos, pues si bien es cierto que a partir del 16 de enero se abrieron 250 mil plazas, también lo es que en su mandato durante el periodo que precede esta fecha se perdieron 500 mil, y que más que avances, se vive una recuperación.

También sostuvo que la actual administración federal recurre a alianzas corporativistas similares a las que sostenían los regímenes priístas, como se puede apreciar con Elba Esther Gordillo, del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, en materia educativa; o la laboral con Leonardo Rodríguez Alcaine, de la Confederación de Trabajadores de México. es preocupante que el presidente ya no se comprometa ante la nación, y que haya abandonado sus banderas de campaña de crecimiento económico anual de 7% y la creación de un millón 500 mil empleos durante el mismo periodo.

Es necesario plantear las coincidencias de las diferentes propuestas planteadas por las fuerzas políticas, y refirió que en el caso de la reforma eléctrica, las iniciativas del PRD, el PRI y el Ejecutivo coinciden en que es necesario dotar de autonomía a la Comisión Federal de Electricidad, la Comisión reguladora, y permitir el autoabastecimiento eléctrico y la cogeneración.

El Informe de Gobierno del presidente Vicente Fox fue autocrítico, debido a que en él reconoce que no se han cubierto de manera satisfactoria las metas que se planteó su administración, no obstante, añadió, se ha realizado un trabajo intenso por “el cambio”, lo cual sí se ha traducido en avances y cifras duras.

Fue sobresaliente la actitud tomada por los legisladores y el presidente durante esta ceremonia republicana, pues fue respetuosa y no lesiva al Congreso y la sociedad, como había ocurrido en los años precedentes.

El segundo Informe de Gobierno del presidente Vicente Fox no fue objetivo, y que en él no reconoce la realidad lacerante de México, en la que la economía decrece en los hogares del país.

En el campo se vive una situación boyante, toda vez que en la práctica el gobierno federal no defiende al agro de las prácticas desleales que se realizan en su contra por parte de productores de Estados Unidos, “lo deja a su suerte”, y que no reconoció que la crisis en San Salvador Atenco fue ejemplo de los fracasos de la administración de Fox.

La administración foxista ha tenido aspectos positivos, como la garantía a la no censura y el trabajo en materia de narcotráfico, con el cual se ha detenido a importantes capos.

En el Informe, Vicente Fox abundó sobre una misma idea dicha de diversas formas: “acuerdo, diálogo, cooperación y corresponsabilidad”, pero que poco se planteó acciones concretas sobre cómo alcanzar dichos consensos y rediseñar el orden institucional: “fue sólo un discurso lleno de buenas intenciones”.

El informe presidencial planteó la visión del “cambio” del gobierno federal, la cual se basa en tres ejes: “cambio con responsabilidad”, que implica mantener la paz, la gobernabilidad y estabilidad económica; la presentación de México como “un país en marcha”, que trabaja por mejorar en cuanto a infraestructura, salud, seguridad, lucha contra el narcotráfico, educación, vivienda y erradicación de la corrupción; y la visión a futuro, con la que se pretende poner a la nación “al día y la vanguardia”.

El discurso presidencial no fue “triumfalista” pero sí optimista, con una pequeña dosis de autocrítica, aunque poco preciso en cuanto cuáles son los lineamientos que determinan su acción en el ámbito político.

Ejemplificó que el gobierno dice que no recurrirá a la aplicación de la ley para reprimir movimientos sociales, sin embargo, no percibe que esta actitud puede devenir en anarquía social, toda vez que el gobierno no recurre a su derecho legítimo de aplicar las leyes: “cede ante los machetes”.

El presidente reconoce la importancia de recurrir a los acuerdos políticos, sin embargo, prefiere no aplicar la ley con el fin de no perder posiciones políticas.

Existe una desilusión generalizada por la lentitud del “cambio”, sobre todo en el aspecto económico, aunque explicó que esto se debe a que se apagaron los principales motores de la economía mundial, como la misma Organización de las Naciones Unidas ha reconocido.

Aún así, se han realizado importantes acciones y acuerdos, como mantener la economía estable y sin problemas de recesión como ocurrió en 1982, 87 y 95. Esto permite que el riesgo país vaya a la baja, al igual que la inflación y las tasas de interés, estas últimas sin precedentes.

Estas acciones aunque no han repercutido de manera notable en la población, sí ha permitido ahorrar 35 mil millones de pesos, que equivale al presupuesto de doce secretarías de Estado, a las cuales ya no es necesario destinarles recursos y, por lo tanto, asignar más presupuesto para políticas públicas.

Sobre la información que el gobierno federal publica en Internet y la Ley de Acceso a la Información, dijo que no hay uniformidad en las acciones, pues para las investigaciones en torno a las presuntas irregularidades en los gastos de campaña del presidente Vicente Fox, “Los Amigos de Fox”, o en la campaña del ex candidato priísta a la presidencia, Francisco Labastida, “Pemex *gate*”, las instituciones como el IFE tienen que regatear a la administración federal la información al respecto.

También habló de la integración de la sociedad para el diseño de las políticas públicas, y refirió los casos del aeropuerto en San Salvador Atenco, que se tuvo que suspenderse por no negociar con la gente afectada de la localidad además de no someter a consulta el uso de suelo; y la falta de consenso con las comunidades autóctonas del país respecto a la Ley Indígena.

Capítulo IV Análisis del discurso del tercer y cuarto Informe de gobierno

Por tercer año consecutivo, la administración del gobierno de Vicente Fox llega con magros resultados en lo referente al cumplimiento de sus obligaciones de respeto, protección y garantía de los derechos humanos. Tanto las acciones como las omisiones del gobierno federal en la materia constituyen serias preocupaciones respecto al devenir de los derechos fundamentales en nuestro país.

El gobierno de Fox ha marcado diferencias respecto de los anteriores en la forma de referirse al tema. Públicamente afirma que es uno de los más importantes de su gobierno. Pero la realidad de la problemática supera al discurso foxista y trasciende, por mucho, la acotada visión que permea sus acciones emprendidas. La impunidad persiste y el deterioro de las condiciones de vida de la mayoría de la población documenta la sistematicidad de las violaciones a sus derechos humanos.

Así como en los dos años anteriores, los resultados de este tercer período de gobierno confirman una tendencia esquizofrénica en cuanto a su “política” de derechos humanos. Por un lado hay mucha inversión para fortalecer una política exterior que ofrezca la imagen creíble en un gobierno que aparentemente se compromete con las problemáticas de derechos humanos; por otro lado hay acciones que podrían encaminar una política interior en el mismo sentido, pero que no se ve reflejada todavía en concretos ni se adhiere a lo que en las relaciones internacionales el gobierno mexicano apoya. Es decir, a tres años no existen políticas públicas que reflejen claramente esa supuesta voluntad política por fortalecer los derechos humanos.

Está en marcha lo que podría ser una de las claves elementales que definen el quehacer de esta administración en la agenda de los derechos humanos: la realización de un Plan Nacional de Derechos Humanos, a partir del Acuerdo de Cooperación Técnica con Naciones Unidas. Aunque el alcance y la garantía de efectividad que ese plan tenga está todavía por verse. Están los pocos resultados de otras iniciativas que ha implementado como prioritarias respecto a sus compromisos de gobierno, como la Fiscalía Especial para Movimientos Políticos y Sociales en el Pasado. Está también la continuidad de políticas como la militarización de los espacios civiles. Y está la orientación que les imprime tanto a aquellas políticas que debieran destinarse a satisfacer las necesidades de las personas que viven en situación de pobreza, desempleo, carencia de servicios de salud, como a las que desde la óptica económica definen el destino de este país y que obstaculizan de manera grave el acceso a los derechos humanos.

Esta administración no ha logrado combatir la impunidad en violaciones cometidas en administraciones anteriores y mucho menos en torno a las cometidas durante su administración. Tampoco ha logrado avanzar en la construcción de políticas públicas eficientes que garanticen el ejercicio de los derechos humanos y mejoren las condiciones de acceso a los civiles y políticos así como a los económicos, sociales, culturales y ambientales.

Es vigente también la falta de acceso a los derechos fundamentales que se originan en la pobreza y en la orientación de las políticas públicas que se desentienden de las obligaciones estatales para garantizar el ejercicio de los derechos humanos.

Desde el inicio de su administración, el presidente Vicente Fox ha hecho gala de un manejo publicitario sobre el tema de los derechos humanos. Esto ha sido interpretado como un signo de apertura y avance, sobre todo en el ámbito internacional. Su estrategia de política exterior basada en la constante utilización del discurso de los derechos humanos le ha servido para presentarse en foros internacionales como el jefe de un Gobierno preocupado por los derechos humanos y que actúa en consecuencia.

Es necesario reconocer los pasos positivos que se han concretado a partir de esta política, pero es igual de necesario el hacerlo al aporte que las organizaciones civiles de derechos han efectuado para realizarlos. Así también el apoyo al fortalecimiento o creación de nuevos mecanismos internacionales como el Protocolo Opcional para la Convención contra la Tortura, en el que México jugó un papel importante para su adopción, ya que es un hecho muy importante para el fortalecimiento de los sistemas de protección internacionales; o en el impulso a la Resolución sobre Terrorismo y Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos, en donde logró colocar la preeminencia de los derechos humanos en el combate al terrorismo.

Sin embargo, todavía falta lograr el ajuste entre las acciones emprendidas en la política exterior y su consecuente traslado a la política interna.

Las organizaciones civiles han insistido en que al discurso oficial lo debe acompañar la creación de condiciones para concretar las propuestas.

Apenas el año pasado la Secretaría de Gobernación (Segob) creó la Subsecretaría de Asuntos Jurídicos y Derechos Humanos y la Unidad para la Promoción y Defensa de los Derechos Humanos.

La mayoría de las secretarías que tienen responsabilidades con los derechos humanos están involucradas, a excepción de la Secretaría de Hacienda y Economía. Ambos sucesos se inscriben en un progresivo involucramiento de la instancia responsable de la política interna, pero todavía no hay resultados palpables en cuanto a que los derechos humanos se conviertan en política pública. La Secretaría de Gobernación aún no se ha manifestado como la principal instancia articuladora y responsable de que los derechos humanos sean columna vertebral de la política interna. Particularmente, por su forma de trabajo hasta ahora, no se vislumbra el grado de efectividad que ofrezca la Comisión de Política Gubernamental.

