

Efectos del Impeachment al presidente Clinton:

Análisis de las cartas al director publicadas en Newsweek

Lifen Cheng Shiany Pérez y Juan José Igartua

Lifeng Cheng es doctoranda del Programa "Comunicación, Cultura y Educación" del Dpto. de Sociología y comunicación, actualmente está realizando su tesis doctoral. Shiany Pérez es estudiante de Derecho y su interés es el análisis de políticas internacionales. Juan José Igartua es profesosr Titular de la Universidad de Salamanca, en el citado programa.

Introducción	<p>Resumen: En la presente comunicación se analiza el contenido de las cartas al editor publicadas en la revista informativa internacional Newsweek durante 13 meses, desde el estallido del escándalo del comportamiento impropio del presidente Clinton hasta la resolución del Congreso del caso (entre febrero de 1998 y febrero de 1999, ambos inclusive). Con ello se intenta sondear las opiniones publicas, no únicamente de los ciudadanos estadounidenses sino del ámbito internacional, ante la difusión por los medios de comunicación, particularmente la televisión, de la cobertura detallada de dicho escándalo.</p> <p>Abstract: President Clinton's misconduct in the Lewinsky's affairs turned the International mass media up side down. Now as things have subsided the authors look into the media framing of the impeachment process and, what have been left after it in the minds of the global audience. The authors analyze the Letters to the Editor involved in commenting the issue of impeachment, which were published in Newsweek International between January 1998 and February 1999.</p>
1. Objetivo	
2. Marco teórico	
3. Método	
4. Resultados	
5. Comentarios	
Referencias bibliográficas	

Introducción.

En estas ultimas dos décadas, pertenecientes a la 3ª Era de la Historia Contemporánea de la comunicación política, los investigadores estadounidenses han estado lanzando duras críticas sobre la excesiva intrusión de los medios de comunicación en el ruedo político doméstico donde, según ellos, los medios de masas usurpan las funciones de las instituciones políticas alternando los cursos del proceso político en un estado liberal. Algunos con posturas más apocalípticas incluso han llegado a describir este fenómeno utilizando términos ingeniosos por sus colegas europeos, tales como golpe de estado

mediático, ivideocracia o imediocracia (Mazzoleni y Schulz, 1999). En otras palabras, estas críticas consideran que la combinación entre la comunicación de masas convencional (de 1ª y 2ª Eras) y las nuevas tecnologías de comunicación (de 3ª Era) es el principal cómplice de producir un impacto i genético-mutativo sobre la política, que no es otra cosa más que la habilidad de convertir la política y las acciones políticas en algo muy diferente de lo que tradicionalmente han encarnado los dogmas de la democracia liberal (Mazzoleni y Schulz, 1999), tomando como ejemplo, el reciente proceso impeachment en los Estados Unidos. El impeachment -la destitución presidencial en el sistema legal de USA- es un procedimiento llevado a cabo por el poder legislativo para hacer cesar de su cargo a un funcionario público acusado de mala conducta en sus funciones. El impeachment implica tanto el acto de formular la acusación, como el resultado del juicio por los cargos presentados que puede ser tanto la absolución de los cargos como el veredicto de culpable por los mismos. En éste último caso el funcionario procesado es cesado de su cargo y, si los cargos lo justifican, el funcionario puede ser puesto en prisión preventiva antes del juicio. Los fundadores de la Constitución de los Estados Unidos idearon un Presidente como el sustituto rey del Reino Unido, y como no se espera que ningún Presidente dimita, se estableció el antiguo mecanismo de impeachment para hacer cesar al Presidente de su cargo por medio de una especie de juicio político.

Dicho proceso tuvo su origen en las investigaciones iniciadas por el fiscal independiente Kenneth Starr para cuestionar la integridad -una de las virtudes más apreciadas por los votantes- del Presidente electo de los Estados Unidos Bill Clinton basándose en las alegaciones de unas fraudulentas transacciones realizadas para la firma inmobiliaria Whitewater por el matrimonio Clinton. Las sospechas de que los Clinton -y en particular Hillary Clinton- habían mezclado la política y los negocios en su Estado natal de Arkansas no se han disipado, sólo críticas o insinuaciones sobre el comportamiento de la Primera Dama, por haber destruido documentos de su bufete en Arkansas, por dificultar la investigación del suicidio en 1993 de un consejero jurídico de la Casa Blanca y por ser hallados en la residencia presidencial los informes secretos del FBI de varios centenares de personalidades vinculadas a la Casa Blanca en anteriores administraciones de Reagan y Bush, ambos republicanos, es decir, información sobre los rivales y otras sospechas de perjurio. Como consecuencia de esta acción legal no concluyente, el fiscal Starr aceptó de una llamada anónima información sobre las relaciones extramatrimoniales del presidente Clinton con una ex becaria de la Casa Blanca. La noticia estalló con una fuerte y larga resonancia en los medios de masas e inmediatamente fue puesta en escena global. Una vez comenzada la carrera de campaña para la opinión pública -en contra o a favor- del proceso de impeachment, los medios de comunicación no dejaron de construir historias de iinfotainment, o infodiversión (Blumer y Kavanagh, 1999) &endash;un subgénero informativo televisivo que consiste en un híbrido de noticias informativas, tabloide y entretenimiento- sobre detalles de las vidas privadas de los actores implicados convirtiendo el proceso de impeachment en drama político hasta que llegó a un estado de saturación mediática. Durante 13 meses la audiencia mundial fue expuesta a este fenómeno mediático hasta que el Congreso puso fin al caso con la absolución del Presidente Clinton.

