

Política mediática y (re) elecciones locales en Baja California 2024

Ponencia presentada por:

Dr. Juan Carlos Pacheco Rosas

Profesor de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Humanas, en la
Universidad Autónoma de Baja California Campus Mexicali

En el marco del

XXXV Congreso Internacional de Estudios Electorales SOMEE

Toluca, Estado de México, noviembre de 2024.

Política mediática y (re) elecciones locales en Baja California 2024

Por: Juan Carlos Pacheco Rosas¹

Resumen

Esta ponencia analiza el papel de los medios de comunicación en las elecciones locales de Baja California en 2024, específicamente en los casos de candidatos y candidatas que buscaron la reelección a diferentes cargos populares.

Para ello, se recurre a una metodología de tipo cuantitativa mediante la técnica de análisis de contenido a las noticias publicadas en la prensa local de Baja California, referentes a las elecciones locales en esta entidad federativa. Se toma como estudio de caso a los periódicos *La Crónica de Mexicali* y *La Voz de la Frontera*. Por último, se aplica la técnica de categorización inductiva para la clasificación de los temas difundidos a través de las piezas informativas en estos rotativos.

Se parte de la premisa de que los candidatos y candidatas que buscaron la reelección durante este proceso, recibieron un trato mediático distinto como resultado de la relación prensa-Estado previamente establecida durante su primer ejercicio en estos cargos populares. El objetivo general es describir la ejecución de la política mediática enfocada a la reelección en entornos locales y el papel de los medios masivos en este proceso.

Palabras clave: *Política mediática, Elecciones, Elecciones locales, Comunicación política.*

Introducción

La comunicación política es una parte fundamental de los procesos electorales, pues esta engloba el proceso mediante el cual se realiza el intercambio de ideas e información entre los actores políticos y sociales, acerca de los asuntos públicos (Meyenberg & Lugo, 2011). De hecho, la política como actividad se fundamenta con base en la comunicación para que dicho intercambio informativo le permita conocer el nivel de aceptación, negación o rechazo de parte de la ciudadanía (Reyes, 2011).

Una de las estrategias que se implementan para lo anterior, es la del ejercicio de la política mediática. Castells (2012) la define como la forma de hacer política en y a través de los medios mediante tres diferentes etapas. Primero la personalización de la política, basada

¹ Doctor en Estudios Sociales, línea de Procesos Políticos por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa; profesor de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Mexicali.

en proyectar la imagen política del candidato. Seguido de la comunicación orientada a campañas electorales, para finalizar con la técnica del *spin* político, la cual refiere a la habilidad de colocar el mensaje político lo más íntegro posible al interior del contenido de los diferentes medios de comunicación.

Por décadas, el contexto político mediático en México se caracterizó por una relación entre la prensa y el poder, en la que esta última resultaba la figura dominante al ejecutar diversos mecanismos de control con la intención de minimizar y/o evitar la crítica gubernamental. En su mayoría, lo hacen para acceder a posiciones de poder, por lo general, a cargos de elección popular (Pacheco, 2023).

El caso de la reelección en México fue señalado de manera negativa previo al movimiento de Revolución bajo la exigencia de “sufragio efectivo, no reelección.” Esto, luego de que en el marco de las elecciones de 1910, el entonces presidente Porfirio Díaz pretendiera reelegirse una vez más a su cargo (Delgado, 2018). Sin embargo, la reelección ha sido definida no como un derecho de los actores políticos, sino como un derecho ciudadano para contender nuevamente por un cargo público, o bien, para ser elegido por segunda ocasión o de manera indefinida, según sea el caso (Nohlen, 2007; citado en Delgado, 2018).

En relación a esto, Delgado (2018) realizó un recuento cronológico en el que señala que la reelección fue prohibida en el país en 1917 durante el movimiento de Revolución. Y aunque tuvo algunos lapsos de breve restablecimiento, no fue sino hasta 1933 cuando se reformara el artículo 83 para prohibir formalmente la reelección presidencial. Así como los artículos 59 y 116, para que esta prohibición abarcara al poder Legislativo.

No fue sino hasta el año 2014, cuando se reformó esta medida y se reestableció el derecho de que las personas que resultaran electas como presidentes municipales en 2015, pudieran ser reelectas en 2018. En ese contexto, León, Carrera y Ortiz (2021) señalan que esto puede propiciar que se mejoren las condiciones en cuanto a rendición de cuentas y desempeño de los gobiernos municipales, pero también de que se monopolice el poder. Como estudio de caso, los autores consultaron la opinión ciudadana en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, y la población respondió estar en desacuerdo con el restablecimiento de la reelección; pero que apoyarían al candidato solo si su desempeño en el cargo es positivo.