Sin embargo, la creación de estas instancias es un paso que puede convertirse en provechoso para la vigencia de los derechos humanos en el país, sólo si sus acciones ofrecen resultados precisos y cuya efectividad se manifieste de manera clara en la vida cotidiana de la población. Estos resultados están todavía por concretarse. No basta la intención, se requiere demostrar también la capacidad para implementar acciones de transformación estructural. Este es exactamente el punto nodal y es lo que no ha sucedido.

Lo anterior cobra una dimensión todavía más incierta. Las autoridades de este país tienen una proclividad manifiesta a delimitar erróneamente la definición y problemática que abarcan los derechos humanos.

Es decir, ubican a los derechos humanos dentro de un campo minúsculo y no asumen como obligaciones de Estado las directrices de respeto, protección y garantía que tiene respecto a cada uno/a y a cada grupo o sector social y a la sociedad toda como sujetos de derechos.

Así, tanto la conducta del Gobierno federal, los escasos resultados que se desprenden de sus acciones y su omisión al no reconocer como violaciones a los derechos humanos las que se cometen en el ámbito de los económicos, sociales, culturales, ambientales, colectivos, etcétera, confirman su visión muy estrecha sobre el campo de los derechos humanos, y que su voluntad política para concretar avances estructurales que fortalezcan la vigencia de todos los derechos humanos está puesta en cuestión. Es preocupante que la perspectiva sobre esta grave problemática se dé a partir de una visión utilitarista y superficial. Utilitarista porque hablar del compromiso con los derechos humanos le ha servido, sin duda, como tarjeta de presentación, sobre todo en los foros internacionales. Superficial, porque no toca en modo alguno las causas estructurales que devienen en violaciones a los derechos humanos. De mantenerse esta tendencia, las posibilidades de goce de los derechos humanos en el país seguirán reduciéndose progresivamente.

Dos aspectos fundamentales se añaden a estas observaciones. Por un lado, lo adverso que representa el que los avances no han logrado resultados concretos que resuelvan cuestiones más estructurales y que respondan a las necesidades de la sociedad para acceder a sus derechos. Por otro lado, es adverso también el enfoque y la comprensión de la problemática que el Ejecutivo federal tiene sobre los derechos humanos, dado que cualquier decisión política que se tome en el tema estará en riesgo, en el mejor de los casos, de ineficacia.

Analizadas de conjunto, las acciones realizadas hasta el momento, resultan en una suerte de fenómeno de “administración del conflicto”, que favorece la imagen del Ejecutivo en planos internacionales, sobre todo en los foros económicos.

Se hacen cosas para evitar que se diga que “no se hace nada”, pero tales acciones se construyen con visiones de corto alcance, no ofrecen propuestas de fondo y peor aún, no concretan resultados plausibles.

Este escenario, aunado a factores del momento político del país en donde es evidente la debilidad del poder Ejecutivo frente a los otros poderes, una clase política sin voluntad o sin una manifiesta preocupación por construir acuerdos políticos que devengan en la vigencia de un Estado que garantice todos los derechos humanos, la grave situación de estancamiento en la economía provocada precisamente por las políticas económicas que aminoran el disfrute de los derechos, entre otros, significan fuertes preocupaciones para los defensores y las defensoras de derechos humanos, porque en buena medida, de factores como estos depende el nivel de compromiso y eficacia que se pueda lograr en el problema que nos ocupa.

Con respecto a los logros efectivos que puedan cosecharse a partir de los procesos echados a andar, permea un ambiente de incertidumbre a mitad del sexenio.

Si la impunidad se comprueba en casos de gran difusión, por deducción, su predominio se constata en los casos más cotidianos. En éstos, la impunidad alcanza hasta un 95%

Y sucede porque el compromiso que hiciera el presidente Fox al inicio de su administración para llevar a cabo una reforma al sistema de justicia mexicano no se ha realizado.

A propósito del tema del Ejército mexicano, durante esta administración las autoridades han agregado la protección contra el terrorismo a las razones para incrementar la presencia militar en las fronteras mexicanas. Esta presencia ha traído consigo violaciones en contra de migrantes mexicanos y migrantes de otras nacionalidades.

Además, contrariamente a las recomendaciones en el sentido de que el gobierno mexicano deberá evitar la participación de efectivos militares en actividades de seguridad pública, la administración de Fox ha continuado las tendencias de administraciones anteriores al designar a miembros del Ejército en tareas que corresponden a autoridades civiles, como en el caso de la Policía Federal Preventiva (PFP). Lo anterior ha militarizado indirectamente la seguridad pública en muchas partes del país.

Por otro lado, en el ámbito federal se ha militarizado la procuración de justicia. Fue decisión del presidente Fox el que la Procuraduría General de la República esté a cargo de un General. Rafael Macedo de la Concha ostentó el cargo de procurador de Justicia Militar en varios casos.

El gobierno mexicano ha optado por no reconocer la situación que atraviesan algunos derechos humanos, sobre todo los relacionados con los económicos, culturales y de los pueblos.

Los graves datos recientes sobre el desempleo (baste recordar los datos que arrojó el INEGI en el mes de julio donde reporta una cifra de 162 mil personas sin empleo, el mayor nivel en los últimos cinco años, es decir, 5 mil 200 plazas perdidas por día; un millón 593 mil, el doble de lo reportado al inicio del sexenio, es decir, ochocientos mil desempleados más), la incapacidad cada vez mayor para garantizar el acceso a la educación -sobre todo media superior y superior-, la falta de servicios de salud y su tendencia a privatizar los servicios, el empobrecimiento de mayores sectores de la sociedad, la inequidad social y concentración de la riqueza son factores medulares para comprender fundamentalmente en dónde se encuentran las violaciones sistemáticas a los derechos humanos.

Ante la falta de empleo y educación, la respuesta gubernamental es ofrecernos “ánimos” para el autoempleo.

A quienes se encuentran en pobreza extrema se les ofrece una “ayuda” de alrededor de 5 pesos para que combatan la “pobreza alimentaria”, como eufemísticamente nombran las autoridades al hambre y desnutrición que padecen las personas y comunidades que viven en esta situación. La inviabilidad de cualquier opción de vida a la que decidimos aspirar porque simplemente “el Estado no puede sufragar”, nos obliga a renunciar al propio proyecto de vida.

Desafortunadamente, las políticas públicas que se han implementado durante la administración foxista en modo alguno reconocen como sujetos de derechos a la población destinataria de tales políticas; al contrario, únicamente reproducen el paternalismo en la línea asistencial y filantrópica. El de las políticas públicas es el ámbito más claro en donde se observa la esquizofrenia del gobierno federal en referencia a su política de los derechos humanos.

Las recientes manifestaciones que arrojan datos sobre la pobreza y pobreza extrema, el desempleo, los bajos salarios, la falta de acceso a la educación media superior y superior, el inaccesso a servicios de salud de calidad, a medicamentos, los datos de vivienda, etc., fuera del debate científico sobre la exactitud de las cifras, visualizan las condiciones en las que vive la mayoría de la población mexicana. Hemos asistido en este tercer año de gobierno, al aumento de la protesta pública de cada vez más sectores de la sociedad que demandan el ejercicio de sus derechos: estudiantes, enfermos de VIH-sida, desempleados, campesinos, pueblos indios, mujeres, ancianos, jubilados, etc.

El empobrecimiento de la sociedad es una realidad contrastante con los datos de la Secretaría de Desarrollo Social y no alientan mucho a considerar como positiva la información que recientemente publicara la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) sobre la disminución de los niveles de pobreza e indigencia en los últimos años.

La situación del campo y la de los pueblos indios constituyen dos problemáticas prioritarias y urgentes en la agenda nacional. Hoy por hoy ilustran las tendencias en la actuación del gobierno mexicano ante problemas que involucran derechos humanos económicos, sociales, culturales, colectivos y de los pueblos, además de que visualizan la diametral distancia que existe entre su discurso sobre la realización de los derechos humanos y su vigente inoperancia en la política pública.

El problema del campo ejemplifica claramente el enfoque del gobierno federal en su atención a los problemas de derechos humanos y de la agenda nacional: la incapacidad para mirar a los distintos grupos sociales como sujetos de derechos, más la errónea tendencia a que las políticas públicas se construyan en función del modelo económico y no en función del respeto a los derechos humanos, fueron factores que favorecieron que el gobierno de alternancia continuara con políticas agrícolas y agroalimentarias de devastación del campo mexicano y por ende, de pauperización de sus pobladores. La pobreza es pues, el factor nodal que limita las posibilidades que tienen los campesinos para acceder plenamente a sus derechos. En especial, las de aquellas personas que dependen de las labores agrícolas para su sobrevivencia.

Las demandas campesinas de acceso a la tierra, créditos, tecnología, medios para la comercialización, calidad y sanidad en los alimentos, salvaguarda de algunos productos de los tratados comerciales, etcétera, son vistas como simples demandas que el Estado puede o no atender según su voluntad y no como derechos humanos o condiciones indispensables para su realización.

El tema del campo se ha mantenido presente en el debate público. La entrada en vigor –el primero de enero pasado- de un nuevo capítulo agropecuario del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) que libera de gravamen la mayor parte de los productos alimenticios provenientes de Estados Unidos y Canadá fue un catalizador de la protesta campesina. Al comenzar el año, diferentes organizaciones campesinas se declararon en resistencia civil, pacífica y no violenta para “salvar” al campo mexicano del desastre en el que se encuentra sumido. Desde entonces, protagonizaron distintas acciones de protesta que, de cara a las elecciones, obligaron al gobierno federal a mantener el tema del campo dentro de una agenda y abrir una mesa de negociación, que derivó en la firma del Acuerdo Nacional por el Campo. Cabe mencionar que este documento no contó con el aval de muchas organizaciones campesinas importantes, que decidieron no firmar el acuerdo porque no contiene cambios sustantivos en las políticas agroalimentarias.

Preocupa que la mayor parte de los 281 puntos que componen el Acuerdo sean más bien deberes del Estado que no debieran depender de una “negociación” para ser cumplidos. Es decir, son obligaciones que se encuentran contempladas en nuestra Constitución, así como en convenios y tratados internacionales de derechos humanos que han sido signados por México.