1. Objetivo.

El objetivo de nuestro estudio es averiguar las percepciones de la audiencia internacional de las historias informativas sobre el proceso impeachment a través del análisis de contenido de las cartas al editor de la revista informativa internacional, Newsweek, y lo que queda de este proceso en la opinión pública global.

2. Marco teórico.

Durante la campaña de preparación del proceso del impeachment, el centro del sistema político es, al parecer, el sistema mediático. Para ambas partes, se ha hecho aún más indispensables las estrategias informativas que caracterizan la comunicación política de la 3ª Era: 1) La familiaridad con que los especialistas tratan las diferentes salidas informativas, para las cada vez más diferenciadas audiencias, y así lograr una opinión pública favorable. 2) La habilidad para planear campañas con elaborado detalle. 3) La organización de respuestas rápidas a los sucesos diarios, a las tendencias de la opinión pública y de los grupos diana y a las acusaciones vertidas por los oponentes políticos. 4) La definición de los encuadres informativos mediáticos (framing). Y a esto se le añaden las normas convencionales del periodismo político, que soporta una gran presión, la incertidumbre y las controversias debido al origen competitivo de la prensa nacional en conjunto, nunca homogénea, que está dividida en parrillas cada vez menores y con rápidas salidas cada vez más fragmentadas de noticias a través de Internet y de la televisión por cable que a veces llegan a arrollar los juicios más pausados y reflexivos de las principales organizaciones de información. Algunas de las consecuencias de esta situación se han reflejado en este caso concreto, tales como: 1. La difusión de la línea divisora entre lo público y lo privado en la cobertura de los políticos, quienes se han convertido en presas de caza legítima para informar sobre delitos menores que solían ser ignorados; 2. La mayor receptividad de los medios de calidad hacia las historias iniciadas por los tabloides; 3. El aumento significativo en cubrir los escándalos (Blumler y Kavanagh, 1999).

Como ocurre en una campaña, la mayoría de las personas no dispone de la motivación ni de la capacidad para observar con detenimiento qué es lo que sucede a diario en el contexto socio-político. Por ello, tienden a centrar la atención de forma selectiva en unos pocos temas (issues) que, por alguna razón, se consideran importantes. Posteriormente, estas cuestiones se convertirán en las principales dimensiones sobre la base de las cuales se evaluará o juzgará a los líderes políticos. En la sociedad contemporánea, los medios de comunicación de masas, especialmente los programas de difusión de noticias en televisión, son un componente vital del proceso por el cual un determinado tema logra alcanzar saliencia pública. El poder de confeccionar la agenda de las elecciones es el poder de establecer el contexto en el que los candidatos electorales serán valorados.

Muchos modelos de estudio sobre la opinión pública sugieren que la presentación de los temas en los medios juega un papel importante en formar las actitudes del público. Los medios cumplen la misión como mecanismo primario a través del cual la opinión de elite es transferida al público. La investigación sobre la perspectiva del establecimiento de la agenda (agenda setting) de los medios informativos corrobora esta influencia (McComb y Shaw, 1972; Iyengar y Kinder, 1987). Según esta perspectiva, los medios no le dicen a la audiencia lo que tienen que pensar sino sobre qué asuntos tienen que pensar. Esto se consigue simplemente por la cantidad de atención dirigida por los medios hacia determinados asuntos políticos; cuánto más cobertura reciba un asunto,