Las elecciones de 2024 representaron para Baja California la oportunidad de poder elegir 17 diputaciones de mayoría relativa y 8 por la vía de la presentación proporcional, 7 presidencias municipales, así como 83 regidurías (INE, 2024). En el caso particular de las alcaldías, Mexicali fue el único municipio que aspiró a la reelección y que resultó triunfador con Norma Alicia Bustamante Martínez, quien repite en su cargo abanderada en ambas ocasiones por el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena).

El hecho de persistir en el análisis de la prensa escrita en un contexto de ecología mediática en el que el formato digital lidera las tendencias de consumo de la ciudadanía, tiene que ver con la fuerza que estos mantienen tanto como grupo de poder informativo como grupo de poder económico. Esto, aunado al hecho de que, por muchos años, la prensa regional ha demostrado tener características propias que la diferencian del periodismo nacional. El caso de Baja California no es ajeno a esta situación; desde épocas revolucionarias, el periodismo luchaba por mantener un acento local y defender las causas desde una visión regional y no centralista como en otras regiones del país (Ortiz, 2020).

Esta ponencia parte del supuesto de que la candidata a la Alcaldía de Mexicali por Morena, Norma Bustamante, estuvo en condiciones de recibir trato informativo preferencial de parte de los medios locales, esto como consecuencia de la relación que forjó con los medios de comunicación durante su primer periodo como presidenta municipal (2021-2024). Aunado a esto, el hecho de representar al partido en el poder a nivel federal, del que más adelante emanara a quien hoy se conoce como la primera presidenta de México, Claudia Sheinbaum, obedece a un segundo factor para recibir “buen trato” informativo a quien buscara la reelección, esto debido al efecto de arrastre nacional esperado por dicho instituto político.

El objetivo general de esta investigación es describir la ejecución de la política mediática enfocada al proceso de reelección en entornos locales y el papel de los medios masivos de comunicación en este proceso. Para ello, se eligió a dos de los principales periódicos de esa ciudad. *La Crónica de Mexicali*, que forma parte del Grupo Healy y el cual depende de *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora; así como *La Voz de la Frontera*, que forma parte de la Organización Editorial Mexicana (OEM) con presencia en todo el país.

Metodología

La ponencia aborda el fenómeno de la reelección en el proceso electoral de Baja California, y se tomó como estudio de caso la elección de tipo local en Mexicali, capital del estado, en el que Norma Bustamante participó como la candidata de Morena para buscar la reelección a su cargo como presidenta municipal. Esto luego de fungir en dicho cargo popular durante el periodo 2021-2024. El análisis se basó en la propuesta teórica de Manuel Castells (2012) sobre el concepto de política mediática, la cual comprende tres etapas: la personalización de la política, la comunicación orientada en campañas electorales, y la colocación del spin político.

A través de una metodología de tipo cuantitativa, se realizó un monitoreo de las noticias referentes al proceso electoral de 2024 en México, en dos de los principales medios impresos de la localidad: los periódicos *La Crónica de Mexicali* y *La Voz de la Frontera*. Las piezas informativas fueron categorizadas de manera inductiva, con base en el tipo de elección que informan: federal, estatal o local; así como diversas categorías inducidas entre las cuales resaltan el tema principal, el medio de comunicación y el discurso político difundido.

Durante el avance de esta investigación, se lograron recolectar un total de 274 noticias referentes a las elecciones en México en *La Crónica de Mexicali*². No así en el caso de *La Voz de la Frontera*³, del que aún no se concluye su localización y cuantificación, por lo que solo se mencionaron de manera contextual algunas de las piezas informativas clave, referentes al estudio de caso abordado. Todas las noticias fueron concentradas en una base de datos para posibilitar diversas consultas relacionadas con los objetivos perseguidos.

En primer lugar, se consultó a la base de datos mediante la implementación del filtro “Local” en la categoría de tipo de elección. Posteriormente, se localizaron aquellas noticias que hicieron referencia específica hacia la candidata a la Alcaldía de Mexicali por Morena, Norma Bustamante, y se elaboraron registros estadísticos con base en los resultados obtenidos.

² Periódico local que depende del Grupo Healy, corporativo que tiene como medio principal a El Imparcial en Hermosillo, Sonora, México.

³ Periódico local que forma parte de la Organización Editorial Mexicana (OEM), corporativo de medios impresos reconocida a nivel nacional.