Tal como ha sido mencionado por algunas organizaciones campesinas, el Acuerdo Nacional para el Campo es tan solo la primera etapa de una lucha que va mucho allá pues deja sin respuesta la mayor parte de sus demandas.

El gobierno federal ha mantenido la política de presencia militar en las comunidades zapatistas bajo distintos argumentos, y permanece la amenaza de desalojo a los pueblos ubicados en la reserva de Montes Azules, con la premisa de proteger la reserva ecológica, pero omitiendo referirse a la relación que esta área guarda con los intereses de atraviesan proyectos económicos como el Plan Puebla Panamá.

La creación de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (Conadepi), fue presentada por el presidente Vicente Fox como una acción que “reafirma el carácter multiétnico y pluricultural del país, dando cumplimiento puntual al compromiso de campaña que establecimos en junio del año 2000”. Esta simulación del gobierno federal presentada como la respuesta a las demandas de los pueblos indios no representa una transformación sustantiva de la relación Estado-pueblos indios, por el contrario, desde su origen reproduce la relación autoritaria y asistencialista que el Estado ha mantenido con ellos. Autoritaria porque intenta legitimarse con base en una consulta realizada en 2002, la cual desde entonces fue rechazada por los pueblos indios en virtud de que no tenía como base una reforma constitucional que recogiera los Acuerdos de San Andrés y porque no se realizó de forma culturalmente adecuada.

Asistencialista, porque la materia que regula es únicamente lo que la ley llama “desarrollo de los pueblos indígenas” y que en realidad son aspectos que el Estado tiene obligación de asegurarle a todos los mexicanos con o sin Comisión, es decir, no hay avances en la conformación de un Estado multicultural en el que el reconocimiento y el ejercicio de los derechos de los pueblos indios tengan posibilidades de hacerse realidad.

4.1 Análisis del cuarto informe de gobierno

Fox asegura que fue siempre conciente de las limitaciones de un sexenio para realizar grandes cambios. Pero en 2001 media el tiempo en meses. Fox rechazaba la idea de que su gobierno no conduciría al país a una verdadera transición democrática. Fox presumía de que el principal logro de su llegada al poder era la posibilidad de poner fin al autoritarismo. Con solo nueve meses en el poder, el presidente Fox aseguraba que uno de los principales logros de su gobierno era haber mantenido la gobernabilidad del país en la transición. Dice Fox: “la alternancia significo un cambio histórico en México, y al contrario de lo que muchos llegaron a pensar, no se desmorono el país, no hubo fugas de capitales ni devaluaciones, el gobierno mantuvo su marcha y lo que ha prevalecido es el dialogo, el cambio responsable y decidido y el Estado de derecho”.

La percepción ciudadana, entonces, ya no favorecía Vicente Fox mantenía una altísima popularidad, que en ese mismo año su caída libre. En Septiembre de 2001, Fox urgía a todas las fuerzas políticas a llegar a un acuerdo para la reforma del Estado que abriera paso a la solución de rezagos históricos del país.

Para el 2002 año en el que el presidente Vicente Fox Quesada invito al PRI a “gobernar juntos el cambio”, de la cancelación del proyecto para construir un nuevo aeropuerto en Texcoco; del controvertido beso presidencial al anillo papal, del Pemexgate y los Amigos de Fox. Del comes y te vas.

A su segundo informe, Vicente Fox lleo con la evidencia, cada vez más contundente, de que su gobierno carecía de habilidad política para resolver los conflictos.

Para el 2003 Vicente Fox llegaba a su tercer informe con las manos vacías, sin cumplir sus promesas de campaña, con el mayor índice de desempleo desde 1997, la tasa de migración mas alta de la historia, congeladas las relaciones con Estados Unidos y con una severa derrota electoral que incluyo la gubernatura de Nuevo León. Se perdió el efecto Fox y al mismo tiempo creció la figura de su esposa. 2003 fue el año de Marta Sahagun, de los libros sobre su figura y todo a su alrededor.

La influencia de Marta Sahagun no era broma, incluso reconoció que influía en las decisiones de su esposo y que, por supuesto, aprovecho la oportunidad para abrir puertas que de otra forma no se le abrirían.

Semanas después, en enero, uno de sus rivales, el Secretario de Relaciones Exteriores, Jorge Castañeda Gutman presento su renuncia. El presidente intento convencerlo de que se quedara.

En Julio, Fox reconoció que “la sucesión presidencial y estaba en marcha”, y enseguida dio permiso a sus colaboradores a participar en la contienda. Casi un año después Fox reprendió a su secretario de Energía, Felipe Calderon, por destapar sus aspiraciones presidenciales.

Capítulo V El Marketing Político de Vicente Fox

Todo personaje público que pretenda aspirar a algún cargo de elección popular, deberá someterse a la opinión pública, ante esta circunstancia una opción es desarrollar algún tipo de estrategia publicitaria para vender una imagen y de esta manera atraer el favor del votante. El marketing es “el conjunto de medios de que disponen las empresas para crear, mantener y desarrollar sus mercados, o, si se prefiere a su clientela.” Traspasemos esto al ámbito político, se trata pues, de definir los objetivos y programas políticos e influir en el comportamiento del ciudadano, sobre todo, al acercarse las elecciones, tratando siempre de manejar la imagen del candidato, es el uso de las relaciones públicas y comerciales para que se haga elegir éste u aquel otro candidato. Podemos explicar los medios del Marketing político con el siguiente cuadro:

Cuadro I

	Debates
Medios audiovisuales	
	Spots
	Personal
Marketing Político. Correo	
	Directo
	Propaganda.
Medios Impresos	
	Publicidad

Fueron alrededor de 320 millones de pesos los que se invirtieron en la campaña de Vicente Fox; dinero que se utilizó en todos los medios, especialmente en los electrónicos, como radio, televisión e Internet. Para la campaña no se escatimó canal, estrategia o público.

Parece ser que el producto político impactó muy bien: los resultados finales así lo demuestran; lo que todavía se discute es si el producto se vendió o si la gente ya lo había comprado, como reacción a un régimen político gastado y decepcionante.

Uno de los elementos más relevantes de la campaña fue el uso del lenguaje coloquial, el cual creó la representación de un candidato accesible a todos los públicos: si eran empresarios, Fox cambiaba su coloquialidad por el uso de un código técnico especializado; si se trataba de mujeres, el discurso se llenaba de adjetivos femeninos para transmitir un mensaje de equidad; si el público era campesino, los giros rurales permeaban los discursos; Vicente Fox mostró una gran habilidad para elaborar mensajes que permitieran al público apropiarse de las ideas vertidas en ellos.

En todos ha quedado presente la imagen de Fox defendiendo un debate que tendría que ser hoy, hoy, hoy, frase que debido a la mercadotecnia y la fe de su seguidores, se transformó en grito de campaña; es decir, aquí el efecto fue favorable. Sin embargo, este grito también se usa para demandarle al Presidente que cumpla sus promesas: ¡Hoy, hoy, hoy!

Algunos dirían que la política es el “arte de gobernar”, para otros la política es una simple actividad entre los que tienen el poder o buscan llegar a él. Para Aristóteles, la política era a la vez una antropología; una antropología ligada indisolublemente al espacio de la polis.

La política, es el campo de acción de los diversos actores de una sociedad en busca de un fin; la política se realiza a través de la interacción de los ciudadanos e individuos organizados en una institución máxima que es el Estado, en éste se dan las relaciones de poder entre actores sociales,

políticos y económicos los cuales interactúan para su conservación y la del propio Estado. El ideal político, refiriéndonos exclusivamente a la acción de gobernar, consiste en hacerlo bajo un marco legal y legítimo que pueda satisfacer las demandas colectivas y procurar por el bien común por medio de una forma de gobierno establecida por todos los integrantes del Estado.

Ahora bien, en las sociedades actuales la mayoría de los Estados, si no es que todos, están regidos por la forma de gobierno democrática en donde los ciudadanos elegirán a su gobernante a través de un proceso de votación para de esta forma cumplir con “encontrar una forma de asociación que defienda y proteja con la fuerza común la persona y los bienes de cada asociado, y por la cual cada uno, uniéndose a todos, no obedezca sino a si mismo y permanezca tan libre como antes. Tal es el problema fundamental cuya solución da el Contrato Social.”

Siendo esto así, es fundamental e imprescindible que haya un medio de interacción entre los que gobiernan y los que son gobernados para que a través de este medio pueda llevarse un pleno desarrollo democrático.

Este medio es la “comunicación política”, que según Wolton, “es el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública.”

La comunicación política juega un papel muy importante para el desarrollo de la democracia, el cual consiste en evitar la reclusión del debate político en si mismo, identificar problemas nuevos, favorecer su integración en los debates políticos, y a grandes rasgos es uno de las características

de la democracia su otra característica, a mi parecer, es la participación ciudadana y no solo acudiendo a las urnas sino una verdadera manifestación de vida, construyendo y aportando al desarrollo del Estado, pero para esto se necesita crear una conciencia de ciudadanía a través de campañas de promoción a la actividad política y no solo proselitista.

Tendiendo identificados a tres actores del proceso de comunicación política (opinión pública, medios de comunicación y políticos) es preciso señalar que estos interactúan en el espacio público o esfera pública en donde se presentan e incorporan demandas de la sociedad. Sin esta esfera no podría existir un medio para que los gobernados puedan expresar sus opiniones y así contribuir a un desarrollo plural de la democracia.

Los medios masivos de comunicación son sumamente distintos en su contenido y en sus formas de organización y comprenden una gama muy amplia de actividades que pueden producir efectos sobre la sociedad. No por ello me refiero a que los medios sean los responsables de las conductas sociales, ya que al final los que toman la última decisión son los individuos.

En cuanto a sus modos de influencia Janis y Hovland analizaron varios factores relacionados con la persuasibilidad, sugiriendo “que los efectos persuasivos pueden depender, entre otras cosas, del prestigio, de la fuente, de la significación del mensaje de quien lo recibe o de la actividad de este hacia la fuente.”