supuestamente, hacia más alto nivel se mueve la agenda pública. No obstante, el concepto del modelo tradicional de la perspectiva del establecimiento de la agenda, referida también como el primer nivel de dicha teoría, solamente enfoca la idea de que la controversia es la base para que cualquier asunto se convierta en un tema de cobertura mediática, lo cual no es suficiente para explicar que con el mero incremento de presencia de determinados asuntos en los medios pueda influir en el cambio de opinión pública. Consecuentemente los investigadores en este campo han ampliado el concepto de esta agenda para averiguar cómo las variaciones en cobertura de un mismo asunto influyen la saliencia de este asunto en la mente del público. Así lo explican McComb y Estrada (1997): «El cómo los encuadres informativos afectan a la opinión pública pertenece al emergente segundo nivel de agenda setting. El primer nivel trata la transmisión de la saliencia del objeto; el segundo nivel trata la transmisión de la saliencia de atributo. La saliencia de atributo se refiere a las miles de maneras que la elite política o fuentes informativas pueden elegir para darle forma a la presentación de un asunto; como tal, el segundo nivel de la perspectiva del establecimiento de la agenda implícitamente se inspira en las teorías de encuadre (framing) de los medios. Este término, por lo tanto, se refiere a la forma en que los medios comentan sobre un tema y que fomenta cambios en la opinión pública, de manera que proporciona un medio de describir el poder de comunicación para orientar las cogniciones del individuo hacia una interpretación prescrita de una situación u objeto. A la hora de explicar por qué los programas informativos de televisión pueden influir en la evaluación de los candidatos políticos, se ha propuesto la hipótesis de la preactivación (priming effect). Los juicios que los sujetos realizan sobre los líderes políticos dependen menos de lo que se conoce en términos absolutos y más de los criterios o aspectos de ese conocimiento que vienen rápidamente a la mente (Iyengar y Kinder, 1987).

Como antítesis, Zaller (1998) atribuye este cambio favorable de opinión pública sobre Clinton a su excelente discurso presidencial del Estado de la Unión, que estaba cargado de contenido político. Sostiene que los votantes y la opinión pública están muy lejos de ser profundamente afectados simplemente por el tratamiento mediático de la realidad política con respecto a sus perspectivas políticas y comportamientos, ya que están primordial y constantemente preocupados por la paz, la prosperidad y la moderación, que es la línea básica que marca su política. Estas conclusiones son compartidas por otros estudiosos que han investigado sobre las intrigantes interacciones entre los medios de comunicación y los actores políticos en varios países (Mazzoleni y Schulz, 1999). Según ellos, el incremento de intrusión de los medios de comunicación en el proceso político no es necesariamente sinónimo de absorción de las instituciones políticas - gobiernos, partidos, dirigentes, movimientos- por parte de los medios. Por otro lado, la intrusión mediática tampoco puede asumirse como un fenómeno global, porque hay diferencias significativas entre países con respecto a esto. Los cambios recientes ocurridos en el ruedo político de un país no puede explicarse como un reflejo de algún modelo común de la mencionada democracia dirigida por los medios.

Es indiscutible que los medios informativos influyen a todos los seres humanos en todos los temas. No obstante, diversas características de los seres humanos y de las noticias se han identificado como condiciones contingentes que afectan a la fuerza de relación del establecimiento de agenda. El concepto de la mediatización de la política, en cambio, debería servir como una herramienta más para indagar en si el complejo mediático puede poner en peligro el funcionamiento del proceso democrático.

3. Método.

Para este estudio, se hizo una puntual conceptualización recurriendo a las teorías de las agendas informativas, políticas y públicas, con el fin de relacionar todo lo que ha configurado el acontecimiento (impeachment) y evaluar las actitudes y opinión pública internacionales sobre dicho asunto a través de un análisis de contenido de una muestra de comunicaciones.

3.1. Muestra.

La muestra utilizada para este estudio consistió en 102 cartas al editor publicadas en Newsweek International (desde el estallido del escándalo hasta la resolución, empezando a principios de 1998 hasta el febrero de 1999, un periodo de 13 meses), escritas por lectores internacionales en las que expresaban sus opiniones espontáneas y supuestamente con un nivel de implicación en política internacional bastante alto (de hecho escriben al editor). En cuanto a la revista Newsweek, es conocida como una de las revistas internacionales más prestigiosas del mundo, es decir, dentro de la definición de prensa de elite, que se caracteriza por su autoidentificación como independiente, por la pervivencia del estilo analítico (de análisis y de opinión), por la preferencia otorgada a determinadas secciones (opinión, internacional, cartas de los lectores, economía, cultura/ciencia/arte, etc.); por la cuidada atención a la economía y finanzas nacionales e internacionales, mimando la credibilidad y la objetividad- soporte ante su público y garantía de su propia identidad. Newsweek fue fundada en febrero de 1933, en 1961 pasó a pertenecer al grupo del Washington Post. En la actualidad cuenta con una tirada de 3.272.000 ejemplares en USA y 4.443.261 ejemplares en el resto del mundo. Se calcula un volumen de 24 millones de lectores por todo el mundo. Los rasgos distintivos de la prensa de elite, como el caso de Newsweek, son los de una revista que practica el periodismo global, un periodismo que responde a una audiencia global (término opuesto a local) interesada en el mundo como un todo (Álvarez, 1987).

