

110  
2EJ



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

ANALISIS DE LOS ESPACIOS OTORGADOS A LOS  
PARTIDOS POLITICOS: PRI, PAN Y PRD EN RADIO  
Y TELEVISION DURANTE LA CAMPAÑA  
PRESIDENCIAL DE 1994.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE  
LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

UGARTE JAIME | ARCELIA EDITH

ASESOR: JOSE WOLDENBERG KARAKOWSKY



México, D.F.

1995

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A mis padres:**

**Ignacio Ugarte Cisneros**

**y**

**Alicia Jaime Martínez**

**Por su amor, confianza y apoyo incondicional.**

**A mis hermanos Edna Alicia, Ignacio y César Ugarte Jaime por su cariño, comprensión y apoyo moral que me han brindado.**

**Un agradecimiento muy especial al Maestro José Woldenberg Karakowsky por brindarme la oportunidad de demostrar la preparación y tenacidad que me enseñó.**

A mi querido e inolvidable maestro Fedro Guillen. Eternamente gracias por enseñarme que la grandeza del hombre está en el corazón; hoy su espíritu forma parte de las estrellas que siempre señalan un camino.

Gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México, máxima casa de estudios, que me dio su hospitalidad y en ella he dejado mis más grandes esfuerzos para ser lo que hoy soy.

## **ÍNDICE.**

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>  | <b>9</b>    |
| <br>   |             |
| <b><u>CAPÍTULO I</u></b>   |             |
| <b>LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 1988.</b>  |             |
| <br>   |             |
| 1.1) Los Comicios en 1988.   | <b>17</b>   |
| 1.2) Los partidos políticos.   | <b>18</b>   |
| 1.3) La política de los medios de comunicación<br>electrónica frente al proceso electoral de 1988. | <b>20</b>   |
| 1.3.1) La oposición responde.  | <b>23</b>   |
| 1.4) Día a Día y 24 Horas.   | <b>25</b>   |
| <br>   |             |
| <b><u>CAPÍTULO II</u></b>  |             |
| <b>LEGISLACIÓN VIGENTE</b>   |             |
| <br>   |             |
| 2.1) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.  | <b>34</b>   |
| 2.2) Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.                                 | <b>41</b>   |
| 2.2.1) Prerrogativas en radio y televisión.  | <b>41</b>   |
| 2.3) Ley Federal de Radio y Televisión.  | <b>51</b>   |

### **CAPÍTULO III**

#### **PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PROGRAMAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS DURANTE 1994.**

|  |           |
|--|-----------|
| 3.1) Comisión de Radiodifusión.  | <b>58</b> |
| 3.2) Producción y Difusión de los Programas de los<br>partidos políticos durante 1994. | <b>59</b> |
| 3.2.1) Tiempos Permanentes.  | <b>59</b> |
| 3.2.2) Tiempos Especiales.   | <b>62</b> |
| 3.2.3) Tiempos Adicionales.  | <b>65</b> |
| 3.2.4) Tiempos Regionales.   | <b>68</b> |
| 3.2.5) Tiempos Comerciales.  | <b>69</b> |
| 3.2.6) Tiempos Extraordinarios.  | <b>73</b> |
| 3.2.7) Tiempos de Difusión de Campañas en los Noticieros.                              | <b>73</b> |
| 3.2.8) Tiempos Excepcionales.  | <b>80</b> |

### **CAPÍTULO IV**

#### **ACUERDOS ENTRE LA DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA Y EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.**

|  |           |
|--|-----------|
| 4.1) Compromiso por la Paz, la Democracia y la Justicia.   | <b>85</b> |
| 4.2) Recomendaciones del IFE a los Medios de Comunicación. | <b>89</b> |

## **CAPÍTULO V**

### **INFORME SOBRE LOS MONITOREOS DE NOTICIARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN.**

|   |            |
|---|------------|
| <b>5.1) Monitoreo del Instituto Federal Electoral.</b>  | <b>97</b>  |
| <b>5.1.1) Monitoreo en noticiarios de radio y televisión de los<br/>lineamientos sugeridos por la Comisión de<br/>Radiodifusión a la Cámara Nacional de Radio y Televisión.</b> | <b>97</b>  |
| <b>5.1.2) Distribución de tiempos de cobertura. Radio y televisión.</b>   | <b>102</b> |
| <b>5.1.2.1) Televisión. Análisis cuantitativo.</b>  | <b>108</b> |
| <b>5.1.2.2) Radio. Análisis cuantitativo.</b>   | <b>110</b> |
| <b>5.1.3) Radio y Televisión. Análisis cualitativo.</b>   | <b>113</b> |
| <b>5.1.3.1) Televisión. Análisis cualitativo.</b>   | <b>115</b> |
| <b>5.1.3.2) Radio. Análisis cualitativo.</b>  | <b>116</b> |
| <b>5.2) Monitoreo de la Academia Mexicana de Derechos Humanos.</b>  | <b>118</b> |

## **CAPÍTULO VI**

### **OPINIONES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS RESPECTO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PROPUESTAS CON RELACIÓN A LOS ESPACIOS CEDIDOS POR ÉSTOS.**

|   |            |
|---|------------|
| <b>6.1) Partido Revolucionario Institucional.</b> | <b>129</b> |
| <b>6.1.1) Plataforma Electoral.</b>               | <b>129</b> |
| <b>6.1.2) Libertad de Expresión.</b>              | <b>132</b> |
| <b>6.2) Partido Acción Nacional.</b>              | <b>134</b> |



|  |     |
|--|-----|
| 6.2.1) Plataforma Electoral.                     | 134 |
| 6.2.2) Libertad de Expresión.                    | 135 |
| 6.2.3) Acción Nacional responde a Televisa.      | 136 |
| 6.3) Partido de la Revolución Democrática.       | 137 |
| 6.3.1) Plataforma Electoral.                     | 137 |
| 6.3.2) Democracia en los Medios de Comunicación. | 139 |
| 6.3.3) El PRD responde a Televisa.               | 142 |

## **CAPÍTULO VII**

|                      |            |
|----------------------|------------|
| <b>CONCLUSIONES.</b> | <b>145</b> |
|----------------------|------------|

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b><u>BIBLIOGRAFÍA.</u></b> | <b>159</b> |
|-----------------------------|------------|

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b><u>HEMEROGRAFÍA.</u></b> | <b>163</b> |
|-----------------------------|------------|

## **INTRODUCCIÓN.**

México, con su particular sistema de poder, no ha escapado a las tendencias globales de juego mercadotécnico de la política. Sin embargo, las especificidades del sistema político mexicano han moldeado la acción de los medios de comunicación masiva tanto en tiempos de campaña como fuera de ellos. Así, nuestro mercado político se caracteriza por su estructura monopolista, estructura que si bien muestra indicios de transformación, mantiene todavía los rasgos predominantes de rigidez y verticalidad propios de los sistemas autoritarios.

En este sentido debemos partir del supuesto de que nuestro medios informativos son una manifestación más del pacto político que ha dominado a México en su etapa posrevolucionaria. Las excepciones y los márgenes de libertad informativa son variables, ni duda cabe, pero la tendencia dominante de un sistema de medios ceñido a la lógica y a los intereses de la burocracia política que ocupa el poder es un hecho innegable. El Estado mexicano que surge de la revolución ha visto en los principales medios de difusión masiva una "caja de resonancia" de suma utilidad para la consecución de sus fines. Nada más lejos de nuestra realidad informativa, al referimos a los grandes medios de comunicación masiva, que la aspiración liberal del cuarto poder: de la prensa, como uno de los contrapesos sociales del poder público.

Pero a los medios de comunicación masiva, como al sistema político mexicano, la realidad y complejidad social también los ha impactado. Hay presiones sociales y riesgo de crisis de credibilidad tanto en el terreno informativo como en el político. La sociedad mexicana que se perfila para ingresar al nuevo milenio es mucho más

sofisticada y compleja que la de hace sesenta años; ha experimentado las grandes transformaciones de la centuria y ha visto desgastarse y prácticamente quebrarse un modelo de desarrollo que dejó incumplidas sus promesas para la gran mayoría. De manera irregular y discontinua, todo parece indicar que el discurso político dominante ya no interpela a grandes sectores de la población.

En México, como en la mayoría de los países latinoamericanos, la organización de los sistemas de comunicación masiva ha emulado el modelo norteamericano, con las consecuentes tendencias a la concentración y a la centralización de la propiedad y el control de los mismos. Las características propias de nuestros sistemas informativos se manifiestan, según Pablo Arredondo en:

"a) marcados desequilibrios regionales que se traducen en la concentración geográfica de los "servicios" de comunicación social, favoreciendo a las áreas de mayor desarrollo económico y social en detrimento de las zonas más marginadas;"

"b) tendencias oligopólicas - y aun monopólicas- en la propiedad de los medios que, aunque varían de un medio a otro, y de región a región, están presentes en el desarrollo y funcionamiento del sector;"

"c) subordinación excesiva a ciertos intereses comerciales que desvirtúa el sentido de "interés público" con el que supuestamente deben operar los medios informativos;"

"d) falta absoluta de representación de grupos sociales de diversa índole en los procesos de decisión, producción y difusión de mensajes; y"

"f) carencia de un marco de políticas y normas legales que garanticen el funcionamiento plural, equilibrado y constructivo de los medios de difusión."

La comunicación está indisolublemente ligada al ejercicio de la democracia, entendiéndose por ésta " un gobierno de acuerdo con la voluntad del pueblo" <sup>1</sup>. Así como toda limitación, por mínima que sea, al ejercicio de la libertad de expresión significa una forma de antidemocracia, por consiguiente todo esfuerzo para ampliar, diversificar o innovar las posibilidades de comunicación por parte de los partidos políticos, los grupos sociales y los ciudadanos constituye un avance hacia la pluralidad de ideas, y hacia la consolidación de un régimen democrático.

La falta de equidad en el espacio y tiempo que destinan los medios de comunicación masiva a los distintos partidos políticos es un señalamiento y reclamo repetido por la oposición desde los comicios federales de 1979. Algunos análisis de prensa han tratado de reducir la dimensión del problema en los medios impresos. Otros, como el estudio dado a conocer por el Instituto Federal Electoral respecto a la cobertura de radio y televisión de las campañas presidenciales de 1994, han constatado la enorme desproporción que favoreció al PRI.

Es así, que uno de los tópicos más invocados durante la pasada campaña electoral fue el de la desproporción de la información que se dio en los medios de comunicación electrónicos en favor de un partido y su candidato. Esta cuestión electoral ha persistido en esta etapa poselectoral como uno de los temas a resolverse a mediano plazo a fin lograr una mayor equidad de las diversas fuerzas políticas en lid electoral.

---

<sup>1</sup> Lijphart, Arend. Las democracias contemporáneas. Un estudio comparativo Editorial Ariel, S.A. Barcelona, 1991, 2a. edición. p.19

Es el 27 de enero de 1994 cuando todos los partidos políticos y sus respectivos candidatos a la presidencia suscriben un compromiso " Por la Paz, la Democracia y la Justicia", que sería el principal sustento de garantías para una convivencia armónica, un desarrollo económico equilibrado, la reforma social y una solución concertada y pacífica al conflicto de Chiapas.

En uno de los puntos que concierne a los medios de comunicación, acuerdan "garantías de equidad en los medios de comunicación masiva, aprovechando los tiempos del Estado y promoviendo que los medios concesionados contribuyan eficazmente al fortalecimiento del proceso democrático". Con ello, se buscaba unas elecciones más equitativas y mejor informadas.

Más adelante el 15 de febrero de 1994, la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral, por acuerdo unánime de los nueve partidos políticos, entregó a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión los "Lineamientos Aplicables en los Noticieros de Radio y Televisión Respecto de la Información y Difusión de las Actividades de Campañas de los Partidos Políticos".

Dichos lineamientos consisten en nueve puntos de sugerencias tendientes a garantizar a los partidos políticos y a sus candidatos un tratamiento equitativo en los medios electrónicos de comunicación masiva, a saber: 1) objetividad, es decir, se intenta evitar la información que tienda a favorecer o a perjudicar a algún candidato o partido político; 2) calidad uniforme en el manejo de la información, se propone que los concesionarios difundan las noticias de las actividades de las campañas políticas, atendiendo a un principio de uniformidad en el protocolo y calidad de la información para todos los partidos políticos; 3) posibilidad de aclaraciones, se sugiere que frente a noticias que los partidos políticos consideren que no reflejan fielmente el acto, dato o

hecho informado, tengan la posibilidad de aclarar con información precisa la noticia transmitida; 4) sección especial de las campañas políticas, se propone que en los noticieros se establezca una sección especial para las campañas políticas; 5) manejo equitativo de los tiempos de transmisión, se debe procurar alcanzar equidad en los tiempos de transmisión de las informaciones correspondientes a cada partido político y a sus candidatos; 6) importancia de las noticias, para el orden en la información relativa a las campañas políticas, se sugiere tomar en cuenta la importancia, repercusión, contenido y alcance de la nota informativa, de tal manera que haya una evaluación seria y equitativa para todos los partidos políticos y sus candidatos; 7) responsabilidad de los partidos políticos y de los medios de comunicación electrónicos, los partidos políticos asumen la responsabilidad de informar oportunamente sobre el desarrollo de las actividades de sus candidatos a la campaña, a través de boletines de prensa u otros medios que se consideren convenientes. Por su parte, los concesionarios, cubrirán las actividades de campaña de los candidatos a través de sus reporteros; 8) especificación de las informaciones noticiosas pagadas, se sugiere que con miras a mejorar la credibilidad de la información transmitida, los concesionarios aclaren a través de cualquier medio o técnica, cuando determinado programa o contenido aparentemente noticioso se trate de una inserción pagada; y 9) respeto a la vida privada, la información no debe asociarse con la vida privada de los candidatos, contendiente, funcionarios y representantes partidistas.

Posteriormente el Consejo General del Instituto Federal Electoral, en sesión ordinaria del 18 de junio de 1994, aprobó un acuerdo que formula exhortaciones y recomendaciones a los medios de comunicación respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos.

El acuerdo mencionado buscaba que los medios de comunicación cumplieran con su función social de informar de manera veraz, objetiva, equilibrada, plural y equitativa las actividades de campañas de los partidos políticos. Asimismo, el Consejo General instruyó a la Comisión de Radiodifusión para que entregara, a más tardar el 30 de junio de 1994 un informe sobre el monitoreo de los principales noticieros de radio y televisión, que reflejara la manera en que éstos estaban ofreciendo la información sobre las actividades de campaña de los partidos político. Así lo informa el acta de la sesión del Consejo General del IFE del 20 de julio de 1994.

La Comisión de Radiodifusión entregó a los miembros del Consejo General un " Reporte Sobre el Monitoreo de Radio y Televisión de los Lineamientos Sugeridos por los Partidos Políticos a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión", bajo la dirección del Maestro Juan Molinar Horcasitas.

El monitoreo fue efectuado a cinco noticieros radiofónicos y a ocho televisivos, los días 22, 23, 24, 27 y 28 de junio de 1994. Dicho reporte hace evidente el incumplimiento por parte de la gran mayoría de los monitoreados de los lineamientos mencionados.

El 12 de julio de 1994 ocho candidatos a la presidencia firmaron el acuerdo por " La Civilidad, la Concordia y la Justicia en la Democracia". En éste se propone como una meta " alcanzar mayor acceso, apertura, objetividad y equidad en los medios masivos de comunicación frente a la contienda electoral".

Por su parte el Consejo General del Instituto Federal Electoral siguió insistiendo e hizo una serie de recomendaciones a los concesionarios de radio y televisión para que orientaran a la población con información equitativa sobre las campañas electorales.

Además del monitoreo realizado por el Instituto Federal Electoral, existe el de la Academia Mexicana de Derechos Humanos, encabezada por Sergio Aguayo Quezada, el cual demostró que *24 HORAS* de Televisa "no respeta el derecho a la información de los mexicanos", debido a que "no están presentando de manera equilibrada y objetiva la información de los diferentes candidatos".

En el estudio, basado en el análisis del tiempo dedicado en los noticieros de "24 Horas" de Televisa y "Hechos" de Televisión Azteca en la contienda electoral federal de 1994, la Academia Mexicana de Derechos Humanos descubrió que el Partido Revolucionario Institucional y sus candidatos ocuparon el 43% del total de las transmisiones.

Podemos decir, que lo anterior fue una señal de que el problema de la equidad es complejo, como lo llegó a expresar el senador Porfirio Muñoz Ledo del Partido de la Revolución Democrática, quien además propuso que la Secretaría de Gobernación intercediera en un esfuerzo para garantizar una mayor apertura en las estaciones radiofónicas y televisivas.

Es en esta contienda electoral cuando los partidos políticos se preocupan y actúan en consecuencia ante el problema de los espacios otorgados a sus candidatos en los medios de comunicación electrónica. Así como por el manejo de la información.

Por ello, en la pasada contienda electoral del 21 de agosto de 1994, se demandó que los concesionarios y permisionarios cumplieran con sus obligaciones jurídicas al amparo de la Ley Federal de Radio y Televisión. En lo que respecta a su función



orientadora se solicitó que ésta se basara en la veracidad y en la oportunidad, tendiendo siempre a fortalecer las convicciones democráticas.

Tomando en cuenta que en la pasada contienda electoral existió un amplio reclamo social, manifestado a través de diversas organizaciones ciudadanas y de los propios partidos políticos y sus candidatos ante situaciones de falta de equilibrio y objetividad en la información relativa a las campañas de los candidatos de los partidos políticos, podemos afirmar:

1) Que el problema de la equidad es complejo y en consecuencia, no hubo una competencia en condiciones equitativas. Existió una desproporción de la información en los medios de comunicación en favor de un partido y su candidato.

2) Con ello, se afectaron los derechos políticos porque se lesionaron las condiciones de equidad en que deben competir los candidatos.

3) Puede afirmarse, que la creación de condiciones equitativas para la competencia, no pueden decretarse, sino se tienen que ir construyendo. Y es en los pasados comicios presidenciales de 1994, cuando se da un avance al darse un contexto de exigencia hacia los medios para que los mismos actuaran de manera equitativa.

Con base a lo anterior se pretende hacer un seguimiento de cómo actuaron los medios de comunicación electrónicos durante las campañas presidenciales de los partidos políticos en 1994. Así como también exponer en que medida los concesionarios y permisionarios violaron la legislación correspondiente. Asimismo, es de gran interés conocer las propuestas de los partidos políticos con relación a los medios de comunicación.