En un sistema de comunicación muy desarrollado, con gran infraestructura de medios, el grado influencia que pueda tener hacia los individuos es mayor que con medios pocos evolucionados debido a que cuenta con todos los recursos para hacer llegar los mensajes que desee. Un

obstáculo que presenta la comunicación política es la recepción de mensajes de parte de la ciudadanía debido a la poca capacidad de ésta para procesar los mensajes que recibe y por tanto si tiene poca capacidad de procesamiento tendrá poca capacidad de crítica y de influir en la esfera pública.

Otra función de la comunicación política es formar la agenda pública. Existe un importante aporte de los medios informativos para ir integrando cuestiones sociales en la Agenda Pública, pero no tienen el poder necesario para que sus intereses sean integrados. La función de los medios es sintetizar las demandas sociales para tratar de influir en la toma de decisiones para legitimarse con el apoyo de la sociedad. “si examinamos un sistema de comunicación política, vemos dos series de instituciones (organizaciones políticas y medios de comunicación) implicadas en el curso de la preparación de mensajes con mucha interacción horizontal de unas con otras, mientras en un eje vertical están encargadas, por separado y conjuntamente, de difundir y elaborar información e ideas de y para la masa de ciudadanos.”

A raíz de la expansión de los medios de comunicación, en especial de los medios audiovisuales, y de la eficacia e influencia que los medios impresos ocasionan en la sociedad, en 1952 se decidió hacer uso de estos medios pero no para la venta de productos que puedan ser usados por los individuos, sino para la venta de ciudadanos que quisieran aventarse a ocupar algún puesto de elección popular en el Estado.

Ahora ya el mercado no solo es cuestión económica, ahora la labor del mercado se comienza a usar para fines políticos-electorales; lo critico es que no es venta de ideologías, de proyectos, sino

que solo es quien tiene la mejor imagen para ser candidateado y convencer a la ciudadanía con una cara bonita o una mejor toma.

Hemos llegado al punto en que un mal discurso, una equivocación en un debate puede cambiar el transcurso de la historia de un Estado.

En el también famoso debate entre los candidatos a la presidencia Francisco Labastida Ochoa (PRI), el eterno candidato Cuauhtémoc Cárdenas (PRD) y Vicente Fox (PAN) sostenido mas o menos a la mitad de campaña, el candidato del PAN tuvo una gigantesca equivocación al aferrarse al día del debate sin tener las condiciones para llevarlo a cabo, la palabra “HOY” que en ese momento era un error, con ayuda del marketing, lo transformaron en acierto, aquel martes negro de Fox, se convirtió en slogan de campaña, “Quitale el freno al cambio HOY”, “el cambio es HOY, HOY, HOY”, etc.; incluso en algún informe presidencial cuando el Presidente mencionaba que le falta mucho por hacer en cuestiones económicas el Congreso de la Unión grito: “HOY, HOY, HOY”.

Todo personaje público que pretenda aspirar a algún cargo de elección popular, deberá someterse a la opinión pública, ante esta circunstancia una opción es desarrollar algún tipo de estrategia publicitaria para vender una imagen y de esta manera atraer el favor del votante.

El marketing es “el conjunto de medios de que disponen las empresas para crear, mantener y desarrollar sus mercados, o, si se prefiere a su clientela.”

Traspasemos esto al ámbito político, se trata pues, de definir los objetivos y programas políticos e influir en el comportamiento del ciudadano, sobre todo, al acercarse la elección, tratando

siempre de manejar la imagen del candidato, es el uso de las relaciones públicas y comerciales para que se haga elegir éste u aquel otro candidato.

Es evidente que el primer punto es tratar de desarrollar un perfil político, en donde se muestre algún tipo de diferenciación sobre los demás candidatos ya sea por afiliación política (azul, rojo o verde), acercamiento al ciudadano (que ofrece y que lo hace más atractivo) y sus propuestas (que va a hacer cuando sea elegido). Como es lógico, si al votante no le gusta dicha afiliación, sería necesario mostrar un perfil diferente; (proclamarse independiente, hacer actos de diferenciación, apartarse de elementos que la gente vea como negativos etc).

Después de crear el perfil, el siguiente paso será difundir este perfil a través de los instrumentos de marketing más adecuados para el desarrollo de su campaña y también teniendo en cuenta la cantidad de recursos disponibles que se pueden utilizar.

Haciendo un tipo de marketing más directo se empiezan a repartir volantes, cachuchas, tarjetas, cartas etc., las cuales pueden generar un efecto multiplicador si quien los recibe los muestra a otras personas.

El siguiente paso es la reunión política, instrumento mediante el cual el candidato se hace conocer ante la opinión pública local a través de reuniones, conferencias, discursos etc. y en donde empieza a jugar un papel fundamental el carisma y el famoso asesor de imagen del candidato.

Existen elementos que no conocemos, y que pueden generar distorsiones importantes en las elecciones (favores personales, compromisos empresariales, contratos y favoritismo en caso de que la elección sea favorable.

Cuando se acerca la elección, llega un momento fundamental; el debate, en donde los candidatos muestran sus mejores galas para tratar de derrotar en el terreno de las ideas a su contrincante, momento fundamental y en donde se pone en el sartén toda la estrategia publicitaria, para afianzar la imagen que se ha construido a través de la campaña y en donde se volverá a medir la capacidad de improvisación, el carisma, la personalidad, el temple y la seguridad de la persona que busca el favor popular.

En el marketing político, como ya vimos se favorecen los atributos superficiales de los personajes en contienda, “el lograr una sonrisa de un candidato considerado como hosco, la ortodoncia mal realizada de otro de los contendientes o, la entonación y la cuadratura musical de un tercer competidor, cubren los espacios que corresponden de las ofertas de gobierno.”

Tal parece que con el auge del marketing político los partidos políticos y los candidatos ya no se preocupan por establecer un rumbo definido a largo plazo; no existe un proyecto nacional a 20 o 30 años, se preocupan y ocupan solo de ganar las elecciones próximas.

Ahora ya no se eligen capacidades, virtudes; se eligen imágenes. Pero al final solo se mantienen “los que, como aquellos, se convierten en príncipes gracias a sus capacidades, encuentran mas dificultades para conquistar el principado”, pero les resulta mas fácil conservarlo.

Recientemente, con el desarrollo y la expansión de la electrónica y los medios masivos de comunicación, politólogos y sociólogos han revalorado el papel del lenguaje, y de la comunicación simbólica en general, desde dos ópticas principales: primero, como medio para mantener y regular los sistemas o las comunidades políticas a través del intercambio de información y, segundo, como instrumento de persuasión y ejercicio de la violencia simbólica asociada con la dominación y explotación política. En el primer caso, el lenguaje provee evidencia empírica de si la comunicación entre gobernados y gobernantes, por ejemplo, se verifica o no y con qué grado de "fidelidad". En el segundo caso, se ve al lenguaje no sólo como medio para la transmisión de información, sino como una manera de actuar sobre un auditorio con fines políticos prácticos.

Es más, como el lenguaje representa la principal materialización de la ideología en sentido amplio, funciona no sólo como instrumento con fines políticos particulares, sino como creador y sostén de maneras de pensar, hablar y actuar: o sea, formas de vida y visiones de mundo.

Este reconocimiento de la centralidad del lenguaje en la vida política ha suscitado un interés creciente en el análisis del discurso y más específicamente en la argumentación. Dos razones permiten explicar este renovado interés: primeramente, nuestras sociedades son sociedades marcadas, en diversos aspectos de la práctica social, por los medios de comunicación.

Estos se caracterizan por desarrollar una peculiar retórica publicitaria que combina en diferentes proporciones la argumentación con las técnicas de manipulación y seducción. Además, nuestras culturas ya no reconocen verdades o valores absolutos y se han convertido en gigantescos

“mercados simbólicos” donde las más diversas y encontradas propuestas ideológicas compiten entre sí por mantener o conquistar adeptos (Giménez 1989).

Frente a esta violencia simbólica generalizada que tiende a imponer (por vía de la argumentación persuasiva) productos de consumo, visiones del mundo y modelos de comportamiento, se plantea la necesidad de desarrollar un pensamiento crítico que permita descodificar las operaciones retórico- publicitarias.

Este reconocimiento de la centralidad del discurso en la vida social ha contribuido a que el campo del análisis del discurso sea un área de conocimiento fundamental para la formación de toda persona interesada en los problemas políticos y sociales. En el caso de los profesionales del periodismo y la comunicación social esta necesidad es más patente, ya que el manejo de diferentes técnicas refinadas de análisis del discurso les puede facilitar el acceso a un desarrollo de capacidades interpretativas y, por ende, críticas.

Además, hay que recordar que los discursos casi siempre se producen y se reciben en el seno de una o más instituciones sociales que determinan tanto el contenido, como la forma del mensaje, además de la recepción del mismo. También el medio técnico de transmisión influye de manera importante tanto en la producción como en la recepción: piénsese en la comunicación cara a cara en comparación con la televisiva, por ejemplo (Cf. Thompson 1993).

Así, relacionando el discurso con el contexto de emisión y de recepción, puede el investigador llegar a una interpretación más profunda de algunos fenómenos políticos y sociales. En lugar de limitarse a la descripción de políticas y programas, por ejemplo, el análisis del discurso permite descubrir los valores y las representaciones de la realidad en el discurso público.

Tomando en cuenta la necesidad de la construcción de un pensamiento crítico el propósito de esta ponencia es mostrar el uso de ciertas estrategias lingüísticas, retóricas y argumentativas que se ponen en juego en la enunciación política encaminadas al mantenimiento del ejercicio del poder. En la producción discursiva de algunos políticos se presenta, con gran frecuencia, el uso de procedimientos incitativos tales como: la construcción simbólica del colectivo de identificación y de meta-colectivos singulares, la presentación de la imagen negativa del adversario, la inclusión de narraciones ejemplificadoras, el uso de formas nominalizadas para mantener un ritmo discursivo, por mencionar algunos.

Existen diferentes propuestas metodológicas que son útiles para el análisis del discurso político y que implican diferentes técnicas. Ya que una característica predominante del discurso político es el predominio de la función argumentativa, el análisis argumentativo ha sido reconocido como una propuesta útil para el estudio de este género discursivo.