3.2. Unidad de análisis.

Cada uno de las cartas, que expresaban espontáneamente y retroalimentaban al editor con comentarios y opiniones sobre el escándalo (o historias informativas contadas por los medios) y el proceso impeachment, constituyó una unidad de análisis. Entre las 102 unidades de análisis, 22 de ellas fueron cartas escritas al estallar el escándalo como resultado de las acusaciones hechas por Paula Jones, que pertenecieron a la primera fase del caso (entre el 9 de febrero de 1998 y el 16 de marzo del mismo año); mientras 64 fueron escritas durante la segunda fase, la preparación del proceso impeachment (entre el 31 agosto de 1998 y el 1 de febrero de 1999), 16 unidades pertenecieron a la fase final (entre el 8 y el 23 de febrero de 1999) después de la absolución del Presidente Clinton por no reunir la condición de aprobación por mayoría de dos tercios de los miembros del senado para poder llevar a cabo el proceso de destitución presidencial.

3.3. Ficha de análisis y codificación.

La ficha de análisis se construyó teniendo en cuenta tanto la cobertura informativa del "caso Clinton" en nuestro país, como a través del juicio de los investigadores (expresado en una sesión de tormenta de ideas) para generar las variables relevantes. La codificación, en la que participaron las dos primeras autoras de esta comunicación, se realizó siguiendo el criterio de fiabilidad interjueces (porcentaje de acuerdo medio alcanzado del 92%).

4. Resultados.

4.1. Percepción de la representación social mediática del Presidente Bill Clinton.

Los datos obtenidos muestran que a los lectores de Newsweek no les escandalizó extraordinariamente esta noticia a pesar de que los medios de comunicación la trataron como un escándalo sexual cometido por un presidente de Estados Unidos. Más bien criticaron a los medios desde el primer momento de ser intrusos en las vidas privadas. Algunos lectores lo compararon con la doble vida que llevaba el ya fallecido presidente Francés Mitterrand, opinando que a pesar de ello éste no dejaba de ser un exitoso político. Otros compararon el caso con el de Edward Kennedy o el de Gary Hart quienes, por asuntos parecidos, tuvieron que retirarse de la lista de candidatos para la elección presidencial. La adquisición de conocimientos de los políticos a partir de la utilización de los encuadres en las informaciones mediáticas sigue siendo objeto de investigación. En nuestro estudio los encuadres mediáticos utilizados por el público fueron distintos a los de los casos de Kennedy o Hart y el Presidente Clinton. El encuadre de los dos primeros casos era el de *playboys*, aspirantes a la presidencia. Mientras el del caso de Clinton que fue Presidente reelegido y estaba en su segundo mandato gozando de una gran popularidad entre sus votantes quienes ya mantenían opiniones favorables sobre la agenda de las propuestas o los logros en las actuaciones presidenciales, tales como:

- 1) La política exterior, las actuaciones de Clinton en la escena del proceso de paz tanto en Irlanda de Norte como en Israel /Palestina.
- 2) La economía, acabó con la recesión de la etapa Bush y propulsó el crecimiento económico en el país.
- 3) La muy debatida y popular reforma política de la sanidad, aunque fallida en la votación final por el control de la mayoría republicana en el Congreso.
- 4) Un aumento de presupuesto para asuntos sociales.
- 5) El índice de criminalidad estaba a la baja, algo sin precedente en la historia de USA.

Con respecto a estas observaciones, nos referimos al índice medio de los registros de la aprobación presidencial entre 1993 y 1998, realizados por Newsweek, NBC, CBS, ABC, CNN, Gallup y Washington Post, donde observamos que el estallido del escándalo a principios del año 1998, contrario a la predicción republicana, no sólo no provocó el descenso de la opinión pública sino le lanzó hacia el índice más alto (71%) de popularidad a lo largo de su presidencia (ver tabla 1):

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
1993	50%	57%	50%	40%	37%	45%	47%	50%	50%	50%	50%	49%
1994	50%	48%	43%	43%	42%	40%	39%	40%	43%	43%	44%	45%
1995	45%	43%	42%	42%	40%	42%	40%	43%	47%	47%	46%	46%
1996	50%	50%	56%	52%	52%	53%	53%	51%	58%	58%	58%	53%
1997	52%	61%	51%	56%	57%	54%	58%	60%	59%	59%	60%	60%
1998	60%	71%	62%	57%	58%	60%	60%	59%	60%	58%		