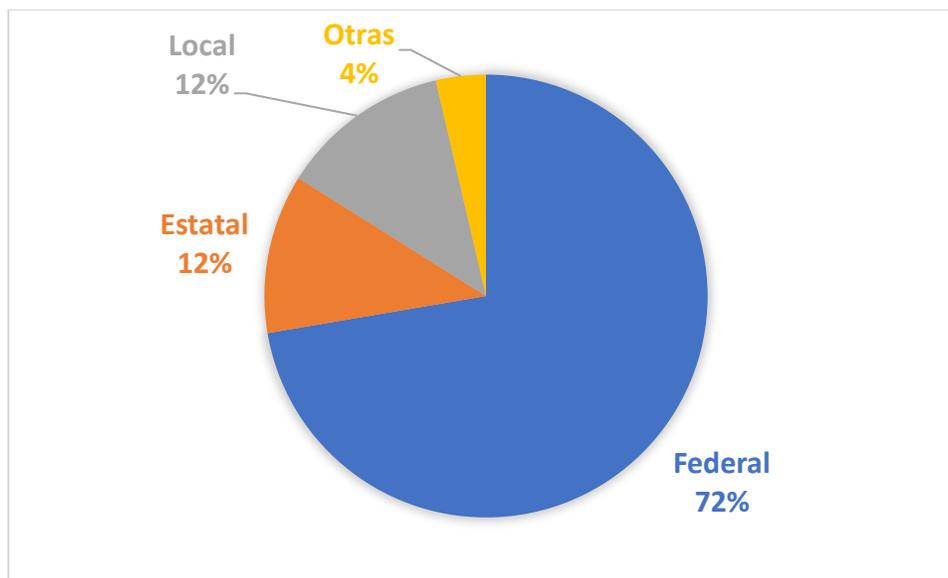
Resultados

Las elecciones en Baja California tuvieron lugar del 15 de abril al 29 de mayo de 2024. Es decir, 45 días en los que se publicaron 45 periódicos de *La Crónica de Mexicali* y 45 más correspondientes a *La Voz de la Frontera*.

Durante el monitoreo realizado, se registraron en la base de datos un total de 274 noticias de relación directa con el proceso electoral, publicadas en *La Crónica de Mexicali*. De estas, 41.24% fueron publicadas mediante la implementación del género periodístico de nota informativa, en tanto que 58.7% se publicaron como columna de opinión. Esto es relevante porque el primer género es considerado como uno de tipo objetivo y apegado en todo momento a los hechos, mientras que el segundo es un género de tipo subjetivo.

Por otra parte, este periódico otorgó mayor atención informativa a la elección de tipo federal, la cual representa el 72.2% de noticias registradas. Los ámbitos estatal y local fueron menormente atendidos: 11.6% obedecen a noticias referentes a la elección estatal y 12.40% a la elección local (véase gráfica 1). El resto de noticias, abordaron temáticas electorales de otros estados o localidades al interior de la República.

Gráfica 1. Cobertura informativa del periódico La Crónica de Mexicali por tipo de elección en 2024.

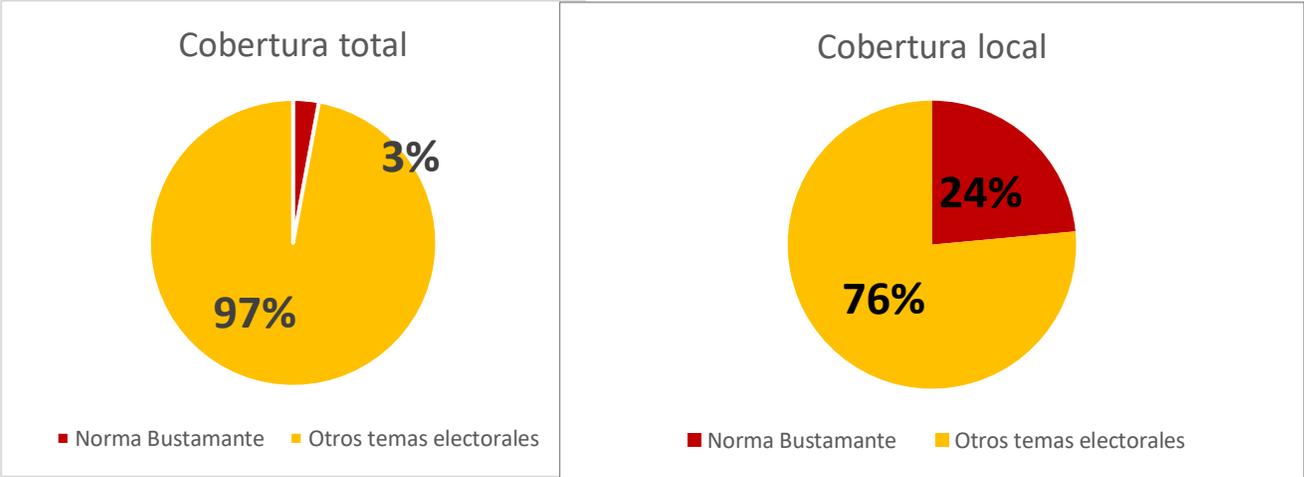


Fuente: elaboración propia.