Ya que una característica fundamental del discurso político es el predominio de la función argumentativa es preciso señalar que la argumentación está ligada a la lógica de la experiencia, la cual si bien puede estar basada en hechos observables, está también ligada a un mundo de valores y de creencias, a una ideología, que depende de la cultura de cada comunidad de hablantes y que cobra su valor de verosimilitud en el marco de cada grupo sociocultural (Calsamiglia y Tusón 1999: 295).

Partiendo de esta premisa considero que el análisis del discurso político debe tener por fin no solo descubrir las cadenas de razonamiento a través de las cuáles el orador construye una argumentación sino también descubrir o descifrar los valores a los cuales hace referencia y por lo tanto a la ideología en la que está sustentada. Otra cuestión a destacar son los modos generales

de operación de la ideología y las formas en que éstos se pueden vincular con ciertas estrategias de construcción simbólica y más específicamente con ciertas estrategias argumentativas. Aunque todavía queda por realizarse una investigación, más profunda, sobre la manera en que la ideología opera en ciertas condiciones socio-históricas específicas, ciertas modalidades de su funcionamiento han sido identificadas.

En el caso del discurso de Fox una primera cuestión que habría que señalar es que contrariamente a lo que otros presidentes mexicanos hacían, Fox utiliza formas diferentes de dirigirse y de captar la atención de su audiencia. Por ejemplo la fórmula “Amigos, amigas” que ha venido utilizando desde su campaña a la presidencia, que al principio pudo haber sido calificada como un exordio insólito pero que ahora ya está naturalizado, es un rasgo distintivo de su producción discursiva. Es precisamente este tipo de interpelación la que se encuentra en el discurso del 23 de febrero de 2001. Fox inicia así su mensaje:

“Buenas noches amigas y amigos, esta es la hora de los hermanos indígenas, es la hora de la paz, si todos queremos la paz, la paz llegará pronto, si la verdadera lucha es por los derechos y por la reivindicación de nuestros indígenas, estamos en la misma lucha”.

Esta manera de dirigirse a su audiencia es utilizada cuando Fox quiere dar la imagen de que tiene un acercamiento con la población y de ser un presidente democrático que no discrimina a ningún género y que está cercano a su pueblo; esta manera cálida y coloquial de dirigirse a su audiencia lo hace presentarse al mismo nivel que su audiencia, no sólo habla como presidente sino como un amigo.

Pero este tipo de exordio, en el caso de sus discursos sobre los indígenas y la marcha zapatista, no siempre es utilizado. Esto indica que existe una estrategia que calcula cuál es la forma más conveniente de dirigirse a su audiencia para captar su atención y hacer que lo escuchen, dependiendo de los fines que persigue. Por ejemplo en su discurso del 2 de marzo utiliza la siguiente fórmula:

“Buenas noches desde Oaxaca y con el bastón de mando de esta hermosa ciudad, saludo con cariño, admiración y con un enorme gusto, a mis hermanas y hermanos indígenas de todas las regiones de México. Particularmente, saludo a todas las comunidades que hoy se congregan en Nurio, Michoacán para celebrar el III Congreso Nacional Indígena”.

En este caso sus interlocutores explícitos son los indígenas a los que llama “hermanos y hermanas indígenas” y las “comunidades indígenas” reunidas en el Congreso Indígena. Aquí un aspecto importante a resaltar es que lo hace desde Oaxaca y con el bastón de mando de esa ciudad.

En el discurso del 20 de marzo del 2001 utiliza otra estrategia que tiene como fin hacer participe a su auditorio a todos los que escuchen su mensaje de lo que va a enunciar: que él ha puesto de su parte todo el esfuerzo por lograr la paz. Además de dirigirse a todos, los involucra poniéndolos como testigos de sus acciones:

“Muy buenas tardes. Todos ustedes han sido testigos, todos los ciudadanos de nuestra voluntad absoluta para alcanzar la paz en Chiapas”.

Para entender el giro discursivo de su exordio es necesario mencionar que unos días antes el subcomandante Marcos había expuesto ante los medios que el gobierno no mostraba pruebas de que estuviera abierto al diálogo y que por lo tanto abandonarían la capital. Es por eso que después

del exordio Fox enuncia las acciones que el gobierno ha realizado como prueba de su disposición al diálogo:

“Hemos extendido nuestra mano y hemos dado la bienvenida a la marcha del EZLN, en todo momento hemos cumplido nuestra palabra de que este movimiento será respetado”.

En el último mensaje la estrategia es diferente ya que es este caso sus interlocutores no son solo sus “amigas y amigos”, ni sus “hermanas y hermanos indígenas” sino todos aquellos representantes federales que estaban reunidos en Palacio Nacional para celebrar el natalicio de Benito Juárez acto que aprovecha para retomar el tema de los indígenas.

Señor Presidente de la Mesa Directiva del Congreso de la Unión y de la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados, Representante de la Mesa Directiva de la Cámara de Senadores, Presidente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, Miembros compañeros del Gabinete, Ciudadanas, ciudadanos; Señores, señoras:

En este discurso Fox recupera un sentido histórico, tradicional de los discursos de los anteriores presidentes de la República que se presentaban como los herederos de los ideales de la revolución, la reforma y el devenir de la historia. Fox retoma elementos históricos para hacerlos coincidir con el presente que él está construyendo.

Regresando al discurso del 23 de febrero quisiera señalar que en este texto al dirigirse a los indígenas hace mención de ellos como parte de un pasado olvidado por la mayoría de los mexicanos, un pasado que ahora él como presidente ha redescubierto y se dirige a ellos de manera particular porque ahora son una prioridad para su gobierno.

El redescubrimiento de este pasado olvidado y la posibilidad de la reconciliación son posibles para Fox porque: El dos de julio pasado, México vivió un gran cambio, un cambio democrático, el tiempo del cambio es también el tiempo de la reconciliación, por eso hoy los mexicanos y las mexicanas les damos la bienvenida a la marcha zapatista, a la marcha por la paz, esta será una oportunidad de encuentro, de diálogo, de participación, de suma de esfuerzos, sólo el diálogo y la negociación permitirán una salida honorable, digna y justa para todos.

El concepto de cambio en este discurso es manejado por Fox como una nueva etapa de la historia de México; la promesa de cambio hecha durante su campaña electoral es retomada como un elemento histórico para situarse en el aquí y el ahora.

Por medio de la construcción de este colectivo de identificación, Fox quiere lograr involucrar a toda la población en la resolución del problema indígena, no es sólo él quien da la bienvenida a los zapatistas y está haciendo un esfuerzo sino todos los mexicanos(as). A su vez los indígenas se convierten en su paradesinatario, aquellos a los que quiere persuadir de su decisión de lograr la paz.

Es importante resaltar que en los discursos que emitió sobre la marcha zapatista no aparece la construcción de su contradestintario, es decir de su adversario; cuestión que llama mucho la atención ya que en el caso de la producción discursiva del ex presidente Zedillo los zapatistas eran siempre, en términos enunciativos, sus contradestinatarios, aquellos con los que no había un acuerdo ideológico y a los que nunca considero como interlocutores legítimos.

En su discurso del 2 de marzo de 2001 lo que más llama la atención es que Fox se presenta a sí mismo, como un líder social comprometido por la causa de los indígenas, como “el salvador” que logrará incorporar a los indígenas al México moderno.

Tanto la promesa del cambio como el presentarse como el posible salvador de la causa de los indígenas hacen pensar en un tipo de ejercicio del poder que siguiendo a Foucault (1988) se podría caracterizar como un poder pastoral.

La fragmentación con su máxima “divide y vencerás”, característica de muchos discursos políticos, no está presente en este hábeas y tampoco aparece con mucha frecuencia la simulación, esto se puede interpretar tomando en cuenta las estrategias antes mencionadas que están dirigidas a lograr la credibilidad de su compromiso de lograr la paz en Chiapas.

Con relación al tema de la democracia es importante llevar a cabo análisis este tipo para mostrar si esa democracia a la que muchas veces se alude en los discursos se da en las acciones o solo en el plano discursivo. En el caso de Fox podría señalar que la estrategia discursiva que sigue en los discursos analizados tiene una organización tal que lo presenta como un presidente comprometido, un representante que está cercano a sus representados, que les habla con un lenguaje sencillo y cálido, que toma en cuenta sus demandas, que está dispuesto a lograr la paz.

Podemos ver un claro alejamiento entre las palabras y las acciones, es decir entre el discurso y la acción política. Es precisamente esto lo que la población actualmente reclama a Fox, no solamente quiere discursos sino acciones concretas que sean una prueba del cambio hacia una sociedad democrática.

La incorporación de la comunicación política occidental en México inició como parte del proceso de transición democrática. Mientras que otros países ya tenían una vasta experiencia en el campo, el reciente proceso de transición le permitió al país conocer el fenómeno sólo a finales

de la década de los 80. Entonces, se inauguró el protagonismo de los medios de comunicación, especialmente el de la televisión, en la política.

Este fenómeno ha visto modificadas sus modalidades de acuerdo a un proceso que tuvo lugar primero en los Estados Unidos y que luego se extendió a otros países. Mancini (1995) advierte tres fases por las que ha atravesado su desarrollo.

A la primera la denomina fase de la comunicación del aparato que es la correspondiente a la democracia parlamentaria, cuando la comunicación política y electoral pasaba por el contacto personal asegurado por los grandes aparatos de organización de los partidos. La segunda fase o pionera de la comunicación de masas es la que corresponde históricamente a la relación subalterna entre los medios de comunicación y los aparatos de partido. En los años 60, cuando el periodismo deja de ser simple espectador para entrar en el debate político, surge la fase del poder de los medios.

Éstos se sitúan no sólo como un actor más dentro de los procesos, sino que incluso obligan al aparato político a adaptarse a su lógica. Los medios de comunicación son ya subsistemas que interactúan autónomamente entre sí, haciéndose de una imagen social y actuando con plena autonomía (Luhmann, 1978).

Este fenómeno debilita la figura de los partidos políticos, aunado al hecho de que la sociedad se diversifica (aparecen nuevos grupos, considerados minorías, como el de jóvenes, mujeres y marginados) y aquellos no cuentan con el aparato suficiente para articular soluciones a la población completa. Esta diversificación social exige nuevas formas de informar a públicos

potenciales y se fortalece aún más el papel de los medios de comunicación y en especial el de la televisión.