## **CAPITULO I**

### **LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 1988.**

El tema central de este trabajo, es la cobertura de la que dispusieron los partidos políticos en los pasados comicios presidenciales de 1994. Sin embargo, considero que es importante dar un visión de lo que sucedió en las elecciones de 1988, ya que fueron éstas las antecesoras de los últimos comicios electorales a la presidencia de la República.

Es por eso que he considerado dedicar este primer capítulo de la tesis a las elecciones de 1988. En este capítulo además de dar una visión muy general del proceso electoral de 1988, presenta un monitoreo de los principales noticieros de televisión que cubrieron las campañas electorales, mismo que fue realizado por Pablo Arredondo, Raúl Trejo y Gilberto Fregoso.

#### **1.1) LOS COMICIOS EN 1988**

En 1988 el PRI, se encontró con una disputa mucho mayor para las elecciones presidenciales ante la atractiva y heterogénea coalición cardenista.

También hubo una nueva conducta política del electorado mexicano. Más allá de la participación en las urnas pudo apreciarse una creciente atención, de diversos sectores, hacia el proceso político de 1988.

**" Entre la tradición represiva y la tradición participativa, los electores, y sobre todo los candidatos y sus partidos, hicieron del proceso político de 1988 una ocasión de recomposiciones y expresiones en todos los espacios del sistema mexicano"**

**" En otros momentos difíciles, el PRI y el gobierno habían podido pelear sin demasiados costos las manifestaciones de desazón social porque, cuando ocurrían, eran casi siempre muy localizadas. Pero ahora, las incontenibles dificultades económicas del país hacían más incómoda la situación de los gobernantes, puesto que las incomodidades de la sociedad eran mayores. Acicateada por errores de gobiernos anteriores, profundizada por la política del gobierno de Miguel de la Madrid, y empeorada por condiciones externas (caída del precio del petróleo, proteccionismo comercial de los Estados Unidos, incremento constante de la deuda externa, etcétera) la crisis económica mexicana tenía efectos claramente políticos"**<sup>2</sup>

**Es así como las elecciones de 1988 fueron ocasión para una protesta pasiva, pero notablemente significativa, de millones de ciudadanos que dejaron de votar por el PRI para apoyar, aunque fuera de manera transitoria, a los partidos más significativos de la oposición.**

**Las elecciones de 1988 no fueron únicamente ocasión para que se confrontaran diversas opciones políticas. Más allá de la contienda entre partidos en esos comicios se expresaron disgustos y advertencias de la sociedad.**

## **1.2) LOS PARTIDOS POLÍTICOS**

---

<sup>2</sup> Trejo, Raúl y Arredondo Pablo. Así se calló el sistema . comunicación y elecciones en 1988. Universidad de Guadalajara. México, 1991. p.17-18

En 1988 el PRI experimento una sensible caída. Según datos oficiales el PRI ganó con el 50.74% de los votos, que ha comparación de 1982 (71.72%) - año en que fueron elecciones presidenciales- disminuyó considerablemente su número de votos.

El candidato del PRI fue el Lic. Carlos Salinas de Gortari, su designación como tal provocó inconformidad entre algunos miembros de su partido. Entre ellos se encontraba Porfirio Muñoz Ledo, que había sido presidente nacional del PRI y Cuauhtémoc Cárdenas, exgobernador de Michoacán. Ambos formaban parte de la llamada Corriente Democrática, grupo que aspiraba a influir en la designación del candidato priista, pero que no tuvo éxito. Inmediatamente después de la designación de Salinas, los miembros de la Corriente Democrática precipitaron su ruptura con el PRI.<sup>3</sup>

La gran novedad del proceso político en 1988 fue la coalición en torno al Ing. Cárdenas. Después de la ruptura de Cárdenas y sus más allegados - en la Corriente Democrática - con el Partido Revolucionario Institucional, el exgobernador se afilió a uno de los partidos políticos más desprestigiados y enmohecidos, el Auténtico de la Revolución Mexicana, que lo postuló como candidato presidencial. Luego se conformó la nueva alianza, con la adhesión de los partidos Popular Socialista y Socialista de los Trabajadores este último cambió su nombre por el Partido del Frente Cardenista de la Reconstrucción Nacional. Pronto se sumaría una abundante cauda de grupos. A comienzos de junio, cinco semanas antes de las elecciones, el Partido Mexicano Socialista, resolvió incorporarse al Frente Democrático Nacional y retiró la candidatura del ingeniero Heberto Castillo Martínez para adherirse a la postulación de Cárdenas.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> *Ibidem* . p.20

<sup>4</sup> *Ibidem* . p.21-22

El Partido Acción Nacional por su parte se encontraba debilitado debido a sus fricciones internas que no acabaron de resolverse en el transcurso del 88. Su candidato fue Manuel de Jesús Clouthier del Rincón, un terrateniente que había competido por la gubernatura de su estado (Chihuahua). Su campaña fue muy controvertida debido a sus actitudes drásticas: ocupación de plazas, acordonamiento de edificios municipales, huelgas de hambre, plantones etc.

### **1.3) LA POLÍTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICA FRENTE AL PROCESO ELECTORAL DE 1988.**

Los medios de comunicación y en especial la televisión y la radio, estuvieron en buena medida cerrados a las opiniones y demandas de los partidos de oposición. Los medios electrónicos sólo se evocaron al PRI lo que acabó por perjudicar tanto a ese partido como a los propios órganos de difusión. Al aparentar que casi no había presencia nacional de la oposición, la televisión y la radio perdían credibilidad y no eran útiles ni siquiera para propagar y reforzar los mensajes del partido gubernamental. Y al imponer un estilo de información y propaganda así de unilateral, el PRI consolidaba su fama pública de autoritario y reacio a la democracia.

Así, por primera vez un proceso electoral tuvo como protagonistas, aún secundarios pero ya notables, a los medios de comunicación. El partido gubernamental usaba de ellos para reiterar mensajes e imagen, pero no para persuadir o confrontar. En el 88 siguió existiendo un manejo parcial de los medios, facilitado, en el caso de la televisión, por la pertenencia estatal de la mitad de ellos y por la profesión de fe priísta que el consorcio privado, dueño de la otra mitad, se empeñó en demostrar.

Por ejemplo, en 1986 cuando Emilio Azcárraga se hizo cargo de las operaciones internacionales de la empresa Televisa, tuvo que residir en Nueva York, quedando como presidente de Televisa Miguel Alemán Velasco quien declaró: " Esta empresa es priista. . . Si aquí hay alguien que no sea del PRI, que lo diga ahora y se salga. Jamás trabajará en Televisa" <sup>5</sup>

Sus declaraciones muestran claramente que consideraba que la empresa debía servir fundamentalmente al gobierno y a su partido. Cabe mencionar que posteriormente ocupó un cargo en el Comité Ejecutivo Nacional del PRI.

Cada exceso de la televisión, cada omisión en perjuicios de otros candidatos, contribuyó al silencioso, publicitariamente modesto, pero políticamente creciente prestigio electoral de otros candidatos, en especial el del Frente Democrático Nacional.

Tal parece que a los publicistas de la campaña priista se les olvidó uno de los principios más elementales de la publicidad mercantil, que también vale para la publicidad política: los mensajes en demasía saturan, en lugar de persuadir; el abuso propagandístico puede revertirse contra sus patrocinadores.

En rigor, los medios conservaron las actitudes paternalistas, las puertas por lo general cerradas a otras opiniones. La mayor parte de los medios de información se quedaron rezagados respecto a sus nuevas realidades; no estaban preparados para reflejar a ese renovado país en proceso de transición política. La política dejó de ser secreto y los medios se empeñaban en mantenerla al margen del interés público. <sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Corro, Salvador. " De los gobiernos priistas, Emilio Azcárraga ha recibido todos los favores y, como priista confeso, sabe ser agradecido". Proceso. 4 de julio de 1994. p.6

<sup>6</sup> Trejo. Raúl. . . op. cit. . p. 44

En radio pudo apreciarse una mayor apertura. La radio y la televisión en provincia, con difusión más restringida, fueron más receptivas a intereses de grupos locales, de tal manera que, a menudo, abrieron espacios a candidatos presidenciales de la oposición.

" Lejos de todo discurso de responsabilidad social que a lo largo de varias décadas les ha permitido a los medios masivos, y a sus propietarios directivos, legitimar ante amplios sectores de la población su funcionamiento, el proceso electoral de 1988 exhibió los verdaderos límites dentro de los que llevan a cabo sus tareas informativas. . . El pluralismo, el sentido de la imparcialidad, el equilibrio de los espacios asignados a los actores sociales de una contienda electoral, el profesionalismo de los informadores, etc. , estuvieron ausentes en las prácticas cotidianas de un buen número de los medios de difusión, sobre todo de los electrónicos ". 7

No extraña el comportamiento de gran parte de los medios informativos ante la coyuntura electoral de 1988, puesto que el verdadero interlocutor de la prensa mexicana ha sido el aparato gubernamental y no tanto la sociedad civil nacional.

La experiencia electoral de 1988 exige una reflexión profunda y generalizada sobre la actuación de los llamados medios de comunicación masivos, en un momento que se ha considerado como "parteaguas" en el desarrollo político de México, y en el cual se manifestó un anhelo generalizado por formas de organización política y democráticas.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Ibidem . p. 54

<sup>8</sup> Ibidem . p.54

### **1.3.1) LA OPOSICIÓN RESPONDE**

Durante todo el primer semestre de 1988 los partidos de oposición reclamaron, con tonos y métodos de presión muy variados, ante lo que consideraban inequidad de la televisión privada y gubernamental en la cobertura de sus actividades. Recordemos el boicoteo que el candidato de Acción Nacional realizó al noticiero de 24 Horas, el cual a partir de reclamos como ése, amplió ligeramente su atención a las campañas de oposición.

"Los medios de comunicación estuvieron permanentemente en la mira y en la crítica de los candidatos opositores al régimen. Con sus obvios matices y diferencias, cada uno de los candidatos presidenciales (con excepción del candidato oficial) levantó sus reclamos por el papel que jugaban los medios durante la contienda política: falta de información, mínima cobertura de las campañas, parcialidad en los recuentos de las actividades, etc. Ante la acción de los medios, la postura de las fuerzas políticas de oposición varió desde la declaración pública de inconformidad, hasta el llamado a boicotear programas, productos y patrocinadores; ello sin excluir el reconocimiento a la labor de los informadores que "sí cumplían" profesionalmente con su responsabilidad".

9

Los medios fueron, pues, ubicados en el centro de una controversia política que cuestionaba su legitimidad y responsabilidad ante una sociedad civil que demandaba nuevas modalidades en la difusión información.

" Los reclamos, a todas luces fundamentados, de los partidos de oposición tenían una base: la incondicionalidad de un buen número de directivos de los medios más

---

<sup>9</sup> *Ibidem.* , p.63



importantes del país al partido del gobierno. A escasos días del "destape" del candidato priista, los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), reunidos en su tradicional semana anual se habían declarado abiertos partidarios del "mejor hombre". Las palabras de Julio Velarde, presidente de la CIRT, ante el entonces candidato Salinas de Gortari no podían interpretarse equívocamente: *"Como radiodifusores y como mexicanos estaremos con usted porque estamos convencidos que sus ideales y objetivos coinciden con los nuestros que son México, y por esa razón apoyamos su precandidatura para ocupar la presidencia de la República"*.<sup>10</sup>

Y fue así que a partir de su destape el candidato del PRI gozó, como era de esperarse, de todas las facilidades imaginables para hacer llegar su mensaje a una ciudadanía escéptica y desconfiada. La apertura de los medios para el partido oficial fue, desde el inicio, total; no así para los candidatos de la oposición.

El candidato panista apareció como el principal impugnador de la política informativa de los medios. A él en varias ocasiones le cancelaron programas en los medios.

En palabras de Carlos Monsiváis los medios sólo destacaron la dimensión demagógica de la política:

*"Una vez más se aprobó que los medios electrónicos ocupan con furia el tiempo libre, pero no determinan la conciencia política. Retardan y vuelven confusa la información, le confieren calidad de nota roja a una parte de la vida electoral, insisten*

---

<sup>10</sup> *Ibidem.*, p. 64

*situar a la politización como una oferta consumista, sólo destacan la dimensión demagógica de la política, pero no evitan ni desvían lo esencial de la lucha política".<sup>11</sup>*

La falta de credibilidad social que al parecer sufrieron los medios como la televisión, puede considerarse una condición necesaria pero no suficiente, en la imperante tarea de democratizar la comunicación masiva de México.

#### 1.4) "DIA A DIA" Y "24 HORAS"

Como forma de evaluar la cobertura del proceso electoral en la televisión mexicana, Pablo Arredondo realizó un monitoreo de los espacios que se dedicaron a la difusión de noticias, este estudio se encuentra en su libro "Así se llamó el sistema", mismo que he citado a lo largo de este capítulo.

Los espacios informativos seleccionados fueron "24 Horas" de Televisa y "Día a Día" de Imevisión para entonces canal del Estado. Ambos noticieros tenían la máxima cobertura informativa de la televisión en la república.

En el estudio se optó por seleccionar una muestra representativa del año electoral (septiembre de 1987 a agosto de 1988). Se analizó el comportamiento de los medios a partir del destape del candidato oficial hasta un mes después de que las elecciones se hubiesen efectuado. La muestra fue de 55 días. Se grabaron y se codificaron 110 noticieros de televisión de los cuales se derivaron los resultados que a continuación se exponen.

---

<sup>11</sup> Carlos Monsiváis. "Notas sobre la campaña electoral de 1988 (II)". *La Jornada*, 13 de julio de 1988, p. 17

A lo largo de 55 días seleccionados como muestra, la presencia de los sucesos relacionados con el proceso electoral federal, fue relativamente similar en los dos noticieros televisivos. Dentro de un universo de 3660 noticias contenidas en la muestra, 435 (es decir, el 11.88%) versaron sobre aspectos de la contienda electoral.

El análisis comparativo muestra que, en términos porcentuales, las diferencias entre 24 Horas y Día a Día no fueron sustanciales. Así, mientras la televisión privada concedió el 11.6% de sus noticias y el 17.31% de su tiempo a las actividades electorales, el noticiero de Imevisión lo hizo con el 12.03% de las noticias y el 17.24% del tiempo.<sup>12</sup>

En cuanto al trato preferencial que se le dio al partido oficial fue muy notorio. "El número de noticias electorales se distribuyó de la siguiente manera: el 63.91% correspondieron al PRI, el 25.27% al conjunto de los partidos de oposición ( PAN, FDN, PMS PRT Y PDM); y por último el 10.8% a la categoría de "otras noticias electorales". Por lo que respecta al tiempo o duración de esas noticias, la distribución varió de manera considerable: el PRI acaparó el 83.14% de los 47122 segundos dedicados a informar sobre las campañas y los sucesos electorales; en claro contraste, todos los partidos de oposición apenas fueron tomados en cuenta en el 7.51% del tiempo e transmisión; y las noticias no directamente relacionadas con los partidos políticos ocuparon el 9.34% del tiempo. De hecho, el trato preferencial del que fue objeto el partido del gobierno bien podría ser resumido en "muchas noticias, en muchas palabras"<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Trejo, Raúl . . . *op. cit.* . p.151

<sup>13</sup> *Ibidem.* . p.155

En Día a Día el partido oficial acaparó el 67% de las noticias electorales y cerca del 90% del tiempo, en el noticiero de Televisa el PRI fue objeto noticioso de casi el 60% de las notas y ocupó prácticamente el 70% del tiempo a la temática electoral. Si Televisa le otorgó menos tiempo al partido oficial, fue por el crecimiento y la magnitud de algunas de las corrientes opositoras. Televisa actuó bajo un triple criterio: 1) prescindiendo de los partidos "menos importantes"; 2) abriendo el espacio para las oposiciones de mayor presencia; y 3) pero tratando siempre de desautorizar y minimizar (en momentos hasta difamar) su influencia social.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibidem.*, p.156

El siguiente cuadro muestra la cobertura del PRI

|                    | <b>24 HORAS</b> |           | <b>DIA A DIA</b> |           |
|--------------------|-----------------|-----------|------------------|-----------|
|                    | <b>N1</b>       | <b>%1</b> | <b>N1</b>        | <b>%1</b> |
| <b>1987</b>        |                 |           |                  |           |
| <b>Septiembre.</b> | 5               | 71.42     | 19               | 82.61     |
| <b>Octubre.</b>    | 8               | 72.73     | 20               | 95.24     |
| <b>Noviembre</b>   | 9               | 90.00     | 7                | 100.00    |
| <b>Diciembre</b>   | 2               | 50.00     | 3                | 100.00    |
| <b>1988</b>        |                 |           |                  |           |
| <b>Enero</b>       | 5               | 50.00     | 13               | 86.67     |
| <b>Febrero</b>     | 5               | 55.55     | 19               | 73.08     |
| <b>Marzo</b>       | 12              | 70.59     | 20               | 68.96     |
| <b>Abril</b>       | 6               | 66.67     | 17               | 51.51     |
| <b>Mayo</b>        | 5               | 62.50     | 25               | 50.00     |
| <b>Junio</b>       | 6               | 35.29     | 23               | 47.92     |
| <b>Julio</b>       | 9               | 39.10     | 13               | 68.42     |
| <b>Agosto</b>      | 9               | 56.25     | 18               | 90.00     |

N1= noticias referidas al PRI durante el mes

%1= porcentaje de noticias electorales.

El denominador común entre ambos noticieros radicó en su absoluta e indiscriminada entrega al candidato del partido oficial. El trato preferencial al PRI y su

candidato fue constante a lo largo de los meses de campaña, y de las semanas poselectorales.

La exaltación del postulado priísta adquirió su máxima expresión en los servicios informativos de Imevisión. Se trataba de convencer al gran auditorio de las bondades intrínsecas del candidato oficial y para eso estaba ahí la magia de la televisión y el "imparcial" punto de vista de los periodistas que trabajaban para el medio. Por ejemplo, el 3 de marzo de 1988, Ángel Trinidad director del Sistema Nacional de Noticieros de Imevisión expresó ante las cámaras:

*"... Carlos Salinas de Gortari ha mostrado ser un candidato que le llama a las cosas por su nombre, no tiene temor ante los cuestionamientos de los problemas que se le plantean, ni a las preguntas más filosóficas. A nadie deja sin respuestas, ni rehuye a las críticas. . . "*<sup>15</sup>

Como se aprecia su discurso es persuasivo, con ello le dice a los televidentes que Salinas es el mejor candidato. Además, las citas textuales del candidato oficial eran muy extensas en la televisión por lo que tuvo la oportunidad de expresar sus ideas desde la tribuna electrónica.