Entre ese porcentaje de cobertura local, se encuentran las noticias que hacen mención sobre la candidata de Morena a la alcaldía de Mexicali, Norma Bustamante. No obstante, solo se

detectaron 8 piezas informativas en ese sentido. Lo cual representa el 23.52% de la cobertura de tipo local, y tan solo el 2.91% del total de cobertura periodística que se le otorgó en este medio de comunicación al tema de las elecciones 2024 (véase Gráfica 2).

Gráfica 2. Porcentaje de menciones de Norma Bustamante, candidata a presidenta municipal de Mexicali por Morena, en la cobertura total y cobertura local del periódico La Crónica de Mexicali.



Fuente: elaboración propia.

Entre los temas que se abordaron, destacan el anuncio de su candidatura rumbo a la reelección, justo al principio del proceso electoral. Además de diversas propuestas de campaña, las cuales se presentaron durante la recta final de este. Inversiones en servicios públicos, cuidado del agua, difusión de la cultura y dignificación de la policía, figuran entre estos titulares.

Sobre esto, llamó la atención una posible publicación de boletines oficiales de campaña, más que productos propios de la cobertura periodística como tal. Por un lado, porque se trata de notas informativas que no contienen firma o autoría y que, en cambio, se firman por parte de la misma redacción; esto es común cuando no existe al interior de la publicación un responsable de la recolección y/o manufactura de los datos. Por otro lado, se infiere lo anterior debido al tratamiento informativo que éstas recibieron durante su redacción, sobre todo en cuanto a jerarquía informativa se refiere y ante la poca o nula observación o crítica al respecto.

Si bien lo anterior no puede afirmarse, lo cierto es que esta práctica es común entre los medios de comunicación cuando existe un pago o contrato de por medio para la difusión,

y es considerada como una estrategia de tipo económica para la colocación del *spin político*. Eso explicaría la ausencia de crítica y discernimiento, así como también la falta de seguimiento puntual de la campaña, tal y como sucede en otros procesos electorales.

Ahora bien, en esas pocas publicaciones se detectaron otros elementos que, aunque son más de tipo cualitativo, resultan significativos en cuanto a estrategias para la personalización de la política de la candidata. Primero, el tipo de verbos que se implementaron en dichos boletines publicados como noticias en el periódico, hacen alusión a cuestiones no solo sobre su campaña, sino también sobre su gobierno municipal. Por una parte, verbos como “invertimos”, “seguiremos promoviendo” o “continuaremos”, refieren a acciones que se hicieron en el pasado pero que se seguirán haciendo en el futuro, lo cual hace referencia al gobierno municipal que ya presidía y que pretende seguir presidiendo con la reelección; por otra parte; la repetición de una palabra clave (*keyword*) que prioriza su nombre en todas las piezas periodísticas y refuerza su aspiración, “Norma Bustamante, candidata a la presidencia de Mexicali por el Partido Morena.”

Como se ha mencionado anteriormente, el registro de noticias monitoreadas en *La Voz de la Frontera* no ha concluido al momento de redactar estos avances sobre la investigación. No obstante, si bien no se conoce el número total de noticias publicadas en relación con las elecciones de 2024, sí se detectaron noticias que mencionan directamente a la entonces candidata morenista, Norma Bustamante.

Coincide con su periódico rival en cuanto a que las noticias se presentan, casi en su totalidad, durante la recta final de las elecciones. No así en cuanto al nivel de visibilidad mediática que se le otorga, ni tampoco en cuanto al trato informativo. Su primera mención oficial dentro del periodo electoral, aparece en una noticia de plana entera que presenta a los nueve candidatos a la alcaldía municipal, y una noticia más que resalta el incremento de agentes policiacos debidamente formados y equipados con *bodycams*, como una de sus propuestas de campaña.

El resto, obedecen a noticias sobre aspectos negativos que buscan impactar en su nivel de personalización de la política. Por ejemplo, una de las piezas informativa le otorga voz como fuente informativa al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) para ratificar la sanción del órgano electoral local para retirar espectaculares con su imagen.