Las repercusiones que han tenido así los medios y específicamente la televisión en el curso y la práctica de la comunicación política en las democracias occidentales, han sido determinantes. En este tenor, Rospir (1999), ha identificado principalmente cinco, todas heredadas del modelo norteamericano de la práctica política.

Al primero lo define como el de la estandarización del proceso de fabricación de la noticia. Con ello nos quiere decir que una serie de elementos juegan, por regla, en la construcción de las noticias en televisión.

El segundo gran fenómeno es el de los debates. Constituyen el rito más significativo de las campañas electorales. Son un requisito indispensable en las democracias actuales. A ellos, los candidatos van a ganar, no a discutir, y de nuevo, la televisión se erige como protagonista porque representa la ventana al mundo de ese ritual, y es a la vez un juez que decreta ganadores y perdedores.

El tercer elemento es el de la personalización de la política, la imagen y el nuevo liderazgo político. Centrarse en la figura y no en la institución es la tendencia actual seguida.

Las cualidades del político hoy en día constituyen, no una inteligente y congruente elaboración del discurso, sino su capacidad de mostrarse frente a las cámaras de televisión y de comunicar.

La cuarta aportación de los norteamericanos al uso de la televisión en la comunicación política es el spot. Es un elemento central del actual modelo de campaña electoral. Es la representación más elocuente del american style.

Finalmente, el siguiente elemento está ligado a éste último, se trata del marketing político, que ha generado la irrupción de profesionales en el campo que, ajenos al mundo de la política, se colocan en el centro de ésta porque son los encargados de diseñar las estrategias de campaña del político.

Los comicios de 1988 a 1997, la antesala de las elecciones de 2000. Si la situamos en el contexto de la democracia, podemos decir que la historia de la comunicación política en México es reciente. Su nacimiento se remonta tan sólo a finales de la década de los ochenta. El marco fueron los comicios presidenciales de 1988 en los que el PRI por primera vez no logró la mayoría absoluta en el Congreso y obtuvo la Presidencia bajo serios cuestionamientos sobre la veracidad de los resultados. El antagonista fue el Frente Democrático Nacional que, con Cuauhtémoc Cárdenas como candidato, disputó las primeras elecciones reales al Partido Revolucionario Institucional, lo que marcó el inicio de la espiral ascendente de la alternancia en México.

Hasta antes de este proceso, el partido de Estado no se había visto en la necesidad de desarrollar una comunicación política porque, sencillamente, la oposición no existía.

Si bien el avance logrado por la oposición en este escenario se debió básicamente al descontento social y a la tenacidad de la izquierda mexicana, y no al uso de técnicas de comunicación política, el proceso de 1988 evidenció a los políticos la necesidad de emplear herramientas de comunicación en las campañas.

A partir de ese momento se empezó a conformar el mercado electoral y los medios de comunicación comenzaron a abrir, aunque de forma muy limitada, sus espacios a la oposición. En

1988 se inició también la práctica de los sondeos de opinión con el propósito de conocer las tendencias de voto de los ciudadanos.

Entre 1989 y 1994, previo a las elecciones presidenciales de este último año, se celebraron comicios en distintos estados del país. Estos escenarios representaron nuevas oportunidades para el desarrollo de la comunicación política en México: iniciaron los primeros debates entre candidatos; publicistas y mercadólogos extranjeros irrumpieron en el escenario electoral; fueron abiertas las primeras consultorías de comunicación y de investigación de mercado especializadas en procesos electorales; y los políticos empezaron a hacer uso de la propaganda en radio, televisión y prensa para conseguir el voto.

Ya en 1994, el proceso evidenció la relación cada vez más cercana entre los políticos y la comunicación. En este marco se celebró el primer debate entre candidatos presidenciales, transmitido por radio y televisión a nivel nacional.

Las pautas seguidas por el debate se apegaron al modelo europeo, con la intervención de los candidatos controlada por un moderador. Propaganda, especialmente los spots de radio y televisión, para los que el Instituto Federal Electoral asignó un monto específico a cada candidato de acuerdo a la representatividad de su partido, y encuestas, las que empezaron a ser levantadas también por los propios medios, se colocaron como dos de las técnicas privilegiadas por los políticos.

Finalmente, nuevas tecnologías como el Internet debutaron como una novedosa vía de comunicación entre los candidatos y los ciudadanos.

Más adelante, en 1997, año en el que por primera vez los ciudadanos eligieron al gobernador de la Ciudad de México y al congreso local, se desarrolló una fase más avanzada de la comunicación política en el país. Las campañas electorales institucionalizaron plenamente el uso de diversas herramientas de comunicación política, los partidos crearon para estos comicios sus propias estructuras para la organización de sus campañas, como los spots. Por ejemplo, Cuauhtémoc Cárdenas, candidato de la izquierda, hasta antes de 1997 se había mostrado reticente a montar una campaña mediática, pero ya en ese año destinó un buen porcentaje de sus recursos para propaganda en televisión y radio. Los partidos pagaron también por el levantamiento de encuestas, ya no sólo como una forma de diagnosticar el voto sino también como un instrumento propagandístico, y emplearon de forma más generalizada las nuevas tecnologías, no sólo el Internet, sino el telemarketing, además de que incorporaron sistemas digitales para la elaboración e impresión de su propaganda. Bajo este marco se llegó al proceso electoral de 2000.

Los comicios de 2000. La puesta en escena de la comunicación política moderna en México
Durante el 2000, las campañas políticas tuvieron una duración oficial de cinco meses. Iniciaron formalmente el 19 de enero y terminaron el 28 de junio de 2000.

Por otra parte, la importancia que ha adquirido la opinión pública representada por sondeos y encuestas, permiten anotar un par de evidencias de la manera en que estos barómetros de la comunicación política se están consolidando como un instrumento de lucha entre los políticos mexicanos.

En primer lugar, que su realización y publicación está sometida a la conveniencia de los candidatos, pero también a la de otros actores con intereses en la elección, como son los propios dueños de los medios de comunicación en México. Por otro lado, la urgencia de vigilar la rigurosidad de su elaboración, porque lo que tiene que ver con el uso constructivo que se le dé a su publicación, ya no es competencia de la legislación sino de la ética de los actores políticos.

Vicente Fox es un personaje para los medios. Cuando ve una cámara fotográfica que lo está enfocando, invariablemente sonrío. Si le ponen enfrente un micrófono, jamás elude la tentación de decir alguna frase.

Desde luego, esa actitud les encanta a los medios. Y el nuevo presidente mexicano sabe aprovecharla. El día que asumió el cargo, el primero de diciembre, Fox presenciaba un espectáculo de música desde el balcón presidencial en el Palacio Nacional y de pronto decidió mezclarse con la gente. Se quitó el saco, se remangó la camisa y, para sorpresa de sus guardias de seguridad, bajó a participar de los cantos en su honor.

Hábil para llamar la atención de los medios, en buena medida a ellos les debe la popularidad que le permitió ganar la elección presidencial. En las campañas de este año 2000 Fox recibió en la radio y la televisión con cobertura nacional casi tanto espacio como su rival, el candidato del PRI. En los medios de provincia, sin embargo, quedaba en desventaja.

El crecimiento de la fuerza que encabezaba, obligó a todos los medios a ocuparse de la campaña de ese candidato. Pero no siempre fue así. Hace doce años, cuando era diputado, Vicente Fox

tuvo que ponerse unas orejas de burro, hechas de cartón, para llamar la atención de los medios mientras decía un discurso en la tribuna del Congreso.

Publicidad, instrumento de presión y respaldo a la prensa

La relación de los medios con el poder político nunca ha sido sencilla en México, igual que en cualquier otro sitio. El antagonismo que existe siempre entre unos y otro ha sido fuente de rivalidades y presiones mutuas. Pero en la situación mexicana, además, uno de los rasgos del autoritarismo vigente hasta hace algunos años había sido la subordinación de una gran cantidad de medios a las decisiones y los intereses del gobierno y de su partido político.

Como es sabido, la prensa escrita en México no depende fundamentalmente de su presencia en el mercado sino de la publicidad del gobierno. Los medios electrónicos, por su parte, funcionan merced a concesiones que otorga discrecionalmente el gobierno mismo.

Esos mecanismos impusieron un tenso *modus vivendi* que era reflejo de la enorme capacidad de influencia y presión del Estado sobre la sociedad y que hace algunos años comenzó a debilitarse.

Ahora que llega al gobierno una fuerza política distinta a la que imperó en México durante más de 70 años es inevitable que ocurran cambios en la relación entre los medios y el poder político.

El más inmediato, o al menos el más temido por numerosas publicaciones, podría ser el establecimiento de nuevas reglas para la publicidad gubernamental en diarios y revistas.

Hasta ahora, ha sido costumbre que los ministerios del gobierno federal y, por otra parte, los gobiernos de los estados, contraten publicidad en publicaciones de poca o nula circulación, muchas de las cuales tienen escasa o ninguna calidad profesional. Gran parte de esos anuncios aparecen confundidos con el material redaccional; es decir, no se aclara que se trata de publicidad. Ese ha sido el origen de una relación perversa entre el Estado y la prensa escrita: los funcionarios pagan anuncios en revistas y diarios que nadie lee, con tal de aparentar que tienen

una imagen favorable en los medios impresos. Y gracias a ello existen centenares de diarios y millares de revistas que no existirían de no ser por el patrocinio estatal.

Si el nuevo gobierno resuelve contratar publicidad solamente en los diarios y revistas de mayor circulación, la mayor parte de la prensa mexicana quedaría a merced de la publicidad que obtuviera en los gobiernos de los estados y en otras instituciones y a la postre, desaparecería. Pero esa decisión además propiciaría que solamente permanecieran unas cuantas revistas y pocos diarios, en detrimento de la pluralidad de la prensa. Una opción sería que la asignación de publicidad tomase en cuenta la circulación real de los diarios y revistas y la calidad de su contenido. Esa es una discusión aún sin resolver en las relaciones entre la prensa y el poder en México.

El otro gran asunto pendiente es el de las concesiones para la radio y la televisión. A diferencia de muchos países, en México el derecho de una empresa o un grupo de ciudadanos que quieran transmitir por uno de esos medios no depende de la asignación que haga un comité en el que estén representadas diversas opiniones, sino de la decisión unilateral.