Bajo un estilo, u otro, los servicios informativos de la televisión se propusieron ser promotores de la fórmula priísta. " Fueron el vehículo por excelencia para magnificar un único punto de vista; para continuar alimentando el culto a la personalidad del " mejor hombre"; para reforzar la idea de que la legalidad y vialidad de este país se circunscribe a una sola corriente política, y a su tradición:"

---

<sup>15</sup> *Ibidem.*, p. 160

*" J. Zabudovsky: El candidato del PRI a la presidencia pidió a sus partidarios no bajar la guardia, y dar el último jalón en los próximos 30 días, para la promoción del voto.*

*Reportero: México es una nación viable y con solidez institucional, abierta al cambio inevitable y a la gran transformación para entrar a los desafíos del siglo XXI, y esto no todas las naciones lo tienen, aseguró Carlos Salinas de Gortari.*

*CSG: Somos un pueblo sin temor al cambio, porque contamos con un sólido andamiaje institucional. . ." <sup>16</sup> (24 HORAS, 2 DE JUNIO DE 1988)*

El ejemplo anterior se repetía una y otra vez en el noticiero. Reforzar el discurso de Salinas era el propósito de 24 Horas.

Después de las elecciones, la televisión sirvió para reafirmar la imagen de un proceso electoral que de acuerdo con ella se había caracterizado por la claridad del triunfo priísta. Asimismo, los servicios noticiosos de la televisión mexicana prestaron poca atención a las corrientes de oposición.

Para el noticiero Día a Día, la mejor forma de encarar la participación y fuerza social de los partidos "minoritarios" fue ignorándolos prácticamente. En lo que se refiere al número de noticias, el espacio informativo de Imevisión dedicó el 25% de las noticias electorales a cubrir las actividades de las cinco corrientes de oposición, lo que en promedio significa que a cada uno de los candidatos le correspondió el 5% de las notas, frente al 67% del candidato oficial. En cuestiones de tiempo, todos los partidos opositores apenas aparecieron en el 4.89% del espacio asignado a los temas de la campaña política, lo que contrastó con el casi 90% del tiempo asignado al PRI.

<sup>16</sup> *Ibidem* , p.162

La labor de *Día a Día* se redujo a informar en el menor tiempo posible algunas generalidades de las campañas, pero evitando toda referencia a las tesis y programas de las corrientes alternativas. Por ejemplo, el 2 de marzo de 1988, al finalizar el noticiero, después de haber dedicado en las primeras notas más de once minutos a dar a conocer las actividades del candidato Salinas, y de informar sobre los aspirantes a diputados y senadores propuestos por el PRI, el conductor proporcionaba la información relativa a los partidos de oposición:

*"Conductor: El candidato del Partido Mexicano Socialista, Heberto Castillo, realizó su gira por Querétaro.*

*Cuauhtémoc Cárdenas, candidato del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional, realizó su campaña político-electoral en los límites de Jalisco y Michoacán.*

*Mamel J. Clouthier, candidato del PAN, y Rosario Ibarra, del PRT, no tuvieron actividades".*<sup>17</sup>

Informar sobre las campañas de todos los partidos opositores no llevó más de un minuto, esa noche. La política de Invisión para con los partidos de oposición fue la "noticia como telegrama". Esto no permitió a los televidentes conocer un poco sobre las propuestas de los partidos de oposición, pues las frases cortas carecían de contenido político. Eran discursos que reportaban actividades carentes de significado y de importancia social.

---

<sup>17</sup> *Ibidem.*, p. 168



La política informativa de Televisa frente a la oposición mostró algunas divergencias con su contraparte oficial. La empresa privada decidió que a los partidos y candidatos de oposición con mayor presencia social habría que considerarlos un poco más. Televisa, dedicó un poco más del 25% de las noticias electorales a tratar asuntos relacionados con esos partidos políticos, pero con la salvedad de que dicho porcentaje se dividió sólo en tres de los candidatos de tales partidos. El Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT) y el Partido Demócrata Mexicano (PDM) fueron excluidos del noticiero 24 Horas.

Sin embargo, la política de Televisa consistió en desacreditar a los partidos de oposición y en especial al del Frente Democrático Nacional:

*"J. Zabłudovsky: El candidato del Frente Cardenista estuvo esta tarde en la plaza de las Tres Culturas.*

*Reportero: El Ing. Cuauhtémoc Cárdenas visitó hoy la Universidad Autónoma Metropolitana y su presencia dividió a los estudiantes, mientras unos a gritos lo aclamaron, otros rechazaron su presencia. En la reunión, el candidato presidencial del FDN informó a los estudiantes que esta a punto de lograrse la candidatura única de izquierda y que se retirará si la unión del grupo designa a otro de los participantes."<sup>18</sup>*

Además, la marcada desigualdad en la cobertura y el tratamiento informativo de los noticieros televisivos durante el año electoral tuvo una manifestación adicional en el área de los encabezados. El periodismo electrónico, al igual que en el impreso, como una manera de ponderar la relevancia de los acontecimientos se ubica en el uso de las cabezas o encabezados. La apertura de un noticiero televisivo incluye casi siempre la

---

<sup>18</sup> *Ibidem.*, p.175

presentación sintética de los acontecimientos de mayor relevancia que serán tratados a lo largo del espacio noticioso.

El estudio también identificó y clasificó los encabezados relacionados con las campañas y los sucesos electorales. Los resultados fueron los siguientes: 1) la suma de encabezados de ambos noticieros llegó a los 1058, de los cuales 164 ó 15.49% versaron sobre la temática aludida; 2) en cuanto a su distribución el 84.15 de los encabezados tuvieron como referente principal al PRI, el 6.10% al conjunto de los partidos y fuerzas de oposición, y el 9.76% a otros temas electorales ; 3) traducido en otros términos, se podría afirmar que el partido gubernamental se le otorgaron, en promedio 2.5 encabezados en cada uno de los días del estudio, en contraste con la vigésima parte (0.18) de un encabezado para todos los partidos de la oposición en conjunto.

La televisión ha llegado a ocupar el lugar mediador más importante de nuestra vida social. Y por ello, la evaluación de su desempeño en todo momento tiene el significado de un derecho social todavía no reconocido. Sin embargo, la coyuntura política de 1988 permitió más claramente que en otros momentos apreciar la relevancia y la verdadera capacidad profesional de los servicios noticiosos de la televisión nacional, y develar las intenciones de quienes organizan y operan tan importante medio de comunicación.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> *Ibidem* . p. 181

## **CAPITULO II** **LEGISLACIÓN VIGENTE.**

### **2.1) CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS**

Fue en 1977, cuando desde las cúpulas del poder se reconoció el agotamiento del viejo "modelo" de organización política. " Ello a su vez fue fruto maduro de las múltiples corrientes y organizaciones que no querían ni podían procesar sus reclamos bajo el manto tradicional".<sup>20</sup>

En aquel momento Humberto Musacchio escribió:

*" La falta de opciones democráticas genera inconformidad y violencia. Esta escueta e irrefutable verdad se ha venido repitiendo desde hace por lo menos dos lustros, sin que al parecer la oyeran los gobernantes. Con el PRI, ministerio de asuntos electorales, cada día en mayor desprestigio; con partidos de oposición que no se oponen a los detentadores del poder, el sistema político mexicano muestra claros síntomas de desgaste.*

*La participación de organizaciones que verdaderamente representen el sentir de amplios sectores, que canalicen sus luchas y den al ciudadano la posibilidad de expresarse con independencia, no es permitida por la ley electoral. Está, creada para garantizar la permanencia en el poder de la "familia revolucionaria", además de poner serios obstáculos al registro de nuevos partidos. . . La ley y el sistema electoral fueron hechos, pensados y acatados por sus beneficiarios. En tanto, la situación económica y política del país permitió*

<sup>20</sup> Woldenberg, José. "Más vale prevenir que lamentar". Nexos Agosto de 1993. No 188. p.65

*la "funcionalidad" del autoritarismo, esos instrumentos se mantuvieron vigentes. Hoy, las cosas, las realidades ineludibles, exigen cambios".<sup>21</sup>*

Lo anterior demuestra que el entonces sistema electoral, como mecanismo de legitimidad en el poder, perdió su eficacia. Es así que uno de los propósitos del Presidente José López Portillo fue impulsar una nueva política que diera mayor participación a las minorías. El entonces Secretario de Gobernación el Lic. Jesús Reyes Heróles declaró:

*"... el Presidente José López Portillo está empeñado en que el Estado ensanche las posibilidades de la representación política de tal manera que se pueda captar en los órganos de representación el complicado mosaico ideológico nacional de una corriente mayoritaria y pequeñas corrientes que, difiriendo en mucho de la mayoritaria, forman parte de la nación. . . el gobierno de México sabrá introducir reformas políticas que faciliten la unidad democrática del pueblo, abarcando la pluralidad de ideas e intereses que lo configuran. Mayorías y minorías constituyen el todo nacional y el respeto entre ellas, su convivencia pacífica dentro de la ley, es la base firme del desarrollo, del imperio de las libertades y de las posibilidades de progreso social".<sup>22</sup>*

Es en este marco cuando el presidente José López Portillo en su primer informe de gobierno dijo:

*"... para legitimar la lucha de los contrarios es preciso instituirlos. . . La iniciativa de reformas intenta elevar a rango constitucional las normas jurídicas relacionadas con los partidos políticos, viendo en ellos formas superiores de asociación. . . Las funciones y actividades de los*

<sup>21</sup> Musacchio, Humberto. "Reforma Política". *Opciones*. 4 de abril de 1977.

<sup>22</sup> *Reforma política*. Gaceta informativa de la Comisión Federal Electoral. Tomo II. Comentarios. México, 1977. p.54

partidos políticos nacionales se declaran de interés público; tendrán derecho a participar en las elecciones estatales y municipales, y a que por ley y no en forma vergonzante, se les garantice un mínimo de elementos para sus actividades y su acceso permanente a los medios de comunicación social".<sup>23</sup>

" No fue sino hasta 1977, en el marco de la reforma política, que se incorporó al artículo 41 constitucional, la noción de los partidos políticos como entidades de interés público".<sup>24</sup>

A partir del 6 de diciembre de 1977, el texto constitucional en el Título Segundo, Capítulo I, De la soberanía nacional y de la forma de Gobierno en su artículo 41 dice:

*"Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las formas específicas de su intervención en el proceso electoral".*

*"Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio, libre, secreto y directo".*

<sup>23</sup> Reforma política. Gaceta informativa de la Comisión Federal Electoral. Tomo III. Reformas a la Constitución. México, 1978. p.7-8

<sup>24</sup> Woldenberg, José. Sistemas políticos, partidos y elecciones. Estudios comparados. Trazos Centro de Investigación A. C. México, 1993. p.291

*"Los partidos políticos tendrán derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establezca la ley".*

*"En los procesos electorales federales los partidos políticos nacionales deberán contar, en forma equitativa, con un mínimo de elementos, para sus actividades tendientes a la obtención del sufragio popular".*

*"Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales y municipales".<sup>25</sup>*

En el primer párrafo expuesto, además de definir a los partidos políticos, los eleva a una categoría especial: entidades de interés público. Se califica de interés público "una acción o actividad que se realiza fundamentalmente en beneficio común".<sup>26</sup> Esto es importante porque la Constitución les da prioridad o preferencia sobre intereses privados. Asimismo, obliga al Estado a reconocerlos, protegerlos y crearles condiciones necesarias mínimas para su desarrollo institucional.<sup>27</sup>

El segundo párrafo define lo que entiende por partidos políticos. De hecho, desde el párrafo anterior se comienza a definir. Asimismo, se concibe que la acción de los partidos políticos debe incrementarse en épocas de elección y que uno de sus objetivos fundamentales consiste en mantenerse en el poder o acceder a él.<sup>28</sup>

<sup>25</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. 89a edición. Editorial Porrúa, S.A. México, 1990. p.42

<sup>26</sup> Ensayo de un Diccionario de Política y Administración Pública. Tomo II. Colegio de Licenciados en Ciencias Políticas y Administración Pública a.c. Primera edición. México, 1980. p.321

<sup>27</sup> Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. Comentada. UNAM. Rectoría Instituto de Investigaciones Jurídicas. México, 1985. p.107

<sup>28</sup> Ibidem., p.107

Los párrafos tercero y cuarto tienen una gran relevancia para la actividad permanente y sistemática de los partidos políticos. En ellos se encuentran plasmados lo que podríamos denominar garantías de los partidos. En efecto, en el párrafo tercero se establece el derecho al uso de los medios de comunicación social. En este sentido, es importante destacar la importancia que tienen la radio, la televisión y la prensa en la sociedad contemporánea de masas; es a través de ellos como se puede difundir los principios y los programas de los partidos políticos. En esta disposición la Constitución abandona la tesis de apoyar a los partidos políticos exclusivamente en épocas electorales y se pronuncia por darles acceso a los diversos medios informativos en forma permanente.<sup>29</sup>

También este párrafo contribuye a elevar la información y la educación política del pueblo y permite a los partidos políticos tener una presencia más decisiva en la vida política nacional.

Asimismo, el párrafo cuarto se inscribe en la misma tendencia al consignar que los partidos políticos contarán, en forma equitativa, con un mínimo de elementos para llevar a cabo sus actividades.

Es indiscutible que estos párrafos en su conjunto pretenden dotar a los partidos políticos nacionales de los instrumentos político-económicos, mínimos para que puedan desarrollar con efectividad su labor.

Asimismo, el artículo 6º constitucional dentro de esta reforma estableció:

---

<sup>29</sup> Ibidem. , p. 108

*" La manifestación de ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado"*

Este artículo consagra lo que se entiende en términos generales como libertad de expresión, es decir garantiza a todo individuo que se encuentre en nuestro país, la posibilidad de expresar libremente su pensamiento.

Las referencias a la libertad de expresión se contienen en diversos textos constitucionales a lo largo de la historia independiente de México, hasta plasmarse en el artículo 6° de la Constitución de 1857, que en lo relativo a esta específica garantía ha permanecido prácticamente inalterado hasta nuestros días.

La única modificación que se ha hecho a este artículo se introdujo por decreto publicado en el Diario Oficial del 6 de diciembre de 1977. La reforma tuvo por objeto añadir la expresión final que ahora aparece en este artículo al tenor de " el derecho a la información será garantizado por el Estado".

Sin embargo, el derecho a la información se convirtió en letra muerta, porque la reglamentación a la que debía dar origen nunca se produjo debido a las presiones que los concesionarios y propietarios de los medios realizaron. La posibilidad de reglamentar el derecho a la información fue vista, especialmente por algunos empresarios del ramo, como una amenaza a la libertad de expresión y como la extensión de los fines "totalitarios" perseguidos por organismos internacionales como la UNESCO, cuyo interés en impulsar nuevas fórmulas de control social sobre los sistemas de comunicación no dejaba de alarmar a los países desarrollados de



Occidente. En virtud de ello, las presiones de los propietarios de los medios sobre el aparato gubernamental no se harían esperar. En 1981, apenas unos meses antes de que se hiciera evidente la grave crisis económica del país, el gobierno lopezportillista se declaró incapaz de "cuadrar" el "circulo" que él mismo había trazado. El derecho a la información estaría, pues, condenado a subsistir en la ya muy gastada dimensión de las "buenas intenciones" con que la retórica oficial ha pretendido resanar sus inconsistencias políticas, y por extensión su pérdida de credibilidad ante los más amplios sectores de la sociedad mexicana.<sup>30</sup>

El derecho a la información plantea, la solución normativa de las relaciones entre la sociedad y los medios de comunicación social. Es el derecho a ser informado por ellos con veracidad, objetividad y oportunidad, y también el derecho a lograr el acceso a los mismos. El Estado tiene el ineludible deber, de cumplir esta misión reguladora.

Esta reforma política " fue consecuencia de la conflictividad creciente que entre 1968 y 1977 cruzó la sociedad mexicana. A lo largo de esos años, y por muy diversos cauces, se hizo patente que la vía de quehacer político tradicional no podía ofrecer un cauce institucional a la diversidad de intereses, reclamos, ideologías, que recorrían a la sociedad. El reconocimiento constitucional del papel de los partidos fue parte de una operación política mayor que intentó sintonizar las normas a las nuevas realidades que marcaban al país".<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Arredondo, Pablo ... *op. cit.*, p. 56

<sup>31</sup> Woldenberg... *op. cit.* . p. 291

## **2.2) CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES**

### **2.2.1) PRERROGATIVAS EN RADIO Y TELEVISIÓN**

El COFIPE establece como parte de las prerrogativas de los partidos políticos, su acceso a los dos medios de comunicación masiva de mayor alcance, el radio y la televisión. A través de ellos los partidos políticos deberán difundir sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales.

" Por decreto presidencial, en 1969 se ordenó que el Estado dispusiera del 12.5% del tiempo de transmisión de las estaciones de radio y de canales de televisión. De ese tiempo ha correspondido a los partidos políticos una fracción determinada que se ha empleado, con arreglo a cada ley electoral desde la de 1973, en distintas modalidades".<sup>32</sup>

Por primera vez, el 5 de enero de 1973, la Legislación Electoral Mexicana introduce en la Ley Federal Electoral preceptos relacionados con el acceso de los partidos políticos a los medios masivos de comunicación; en ella se consignan las primeras reglas para el ejercicio de estas prerrogativas. Este hecho marca el inicio de un debate permanente por parte de los partidos políticos para alcanzar igualdad y proporcionalidad en la difusión de sus mensajes y su información.