Cuadro 1. Índice de Popularidad Presidencial

Comparando los datos en la tabla de arriba con los obtenidos en las cartas de los lectores de Newsweek recibidas en la primera fase (cuando estalló el escándalo) el público no creyó en el desmentido del Presidente Clinton sobre sus relaciones con

Lewinsky. Como reacción a este hecho, la opinión pública descendió ligeramente. A pesar de ello, la imagen de Clinton como un hombre humano, mujeriego y mentiroso sobre su vida privada no fue percibida como delito sino como rasgos comunes de debilidad entre los hombres. Y un 1/3 de los lectores no especificaron sus opiniones al respecto (ver tabla 2):

% Opiniones

9 Mujeriego

22,7 Marido infiel

31,8 No especifica

36,4 Un humano como todos

100%

Cuadro 2. Opiniones sobre Bill Clinton como hombre privado al estallar el escándalo.

Los datos indicados en las tablas 3 y 4 fueron recogidos en las cartas recibidas estando ya el caso en proceso. Aunque la tabla 3 indica que 41% de los lectores mostraban actitud inculpatora y que no aprobaban sus actos puntuales, no por los actos en sí sino por haber sido hechos públicos (por los términos usados: embarazoso y lamentable) la gran mayoría seguía considerándole un buen político que hacía muy bien su trabajo. Al parecer, los lectores distinguen el hombre privado del hombre público en un presidente al juzgar los hechos, como indica la tabla 4:

% Opiniones Actitud Inculp. Actitud Exculp. Neutral

11 Embarazoso *

11 Lamentable *

7,8 Inmoral *

4,7 Agresor sexual *

3 Abuso de poder, acoso sexual *

3 Irresponsable *

6 Seducido *

3 Enamorado, sentimental *

50 No específica *

100% 41% 9% 50%

Cuadro 3. Opiniones sobre los actos por los que el Presidente Clinton era procesado.

% Opiniones Positivas Negativas

18,6 Talante político *

18,6 Víctima de Complot *

12,8 Popularidad *

8,1 Líder mundial *

5,8 Calma y fuerza en terrenos políticos *

19,8 Mentiroso *

9,3 Falta de integridad *

7 Cínico *

100% 63,90% 36,10%

Cuadro 4. Opiniones sobre el Presidente Clinton como hombre público durante el proceso de impeachment

4.2. Percepción de la representación social de los personajes implicados

Los conflictos sobre los valores morales y las convenciones sociales de conducta fueron altamente salientes en este proceso como han sido siempre en los procesos juridico-políticos. La dramatización mediática del caso hizo que los personajes se convirtieran en símbolos morales e inscripciones de ideas diferentes para las narrativas sociales, por

tanto, símbolos vivientes (Sapiro y Soss, 1999). Hillary Clinton, Lewinsky, el Fiscal Starr y los Republicanos fueron personajes más mencionados y asociados directamente al proceso impeachment por los medios de comunicación. Sin embargo los datos en las tablas 5a, 5b y 6, muestran que los lectores no veían a la Primera Dama o a Lewinsky, la ex becaria de la Casa Blanca, como personajes relevantes en el caso de impeachment mediatizado.

Hillary Clinton, en particular, ni siquiera fue percibida por la inmensa mayoría de la audiencia como personaje involucrado en el caso. La representación popular de Hillary fue que se quedaba prácticamente fuera de juego, su retirada de la escena resultó ser una jugada maestra por no acentuar el aspecto de infidelidad de Clinton para la opinión pública.

% Opiniones
 4,7 Tenaz
 1,5 Buena esposa y madre
 1,5 Protectora
 92,8 No específica
 100%

Cuadro 5a: Opiniones sobre Hillary Clinton como mujer privada durante el proceso Impeachment

% Opiniones
 4,7 Singular, capacidad política
 95,3 No específica
 100%

Cuadro 5b: Opiniones sobre Hillary Clinton como Primera Dama durante el proceso Impeachment

Curiosamente a pesar de la exuberante exposición mediática del caso Lewinsky, los lectores de Newsweek tampoco llegaron a mezclarla en este proceso político, no fue percibida como amante presidencial, ni como personaje clave de todo este embrollo, ella sencillamente pasó por allí o fue una entre tantas mujeres quienes alegaban tener relaciones con el Presidente Clinton.

% Opiniones Positiva Negativa No especif.
 7,8 Enamorada inocente *
 3,1 Buscadora de favoritismo *
 3,1 Seductora *
 86 No específica *
 100% 7,80% 6,20% 86%

Cuadro 6: Opiniones sobre Monica Lewinsky durante el proceso de impeachment.