El régimen de concesiones para acceder a un espacio en las frecuencias de radiodifusión ha sido no sólo discrecional, sino despótico.

El gobierno mexicano, continuamente se negó a informar por cuánto tiempo y con qué características otorgaba las concesiones para radio y televisión.

Las grandes empresas de comunicación en México, que se han beneficiado de ese régimen parcial y discrecional en la autorización de concesiones, se han opuesto en varias ocasiones a que sea modificada la legislación para la televisión y la radio. Sin embargo, muchas otras voces en la sociedad han exigido que el derecho a la radiodifusión no dependa de la decisión unilateral de un ministerio del gobierno.

A diferencia de la intencional distancia que en otros periodos el presidente ha tenido con los periodistas, ahora se anuncian conferencias de prensa todos los días, muchas de las cuales serán ofrecidas por Vicente Fox.

Se trata de un esquema idéntico al que existe en la Casa Blanca y del cual ha sido responsabilizada la vocera presidencial, la señora Martha Sahagún, quien desde hace varios años está a cargo de la comunicación de Fox.

Hasta ahora la imagen del presidente de México sólo era grabada por cámaras de video de la Presidencia de la República. Las ceremonias en la casa presidencial de Los Pinos y muchas de las giras del presidente no podían ser cubiertas por los equipos técnicos de cada televisora, sino exclusivamente por la oficina de comunicación de la presidencia que entregaba copias de esas grabaciones a todos los medios que las requiriesen. Desde este diciembre esa costumbre terminó y las televisoras que así lo desean tienen acceso, con sus propias cámaras, a cualquier evento oficial. La imagen del presidente ya no será una sola y ese, además de simbólico, es un cambio de carácter político.

El nuevo gobierno se ha manifestado a favor de revisar las leyes que ya existen para los medios de comunicación pero sólo después de una amplia consulta. Por lo pronto ha sugerido que cada medio, si lo desea, establezca su propio código de ética y que en los medios más importantes haya un ombudsman "que genere confianza en los ciudadanos".

En sus lineamientos de comunicación el gobierno de Fox exhorta a los medios para que contribuyan a crear "un buen ánimo social" en México. Es difícil que puedan y que quieran hacerlo. Después de haber estado fundamentalmente subordinados al gobierno, desde hace varios

años los medios en México han gozado de una amplia libertad y, para competir entre ellos, la mayoría se ha valido del escándalo y el amarillismo.

En alguna medida, ese comportamiento le favoreció a Fox pues al develar e incluso magnificar errores y tropelías de los gobiernos del PRI, los medios contribuyeron a erosionar al partido que estaba en el gobierno.

Ahora que es él quien gobierna, el presidente Fox propone una comunicación capaz de suscitar un ambiente de confianza entre los ciudadanos.

Hay que informar también acerca de los acontecimientos positivos, propone esa política de comunicación en contra de la idea de que las noticias buenas no son -desde el punto de vista de los medios- buenas noticias.

Las tensiones entre los medios y el poder político no desaparecerán. Forman parte de la naturaleza de unos y otros. Pero en la medida en que existan reglas claras, periodistas y funcionarios -y desde luego los ciudadanos- tendrán parámetros explícitos para orientar su inevitable relación mutua. Eso es algo que, pese a tantos avances democráticos, todavía no ha existido en México.

Pero los discursos de Fox tienen muchas agravantes: están mal escritos, son repetitivos, con un lenguaje muy pobre y gramaticalmente muy malos.

Fox basó exitosamente su llegada al poder en la construcción de una coalición electoral propia, basada en identificar como el enemigo común al régimen político que lo antecedió, sólo para proceder, ya en el gobierno, a asegurar la continuidad del régimen antes erigido en enemigo común a costa de un real riesgo de ruptura con la coalición que lo llevó al poder.

De allí la importancia que adquiere día a día la línea teórica y de investigación del análisis del discurso como herramienta de la comunicación política.

Y de allí también el reto de mayor trascendencia que se plantea hoy en el mundo de la comunicación política: su capacidad para contribuir a establecer los consensos básicos para asegurar la gobernabilidad democrática.

el fin del ciclo del anterior régimen político en nuestro país abre el campo a los análisis comparados entre el sistema estadounidense de comunicación y los intentos de actualización del modelo mexicano.

En el México de hoy, como secuela de los viejos tiempos del discurso antitotalitario de la propaganda política estadounidense sólo que actualizado con los recursos de *marketing* y adaptado a la competencia política mexicana el mensaje clave de la campaña electoral de Vicente Fox logró recuperar con notable eficacia aquella retórica del enemigo común. Acertó a identificarlo con el estereotipo de una verdadera maldición representada en los supuestos 71 años de gobiernos "priistas".

Y no es que los estrategas del candidato Fox hayan perdido el talento mostrado en la campaña electoral una vez convertidos en estrategias del presidente Fox en el gobierno.

El problema radica más bien en la ausencia de una autoexplicación racional no idealizada en el autoengaño del éxito electoral y de una definición, en consecuencia con la anterior, sobre cómo y con quién se va a decidir finalmente a ejercer el gobierno.

En otras palabras, la elaboración de una estrategia y de un mensaje que le permitan enfrentar los crecientes grados de dificultad para construir consensos y establecer la agenda del debate con razonables niveles de gobernabilidad, demanda del todavía nuevo gobierno volver sobre sus pasos y reconocer bien a bien el terreno que pisa.

El PRI llegó a las elecciones intermedias de 1997 y presidenciales de 2000 derrotado previamente por el propio PRI, en un proceso autodestructivo propiciado y promovido desde la presidencia de Zedillo.

Fue, primero que nada, la fase terminal de un proceso de autodestrucción de un consenso histórico de varias décadas, y ya en el último lustro del siglo anterior fue la fórmula encontrada por Zedillo para desviar sus responsabilidades en la crisis de 1995, al costo de la destrucción de los consensos que, logrados por Salinas, habían llevado al poder al propio Zedillo.

Y fue sobre ese panorama de autodenigración, autoincriminación en términos de bloque gobernante y de ruptura en cadena del más elemental sentido de las cohesiones y las lealtades políticas y personales, que los estrategas del candidato Fox lograron construir, si no un nuevo consenso, sí una nueva mayoría electoral. Una mayoría basada en el mensaje del enemigo común identificado en un grupo gobernante que ya se había identificado a sí mismo como el enemigo común.

5.1 Análisis del discurso de los Spots

La investigación que presento es un análisis del discurso de los "spots" audiovisuales en las campañas políticas presidenciales en México. En particular me interesa la campaña del candidato presidencial Vicente Fox. La hipótesis que subyace en la investigación es que la construcción del mensaje en los "spots" está orientada a influir en las preferencias electorales de la audiencia, configurando espacios del imaginario social. El análisis de los "spots" supone examinar sus

distintos soportes (imagen, audio y texto) así como su entrelazamiento a fin de construir un texto discursivo. El periodo de estudio comprende los siete meses oficiales de la campaña del candidato panista Fox, de enero a julio del 2000, en el cual produjeron y se transmitieron por televisión 45 "spots". La investigación se ubica en una exploración teórica del sentido de la imagen en la comunicación política, la opinión pública, la esfera política, pública y medios de comunicación. La deconstrucción de los "spots", a través del análisis del discurso de la narrativa visual. Tal análisis permitirá reflexionar e interpretar la influencia de la imagen televisiva en el contexto político, social y cultural de la elección presidencial del 2 de julio del 2000. Además de poder traslucir el contenido que se encuentra entretejido con los diferentes soportes que conforman al audiovisual. Para ello es necesario contemplar elementos claves en este trabajo: 1. El impacto de las imágenes en los "spots" audiovisuales. (Algunos estudios en Estados Unidos muestran la relevancia de la imagen en las campañas presidencial Minmo 1990; Hacker 1995; Maarek J Philippe 1997; Meyers William 1997.) 2. La importancia de los "spots" audiovisuales en las campañas presidenciales. (Un gran número de analistas políticos han señalado que los "spots" audiovisuales tratan mucho más los temas políticos reales de la campaña que los noticiarios de la televisión.

Caso específico: Las imágenes de los "spots" publicitarios de la campaña presidencial de Vicente Fox. La investigación es abordada desde la teoría del discurso introduciendo a éste el lenguaje de la narrativa visual, nutriendo el trabajo con una perspectiva interdisciplinaria (Moragas: 1985, p. 17) como es la teoría política; la propuesta del marketing político; la psicología cognoscitiva y la Gestalt; así como del lenguaje cinematográfico; por supuesto considerando que en la mayoría de las veces un paradigma predomina sobre otro, mas no lo excluye. Empíricamente delimito el

estudio a la construcción de los imaginarios sociales a través de las imágenes, audio y texto que contienen los "spots" televisivos, cuyo fin fue lograr el éxito político de la campaña electoral. El trabajo es cualitativo-interpretativo, y está dividido en dos etapas: 1. La identificación de los diversos momentos en los que se transmitieron los "spots" televisivos. Esta se segmenta en: a) Identificación y ataque a los antagonistas. b) Propuesta de gobierno y c) Posicionamiento. Estas tres segmentaciones tienen como apartados el número del "spots", el nombre, la descripción oral del locutor y duración. La segunda fase de la investigación consiste en la deconstrucción cada uno de los "spots", ante esto se propone que el análisis del discurso de la narrativa visual se divida en dos partes: I) Discurso descriptivo que contiene: a) Discurso escrito; b) Discurso verbal; c) Encuadres visuales; d) Movimiento y e) Contexto. II) Discurso estilístico. Con las categorías siguientes categorías: a) Antagonistas; b) Metáforas; c) Niveles de sentido: *Sentido frase y enunciado, *Sentido Visual, *Sentido-Dirección; d) Conceptos constantes.

Conclusiones

Es evidente que el discurso político suele estar expuesto a un desgaste mayor y más acelerado. Si a esto le sumamos que los políticos, las políticas y el congreso, no están en su mejor momento y que gozan de una baja credibilidad entre el ciudadano común y corriente, la situación empeora de manera preocupante.

Sin embargo en la medida que el discurso político este cada vez más lleno de demagogia y se aleje de la verdadera confrontación de ideas, estaremos retardando el proceso de credibilidad y la política retardará la reconstrucción de su maltratado prestigio.