---

<sup>32</sup> Memorias del Proceso Electoral Federal de 1991. Tomo III, Volumen I. Partidos políticos. Instituto Federal Electoral. México, 1993. p.35

"...en 1973, como preámbulo al proceso que renovarían la legislatura federal la entonces vigente Ley Federal Electoral sufrió una serie de modificaciones que permitieron, por primera ocasión, el uso regulado de la radio y la televisión por los partidos políticos".<sup>33</sup>

"Pero sin duda alguna, el mayor movimiento por traer el problema de los medios a la arena de discusión política surgió con el proyecto de reforma política del gobierno Iopéportillista. Por una parte, la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), elaborada por esa administración, sancionó el acceso "permanente" (es decir, no sólo en períodos de actividad electoral) de los partidos políticos registrados, a los medios electrónicos de difusión; y, por la otra, la iniciativa de reconocer el derecho a la información como garantía constitucional generó una serie de expectativas en torno a una posible reforma de fondo en el sector de la comunicación social nacional".<sup>34</sup>

En 1977 fue aprobada la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales que plasmó con mayor precisión las disposiciones en torno a los partidos políticos y asociaciones políticas. "Para ser reconocido como partido político, la organización debía contar con una declaración de principios, un programa de acción y estatutos".

"La LOPPE establecía dos rutas distintas para acceder al reconocimiento legal del partido: a) el registro definitivo y b) el registro condicionado. Para alcanzar el primero (el definitivo), se necesitaba: 1) Contar con tres mil afiliados, en cuando menos la mitad de las entidades federativas, o trescientos mil afiliados en cuando

<sup>33</sup> Arredondo, Pablo y Raúl Trejo. Así se calló el sistema comunicación y elecciones en 1988. Universidad de Guadalajara. México, 1991. p.55

<sup>34</sup> *Ibidem*, p.56

menos la mitad de los distritos electorales, 2) 65 mil afiliados por lo menos en todo el país, 3) probar la afiliación del punto 1 en asambleas públicas, que certificarían jueces municipales, de primera instancia o de distrito, notario público o funcionario acreditado de la Comisión Federal Electoral, 4) celebrar una asamblea nacional constitutiva para aprobar los documentos básicos del partido (declaración de principios, plan de acción y estatutos). Esa asamblea debía estar certificada por alguno de funcionarios enumerados en el punto 3".<sup>35</sup>

En aquel momento los partidos no accedieron a tener el registro definitivo, sino que optaron por el registro condicionado. Para tener el registro condicionado "tenían que presentar su declaración de principios, programa de acción y estatutos, acreditar que representa (ban) una corriente de opinión. . . y haber realizado actividades políticas permanentes durante los cuatro años anteriores a la solicitud".<sup>36</sup>

Una vez que el partido obtenía el 1.5% de los votos, pasaba a contar con el registro definitivo. A partir de su reconocimiento legal, los partidos tenían los siguientes derechos: " a) postular candidatos en las elecciones federales, b) participar en las elecciones estatales y municipales, c) formar parte de los organismos electorales, d) nombrar representantes ante las mesas de casillas".<sup>37</sup>

Eran obligaciones de los partidos: " a) mantener el número de afiliados, y su distribución, necesarios para el registro definitivo, b) ostentar la denominación, emblema y color con el que fueron registrados, c) cumplir con sus estatutos, d) contar con un domicilio social, e) editar una publicación periódica de divulgación mensual y otra de carácter teórico, trimestral, f) sostener un centro de formación política, g)

<sup>35</sup> Woldenberg... *op. cit.* . p.292

<sup>36</sup> *Ibidem.* . p.292

<sup>37</sup> *Ibidem.* . p.293

realizar listas de candidatos por el método plurinominal, y h) comunicar a la Comisión Federal Electoral cualquier cambio en sus documentos básicos"<sup>38</sup>

"Los partidos, para desarrollar sus actividades, gozarían, a su vez, de distintas prerrogativas. Tiempos permanentes en la radio y la televisión, para lo cual se creó una comisión especial, la de Radiodifusión, dependiente de la Comisión Federal Electoral. Apoyos para sus tareas editoriales (papel, redactores, facilidades para la impresión y distribución de sus publicaciones). Materiales gráficos (carteles, folletos) y espacios para el desarrollo de sus campañas electorales. Y exención de impuestos. . ."<sup>39</sup>

En la LOPPE se contemplaban las llamadas asociaciones políticas nacionales. Éstas - decía la ley - eran un complemento al sistema de partidos, ya que estas agrupaciones más pequeñas y con una inserción social menor que los partidos, debían contribuir al debate político e ideológico. Las asociaciones políticas solamente podrían participar en procesos electorales aliadas a algún partido político con registro.<sup>40</sup>

Los partidos y las asociaciones políticas tenían el derecho de integrar frentes y coaliciones. Los primeros, los frentes, eran concebidos como instancias de unidad para perseguir fines "no electorales", mientras las coaliciones eran fórmulas de alianza estrictamente electoral.

El convenio que diera origen al Frente debía establecer: a) su duración, b) las causas que lo motiven y c) forma en que convenga ejercer en común sus prerrogativas.

---

<sup>38</sup> *Ibidem.* , p.293

<sup>39</sup> *Ibidem.* , p.293

<sup>40</sup> *Ibidem.* , p.293

"Las coaliciones electorales, aunque contempladas en la ley, resultaban casi imposibles por las propias derivaciones que acarrecaban. Dos o más partidos se podían coaligar para presentar candidatos a la presidencia, senadores o diputados. Pero esto lo tenían que hacer "bajo un solo registro y emblema". Empero, para efectos del registro de los partidos, los coaligados tenían dos caminos: a) establecer que los votos para refrendar u obtener el registro serían para uno de ellos, con lo cual los demás automáticamente perdían su registro, o b) que los votos se computaran por coalición y ésta se convirtiera en un nuevo partido"<sup>41</sup>

Esto hacía prácticamente imposible las coaliciones, porque ningún partido estaba dispuesto a deponer su registro en beneficio de otro. Asimismo, los partidos políticos podían perder su registro por diversas causas, la más importante de las cuales era la de "no obtener en dos elecciones consecutivas el 1.5% de la votación nacional".

En diciembre de 1980 y en enero de 1982, fueron publicados sendos decretos en el Diario Oficial que modificaron algunas de las disposiciones en la materia que venimos comentando.

En lo que refiere a las obligaciones de los partidos políticos (art.42) se introdujo la de "designar a los presuntos diputados que integrarán al Colegio Electoral, remitiendo la lista de los que correspondan a la Comisión Instaladora de la Cámara de Diputados..."

"Se modificó la redacción del artículo 49 para precisar y eventualmente ampliar (a solicitud de la CFE) los tiempos de los partidos políticos en radio y televisión. Y se estableció, para que no se prestara a interpretaciones diversas, que las asociaciones

<sup>41</sup> Ibidem. , p.294

políticas, coaligadas con algún partido para participar en algún proceso electoral, ejercerían sus derechos " por conducto de los comisionados y representantes de los partidos a los cuales se hayan incorporado"<sup>42</sup>

Como resultado de una creciente impugnación por parte los partidos de oposición a la normatividad electoral, en 1986 se llevaron a cabo una serie de audiencias públicas para revisar el estado de la legislación electoral. Luego de las audiencias, el presidente de la República, Miguel de la Madrid, envió al Congreso una propuesta de reforma constitucional en la materia y un nuevo Código Federal Electoral para sustituir a la LOPPE.<sup>43</sup>

Entre los cambios más importantes que introdujo dicho Código fue que suprimió el registro condicionado, el cual fue utilizado anteriormente por los partidos para acceder a la plena legalidad. De ahora en adelante, sólo existiría el registro definitivo. Con ello se complicó de manera sustancial el eventual registro de nuevos partidos políticos.

" En términos de derechos, obligaciones y prerrogativas, el Código seguía la misma lógica que la LOPPE, pero ahora precisaba de mejor manera algunos de ellos. Por ejemplo, el acceso a los medios de comunicación o el financiamiento público. En este último caso, el CFE acabó con la discrecionalidad a la que daba pie la LOPPE, al establecer criterios claros para la asignación de los recursos financieros a los partidos políticos dependiendo de su porcentaje de votos y su número de diputados".<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> *Ibidem.* , p.295

<sup>43</sup> *Ibidem.* , p.299

<sup>44</sup> *Ibidem.* , p.299

También, el Código superó los obstáculos que la LOPPE construía para impedir las coaliciones electorales. Porque ahora, los partidos podían formar coaliciones y presentarse bajo los emblemas de los partidos coaligados. El Código reglamentaba los convenios de coalición y abría la puerta para que dos o más partidos, " sin mediar coalición, puedan postular al mismo candidato", con el consentimiento de éste.

Además, mantenía la figura jurídica de los "frentes", para alcanzar objetivos políticos y sociales compartidos de índole "no electoral" y reglamentaba las fusiones entre dos o más partidos.

En 1989-90 se volvieron a modificar las disposiciones legales en materia electoral, y en particular se afinaron las normas en torno a los partidos políticos.

En el terreno del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), aprobado en 1990 por cinco de los seis grupos parlamentarios que integran la Cámara de Diputados, lo más notable fue la reintroducción del registro condicionado que había sido borrado de la legislación electoral de 1986. Los requisitos para obtenerlo son : a) contar con declaración de principios, programa de acción y estatutos. . . ;b) representar una corriente de opinión con base social; y c) haber realizado actividades políticas durante dos años anteriores a la solicitud de registro.<sup>45</sup>

El nuevo Código refrendó con claridad los derechos, prerrogativas y obligaciones de los partidos políticos.

Sus derechos son: a) participar en la preparación, desarrollo y vigilancia del proceso electoral, b) gozar de garantías para realizar libremente sus actividades, c)

---

<sup>45</sup> *Ibidem.* . p.302



contar con prerrogativas y financiamiento público, d) postular candidatos, e) formar frentes o coaliciones en los términos que fija la propia ley, f) participar en las elecciones estatales y municipales, g) contar con representantes en los órganos del Instituto Federal Electoral, h) ser propietarios, poseedores o administradores de los bienes inmuebles que les sean necesarios para desarrollar sus tareas, i) establecer relaciones con agrupaciones extranjeras siempre y cuando mantengan su independencia política y económica.<sup>46</sup>

Las obligaciones de los partidos quedaron enumeradas de la siguiente manera: a) conducir sus actividades en el marco de la ley, b) abstenerse de recurrir a la violencia, c) mantener el mínimo de afiliados en las entidades federativas y distritos electorales, d) ostentarse con la denominación, emblema y color o colores que tengan registrados, e) cumplir con sus propias normas internas, f) mantener en funcionamiento efectivo sus órganos estatutarios, g) contar con domicilio social, h) editar por lo menos una publicación mensual de divulgación, y otra de carácter teórico, trimestral, i) sostener por lo menos un centro de formación política, j) difundir su plataforma electoral, k) designar presuntos diputados que deben integrar el Colegio Electoral, l) comunicar al IFE la modificaciones de sus documentos básicos, m) comunicar al IFE los cambios de domicilio y órganos de dirección, n) conducirse en forma independiente en relación a agrupaciones extranjeras o ministros de culto de cualquier religión, o) no denigrar a los ciudadanos, las instituciones políticas y a los otros partidos o candidatos.<sup>47</sup>

Sus prerrogativas prácticamente quedaron igual a las anteriores, aunque se modificó la fórmula para asignar el financiamiento público. Los partidos se benefician de un acceso reglamentado a la radio y a la televisión, de exenciones fiscales,

<sup>46</sup> *Ibidem* , p.303

<sup>47</sup> *Ibidem* . p.303

franquicias postales y telegráficas, además del ya mencionado financiamiento que se distribuye de acuerdo con los votos y curules obtenidos en la elección inmediata anterior.

En materia de medios de comunicación la novedad del COFIPE en 1990 es la disposición de que el incremento del tiempo durante el período electoral se otorgue a cada partido de acuerdo con su fuerza electoral ( en programas adicionales, art. 44.2); otra innovación es que la mitad del tiempo de cada partido se destine a la difusión de su plataforma electoral. En el caso del tiempo contratado comercialmente por los partidos, por primera vez el COFIPE ordena que la Dirección General del IFE solicite a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes su intervención, a fin de que los concesionarios de radio y televisión le proporcionen tarifas para la contratación de ese tiempo que nunca excedan los costos de la publicidad comercial.

La lucha por imprimir un carácter democrático a los medios de comunicación, en la cual los partidos políticos puedan exponer sus objetivos, plataformas políticas y preocupaciones, ha traído como consecuencia que a lo largo de los años se hayan expuesto innumerables propuestas y sugerencias, algunas de las cuales han quedado asentadas en la norma jurídica.

El siguiente cuadro resume las disposiciones relativas al acceso de los medios electrónicos de 1973 a 1994.<sup>43</sup>

| LEY ELECTORAL   | TIEMPO  | MODALIDAD DE TRANSMISIÓN  |
|---|---|---|
| <b>Ley Federal Electoral (1973).</b>  | Hasta 10 minutos quincenales en radio y televisión.   | Los programas son de cobertura nacional. Los partidos exponen individualmente o en conjunto sus tesis ideológicas. Los programas pueden repetirse en una o varias entidades del país.   |
| <b>Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (1977).</b> | Cada partido dispone de un tiempo determinado por el ordenamiento específico, en forma equitativa cada mes. | Los programas son de cobertura nacional. Las transmisiones están integradas con el programa de un solo partido, o con los programas de varios o de todos los partidos. La duración de las transmisiones se incrementa en periodos electorales. Los partidos políticos tienen preferencia en el tiempo de radiodifusión. |
| <b>Código Federal Electoral (1987).</b>                                       | Cada partido dispone de 15 minutos mensuales en radio y televisión.   | Los programas son de cobertura nacional o regional: hay también especiales. La duración de las transmisiones se incrementa en periodos electorales. Los partidos tienen preferencia en la programación estatal en radio y televisión.   |

<sup>43</sup> Memorias del proceso... op.cit. p.36

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (1990 y 1993).</b></p> | <p>Cada partido tiene derecho a 15 minutos mensuales en radio y televisión.</p> | <p>Los programas son de cobertura nacional y regional: hay también especiales. La duración de las transmisiones se incrementa en periodos electorales. El incremento de tiempo se distribuye de acuerdo a la fuerza electoral de cada partido. Cada uno de éstos debe emplear la mitad de su tiempo para difundir sus plataformas electorales. los programas de los partidos y del IFE tendrán preferencia dentro de la programación general en el tiempo estatal de radio y televisión. Para la publicidad pagada por los partidos, el IFE solicita a la SCT gestionar ante los concesionarios de radio y tv tarifas que no serán superiores a las de la publicidad comercial.</p> |
|---|---|---|

### 2.3) LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

Considerando "que la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley de la Industria Cinematográfica establecen un amplio marco normativo para el desenvolvimiento de estas actividades de interés público y para ello, es necesario expedir las disposiciones reglamentarias que precisen las relaciones entre el Poder Público y los particulares en ambas materias."; el gobierno de Luis Echeverría expidió el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión que establece en el título primero, capítulo único los siguientes artículos:

*" Artículo 1o.- La radio y la televisión, constituyen una actividad de interés público y corresponde al Estado, en los términos de la Ley de la materia y de este reglamento, protegerla y vigilar el cumplimiento de sus funciones sociales".*

*"Artículo 2o.- En el cumplimiento de las funciones que la Ley de la materia y este reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico".*

*"Artículo 3o.- La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos , la propalación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; el estímulo a nuestra capacidad para el progreso; a la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional".*

*"Artículo 4o.- La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de tercero, ni perturbar el orden y la paz pública".*

*"Artículo 5o.- Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras e imágenes procaces, frases y*

*escenas de doble sentido y atiendan al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio."*<sup>49</sup>

Como se ve en los artículos 1o. y 2o. se le atribuye a la radio y a la televisión una "actividad de interés público", de lo que se desprende la protección y la tutela del Estado respecto al cumplimiento de tal función social. En este sentido, la radio y la televisión también tienen que contribuir a la "integración nacional".

Raúl Trejo Derlabre al respecto opina y propone: " El Estado, a través del gobierno federal, ejerce tareas de supervisión y orientación sobre los medios. La reglamentación que tenemos hasta ahora, obedeció a una fase de desarrollo mexicano en donde el Estado tenía que sustituir en muchas de sus funciones a la sociedad. Hoy en cambio se requeriría que, sin demérito de las responsabilidades estatales, la sociedad contara con sus instrumentos y normas capaces de permitirle participar en la orientación de los medios de los cuales ella es destinataria ".<sup>50</sup>

"Es preciso revisar la legislación al respecto. En muchos sentidos se encuentra atrasada respecto de los cambios tecnológicos, no reconoce la nueva gana participativa de la sociedad y mantiene una tutela a menudo rígida sobre los medios, tanto impresos como electrónicos".<sup>51</sup>

Más adelante en el título tercero, capítulo I, artículo 12 dice:

<sup>49</sup> Publicado en el Diario oficial del 4 de abril de 1973, Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica relativo al contenido de las transmisiones en radio y televisión.

<sup>50</sup> Trejo, Raúl. " Propuestas para una política gubernamental de comunicación social", p. 2

<sup>51</sup> Ibidem. . p.2

*" Es obligación de las estaciones de radio y televisión, incluir gratuitamente en su programación diaria 30 minutos, continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, del material proporcionado por la Secretaría de Gobernación. El tiempo mínimo en que podrá dividirse la media hora, no será menos de 5 minutos".* <sup>52</sup>

Este reglamento permite emitir spots breves durante horarios con poca audiencia.

En cuanto a la Ley Federal de Radio y Televisión, respecto a la información política en su artículo 77 establece:

*" Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria informaciones sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales".*<sup>53</sup>

En este artículo se contempla la orientación política que los ciudadanos deben tener, para ello se obliga a la radio y a la televisión a que en sus transmisiones incluyan información de carácter político.

Estos son algunos de los artículos del reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la propia ley que considero se deben citar, por tratarse en ellos los principios y las funciones de la radio y la televisión.

<sup>52</sup> Publicado en el Diario oficial del 4 de abril de 1973. . . op. cit.

<sup>53</sup> Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el Diario Oficial del 19 de enero de 1960.

Aunque se trate de "una legislación omisa, obsoleta e inaplicada", como lo expresó el Consejero Ciudadano del Consejo General del Instituto Federal Electoral Miguel Ángel Granados Chapa:

" La Ley en materia tiene ya 34 años de existencia, es una ley de 1960, lo que ocurría en el ámbito de la difusión electrónica entonces no tiene el mismo parentesco con lo que acontece ahora, es una ley que, como su gemela la ley de imprenta, parece más bien piezas de museo jurídico que instrumentos para la regulación de una actividad viva y cotidiana de profundo interés público".<sup>54</sup>

Sin embargo, no podemos dejar de reconocer, que la radio y la televisión tienen, por disposición de la Ley Federal respectiva, la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia social y a ese efecto deben procurar fortalecer las convicciones democráticas.