Por otra parte, en una de sus editoriales, el periódico resalta la ausencia de Norma Bustamante en el debate de candidatos a la presidencia municipal y se hizo mención de que su asistencia era el equivalente a “meterse en la boca del lobo.”

Al igual que las elecciones federales, el proceso local en Baja California concluyó con la jornada electoral del pasado 2 de junio. Pero no fue sino hasta el martes 4 de junio cuando los diarios de la localidad anunciaron oficialmente el triunfo de la reelección de Norma Bustamante como presidenta municipal de Mexicali. *La Crónica de Mexicali* informó este resultado como la noticia principal de su portada, no así *La Voz de la Frontera*, el cual solo colocó una nota pequeña en su portada para informar que los resultados del PREP dieron la victoria a Morena, así, en general hacia el instituto político.

Conclusiones

Esta ponencia realiza un recorrido por la cobertura periodística que se le otorgó a las elecciones 2024, en los principales periódicos locales de Mexicali, Baja California. A través de un monitoreo sobre las noticias publicadas en relación a los procesos electorales federal, estatal y local; se busca dar cuenta de la visibilidad que tuvieron las y los candidatos a la presidencia municipal, específicamente el concerniente al ámbito de la búsqueda por la reelección de la candidata de Morena, Norma Bustamante.

La premisa de la cual parte esta ponencia resulta contradictoria con los resultados obtenidos durante la investigación. La aspirante a la reelección como presidenta municipal de Mexicali no solo no recibió trato preferencial por parte de la prensa local, sino que, de hecho, obtuvo muy poca exposición en los espacios noticiosos de estos y la mayoría obedece a información que no fue reportada y elaborada por el equipo de periodistas, en tanto que algunas de sus piezas informativas resultaron críticas hacia su desempeño durante la campaña electoral.

Sin embargo, el resultado es oportuno para señalar que la ausencia de la candidata en los contenidos informativos de la prensa local, no contrarrestaron el denominado efecto de arrastre que ha logrado Morena en casi todas sus candidaturas desde lo nacional hacia lo regional y lo local. Poco afectó la falta de información sobre la plataforma electoral de Norma Bustamante quien, al término de la jornada electoral, resultó ganadora con una cantidad de votos por encima del 40%.

Lo anterior es muestra de cómo la fortaleza de los periódicos regionales se ha ido debilitando con el paso del tiempo, y de cómo el panorama nacional de la política electoral va ganando terreno en la labor de un periodismo que, por mucho tiempo, ha tratado de mantener independencia sobre el ámbito centralista mexicano. Los resultados sirven como punto de partida para futuras investigaciones en las que se busque correlacionar este nivel de cobertura informativa con la intención del voto que demuestra la ciudadanía en las urnas.

Valdría la pena, además, ahondar en si este tipo de desempeño profesional por parte tanto de periodistas como de sus medios de comunicación, no falta a los derechos estipulados para las y los candidatos en un proceso electoral sobre gozar de espacios mediáticos para dar a conocer sus plataformas políticas. Esto aunado al derecho ciudadano a estar bien informado, el cual también forma parte de la responsabilidad social de los medios de comunicación.

Bibliografía

- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. Siglo veintiuno ediciones.
- Delgado, C. (2018). Reelección en México: brevario histórico. *Derecho electoral*, (27): 163-175. DOI 10.35242/RDE_2019_28_8
- Instituto Nacional Electoral [INE] (2024). <https://ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2021/baja-california/>
- León, F., Carrera, A. & Ortiz, A. (2021). Percepción ciudadana sobre la reelección de alcaldes en municipios de la zona metropolitana de Guadalajara. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (30): 113-133.
- Meyenberg, Y. & Lugo, J. (2011). Palabra y poder. Manuel del discurso político. *Grijalbo*.
- Ortiz, A. (2020). El periodismo en Baja California y la Revolución mexicana. *Improntas de la historia y la comunicación* (8). <https://portal.amelica.org/ameli/journal/185/1851994002/html/>
- Pacheco, J. (2023). Mecanismos de control de la prensa escrita en México. En Méndez, H. & Gómez, A. (2023). *Investigación en ciencias humanas y sociales. Experiencias y propuestas en la aplicación de métodos y técnicas*. Editorial UABC-Artificios.
- Reyes, M., O'Quinn, J., Morales y Gómez, J. & Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios públicos*, 14 (30). <https://espaciospublicos.uaemex.mx/article/view/19842>