También se puede concluir que el discurso de Vicente Fox ha sido de constante cambio y se ha ido adecuando a la forma y al contexto de cada situación, si bien es cierto que su discurso es malo, cabe destacar que al principio de su sexenio convencía a la gente, pero fue empobreciendo cada vez mas su discurso, hasta el punto de llegar a ser inverosímil.

Si en el 2000 la palabra que prometió y oferto fue el cambio, ahora será el 2006 donde la misma palabra tendrá que tomar una significación diferente que sin romper con su significado inicial, se perciba como la posibilidad de ahora si consolidar ese cambio, quizás solamente postergado, en sus grandes transformaciones.

Desde la perspectiva de la defensa de los derechos humanos, si el gobierno federal pretende efectivamente volcar su voluntad política -como lo prometió Vicente Fox- hacia la defensa y promoción de los mismos, es necesario trascender el plano somero de las acciones que impacten en la política exterior en abono de su imagen internacional y colocar los esfuerzos en la construcción de una visión de Estado en la que los Poderes asuman sus obligaciones en materia de protección de los derechos humanos.

A cuatro años de la administración foxista, la vigencia de los derechos humanos en México presenta una coyuntura endeble, con serios riesgos de estancamiento y peor aún, de agravamiento en el acceso a los derechos fundamentales de la población mexicana.

La apertura que ha publicitado la administración foxista y los pasos andados no son suficientes argumentos que demuestren en los hechos una perspectiva halagüeña y esperanzadora en el terreno de la progresividad de cumplimiento de las obligaciones del Estado en el tema. Están abiertos muchos flancos de atención urgente e importante a la problemática, comenzando por una

visión de Estado que debe encabezar el titular del Ejecutivo respecto a las obligaciones del Estado mexicano sobre los derechos humanos todos y las consecuentes propuestas traducidas en decisiones políticas que reconozcan en los concretos los derechos humanos de la sociedad mexicana.

Es muy importante que el Ejecutivo federal aminore la distancia entre el discurso y los hechos, que concrete y profundice en los canales políticos que permitan mejorar evidentemente la situación de los derechos fundamentales y no por buena voluntad, sino como un acto que ejemplifique ante los demás poderes una plena voluntad política para cumplir con el Estado de Derecho.

Cada una de las decisiones de Estado que el gobierno federal tome respecto al destino del país debe estar atravesada -como lo marcan los compromisos de derechos humanos que asumió al firmar los tratados e instrumentos internacionales-, por el irrestricto cumplimiento de sus obligaciones de respeto, protección y garantía de los mismos.

El gobierno del presidente Vicente Fox ha mantenido durante su administración, una tendencia esquizofrénica sobre los derechos humanos que se refleja en la discordancia que existe entre sus acciones en el terreno del discurso y la práctica, entre la política exterior y las que competen al ámbito de la política interna. Los primeros pasos que se han dado para que la instancia del gobierno federal responsable de la política interior sea quien dirija y coordine una política de Estado, no contemplan todavía la implementación de políticas públicas que reflejen en lo cotidiano el supuesto compromiso de defensa y protección de los derechos fundamentales.

Los siguientes pasos que el Ejecutivo federal está obligado a dar para tener congruencia en los avances que se han dado, necesariamente deben estar cimentados en la creación de políticas públicas que reconozcan los derechos humanos como ejes rectores de las mismas.

Las imágenes en los "spots" publicitarios de la campaña de Vicente Fox emitidos por televisión fue uno de los factores que intervinieron para que el candidato panista llegara el 2 de julio del 2000 a la presidencia de la República Mexicana, pues a través de su discurso visual, auditivo y textual que exponen los "spots" reforzaron un discurso que muestra elementos apegados a la realidad e irreales, entendiendo por este último término la engañosa argumentación que transmite a la audiencia y crea con ello distorsión en los imaginarios sociales sobre la función de las instituciones gubernamentales. En la mayoría de los "spots" se reconoce como único contrincante al Partido Revolucionario Institucional (PRI), y no toma en cuenta a los demás candidatos, y cuando lo hace, crea asociaciones arbitrarias que salen de contexto para adquirir un nuevo significado una vez transmitidos a la sociedad. En esta misma línea los "spots" a través de la reiteración de imágenes, audio y texto ofrecen un discurso mesiánico representado en metáforas visuales que por la rapidez con la que son transmitidos no se logra captar. Finalmente las imágenes en los "spots" atañen a la emoción, a la reacción; y no a la razón ni a la argumentación de ideas y mucho menos a una propuesta de gobierno.

Bibliografía

Aceves, F. (1998), “Información mediática, usuarios y acontecimiento político (o de cómo los usuarios utilizan la información en la construcción de los acontecimientos políticos”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 32, enero-abril, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, DECS, pp. 29-47.

Adler, I. (1990) "The Mexican Case: The Media in the 1988 Presidential Election", en Skidmore, Th. (ed.), *Television, Politics, and the Transition to Democracy in Latin America*, Chicago, Johns Hopkins University Press.

Aguayo, S. y Acosta, M. (1997), *Urnas y pantallas. La batalla por la información*, México, Academia Mexicana de Derechos Humanos / Océano.

Arredondo, P. (1991) "Opacidad en la ventana electrónica: El proceso electoral de 1988 en los noticieros televisivos". En Arredondo Arredondo, P., Fregoso, G. y Trejo, R., *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, pp. 129-184.

Crovi, D. (1995), "La televisión como instrumento de gobernabilidad", en Toussaint, F. (Coord.), *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, México, La Jornada / Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, pp. 77-90.

Chihu Amparan, Aquiles. *El discurso de los candidatos del PRI, PAN Y PRD a jefe de gobierno del D.F. en el 2000*

Fagen, R. (1966), *Politics and Communication*, Boston, Little Brown.

Fernández, F. (1988), "¿Cabe la democracia en la televisión de hoy?", en Cordero, M., Trejo, R. y Vega, C. (Coords.), *México, el reclamo democrático*, México, Siglo XXI/ILET, p.p. 203-216.

Gómez, R. y Vega, A. (1996), *Las Elecciones presidenciales de 1994 en la televisión mexicana*, México, Tesis de licenciatura, UNAM.

Gómez-Mont, C. (1992), *El desafío de los nuevos medios de comunicación en México*, México, Diana.

Gosselin, A. (1998), “La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades”, en Gauthier, G., Gosselin, A. y Mouchon, J. (comps.), *Comunicación y Política*, Barcelona, Gedisa, pp. 9-28.

Granados, M. (1982), “El Estado y los medios de comunicación”, en Alonso, M. (Coord.), *El Estado mexicano*, México, CIESAS/Nueva Imagen, pp. 9-30.

Instituto Federal Electoral, (1999), *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, México, IFE.

Lozano, J. (2001), “Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la presidencia”, en *Comunicación y Sociedad*, vol. 14 núm. 1, junio, Navarra, Universidad de Navarra, pp. 1-25, (en línea), <http://www.unav.es/cys/> (consulta, junio de 2001).

Luhmann, No. (1978), *Stato di diritto e sistema sociale*, Nápoles, Guida.

Mancini, P. (1995), "Americanización y modernización. Breve historia de la campaña electoral", en Muñoz, A., Rospir, J., Comunicación política, Madrid, Universitas, pp.

Meadow, R. (1980), Politics as Communication, Norwood, Nueva Jersey, Ablex Publishing.
141-168.

Monsiváis, C. (1988) "Notas sobre la campaña electoral de 1988 II", en La Jornada, México, 13 de julio, pp. 17.

Nimmo, D., (1978), Political Communication and Public Opinion in America, California, Goodyear Publishing Company.

Origel, M. (2000), "Los spots, factor esencial del marketing político", en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, núm. 180, septiembre-diciembre, México,

Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 155-164.

Parés i Maicas, M. (1990), Communication politique et culture politique en Catalogne, Barcelona, documento mimeografiado.

Rodríguez, C., (1995), "La cultura antidemocrática de los medios de comunicación", en Toussaint, F. (Coord.), Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado, México, La Jornada / Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, pp. 33-44.

Rospir, J. (1999), “La globalización de las campañas electorales”, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J., Democracia mediática y campañas electorales, Madrid, Ariel Comunicación, pp. 55-88.

- (1995), “Incorporación y continuidad de la comunicación política en España”, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J., Comunicación política, Madrid, Universitas, pp. 369-384.

Sánchez, E., (1989c), “Educación, medios de difusión y democracia (con especial atención, para no perder la costumbre, en mamá televisión)”, ponencia presentada en el seminario Medios, democracia, fines, México, Universidad Nacional Autónoma de México, septiembre.

Toussaint, F. (1995), “Inequidad y democracia: realidad en los medios electrónicos”, en Toussaint, F. (Coord.), Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado, México, La Jornada / Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, pp. 17-31.

Trent, J. y Friedenberg, R. (1995), Political Campaign Communication. Principles and Practices, Connecticut, Praeger.

Valdez, A. (2001), “La evolución de la mercadotecnia política en México”, en Revista Mexicana de Comunicación, núm. 63, México, pp. 12-17.

Vega, A. (2000), “El manejo de las emociones en las campañas presidenciales de 2000 en México y España”, en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, núm. 180, septiembre-diciembre, México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 139-154.

- (1998), El proceso electoral de 1997: los noticiarios en pantalla, la sociedad ante la pantalla, México, UNAM, Tesis de Maestría.

Wolton, D. (1992), “La comunicación política: construcción de un modelo”, en Ferry, J. y Wolton, D., El nuevo espacio público, Barcelona, Gedisa, pp. 28-46.

PAGINAS WEB

www.presidencia.gob.mx

www.uam.mx

www.colmex.com.mx

www.lajornada.unam.mx

www.eluniversal.com.mx

www.vicentefox.com



Casa abierta al tiempo

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Iztapalapa

Análisis del Discurso de Vicente Fox

T E S I S I N A
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN
C I E N C I A P O L Í T I C A
PRESENTA

HUGO MÀRQUEZ MÈNDEZ

MATRÍCULA: 97327101

ASESOR:

Dr. AQUILES CHIHU AMPARAN

LECTOR:

Dr. MARTÍN MORA LEDEZMA

Iztapalapa, Ciudad de México, Abril, 2005.

Para mi abuelita Socorro