Asimismo, con esta ley se establece que las transmisiones de radio y televisión deben ser un medio de orientación para la población del país y para ello deben incluir entre otros contenidos, información veraz y oportuna sobre acontecimientos de carácter político.<sup>55</sup>

La última iniciativa de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión fue el 29 de junio de 1994, en dónde en la Cámara de Diputados la fracción del PRD propuso crear un artículo nuevo (31) recorriéndose en su numeral los restantes:

<sup>54</sup> Acta de sesión del 20 de julio de 1994. Ordinaria. Tomo I. Instituto Federal Electoral. p. 264

<sup>55</sup> Ibidem. p. 285



**"Artículo 31 (nuevo). Las concesiones y los permisos otorgados para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión serán suspendidos de uno a 60 días naturales cuando los concesionarios o permisionarios incurran, a juicio del Consejo General de Instituto Federal Electoral, en inobservancia de los lineamientos en materia de imparcialidad informativa contenidos en el artículo 48 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales".**

**"El procedimiento de suspensión de la concesión o permiso por causales del presente artículo se sujetará a las disposiciones siguientes:"**

**"a) Los ciudadanos con derecho a voto, los partidos políticos y sus candidatos, podrán presentar ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral denuncias por presuntas violaciones a los lineamientos en materia de imparcialidad informativa, aportando las pruebas documentales, videográficas o magnetofónicas correspondientes. El Consejo General podrá también iniciar este proceso por propia iniciativa".**

**"b) El Consejo General hará saber al concesionario o permisionario los motivos por lo que se presume ha incurrido en inobservancia de los citados lineamientos y se le concederá un plazo de cinco días naturales para que presente sus defensas y pruebas".**

**"c) Formuladas las defensas y presentadas las pruebas del permisionario o concesionario, o transcurrido el plazo sin que se hubieren presentado, el consejo general dictará, en un término que no excederá de cinco días naturales, su resolución**

*sobre la procedencia o no de la denuncia, determinando en su caso, la duración de la suspensión. Sus resoluciones serán inapelables".<sup>56</sup>*

**En cuanto a los lineamientos que cita el artículo hablare de ellos más adelante.**

**Lo nuevo de este artículo radica en que por primera vez se le daría poder a la autoridad electoral para ejercer la ley sobre los concesionarios o permisionarios de los medios de comunicación que violen la imparcialidad informativa.**

**Asimismo, los ciudadanos con voto, los partidos políticos y sus candidatos tendrían la oportunidad de denunciar a quienes violen los lineamientos en imparcialidad informativa. Esto es importante, ya que hasta la fecha no se contempla que se pueda hacer algún tipo de denuncia cuando los concesionarios o permisionarios violen la ley. Sin embargo, aun no se aprueba esta propuesta.**

---

<sup>56</sup> Diario de los Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Segundo período de sesiones ordinarias del tercer año de ejercicio. Año III. México D.F., miércoles 29 de junio de 1994 No 24. págs. 1161-1162

### **CAPÍTULO III**

## **PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PROGRAMAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS DURANTE 1994.**

### **3.1) LA COMISIÓN DE RADIODIFUSIÓN.**

Los órganos del Instituto directamente encargados de la producción de los programas de los partidos políticos son la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión. El antecedente de esta función estaba a cargo de la Comisión Intersecretarial de Radiodifusión creada en 1969, que más adelante se integró a la Secretaría de Gobernación, y a partir del 21 de noviembre de 1990 se incorporó al IFE con su nombre actual.<sup>57</sup>

La Comisión de Radiodifusión es un órgano colegiado que a veces llega a tomar decisiones por consenso respecto a la producción y difusión de los programas de los partidos. En cada una de sus sesiones, éstos y las autoridades analizan las tareas relativas al goce de las prerrogativas en la materia, como la administración y asignación a cada partido de los tiempos y espacios comunicativos que les correspondan. La Comisión procura las mejores condiciones de elaboración de los contenidos de los programas; vigila el debido cumplimiento de las disposiciones legales en el ámbito de su competencia, e informa al público de los horarios y medios de difusión.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> *Memorias del proceso electoral... op. cit.*, p. 37

<sup>58</sup> *Ibidem.* p. 37.

Preside la Comisión de Radiodifusión el Director Ejecutivo de Prerogativas y Partidos Políticos del IFE. Cada partido tiene derecho a acreditar ante ese órgano a un representante.

Durante el año 1992 y hasta febrero de 1993 estuvieron representados en el seno de la Comisión de Radiodifusión los partidos políticos: Acción Nacional, Revolucionario Institucional, Popular Socialista, del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional y Auténtico de la Revolución Mexicana. A partir del 3 de febrero de 1993 se incorporaron a la Comisión los representantes de los partidos: Demócrata Mexicano, del Trabajo y Verde Ecologista de México.<sup>59</sup>

### **3.2) PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS PROGRAMAS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS DURANTE 1994.**

El acceso a los medios electrónicos de comunicación social por los partidos políticos se pueden clasificar de la manera siguiente:

#### ***PERIODOS NO ELECTORALES : (Art. 41.1) COFIPE***

##### **3.2.1) TIEMPOS PERMANENTES. (Art. 41.1)**

" Del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político disfrutará de 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación" <sup>60</sup>

<sup>59</sup> Memoria sobre prerrogativas de radio y televisión: 1992, 1993 y 1994, IFE. Septiembre de 1994. p. 4 (informe inédito)

<sup>60</sup> Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Instituto Federal Electoral. p. 31

Este tipo de programas de 15 minutos de duración se transmiten en todo el año. A cada partido le corresponde transmitir una vez al mes uno de estos programas en cada medio.

En 1994 estos programas se transmitieron en forma regular, salvo la suspensión del 17 de agosto al 17 de septiembre de acuerdo a lo dispuesto por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Se transmitieron los programas de los 9 partidos políticos registrados; en los canales 5 y 7 y en 15 estaciones: XEQ, XEW, XERED, Y XEB ( D.F.); XEPRS (B.C.), XENT (B.C.S.), XEFI (CHIH.), XEBX (COAH.), XEIO (CHIS), XEAV (JAL.), XEDM (SON.), XEHP (TAMPS.), XEZL (VER.) Y XEME (YUC.)<sup>61</sup>

En tiempos permanentes durante este año de 1994 (de enero a noviembre) se ocuparon 1354 espacios en radio cuyo tiempo en minutos fue de 20310 y en horas 338 con 30 minutos.

---

<sup>61</sup> MEMORIA SOBRE PRERROGATIVAS DE RADIO Y TELEVISIÓN: 1992, 1993 Y 1994. Instituto Federal Electoral. Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos. Septiembre, 1994. (informe inédito) p.8

La distribución por partido fue de la siguiente manera:

| <b>PARTIDO</b> | <b>No. DE ESPACIOS</b> | <b>TIEMPO EN MINUTOS</b> | <b>TIEMPO EN HORAS</b> |
|----------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| <b>PAN</b>     | 165                    | 2475                     | 41 hrs. 15'            |
| <b>PRI</b>     | 135                    | 2025                     | 33 hrs. 45'            |
| <b>PPS</b>     | 165                    | 2475                     | 41 hrs. 15'            |
| <b>PRD</b>     | 150                    | 2250                     | 37 hrs. 30'            |
| <b>PFCRN</b>   | 135                    | 2025                     | 33 hrs. 45'            |
| <b>PARM</b>    | 150                    | 2250                     | 37 hrs. 30'            |
| <b>PDM</b>     | 150                    | 2250                     | 37 hrs. 30'            |
| <b>PT</b>      | 154                    | 2310                     | 38 hrs. 30'            |
| <b>PVEM</b>    | 150                    | 2250                     | 37 hrs. 30'            |
| <b>TOTALES</b> | <b>1354</b>            | <b>20310</b>             | <b>338 hrs. 30'</b>    |

En la televisión se ocuparon 184 espacios cuyo tiempo en minutos fue de 2760 y en horas de 46. La distribución por partido fue de la siguiente manera:

| <b>PARTIDO</b> | <b>No. DE ESPACIOS.</b> | <b>TIEMPO EN MINUTOS.</b> | <b>TIEMPO EN HORAS.</b> |
|----------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| <b>PAN</b>     | 22                      | 330                       | 5 HRS. 30'              |
| <b>PRI</b>     | 20                      | 300                       | 5 HRS.                  |
| <b>PPS</b>     | 22                      | 330                       | 5 HRS. 30'              |
| <b>PRD</b>     | 20                      | 300                       | 5 HRS.                  |
| <b>PFCRN</b>   | 18                      | 270                       | 4 HRS. 30'              |
| <b>PARM</b>    | 20                      | 300                       | 5 HRS.                  |
| <b>PDM</b>     | 20                      | 300                       | 5 HRS.                  |
| <b>PT</b>      | 21                      | 315                       | 5 HRS. 15'              |
| <b>PVEM</b>    | 21                      | 315                       | 5 HRS. 15'              |
| <b>TOTALES</b> | <b>184</b>              | <b>2760</b>               | <b>46 hrs.</b>          |

En total, durante 1994, se ocuparon en radio y televisión 1538 espacios en un tiempo de 23070 minutos, es decir, 384 horas con 30 minutos. Para la producción de estos programas se emplearon 1440 horas de tiempo de estudio.

### **3.2.2) TIEMPOS ESPECIALES (Art. 44.5)**

" Los partidos políticos tendrán derecho, además del tiempo regular mensual a que se refiere el párrafo 1 de este artículo, a participar conjuntamente en un programa

especial que establecerá y coordinará la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, para ser transmitido por radio y televisión dos veces al mes".<sup>62</sup>

Los partidos políticos acceden a estos tiempos a través de un programa especial mensual, de una hora de duración en televisión y de media hora en radio, realizada de manera conjunta entre los partidos políticos y la Dirección de Radiodifusión.

Tanto el tema, el conductor y el formato del programa son acordados en el seno de la Comisión de Radiodifusión.

El programa especial se transmite en dos canales de televisión 2 y 7 y en trece estaciones de radio a partir de 1991: XEB y XEDF (D.F.), XENT (B.C.S.), XEAZ (B.C.), XEIO (CHIS.), XEBX (COAH.), XEFI (CHIH.), XESRD (DGO.), XEAV (JAL.) XEDM (SON.) XEHP (TAMPS.) XEVL (VER.) Y XEME (YUC.).

Los tiempos de transmisión en este año quedaron de la siguiente manera:

| AÑO           | TELEVISIÓN | RADIO   | TOTAL   |
|---------------|------------|---------|---------|
| 1994 ENE-NOV. | 20 hrs.    | 65 hrs. | 85 hrs. |

En septiembre se suspendió el programa por acuerdo de la Comisión de Radiodifusión.

<sup>62</sup> Código Federal... op. cit. . . p. 31



A continuación se presentan los temas por mes durante 1994:

| MES     | NOMBRE DEL PROGRAMA  | FECHA DE TRANSMISIÓN EN RADIO | FECHA DE TRANSMISIÓN EN T.V. | CANALES | ESTACIONES    |
|---------|--|-------------------------------|------------------------------|---------|---------------|
| ENERO   | Los partidos políticos opinan sobre los sucesos de Chiapas | 24 y 25 de enero              | 21 y 23 de enero             | 2 y 7   | XEB Y<br>XEDF |
| FEBRERO | Acuerdo para la paz, la democracia y la justicia.          | 21 y 22 de febrero            | 18 y 20 de febrero           | 2 y 7   | XEB Y<br>XEDF |
| MARZO   | Chiapas frente al proceso electoral                        | 21 y 22 de marzo              | 18 y 20 de marzo             | 2 y 13  | XEB y<br>XEDF |
| ABRIL   | ¿crisis política a 120 días de las elecciones?             | 25 y 26 de abril.             | 22 y 24 de abril             | 2 y 13  | XEB y<br>XEDF |
| MAYO    | seguridad pública  | 23 y 24 may                   | 20 y 22 may                  | 2 y 7   | XEB, XEDF     |
| JUNIO   | 9 opciones para votar.                                     | 20 y 21 jun.                  | 17 y 18 jun.                 | 2 y 7   | XEB, XEDF     |
| JULIO   | Oferta económica de los p.p.                               | 25 y 26 jul.                  | 22 y 24 jul.                 | 2 y 7   | XEB, XEDF     |
| AGOSTO  | ¿porqué votar?   | 15 y 16 ago.                  | 12 y 14 ago.                 | 2 y 7   | XEB, XEDF     |

## ***Y PERIODOS ELECTORALES***

### **3.2.3 TIEMPOS ADICIONALES (Art. 44.2)**

" La duración de las transmisiones será incrementada en periodos electorales, para cada partido político, en forma proporcional a su fuerza electoral".<sup>63</sup>

El COFIPE establece que estos tiempos sólo se otorgan durante los procesos electorales, de acuerdo a la fuerza electoral obtenida en la última elección.

" Lo anterior, aparentemente democrático porque se basa en los sufragios emitidos, tiene un resultado contraproducente, pues priva a los ciudadanos de una necesaria confrontación de ideas y propuestas partidarias en igualdad de circunstancias. Para exponer su plataforma electoral, el PRI -para poner un caso- dispondrá de un tiempo que quizá sea 30 veces mayor que el del PPS, lo que evidencia una profunda desventaja del segundo partido".<sup>64</sup>

Los programas se transmitieron del 16 de junio al 17 de agosto de 1994. Por acuerdo del Consejo General del IFE del 3 de junio se incrementó en un 180% los tiempos adicionales, respecto al otorgado en 1991. Por acuerdo de la Comisión de Radiodifusión los programas del PAN, PRI y PRD fueron de 15 minutos, los del PPS, PFCRN y PARM de 7 minutos y los del PDM, PT y PVEM de 5 minutos.

En televisión se transmitieron un total de 251 programas con un tiempo en minutos de 3023, es decir, 50 horas con 23 minutos en los canales 2, 13, 5, 7, 9 y 11.

<sup>63</sup> *Ibidem* . . p. 31

<sup>64</sup> Musacchio, Humberto. " Medios electrónicos, ventanas a la nada" *Voz y Voto. Política y Elecciones*. Número 9. Noviembre de 1993. p.18

En radio se transmitieron un total de 179 programas, cuyo tiempo en minutos fue de 2167, es decir, 36 horas con 7 minutos en las estaciones XHFO-FM, XEDF-FM, XEQR-AM, XEDA-FM, XEL-AM y XEOI-AM.

En total, en ambos medios, se transmitieron de tiempo adicionales 430 programas, cuyo tiempo en minutos fue de 5190, es decir, 86 horas con 30 minutos.

Cabe observar que por acuerdo de la Comisión de Radiodifusión y en aras de la equidad en la competencia electoral, al partido con mayor porcentaje de votación obtenida en 1991 (PRI), se le redujeron notablemente el número de programas adicionales, pues de 275 programas en 1991, en sentido estricto, transmitió 134 programas en 1994.

El siguiente cuadro presenta el total de programas adicionales:

| <b>TOTAL DE PROGRAMAS TRANSMITIDOS POR PARTIDO</b> |                                      |                                      |                          |
|--|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| <b>PARTIDO</b>                                     | <b>TELEVISIÓN</b>                    | <b>RADIO</b>                         | <b>TOTAL POR PARTIDO</b> |
| <b>PAN</b>   | JUNIO: 15<br>JULIO: 25<br>AGOSTO: 16 | JUNIO: 6<br>JULIO: 19<br>AGOSTO: 15  | 96                       |
| <b>PRI</b>   | JUNIO: 16<br>JULIO: 33<br>AGOSTO: 29 | JUNIO: 14<br>JULIO: 21<br>AGOSTO: 15 | 134                      |
| <b>PPS</b>   | JUNIO: 4<br>JULIO: 6<br>AGOSTO: 3    | JUNIO: 2<br>JULIO: 4<br>AGOSTO: 3    | 22                       |
| <b>PRD</b>   | JUNIO: 8<br>JULIO: 16<br>AGOSTO: 10  | JUNIO: 5<br>JULIO: 11<br>AGOSTO: 9   | 59                       |
| <b>PFCRN</b>                                       | JUNIO: 4<br>JULIO: 9<br>AGOSTO: 5    | JUNIO: 3<br>JULIO: 7<br>AGOSTO: 3    | 31                       |
| <b>PARM</b>  | JUNIO: 3<br>JULIO: 7<br>AGOSTO: 3    | JUNIO: 1<br>JULIO: 3<br>AGOSTO: 5    | 22                       |
| <b>PDM</b>   | JUNIO: 3<br>JULIO: 6<br>AGOSTO: 4    | JUNIO: 1<br>JULIO: 3<br>AGOSTO: 5    | 22                       |
| <b>PT</b>  | JUNIO: 4<br>JULIO: 6<br>AGOSTO: 3    | JUNIO: 1<br>JULIO: 6<br>AGOSTO: 3    | 22                       |
| <b>PVEM</b>  | JUNIO: 4<br>JULIO: 6<br>AGOSTO: 3    | JUNIO: 2<br>JULIO: 4<br>AGOSTO: 3    | 22                       |
| <b>TOTAL DE PROGRAMAS</b>                          | <b>251</b>                           | <b>179</b>                           | <b>430</b>               |

### **3.24) TIEMPOS REGIONALES ( Art. 44.4)**

" Sin perjuicio de lo anterior, a solicitud de los partidos políticos podrán transmitirse programas en cobertura regional. Estos programas no excederán de la mitad del tiempo asignado a cada partido para sus programas de cobertura nacional y se transmitirán además de éstos".<sup>65</sup>

Durante el proceso electoral de 1994, de acuerdo a lo establecido por el COFIPE (art. 44), los nueve partidos políticos solicitaron a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos programas de cobertura regional. Los programas regionales tuvieron un tiempo de 7 minutos y se transmitieron del 16 de marzo al 17 de agosto en 33 canales de televisión y 31 estaciones de radio de las entidades federativas.

En radio, el conjunto de los partidos tuvieron un total de 45 programas, a razón de un programa mensual durante 5 meses, el número de emisiones por radio fue de 155, lo que hace un total de 1395 emisiones, cuyo tiempo en minutos fue de 9765, es decir, 162 horas con 45 minutos.

En televisión, tuvieron un total de 45 programas, correspondiéndole a cada partido 5 programas, es decir, un programa mensual. A cada partido le correspondió 165 emisiones durante el lapso en se informa, es decir, un total de 1485 emisiones, cuyo tiempo en minuto fue de 10395 y en horas de 173 con 15 minutos.