Generalmente, el partidismo político, que condiciona los efectos mediáticos, puede actuar como encuadre para minimizar los efectos del agenda-setting mediático (Iyengar

y Kinder, 1987). En la primera semana de febrero de 1998, Hillary Clinton lanzó un duro contraataque en su única aparición en un programa informativo de la NBC llamado *Today*. Durante una hora la Primera Dama sostuvo sus teorías del complot republicano. Trazó con pelos y señales una red sumamente elaborada sobre *¿Quién es Quién* de los conspiradores. A pocos días, el esquema de esa red fue publicado en prensa escrita e Internet explicando todas las tramas de la alegada conspiración republicana. Muchos periódicos desde allí empezaron a utilizar términos como *caza de brujas* o *McCarthyismo* presentando a un Clinton ante la opinión pública como hombre común con sus virtudes y debilidades, un hombre con dos caras al estilo de *Dr. Jekyll y Sr. Hyde* (personaje del siglo XIX en la novela de Robert Louis Stevenson), o víctima de la maquinaria de un complot político de los calificados *hipócritas perversos* o *imoralistas* que odian los valores de la generación de los 60s, símbolos cargados de atributos sociales. Las tablas 7 y 8 muestran que algunos lectores no tenían opiniones favorables sobre las actuaciones del Fiscal Starr ni de los Republicanos. La percepción popular fue que ellos representaban el rol del *inquisidor*. Sin embargo un alto porcentaje de lectores no especificaron sus opiniones sobre el Fiscal Starr (62,5%), ni sobre los republicanos (70,3%). En la representación popular los republicanos y el Fiscal Starr fueron personajes secundarios del escándalo.

% Opiniones Negativas No específica

20,3 Persecución sin sentido *

6,3 Morboso *

4,7 Abuso de poder *

4,7 Motivado por otros intereses *

1,6 Moralista puritano *

62,5 No específica *

100% 37,50% 62,50%

Cuadro 7: Opiniones sobre el Fiscal Starr durante el impeachment.

% Opiniones Negativas No Especifica

14 Lucha de poder *

11 Hipócritas, puritanos *

3,1 Directores del impeachment *

1,6 Manipuladores *

70,3 No específica *

100% 29,70% 70,30%

Cuadro 8: Opiniones sobre los republicanos durante el impeachment.

4.3. Opiniones y actitudes hacia el proceso de impeachment.

El hecho de estar a favor o en contra de las realidades socialmente significativas puede variar de unos individuos a otros, de unos a otros grupos, de unas épocas a otras. Bajo determinadas condiciones, las actitudes están sujetas a cambios y ello se debe a varias razones, entre otras, a su ostensible valor adaptativo (o viejos valores tradicionales debilitados). Opinión y actitud tienen algo en común, de hecho, las dos son respuestas implícitas; no obstante, *opinión* se usa para hacer referencia a un amplio conjunto de anticipaciones y expectativas, mientras que *actitud* se reserva para aquellas respuestas implícitas que implican aproximación o rechazo respecto a un objeto, persona, grupo o símbolo dado (Roda Fernández., 1989).

Los datos de las tablas 9a y 9b muestran que ningún lector percibía el caso como un verdadero proceso jurídico-político. Así, el 39 % de los lectores opinaba que el proceso era bien una farsa o un derroche de energía.

% Opiniones
25 Farsa
14 Derroche
61 No específica
100%

Cuadros 9a. Opiniones sobre el proceso del impeachment.

% Actitudes
15,6 A favor
47 En contra
37,5 No específica
100%

Cuadros 9b. Actitudes hacia el proceso impeachment.

A pesar de los datos anteriores, se observó también que el 37,5 % no mencionaba opinión alguna al respecto. Sólo 15,6% estuvieron a favor.

La tabla 9c indica que una minoría de las cartas analizadas (el 20,3%) asociaba el caso Clinton con el caso Watergate que protagonizó Nixon. Una interpretación de este resultado podría ser la siguiente: sólo 30% de los comunicantes eran ciudadanos estadounidenses, el 70% eran residentes de otros países y, el impeachment podría tener diferentes significados socio-políticos para los diferentes grupos culturales. Otra explicación post hoc es que se ha producido un cambio de posicionamiento en la sociedad postmoderna con respecto a este tipo de asunto. El mentir sobre la conducta sexual en la vida privada es considerado una práctica común, por tanto, la audiencia no lo percibió como un delito comparable con la escucha ilegal de Nixon a los rivales demócratas. Una tercera, y última interpretación de estos resultados aludiría al contexto político. Bajo el mandato de Nixon USA sufría la crisis del petróleo, un alto índice de desempleo e inflación, situación muy diferente de la que gozan los estadounidenses con la segunda legislatura de Clinton.

% Comparación con Watergate
15,7 Igual de grave
3,1 Menos grave
1,5 Más grave
79,7 No específica
100%

Cuadro 9c. Comparación con el caso Watergate.