En suma, los partidos políticos tuvieron en conjunto 2880 emisiones en radio y televisión, con un tiempo de 20160 minutos, es decir, 336 horas. Todos los partidos contaron con el mismo número de programas y tiempos regionales.

<sup>65</sup> Código Federal... op.cit. , p. 31

### **3.2.5) TIEMPOS COMERCIALES. ( Art. 48 párrafos 1,2,3,4,5,6,7,8 )**

Con las reformas al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales de septiembre de 1993, se introdujo un elemento novedoso en lo que se refiere al acceso de los partidos políticos a la radio y a la televisión, al regular la contratación de tiempo comercial que los partidos políticos pueden hacer con los concesionarios.

La reforma del artículo 48, establece que es "derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempo en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, conforme a las normas y procedimientos que se establecen en el presente artículo."<sup>66</sup>.

El procedimiento para que los partidos políticos procedan a la contratación de tiempo comercial con los concesionarios, de manera general, describe los siguientes pasos básicos.

1.- Solicitud de la Dirección General del Instituto a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para que los concesionarios proporcionen las tarifas y tiempos disponibles para contratación de los partidos políticos.

2.- Entrega de la información a los partidos políticos a través de dos catálogos, los cuales son proporcionados por el Consejo General del propio Instituto.

---

<sup>66</sup> Ibidem

**3.-Comunicado de los partidos políticos a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas de los tiempos que les interesa contratar.**

**4.- Asignación y reparto de canales, estaciones y tiempos a contratar por los partidos políticos por parte de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos.**

**5.- Los partidos políticos realizan la contratación directa con las concesionarias solicitadas y de igual manera la Dirección Ejecutiva comunica a cada uno de los concesionarios los tiempos y horarios autorizados a contratar.**

Con fecha de 6 de octubre de 1993 la Dirección General del Instituto solicitó la intervención de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a fin de que los concesionarios nacionales y de cada entidad federativa proporcionaran información sobre tiempos, horarios y tarifas disponibles para contratación por los partidos políticos, durante el periodo de campaña electoral que señala la ley.

Recibida en el Instituto la información enviada por los concesionarios, se integró el "Primer catálogo de tiempos, horarios, canales y estaciones disponibles" para contratación por parte de los partidos políticos para la transmisión de propaganda electoral del 15 de marzo al 15 junio de 1994, mismo que fue presentado a éstos en la sesión del Consejo General del 7 de enero de 1994.

De un universo de 1119 concesionarias y permisionarias de radio, 950 enviaron información para el Primer Catálogo, y de un universo de 76 concesionarias y permisionarias de televisión con antena abierta, enviaron información 44. De igual manera se recibió la información de 29 canales de televisión por cable. Con base en las

solicitudes de los partidos políticos se les autorizó la contratación de tiempos en los medios electrónicos para el primer catálogo de acuerdo a la siguiente relación:

| TIPO DE ELECCION |            |    |  |                             |       |
|------------------|------------|----|--|-----------------------------|-------|
| PARTIDO          | PRESIDENTE |    | SENADORES<br>DIPUTADOS<br>ASAMBLEISTAS |                             | TOTAL |
|                  | RADIO      | TV | RADIO                                  | TV                          |       |
| PAN              | 584        | 35 |  |                             | 619   |
| PRI              | 881        | 68 | SEN 339<br>DIP 783<br>ASAM 43          | SEN 67<br>DIP 67<br>ASAM 16 | 2774  |
| PPS              | 202        |    |  |                             | 202   |
| PRD              | 94         | 34 | SEN 950<br>DIP 950<br>ASAM 950         | SEN 31<br>DIP 31<br>ASAM 31 | 3071  |
| PFCRN            | 85         |    | SEN 86<br>DIP 86<br>ASAM 86            |                             | 343   |
| PARM             | 46         |    | SEN 64<br>DIP 64<br>ASAM 64            |                             | 248   |
| PDM              |            |    |  |                             |       |
| PT               | 199        |    | SEN 154<br>DIP 154<br>ASAM 154         |                             | 661   |
| PVEM             | 19         |    |  |                             | 19    |

Conforme a la ley, los partidos políticos dispusieron hasta el 15 de febrero para informar a la Dirección Ejecutiva las estaciones, canales y horarios que reservaron para la campaña para presidente de la República, y hasta el 31 de marzo para las campañas de Senadores, Diputados y Asambleístas, conforme al primer catálogo (art. 48, párrafo 4).

En consecuencia, los tiempos para la contratación de los partidos políticos fueron asignados antes del 15 de marzo para las campañas de Presidente de la República y para las campañas de senadores, diputados y asambleístas de mayoría relativa el plazo de vencimiento correspondiente al 30 de abril.



Cabe mencionar que a todos los partidos les fueron asignados canales, estaciones y tiempos para este Primer Catálogo, salvo el Partido Demócrata Mexicano quien decidió no contratar propaganda en tiempos comerciales.

En la sesión del Consejo General del IFE del día 17 de marzo se proporcionó a los representantes de los partidos políticos el " Segundo catálogo de tiempo, horarios, canales y estaciones disponibles, que comprendió el período del 16 de junio al 17 de agosto de 1994.

Para este Segundo Catálogo la oferta de tiempos disponibles fue de 955 en radio, 44 en televisión abierta y 212 en televisión por cable.

Con base en las solicitudes de los partidos políticos, se les autorizó la contratación de tiempos en los medios electrónicos para el segundo catálogo de acuerdo a la siguiente relación:

| TIPO DE ELECCION |            |    |  |                             |       |
|------------------|------------|----|--|-----------------------------|-------|
| PARTIDO          | PRESIDENTE |    | SENADORES<br>DIPUTADOS<br>ASAMBLEISTAS |                             | TOTAL |
|                  | RADIO      | TV | RADIO                                  | TV                          |       |
| PAN              | 584        | 37 | SEN 54<br>DIP 54<br>ASAM 54            | SEN 35<br>DIP 38<br>ASAM 38 | 2467  |
| PRJ              | 600        | 50 | SEN 945<br>DIP 955<br>ASAM 49          | SEN 56<br>DIP 56<br>ASAM 11 | 2722  |
| PPS              | 85         |    |  |                             | 85    |
| PRD              | 955        | 31 | SEN 955<br>DIP 955<br>ASAM 955         | SEN 31<br>DIP 31<br>ASAM 31 | 3944  |
| PFCRN            | 79         |    | SEN 78<br>DIP 78<br>ASAM 78            |                             | 313   |
| PARM             | 95         | 5  | SEN 175<br>DIP 175                     |                             | 450   |
| PDM              | 158        |    |  |                             | 158   |
| PT               | 154        |    | SEN 150<br>DIP 150<br>ASAM 150         |                             | 604   |
| PVEM             | 63         |    |  |                             | 63    |

La campaña presidencial del PAN, se distinguió en los primeros meses por una estrategia casi exclusivamente basada en la difusión por radio y televisión, con lo que se innovó en México la forma tradicional de hacer proselitismo.

La táctica panista se dirigió a la realización de entrevistas. Según datos recabados en su comité de campaña, durante los tres primeros meses Fernández de Cevallos tuvo entrevistas con 80 estaciones de radio y televisión de todo el país, mientras que una tercera parte de sus actividades de proselitismo se desarrollaron en reuniones privadas y diálogos en centros de educación media y superior.

### **3.2.6 TIEMPOS EXTRAORDINARIOS (Art. 47)**

" La Dirección General del IFE tomará los acuerdos pertinentes a fin de que el ejercicio de estas prerrogativas, en los procesos electorales extraordinarios, se realice con las modalidades de tiempos, coberturas, frecuencias radiales y canales de televisión, para los programas de los partidos políticos con contenidos regionales o locales. Este tiempo de transmisión de los partidos políticos no se computará con el utilizado en emisiones de cobertura nacional".<sup>67</sup>

### **3.2.7 TIEMPOS DE DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS EN LOS NOTICIARIOS.** ( Art. 48 párrafo 10)

El artículo 48 párrafo 10 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales señala que el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos se reuniría a más tardar el 15 de febrero de 1994, con la Comisión de Radiodifusión y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, para sugerir los lineamientos

<sup>67</sup> Código Federal. . . op.cit. , p. 32

generales aplicables en sus noticiarios respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos.

Con apego a dicho artículo, los nueve partidos políticos representados en el seno de la Comisión de Radiodifusión sostuvieron durante sus sesiones ordinarias de los meses de diciembre de 1993, enero y febrero de 1994 los acuerdos necesarios a fin de llegar durante la sesión extraordinaria que para tal efecto se convocó el 9 de febrero, a la redacción por consenso del documento que presentaron a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión en la reunión que se llevó a cabo en el Salón de Usos Múltiples el 14 de febrero de 1994, que contenía los siguientes nueve "Lineamientos generales aplicables en los noticiarios de radio y televisión respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos".

### **1) OBJETIVIDAD.**

*"La información que se transmita en los noticiarios sobre las actividades de las campañas políticas debe ser objetiva, es decir, se debe evitar la información que tienda a favorecer o a perjudicar a algún candidato o partido político, evitando la editorialización de las notas informativas".<sup>68</sup>*

Con esto se intentó descartar la posibilidad de que los responsables de los medios de comunicación, hicieran comentarios en beneficio o perjuicio de algún partido político o su candidato.

Quienes tienen la responsabilidad de informar -en todas las fases del proceso informativo, desde la búsqueda de noticias hasta su procesamiento, edición y

<sup>68</sup> Memoria sobre prerrogativas de radio y televisión: 1992, 1993 y 1994. IFE. p.37

publicación o transmisión - cuentan siempre con la posibilidad de manejar, dándole acentos específicos o aún dejando de hacerlo, la información que tienen a su cargo. La recolección y propagación de información siempre tiene un sesgo que le confiere la habilidad, el interés, la circunstancia o el desempeño del informador o de los informadores, que participan en la construcción de una noticia. Pero ello no puede decirse que exista una imparcialidad plena en el manejo. Si hay en cambio, y esa debe ser una aspiración permanente de los medios, **objetividad**, entendida ésta como la presentación de una noticia de manera completa

Una información es incompleta si no recoge las diversas posiciones que existan acerca de un conflicto, o si no refleja los testimonios de las diversas partes involucradas en un acontecimiento. La objetividad es garantía de verosimilitud en un medio de comunicación.<sup>69</sup>

## **2) CALIDAD UNIFORME EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN.**

*"Se propone que los concesionarios difundan las noticias de las actividades de las campañas políticas, atendiendo a un principio de uniformidad en el protocolo y calidad de la información para todos los partidos políticos, con el propósito de lograr una mayor equidad. El tiempo y el contenido deberán reflejar puntualmente las actividades de cada candidato en sus jornadas proselitistas".*<sup>70</sup>

<sup>69</sup> Trejo, Raúl. "Un código de ética para los medios". *Excelsior*, 17 de octubre de 1994, p.41

<sup>70</sup> *Memorias*... op. cit. p.37

### **3) POSIBILIDAD DE ACLARACIÓN.**

*"Se sugiere que frente a noticias que los partidos políticos consideren que no reflejan fielmente el acto, dato o hecho informado, tengan la posibilidad de aclarar con información precisa la noticia transmitida".<sup>71</sup>*

Los partidos políticos mencionados en una información, podrán ejercer su derecho de réplica si están en desacuerdo con ella o si consideran que lesiona sus intereses. Este derecho es válido tanto en los medios de comunicación impresos, como en los de propagación electrónica. Sería conveniente que los editores o responsables de cada medio cuidarán de que la réplica a una información aparezca, dentro de los límites razonables, de la manera más amplia y destacada que sea posible, de acuerdo con la extensión y ubicación que haya tenido de la información que sea rectificada.

### **4) SECCIÓN ESPECIAL DE LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS.**

*"Se propone que en los noticieros se establezca una sección especial para la transmisión de noticias relativas a las actividades de las campañas políticas. De ser posible, se procurará transmitir en un horario fijo y previamente anunciado, y sin que se mezcle con otras noticias de diversa índole, tales como, guerra, catástrofes, deportes, espectáculos, eventos de nota roja, etc.". <sup>72</sup>*

Este lineamiento en la mayor parte de los noticieros se cumplió. Recordemos que éstos asignaron un espacio para informar sobre las campañas políticas de los diversos candidatos.

---

<sup>71</sup> *Ibidem.*, p.38

<sup>72</sup> *Ibidem.*, p.38

## **5) MANEJO EQUITATIVO EN LOS TIEMPOS DE TRANSMISIÓN.**

*" Se debe procurar alcanzar equidad en los tiempos de transmisión de las informaciones correspondientes a cada partido político y a sus candidatos".<sup>73</sup>*

Este fue uno de los puntos que más reclamaron los partidos políticos a lo largo de las campañas políticas. Con ello, se intentaba un mejor equilibrio en los medios que se habían caracterizado por darle un mayor apoyo al PRI.

## **6) IMPORTANCIA DE LAS NOTICIAS.**

*" Para el orden en la presentación de la información relativa a las campañas políticas, se sugiere tomar en cuenta la importancia, repercusión, contenido y alcance de la nota informativa, de tal manera que haya una evaluación seria y equitativa para todos los partidos políticos y sus candidatos"<sup>74</sup>*

El lineamiento anterior fue de los más importantes que se tomó en cuenta para el monitoreo que realizó la Comisión de Radiodifusión, el cual se desarrolla en el siguiente capítulo.

## **7) RESPONSABILIDAD DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS.**

---

<sup>73</sup> *Ibidem.* . p.38

<sup>74</sup> *Ibidem.* . p.38

*" Los partidos políticos asumen la responsabilidad de informar oportunamente sobre el desarrollo de las actividades de sus candidatos a la campaña, a través de boletines de prensa u otros medios que se consideren convenientes. Por su parte, los concesionarios, en la medida de lo posible, difundirán, sin distinción alguna, los boletines de prensa enviados por los partidos políticos y cubrirán las actividades de campaña de los candidatos a través de reporteros" . 75*

Con este lineamiento se descarta la posibilidad de que algún medio de comunicación, no informe de las actividades del candidato a la presidencia con el pretexto de no contar con la información sobre éste. Como se ve, exige responsabilidad de ambas partes, por un lado los partidos están obligados a emitir su información y por el otro los concesionarios a cubrir sus campaña con algún reportero.

### **8) ESPECIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES NOTICIOSAS PAGADAS.**

*" Se sugiere que con miras a mejorar la credibilidad de la información transmitida, los concesionarios aclaren a través de cualquier medio o técnica, cuando determinado programa o contenido aparentemente noticioso se trate de inserción pagada. Sin embargo, se propone que en los spots o cápsulas promocionales de los partidos políticos, se abstengan añadir la coetilla de que se trata de "Mensaje pagado por el partido político" . 76*

La propaganda política, debe poder ser distinguida de las informaciones o los espacios de análisis propios de cada medio de comunicación. Es preciso que se indique

---

<sup>75</sup> *ibidem* . p.39

<sup>76</sup> *ibidem* . p.39

cuando una nota, gacetilla, inserción o cualquier otro género de material, se publica o se transmite en virtud de un acuerdo comercial.<sup>77</sup>

## 9) RESPETO A LA VIDA PRIVADA

*" La información no debe asociarse con la vida privada de los candidatos, contendientes, funcionarios y representantes partidistas".<sup>78</sup>*

Los medios de comunicación están permanentemente e invariablemente obligados a respetar la privacidad de los individuos. Los personajes públicos tienen derecho a que su vida privada sea respetada por los medios y a que, en consecuencia, las actividades relacionadas con ella no sean consideradas como noticia. No son actividades privadas aquellas que tengan repercusiones en el desempeño público de los individuos. El respeto a la vida privada implica omitir la publicación de imágenes de personajes en actividades o actos no públicos, siempre y cuando éstos no tengan relación directa con sus responsabilidades públicas.<sup>79</sup>

Cabe señalar que estos lineamientos sintetizaron las diferentes propuestas que presentaron los partidos políticos. De este modo, en el documento final se reflejaron cinco de las siete sugerencias elaboradas por el Partido Acción Nacional, tres de las cuatro del Partido Revolucionario Institucional, una de las cinco del Partido Popular Socialista, dos de las cuatro del Partido de la Revolución Democrática, tres de las nueve del Partido Auténtico de la Revolución Mexicana; una de las tres del Partido del Trabajo, tres de las cuatro del Partido Verde Ecologista de México y cuatro de las cinco del Partido Demócrata Mexicano. En ese sentido, de las seis propuestas del

<sup>77</sup> Trejo, Raúl... *op. cit.* . p.44

<sup>78</sup> Memorias ... *op. cit.* . p.39

<sup>79</sup> Trejo, Raúl... *op. cit.* . p.41

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**



Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional ninguna pudo ser incorporada al documento porque eran relativas a otro tipo de materias, de igual manera las que no se consideraron de los otros partidos políticos.<sup>80</sup>

### **3.2.8) Tiempos Excepcionales ( Art. 46 párrafo 3)**

" La Dirección Ejecutiva gestionará el tiempo que sea necesario en la radio y la televisión para la difusión de las actividades del Instituto así como la de los partidos políticos".<sup>81</sup>

De esta manera se abrieron nuevos espacios para los partidos políticos en los medios electrónicos: Promocionales para los partidos políticos a cargo del Instituto. Se transmitieron en las estaciones XERED, XHMVS, XHFO, XEL, XHMM, XHDF, XEDA y XECAM, todas ellas del Distrito Federal, con excepción de la última la cual se ubica en el Estado de Campeche. De esta manera se transmitieron un total de 5684 promocionales de 20 segundos distribuidos ante los partidos políticos de acuerdo a su fuerza electoral derivada de las elecciones de 1991.

A los partidos políticos con registro posterior a esa fecha se les otorgaron igual número de promocionales. El periodo de transmisión fue del 30 de junio al 10 de agosto. Cabe mencionar que los partidos políticos eligieron libremente las estaciones en que se transmitieron sus promocionales y se les brindó apoyo técnico para la producción de los mismos.

---

<sup>80</sup> *Ibidem.*, p.39

<sup>81</sup> *Ibidem.*, p.32

El número de spots por partido fue:

| <b>PARTIDO</b> | <b>SPOTS</b> |
|----------------|--------------|
| PAN            | 1274         |
| PRI            | 1764         |
| PPS            | 294          |
| PRD            | 784          |
| PFCRN          | 392          |
| PARM           | 294          |
| PDM            | 294          |
| PT             | 294          |
| PVEM           | 294          |

Para el cabal cumplimiento de estas prerrogativas, la Ley en materia señala las siguientes especificaciones:

- Los partidos políticos deberán difundir sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales ( Art. 42.1).

- Los partidos políticos deberán presentar con la debida oportunidad a la Comisión de Radiodifusión los guiones técnicos para la producción de sus programas ( Art. 45.2).

- La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, cuidará de la debida difusión de los programas de los partidos políticos a través de la prensa nacional (Art. 46.1).

- Los tiempos destinados a los partidos políticos y del Instituto Federal Electoral, tendrán preferencia dentro de la programación general en el tiempo estatal en la radio y la televisión. (Art. 46.2).

- Los programas de los partidos políticos deberán ser transmitidos en cobertura nacional (Art. 46.2)

## TELEVISIÓN ENERO-DICIEMBRE 1994.

| <b>PARTIDO</b>                            | <b>PERMANENTES</b> | <b>ADICIONALES</b> | <b>REGIONALES</b> | <b>TIEMPO EN PROGRAMAS ESPECIALES</b> | <b>TOTAL DE PROGRAMAS TRANSMITIDOS POR PARTIDO</b> | <b>TOTAL DE PROGRAMAS ESPECIALES</b> | <b>TOTAL DE TIEMPO TRANSMITIDO POR PARTIDO POLÍTICO</b> |
|---|--------------------|--------------------|-------------------|---------------------------------------|--|--------------------------------------|---|
| <b>PAN</b>                                | 22                 | 56                 | 165               | 133'33''                              | 243  | 20                                   | (40 hrs.58'33'')  |
| <b>PRI</b>                                | 20                 | 78                 | 165               | 133'33''                              | 263  | 20                                   | (45hrs.58'33'')   |
| <b>PRD</b>                                | 20                 | 34                 | 165               | 133'33''                              | 219  | 20                                   | (34hrs.58'33'')   |
| <b>TRANSMISIONES POR TIPO DE PROGRAMA</b> | 62                 | 168                | 495               |                                       |  | 20                                   |   |

**RADIO ENERO-DICIEMBRE 1994.**

| <b>PARTIDO</b>                        | <b>PERMANENTES</b> | <b>ADICIONALES</b> | <b>REGIONALES</b> | <b>TIEMPO EN PROGRAMAS ESPECIALES</b> | <b>TOTAL DE PROGRAMAS TRANSMITIDOS POR PARTIDO</b> | <b>TOTAL DE PROGRAMAS ESPECIALES</b> | <b>TOTAL DE TIEMPO TRANSMITIDO POR PARTIDO</b> |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|---------------------------------------|--|--------------------------------------|--|
| <b>PAN</b>                            | 165                | 40                 | 155               | 433'33"                               | 360  | 130                                  | 76hrs.33'33"                                   |
| <b>PRI</b>                            | 135                | 56                 | 155               | 433'33"                               | 346  | 130                                  | 73hrs.3'33"                                    |
| <b>PRD</b>                            | 150                | 25                 | 155               | 433'33"                               | 330  | 130                                  | 69hrs.3'33"                                    |
| <b>No TOTAL DE TIPOS DE PROGRAMAS</b> | 450                | 121                |                   |                                       |  | 130                                  |  |

## **CAPÍTULO IV**

### **ACUERDOS ENTRE LA DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA Y EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.**

#### **4.1) COMPROMISO POR LA PAZ, LA DEMOCRACIA Y LA JUSTICIA.**

El jueves 27 de enero de 1994, todos los partidos políticos mexicanos y sus respectivos candidatos a la presidencia suscribieron un compromiso "por la paz, la democracia y la justicia", que sería el principal sustento de garantías para una convivencia armónica, un desarrollo económico equilibrado, la reforma social y una solución concertada y pacífica al conflicto de Chiapas.<sup>82</sup>

El texto acordado en una reunión del Instituto Federal Electoral fue resaltado por los medios en sus llamados para la paz.

Es este acuerdo el que le abrió a los partidos la posibilidad de un proceso electoral más transparente. Los acuerdos básicos son:

*"a) Tomar las decisiones que conduzcan a crear las condiciones de confianza y certidumbre en todas las instancias que intervienen en el proceso electoral".*

---

<sup>82</sup> Riva Palacio, Raymundo. "Entremes dominical". EL Financiero. Domingo 23 de enero de 1994. p. 23

*"b) Propiciar y mantener las condiciones políticas y sociales que garanticen un clima de confianza a la inversión productiva y al crecimiento económico en un marco de estabilidad y de respeto a los derechos de todos".*

*"c) Profundizar las políticas públicas de atención prioritaria a los grandes problemas y rezagos sociales del país, en particular de los campesinos, los trabajadores y las comunidades indígenas".*

*"d) Facilitar que quienes hayan optado por el enfrentamiento, se sumen al proceso de transformación de la vida política de nuestro país que nos comprometemos a impulsar".*

*"e) Conducir las decisiones políticas de todas las partes de tal manera que siempre se contribuya a fortalecer la capacidad de autodeterminación de México y reafirmar la soberanía e independencia nacionales".<sup>83</sup>*

Este acuerdo, dice Raymundo Riva Palacio, colocó un nuevo centro en el cual todos los partidos políticos, de las más diversas corrientes ideológicas pudieron coincidir, para que se lograra construir otras bases electorales que permitieran la alternancia real del poder, no la alternancia ficticia que existe actualmente, donde las posiciones son más concesiones que triunfos electorales.

En este sentido, los partidos pretendieron con el inciso "a" darle credibilidad a los comicios electorales y evitar, de esa forma, los conflictos poselectorales. Asimismo, se dejó abierta la posibilidad de modificaciones al Código Federal de Instituciones, pero también actuaron sobre disposiciones actuales y medidas a futuro.

<sup>83</sup> Texto de los Acuerdos Suscritos por los Partidos Políticos Nacionales. "Compromiso por la paz, la democracia y la justicia". *Jueves de Excelsior*, Febrero 3 de 1994. No. 3733, Año 72. p. 30-31

**Más adelante el Acuerdo dice: Para una elección imparcial:**

*" 1.- Imparcialidad de las autoridades electorales, eligiendo o ratificando para cada uno de los niveles a ciudadanos aptos, imparciales y honestos. El criterio que guiará el nombramiento o ratificación citadas será el de la consulta y el consenso entre las fuerzas políticas".*

*" 2.- Plena confiabilidad del padrón electoral, de las credenciales y las listas nominales, dando las garantías que han sido demandadas por los partidos y la opinión pública, entre ellas el acceso permanente a las bases de datos e imágenes del Registro Nacional de Electores y la auditoría externa del padrón respectivo".*

*" 3.- Garantías de equidad en los medios de comunicación masiva, aprovechando los tiempo del Estado y promoviendo que los medios concesionados contribuyan eficazmente al fortalecimiento del proceso democrático. Se propiciarán nuevos espacios e iniciativas que favorezcan la participación, objetividad y respeto de todas las fuerzas políticas. Esto garantizará la comunicación de los candidatos con los ciudadanos y la presentación de sus programas y puntos de vista sobre los asuntos más relevantes para la vida del país".*

*" 4.- Impedir el uso de los recursos y programas públicos en favor de cualquier partido político o campaña electoral".*

*" 5.- Realizar, una vez concluido el proceso electoral en curso, una revisión del sistema de financiamiento para los partidos políticos a fin de incorporar, en su caso, las precisiones que se estimen conducentes".*



*" 6.- Revisar aquellos puntos de la reciente reforma al Código Penal que pudieran llevar a restricciones a derechos políticos fundamentales".*

*" 7.- Para dar mayor garantía de legalidad al proceso electoral, se explorará ante la Procuraduría General de la República la posibilidad de nombrar un fiscal especial para perseguir delitos electorales".*

*" 8.- En consecuencia, lo que hoy resulta imprescindible son decisiones en materia electoral que confirmen este irrevocable compromiso democrático para salvaguardar los derechos políticos fundamentales. Si la aplicación de estas decisiones requieran de adecuaciones legales, se procederá al efecto, previo consenso de los partidos firmantes, convocando a través de nuestros representantes populares, en términos de Ley, a un periodo extraordinario de sesiones del Congreso".<sup>84</sup>*

El punto número 3 es vital, pues intentó colocar candados a los medios de comunicación electrónicos que se han caracterizado por un apoyo irrestricto al PRI y a la suma, en general, de campañas de desprestigio contra la oposición, y en particular el PRD.

El acuerdo en general fue muy importante, como lo expresó el Dr. Jorge Carpizo Secretario de Gobernación y presidente del Consejo General del IFE: " El proceso de reforma emprendido el 27 de enero del presente año forma parte de un ciclo que se inicia en 1978 con la reforma política impulsada por don Jesús Reyes Heróles; continúa en 1986 con la entrada en vigor del Código Federal Electoral; y a

---

<sup>84</sup> *Ibidem.* .p.30-31

partir de 1990 se acelera con la aprobación de las reformas constitucionales en materia electoral y la promulgación del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se perfecciona en 1993; y ahora, con la nueva reforma, registra un paso significativo para contribuir al objetivo común de realizar unas elecciones ejemplares, de las que cada mexicano pueda sentirse satisfecho".<sup>85</sup>

De ahí que este acuerdo fue de vital importancia en los pasados comicios federales pues a partir de él se dio una serie de acuerdos que marcan la historia del proceso electoral de 1994.

#### **4.2) RECOMENDACIONES DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL A LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS.**

Uno de los tópicos más invocados durante la pasada campaña electoral fue el de la desproporción de la información que se dio en los medios de comunicación electrónicos en favor de un partido y su candidato. Esta cuestión, afirma, José Luis Soberanes Fernández, -director del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM-, ha persistido en esta etapa poselectoral como uno de los temas a resolverse a mediano plazo a fin de lograr una mayor equidad de las diversas fuerzas políticas en la lid electoral.

Sin embargo, no podemos dejar de reconocer la labor que realizó el Consejo General del Instituto Federal Electoral en los pasados comicios para que los medios electrónicos manejaran la información electoral de manera veraz y equilibrada.

---

<sup>85</sup> Acta de Sesión del 3 de junio de 1994. Sesión Especial. Instituto Federal Electoral. p. 7

El Consejo General del IFE, hizo recomendaciones y exhortaciones a los medios electrónicos para que respetaran los "Lineamientos generales aplicables en los noticiarios de radio y televisión respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos".

Al realizar un avance y síntesis de las reformas legales y los acuerdos del IFE a partir de la firma del "Acuerdo por la paz, la democracia y la justicia" ; en sesión especial del Consejo General del Instituto Federal Electoral del 3 de junio de 1994, el Dr. Jorge Carpizo Presidente del Consejo, en materia de medios de comunicación expresó que, "con el voto unánime de los partidos, fueron aprobados los lineamientos generales aplicables a radio y televisión, que buscan propiciar equidad, equilibrio y veracidad en la información que dichos medios proporcionan al público sobre la campañas y los candidatos de cada partido". <sup>86</sup>

A continuación citare algunos fragmentos del documento leído por Carpizo:

*" 25.- En materia de medios de comunicación electrónica se incrementa en 180%, respecto al otorgado en 1991, el tiempo gratuito a que tienen derecho en radio y televisión. Adicional a lo anterior, con cargo al presupuesto del Instituto Federal Electoral, se adquirirá y pondrá a disposición de los partidos políticos tiempo adicional en radio para la transmisión de promocionales diarios, distribuidos en una modalidad proporcional a los resultados de la última elección federal". <sup>87</sup>*

---

<sup>86</sup> *Ibidem* . p.11

<sup>87</sup> *Ibidem* . p.15

" 26.-A solicitud de los partidos políticos, se negoció con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y televisión la aplicación del criterio comercial generalmente aceptado para que, sin costo adicional, por cada promocióal pagado por el IFE los partidos se beneficien de un promocióal adicional, por lo que el número total se elevará a 116 mensajes diarios en las estaciones de radio que mejor convengan al interés de cada partido".<sup>88</sup>

" 27.- Los partido políticos, conforme a las reglas que entre ellos acuerden, dispondrán durante los tres domingos previos a las elecciones del 21 de agosto, del tiempo destinado a la red radiofónica identificada como "La Hora Nacional". Asimismo, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía, en acuerdo con la Comisión de Radiodifusión del IFE, tal y como lo hizo en los debates recién celebrados, seguirá prestando todas las facilidades para poner a disposición de las estaciones de radio y televisión, en forma gratuita, la señal vía satélite o a través del sistema nacional de microondas, de futuros debates entre los candidatos presidenciales".<sup>89</sup>

Fue por medio del acuerdo anterior que el 31 de julio, 7 y 14 de agosto de 1994, se transmitieron mensajes de los partidos políticos en La Hora Nacional. En el seno de la Comisión de Radiodifusión se aprobaron los temas, formatos y contenidos de dichos programas, se acordó que fundamentalmente fuesen de carácter cívico y de orientación ciudadana de cara a la jornada electoral del 21 de agosto.

Los temas fueron: "Hacia la elección del 21 de agosto", "Capacitación a funcionarios de casilla" y "Como votar".

<sup>88</sup> *Ibidem.* . p.15

<sup>89</sup> *Ibidem.* . p.16

Asimismo, el Dr. Carpizo señaló que los lineamientos sólo son sugerencias y no imposiciones a los concesionarios.

Un punto que fue importante y que el presidente del Consejo lo dijo fue que, "con el fin de fortalecer la equidad en el acceso a radio y televisión, se suspenderá, durante diez días previos a la fecha de la elección, la propaganda partidista pagada en dichos medios, con excepción de lo relativo a sus cierres de campaña". Además se suspendería 20 días antes de las elecciones la campaña de comunicación social en radio y televisión de los programas Procampo y Pronasol.

Pese a que el acuerdo del IFE señalaba la suspensión de la propaganda 10 días antes de la jornada electoral, algunas estaciones como Radio Mil siguieron transmitiendo anuncios el sábado anterior a los comicios.<sup>90</sup>

Sin embargo, las radiodifusoras que no cumplieron con el acuerdo no fueron sancionadas por las autoridades, pues, según explicaron especialistas jurídicos, fueron los partidos políticos los que violaron el acuerdo, más no las radiodifusoras.

"Abogados de la Secretaría de Gobernación indicaron que el IFE estableció que la propaganda tenía que suspenderse 10 días antes de los comicios, aunque podía hacerse una excepción con la publicidad relacionada con los cierres de campaña de los diferentes candidatos. Los expertos comentaron que la propaganda debía desaparecer completamente durante los tres días previos a las jornadas electorales. Francisco Gómez, asistente de la dirección del Grupo Radio Centro,

---

<sup>90</sup> " Sin sanción, las estaciones que rebasaron el plazo para la difusión de las campañas". El Financiero, Domingo 4 de septiembre de 1994. p.19

aseguró que los concesionarios recibieron una circular de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión en donde se les notificaba la modificación en la política para la transmisión de propaganda electoral".<sup>91</sup>

El acuerdo estaba dirigido a los partidos políticos, los cuales debían de retirar su propaganda, pero esto supuso problemas, pues algunos partidos ya habían realizado contratos con los concesionarios para la transmisión de propaganda durante cierto tiempo, señaló un abogado.

El experto apuntó que con base en el artículo del COFIPE se buscaría gestionar con los medios el ajuste a la nueva disposición y ver cómo se solucionarían los contratos previamente establecidos entre partidos y concesionarios.

" Hubo reportes de que si se transmitió propaganda un día antes de las elecciones. El acuerdo general del IFE se suscribió en los primeros días de agosto, por lo que fue poco efectivo para los contratos preestablecidos y no pudo llegar a concretarse en la práctica por su aspiración tardía. . . Toda vez que el acuerdo estaba dirigido a los partidos, los concesionarios no fueron los responsables de las transmisiones de los comerciales", aseguró el experto.<sup>92</sup> Por ese motivo, indicó, no hubo sanciones para los concesionarios, pues los responsables fueron los partidos políticos. "Los medios sólo actuaron conforme a los contratos firmados previamente con los partidos, por lo que no cometieron algún delito tipificado", puntualizó.

En la sesión ordinaria del 18 de junio de 1994, el Consejo General presentó un proyecto de acuerdo por el que se formulan exhortaciones y recomendaciones a

---

<sup>91</sup> *Ibidem.* . p.19

<sup>92</sup> *Ibidem.* . p.19

los medios de comunicación, y en particular por lo que hace a los noticieros de radio y televisión respecto a la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos. Entre los puntos más importantes el acuerdo establece:

*" Primero.- Se exhorta y recomienda a todos y cada uno de los medios de comunicación, a cumplir con su función social de informar de manera veraz, objetiva, equilibrada, plural y equitativa respecto de las actividades de campaña de los partidos políticos, atendiendo al interés general como condición necesaria para el avance de la democracia" <sup>93</sup>.*

*" Tercero.- Se instruye a la Comisión de Radiodifusión del IFE para que el 30 de junio a más tardar, entregue a los miembros del Consejo General, un informe sobre el monitoreo de los principales noticieros de radio y televisión que refleje la manera en que estén ofreciendo la información sobre las actividades de campaña de los partidos políticos, y a partir de esa fecha lo haga en forma quincenal hasta la conclusión de las propias campañas electorales, para lo cual podrá contratar a las personas físicas o morales especializadas en esta actividad, cerciorándose de su objetividad e imparcialidad".<sup>94</sup>*

Este punto es importante, porque por primera vez en la historia de los comicios en México se da la tarea de realizar un monitoreo para calificar la imparcialidad de los medios de comunicación.

En la sesión del 20 de julio del Consejo General, el consejero ciudadano Maestro Santiago Creel Miranda, expresó que es necesario demandar que los

<sup>93</sup> Acta de sesión del 18 de junio de 1994. Sesión Ordinaria. Instituto Federal Electoral. p.177

<sup>94</sup> *Ibidem.* . p.177

concesionarios y los permisionarios cumplan con sus obligaciones jurídicas al amparo de la Ley Federal de Radio y Televisión. Recordó que en el acuerdo del 18 de junio se hacía un exhortación a cumplir con los lineamientos emitidos por la Comisión de Radiodifusión, por lo que para el 20 de julio se solicita y demanda el cumplimiento de la ley por parte de los concesionarios y permisionarios.