La educación y otros factores de estatus han producido grandes diferencias en la intensidad de conocimiento y de interés de los ciudadanos. Dichas diferencias se puede conceptualizar con el término de Neumann (1986) isofisticación política. Se refiere a que una persona ya informada tiene más probabilidades de asumir nuevas informaciones; la sofisticación aporta también unos esquemas más complejos para la

interpretación de eventos políticos, aunque los efectos de incremento del aprendizaje, de la educación y de la sofisticación pueden restringir otros efectos, como la reducción del impacto del establecimiento de la agenda tanto para periódicos (McLeod, 1996) como para televisión (Iyengar y Kinder, 1987). Aquellos ciudadanos más comprometidos pueden tener su propia agenda. Como muestra la tabla 10 los lectores de Newsweek percibieron y se mostraron preocupados por las posibles consecuencias en los diferentes campos que el impeachment pudiera efectuar en lugar de dejarse llevar por un simple escándalo sexual.

% Opiniones sobre impactos impeachment

21,3 Históricos

21,3 Sistema legal

17,5 Políticos

16,2 Crisis liderazgo

6,2 Económicos

17,5 No específica

100%

Cuadro 10. Opiniones sobre los impactos del impeachment.

4.4. Opiniones sobre las actuaciones de los medios de comunicación.

Las imágenes o teorías de sentido común que la gente tiene sobre las noticias también afectan a cuánto aprenden de esas noticias. Existen tres dimensiones de las imágenes mencionadas, por McLeod (1996) que son particularmente pertinentes como variables condicionales:

- Calidad informativa de las noticias, una evaluación positiva de los medios como exactos y como completos.
- Patronaje de noticias, confianza en la propia habilidad de extraer patrones de las noticias fragmentadas.
- Aspectos negativos de contenido, crítica de las noticias por ser aburridas, sensacionalistas y con predominio de las malas noticias

Contrariamente a lo que puedan esperar u opinar los comunicadores o informadores de noticias, se observan tres efectos en las audiencias:

1. Los altos índices de la calidad de las noticias se asocian con niveles bajos de aprendizaje a través de los medios.
2. Aquellos que consideran que las noticias tienen patrones subyacentes, tienden a aprender más de las informaciones mientras que los que critican su contenido son los que menos aprenden.
3. Aquellos individuos algo escépticos sobre la calidad de las noticias son los que aparentemente las procesan con mayor despliegue de crítica y de reflexión y, por tanto, aprenden más. (McLeod, 1996).

También podemos aventurar que hacía sólo cuatro meses que ocurrió el accidente de automóvil que provocó la muerte de Diana de Gales antes del estallido del caso de impeachment, por lo que la audiencia global aún no se había recuperado por completo de la conmoción por la muerte de Diana y podría mostrar un sentimiento de antipatía hacia los profesionales de la comunicación en general. Y por esta tragedia mostraba una valoración más negativa de lo habitual de los paparazzi –imagen que recibieron los profesionales en el tratamiento informativo implicados en el caso (Sánchez y Berganza, 1999). En este sentido, en ambos casos los profesionales de la comunicación fueron presentados en la opinión pública como causantes de la desgracia y la intrusión.

Como se observa en la tabla 11, los lectores muestran una actitud crítica y opiniones, en su mayoría, desfavorables hacia el tratamiento mediático del caso de impeachment.

% Opiniones sobre tratamiento mediático		Positivo	Negativo	No especi.
15,7	Redundancia, obsesión *			
14,7	Violación intimidad *			
13,7	Frivolidad *			
10,8	Desproporción cobertura respecto a otras noticias *			
10,8	Sensacionalismo *			
7,8	Tabloide *			
7,8	Falta ética profesional de medios de comunicación *			
2	Desenmascaramiento a los políticos *			
1	Credibilidad *			
15,7	No específica *			
100%		3,00%	81,40%	15,60%

Cuadro 11. Opiniones sobre el tratamiento del impeachment por los medios de comunicación.

5. Comentarios

Observamos una aparente "lectura fría" de los lectores de Newsweek: los medios de comunicación practicaban un periodismo sensacionalista proporcionando tal cantidad de informaciones con frivolidad sobre un tema que no identificaron ni si quiera los actores implicados, excepto a una víctima (Clinton) cuya intimidad fue violada por unos profesionales que carecían de ética y se inventaron todas estas historias por entretener a la audiencia. Pero desde otra perspectiva, se puede considerar que fue un éxito de manipulación mediática de la realidad política por parte del equipo de asesores jurídicos, de relaciones públicas, de imagen y comunicación de la Casa Blanca, quienes han sabido aplicar oportunamente las estrategias mediáticas de tres niveles: agenda-setting, framing y priming. Por otro lado, también se puede considerar un fracaso del equipo del Fiscal Starr. La investigación sobre cognición social sugiere que los objetos de percepción, particularmente cuando son personas que a la vez actores políticos, se convierten en símbolos morales para los observadores (Sapiro y Soss, 1999). Para la audiencia expuesta a la campaña de desacreditación de los personajes, tanto el fiscal, con un historial que le vinculaba al partido republicano y a la iglesia evangelista, como el presidente con conducta impropia, no parecían constituir razones suficientes como para que el proceso impeachment proliferase en el Congreso. El resultado de la absolución del Presidente Clinton en este caso concreto muestra que los medios contribuyeron a los cambios en la opinión pública y facilitó que los Senadores votaran en contra del impeachment. Las batallas personales mediatizadas contra los contrincantes como el fiscal Starr y los republicanos (las vidas privadas del portavoz de grupo y del presidente de la comisión) también ayudó a preparar el terreno para que no prosperara la votación por el Congreso. Varios planteamientos sostienen la existencia de una conexión entre el índice de popularidad y el apoyo del presidente en el Congreso. Los miembros del Congreso puede que apoyen a un presidente popular con el fin de arrimarse ellos a esa popularidad. Por el contrario, puede que intenten distanciarse de un

presidente impopular, posiblemente con rechazar sus propuestas o peticiones legislativas. Otra teoría es, que los miembros del Congreso utilizan el índice de popularidad como una especie de medida sucedánea de la opinión pública sobre la agenda del Presidente. Cuando el Presidente se sitúa alto en las encuestas, entonces los congresistas tendrán en cuenta respaldar la agenda del Presidente; cuando se sitúe bajo en la opinión pública más probablemente los congresistas rechazarán las propuestas del Presidente (como sucedió con la última propuesta de Tratado de Suspensión de Pruebas de Misiles en Octubre de este año), y se atreverán a perseguir sus preferencias políticas (Michelson, 1999).

La cantidad de tiempo y esfuerzo gastado por los hacedores de política con la esperanza de lograr el apoyo público a sus acciones propuestas, demuestra que creen que hay algún valor en la opinión pública. Sin lugar a dudas, la agenda mediática y la sustancia política afectan a los juicios de la audiencia acerca de temas de importancia. Pero se necesita hacer investigaciones más exhaustivas para poder llegar a una conclusión más sólida sobre la naturaleza de la relación entre la opinión pública y la decisión política.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, J. T. (1987): Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. Barcelona: Ariel.
- Blumer, J. y Kavanagh, D. (1999): "The third age of political communication: Influences and Features", *Political Communication*, 16, pp.209-230.
- Iyengar, Shanto y Kinder, Donal (1987): *News that matters*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Jasperson, A., Shah, D., Wats, M., Faber, R. y Fan D. (1998). "Framing the public agenda: Media effects on the importance of the federal budget deficit", *Political Communication*, 15, pp.205-224.
- Mazzoleni, G. y Schulz, W. (1999): "Mediatization of politics: A challenge for democracy?", *Political Communication*, 16, pp.247-261.
- McLeod, J, Kosicki, G. y McLeod, M. (1996): "Expansión de los efectos de comunicación política", pp. 169-223 en J. Bryant y D. Zillman (eds.): *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McComb, M. (1996): "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo", pp.13-34 en J. Bryant y D. Zillman (Eds): *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McComb, M. y Estrada, G. (1997): "The news media and the pictures in our heads", pp.237-247 en S. Iyengar y R. Reeves (Eds.): *Do the media govern?: Politicians, voters and reporters in America*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McComb, M. y Shaw, D.L. (1972): "The agenda-setting function and of mass media", *Public Opinion Quarterly*, 36, pp.176-187.
- Michelson, M. (1998): "Explorations in publica opinion – Presidential power linkages: Congressional action on unpopular foreign agreement", *Political Communication*, 15, pp.63-82.
- Neumann, W R. (1986): "The paradox of mass politics". Cambridge, M.A.: Harvard University Press.
- Roda Fernández, R. (1989): *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. Madrid: Siglo XXI.
- Sánchez, J.J. y Berganza, M.R. (1999): "Framing en la prensa española sobre la muerte y funeral de Diana de Gales", *Comunicación y Sociedad*, 2 (1), pp. 137-161.
- Sapiro, V. y Ross, J. (1999): "Spectacular politics, dramatic interpretations: Multiple meanings in the Thomas/Hill hearing", *Political Communication*, 16, pp.285-314.
- Zaller, J. (1998): "Monica Lewinsky's contribution to political science", *Political Sience & Politics*, 31, pp.182-189.