Además, en esta sesión se propone que se difunda el monitoreo en los medios electrónicos, el cual abordaremos en el siguiente capítulo. Por otra parte, también se solicita a la Comisión de Radiodifusión que en los reportes que haga llegar en forma quincenal, se hagan llegar juicios de orden valorativo, es decir, se realice un examen cualitativo de la información.

Finalmente en la sesión del 20 de julio de Consejo General los puntos más importantes fueron:

*" Primero.- El Consejo General demanda de los concesionarios de radio y televisión, que en el cumplimiento de sus obligaciones jurídicas y sus deberes sociales, contribuyan al fortalecimiento de la integración nacional y a las convicciones democráticas y orienten a la población con información equitativa sobre las campañas electorales, como condición necesaria para la transparencia y credibilidad del proceso electoral".*

*" Segundo.- El Consejo General instruye a la Comisión de Radiodifusión para que continúe su monitoreo y lo complementa con observaciones que permitan un examen cualitativo, y no sólo cuantitativo, de las informaciones de las campañas electorales, en forma tal que permita apreciar el cumplimiento de cada uno de los lineamientos".*



*"Cuarto.- El Consejo General instruye a la propia Comisión a que difunda a través de medios impresos y electrónicos los resultados de sus monitoreos, con el fin de que la sociedad participe directamente en la evaluación del modo y medida en que se cumple el presente acuerdo".<sup>95</sup>*

---

<sup>95</sup> Acta de sesión del 20 de julio de 1994. Sesión Ordinaria. Instituto Federal Electoral. p.287-288

## **CAPÍTULO V**

# **INFORME SOBRE LOS MONITOREOS DE NOTICIARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN**

### **5.1) MONITOREO DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.**

#### **5.1.1) MONITOREO EN NOTICIARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN DE LOS LINEAMIENTOS SUGERIDOS POR LA COMISIÓN DE RADIODIFUSIÓN A LA CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISIÓN.**

En cumplimiento del acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral de la sesión ordinaria del 18 junio de 1994, por el que se instruyó a la Comisión de Radiodifusión para que verificara el comportamiento informativo de los principales noticiarios de televisión y radio hasta la conclusión de las campañas electorales, se instrumentó el monitoreo sobre " Los lineamientos sugeridos por los partidos políticos a la Cámara Nacional de la Industria de Radio de Televisión " que cubrió el periodo del 22 de junio al 20 de agosto de 1994.

Para ello se llevó a cabo la observación sistemática de las coberturas de las campañas políticas en los principales noticiarios de televisión nacionales, y de algunos noticiarios radiofónicos del Distrito Federal, principalmente con cobertura vía satélite, así como del noticiario de la cadena de televisión por cable, MVS Multivisión especializado en el tema.

De este modo, dicho monitoreo se realizó de dos modos, uno realizado directamente por la Comisión de Radiodifusión y otro de carácter más cualitativo realizado por la empresa especializada, Delfos Comunicación.

Del período monitoreado por la Comisión de Radiodifusión se entregaron al Consejo General del IFE, ocho reportes semanales con intervalos de miércoles a martes (22 al 28 de junio; 29 de junio al 5 de julio; 6 al 12 de julio; 13 al 19 de julio; 20 al 26 de julio; 27 de julio al 2 de agosto; 3 de agosto al 9 de agosto y 10 al 16 de agosto), 4 reportes quincenales ( 22 de junio al 5 de julio; 6 al 19 de julio; 20 de julio al 2 de agosto y 3 al 16 de agosto), una addenda con el monitoreo de los días 17, 18 y 19 de agosto, un reporte consolidado del período 22 de junio al 16 de agosto y un reporte comparativo de las cuatros quincenas que abarcó el monitoreo.

Por parte de la empresa Delfos Comunicación, la Comisión de Radiodifusión entregó al Consejo General del IFE 6 reportes semanales con intervalos de lunes a viernes (11 al 15 de julio; 18 al 22 de julio; 25 al 29 de julio; 1 al 5 de agosto; 8 al 12 de agosto y 15 al 19 de agosto).

Con la información de ambos monitoreos la Comisión de Radiodifusión elaboró el " Informe sobre el cumplimiento de los lineamientos generales aplicables en los noticiarios de radio y televisión respecto a la información y difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos, en cumplimiento de las instrucciones de los respectivos acuerdos del Consejo General de julio 20 y agosto 6 de 1994".

En dicho informe se detalló que el propósito de estos monitoreos fue evaluar en qué medida se observaron los lineamientos sugeridos por la Comisión de

**Radiodifusión a los medios electrónicos a través de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión respecto de la información y difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos.**

Asimismo, explica que por razones de infraestructura y de recursos, entre el 22 de junio y el 1 de julio sólo se evaluaron aquellos lineamientos susceptibles de ser tratados a partir de variables cuantitativamente observables, relacionados con el tiempo de cobertura, el orden de aparición de los partidos políticos en los bloques informativos, la frecuencia de menciones y, en menor medida con el tratamiento de la información pero que a partir de la semana del 11 de julio, se inició también el análisis cualitativo de la cobertura noticiosa, mediante la contratación de una empresa especializada, a partir de los siguientes aspectos relacionados:

- 1.- El tiempo y porcentaje de cada partido. Se diferenció el tiempo resultante de entrevistas y aquel derivado de notas informativas o editoriales.
- 2.- La frecuencia de la editorialización de las notas informativas y el sentido de las mismas.
- 3.- La presencia o ausencia de un bloque sobre noticias electorales.
- 4.- El lugar de aparición de cada partido con los demás.
- 5.- El número de ocasiones en que cada partido fue mencionado en el noticiario a lo largo de la semana.
- 6.- El número de notas distintas sobre cada partido.
- 7.- La calidad de imágenes visuales y auditivas de los noticiarios.
- 8.- Las alusiones a la vida privada de los candidatos.

Para el análisis de la calidad de la imagen en el tratamiento y presentación de la información, se hizo una distinción entre los noticiarios de radio y los de televisión:

### **Televisión:**

- 1.- Voz e imagen: Presentación del conductor o reportero, pero con la imagen y el audio del candidato que se trate.
- 2.- Cita e imagen: Presentación o no del conductor, pero con cobertura de reportero y con la imagen del candidato pero sin audio.
- 3.- Sólo voz: Presencia del candidato en el noticiario por vía telefónica.
- 4.- Sólo imagen: Reporte de las notas por el conductor, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo.
- 5.- Sólo con cita: Únicamente lectura de las notas del partido por parte del conductor.

### **Radio:**

- 1.- Cita y audio: Presentación de la noticia por el conductor, con reportero pero sin la voz del candidato.
- 2.- Cita y voz: Presentación de la noticia por el conductor, con o sin reportero, pero con la voz del candidato.
- 3.- Sólo voz: Entrevistas en vivo o llamadas telefónicas de los candidatos.
- 4.- Sólo citas: Únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.

La información que anteriormente se mencionó fue obtenida del informe: Memoria sobre prerrogativas de radio y televisión, 1992, 1993 y 1994, del Instituto Federal Electoral. Asimismo, cabe aclarar que la siguiente información que a continuación se expone fue sustraída del Informe Global Sobre El Monitoreo De Noticiarios De Radio y Televisión De Los Lineamientos Sugeridos Por La Comisión de Radiodifusión a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. Del período miércoles 22 de junio al martes 16 de agosto de 1994.

Los noticiarios que conformaron la muestra son:

| <b>RADIO</b>  | <b>TELEVISIÓN</b>   |
|---|---|
| " Enfoque"<br>Con Enrique Quintana.<br>Frecuencia: 100.1 MHZ<br>Estación Estéreo Cien.              | " A Primera Hora"<br>Con: María Luisa Manzo.<br>Siglas: XHDF<br>Canal: 13 |
| " La Ciudad"<br>Con Ruben González y Pablo Latapi<br>Frecuencia: 1000 KHZ<br>Estación: Radio Mil    | " Al despertar"<br>Con: Guillermo Ortega.<br>Siglas: XEW-TV<br>Canal: 2   |
| " Monitor"<br>Con : José Gutiérrez Vivo.<br>Frecuencia: 1110 KHZ<br>Estación Radio Red.             | " 24 Horas"<br>Con: Abraham Zabludowsky.<br>Siglas: XEW- TV.<br>Canal: 2  |
| " Para empezar"<br>Con: Pedro Ferriz de Con.<br>Frecuencia: 102.5 MHZ.<br>Estación: Estéreo Rey.    | " Muchas noticias"<br>Con: Dolores Ayala.<br>Siglas: XEQ<br>Canal: 9      |
| " Informativo Panorama"<br>Con: José Cárdenas.<br>Frecuencia: 95.3 MHZ<br>Estación: Estéreo Amistad | " Enlace"<br>Con: Sergio Uzeta<br>Siglas: XEIPN<br>Canal: 11              |

|  |  |
|--|--|
| <b>" Buenos días"</b><br><b>Con: Guillermo Ochoa.</b><br><b>Frecuencia: 104.1 MHZ.</b><br><b>Estación: Radio Uno.</b>      | <b>" Hechos"</b><br><b>Con: Javier Alatorre.</b><br><b>Siglas: XHDF</b><br><b>Canal: 13</b>                                    |
| <b>" Línea directa"</b><br><b>Con Eduardo Ruiz Healy.</b><br><b>Frecuencia: 970 KHZ</b><br><b>Estación: Radio Fórmula.</b> | <b>" 24 Horas"</b><br><b>Con: Jacobo Zabludowsky</b><br><b>Siglas: XEW-TV</b><br><b>Canal: 2</b>                               |
|  | <b>" Punto por punto"</b><br><b>Con: Jesús Díaz y Ramón Fregoso.</b><br><b>Siglas: XHGC-TV</b><br><b>Canal: 5</b>              |
|  | <b>" Para usted" ( En campaña)</b><br><b>Con: Pedro Ferriz de Con</b><br><b>MVS Multivisión.</b><br><b>Canal: "As" o "NBC"</b> |

Por tratarse de un monitoreo muy extenso, me he permitido tan sólo exponer en resumen los principales resultados. Asimismo, lo he delimitado a los partidos que son objeto de estudio en la tesis: PRI, PAN y PRD.

### **5.1.2) DISTRIBUCIÓN DE TIEMPOS DE COBERTURA. RADIO Y T.V. CONSOLIDADOS.**

En esta parte del análisis se utilizó como uno de los criterios de evaluación la distribución del tiempo de cobertura que recibió cada partido en los diversos medios. No se asumió el supuesto de que la equidad y la veracidad informativa impliquen una distribución idéntica de tiempos entre los diversos partidos, pues este criterio sería insensible a diversos aspectos del fenómeno político del que tienen que dar cuenta los noticieros. Se partió, por el contrario, de aceptar como supuesto el que la

cobertura noticiosa debe ajustarse a la evolución de los actos de campaña que realizan los propios protagonistas (candidatos y partidos), y se asumió también que éstos son desiguales ( los actos de los diversos partidos, y su relevancia, varían a lo largo del tiempo).<sup>96</sup>

Sin embargo, si se analizaron los patrones de distribución del tiempo de cobertura entre los diversos partidos , porque el criterio de tiempo asignado es uno de los elementos de análisis más poderosos, particularmente en los casos en que se observan desequilibrios muy fuertes y sistemáticos en favor de algún partido o en contra de otro. Por supuesto, se acepta que el mero análisis del tiempo de cobertura es insuficiente para captar en toda su complejidad el fenómeno estudiado.

En términos generales, se observaron patrones encontrados, pues por un lado se constataron algunos aspectos tendientes a establecer condiciones de mayor equidad, mientras que por otra parte se observó una reversión a estas tendencias durante un período de dos semanas.<sup>97</sup>

A lo largo de ocho semanas se observó una tendencia hacia una mayor equidad, aunque no sin altibajos. El tiempo concedido al **PRI** en la muestra consolidada de radio y televisión tuvo una tendencia general hacia la baja, aunque con reversiones en las semanas cuarta y sexta del monitoreo. Esta reversión temporal fue más notoria en la **televisión** durante las semanas sexta y séptima monitoreadas ( del 27 de julio al 9 de agosto). Sin embargo, en contraste con esta reversión, durante la octava y última semana de monitoreo la televisión mostró un patrón de cobertura

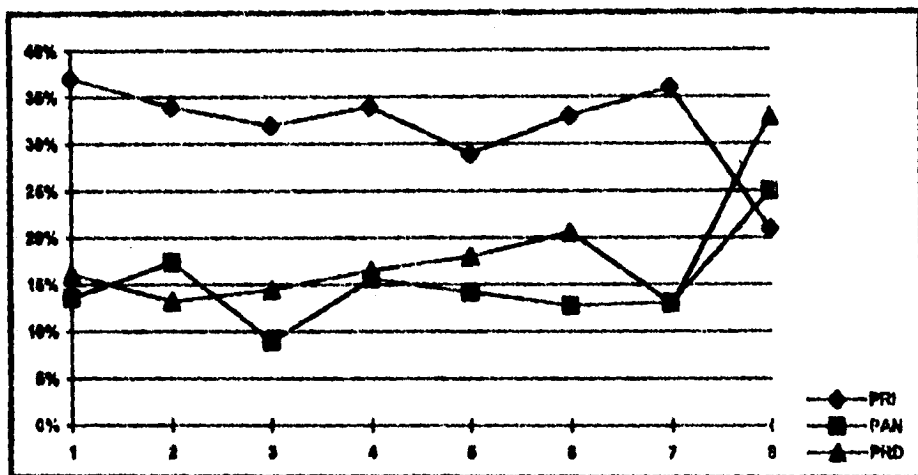
<sup>96</sup> "Informe de la Comisión de Radiodifusión sobre el cumplimiento de los lineamientos generales aplicables en los noticieros de radio y televisión respecto de la información y difusión de la actividades de campaña de los partidos políticos. Instituto Federal Electoral. p. 2

<sup>97</sup> Ibidem. . p.3



noticiosa inusitado, otorgando más tiempo en la muestra de noticieros al **PRD** y al **PAN** ( ver gráfica 1).

**GRÁFICA 1. COBERTURA DE CAMPAÑAS ELECTORALES**  
**TELEVISIÓN**  
 Del 22 de junio al 16 de agosto

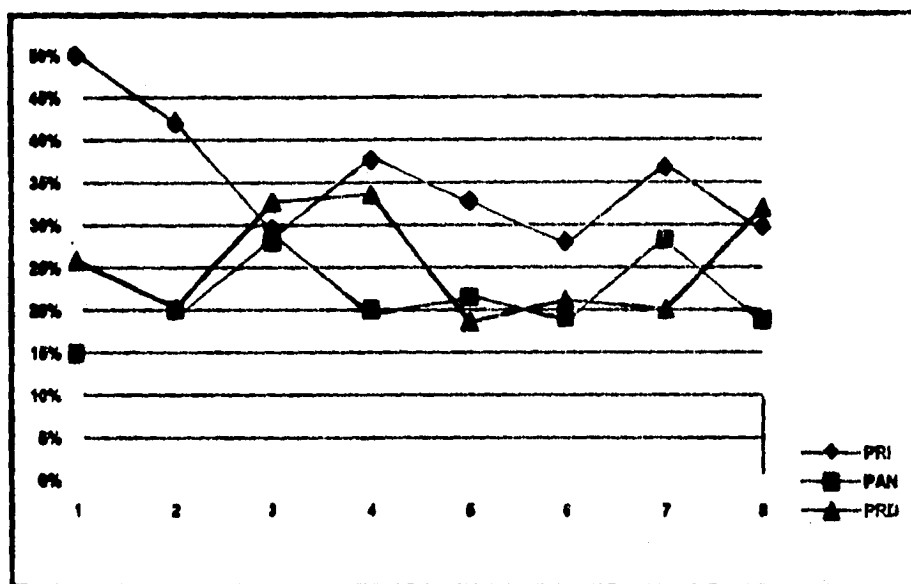


En el caso de la radio, se detectaron patrones de cobertura más estables, aunque también tendiendo hacia una mayor equidad conforme avanzaban las campañas ( con excepciones en la cuarta y séptima semanas) En particular, en el caso de la radio fue muy notorio el relativo equilibrio que guardó el tiempo de cobertura asignado a los tres partidos políticos más atendidos, que siempre fueron el **PRI**, **PRD** y el **PAN** (ver gráfica 2)

## GRÁFICA 2. COBERTURA DE CAMPAÑAS ELECTORALES

### RADIO

Del 22 de junio al 16 de agosto



Entre los cambios que menoscabaron los términos de equidad se cuenta el aumento en la diferenciación de los tiempos de cobertura en favor del **PRI** que se observó en la televisión durante las semanas sexta y séptima del monitoreo, es decir, en el período que va del 27 de julio al 9 de agosto.

Afortunadamente, la evidencia disponible apunta en el sentido de que la cobertura noticiosa tuvo rasgos más equitativos en la semana del 10 al 16 de agosto, es decir, la correspondiente a los cierres de campaña. Entre los cambios positivos observados en este período crítico se cuenta la transmisión de los cierres de campaña

de algunos partidos políticos en canales de televisión de cobertura regional. Este tipo de transmisiones constituye un avance con respecto a campañas anteriores, aunque aún subsiste el trato desigual, consistente en transmitir los cierres del Partido Revolucionario Institucional en cadena nacional, por un lado, y en transmitir muy pocas notas sobre los cierres de los demás partidos. De igual modo, se constataron mejoras en la distribución de los tiempos de cobertura de las campañas de varios partidos.

El informe de la Comisión de Radiodifusión resume los aspectos más sobresalientes observados en las tres últimas semanas del monitoreo.

\*" Uno de los elementos de mayor contraste entre radio y televisión a lo largo de casi todo el periodo de monitoreo es que la distancia entre el partido con más atención y el que le sigue es siempre mayor en la televisión que en la radio. Además, no es del todo raro observar noticieros de radio en los cuales el partido con más cobertura durante toda una semana sea distinto al PRI. Esto fue frecuente durante las últimas cuatro semanas monitoreadas. ( ver cuadro 1). Este fenómeno, en cambio, solamente se observó en la televisión durante la última semana (10 al 16 de agosto), en el cual varios noticieros transmitieron extensas entrevistas con candidatos de partidos diversos al PRI".

**Cuadro 1.- PARTIDOS QUE OCUPARON EL PRIMER LUGAR EN COBERTURA EN ALGUNOS NOTICIEROS DE LA MUESTRA RADIOFÓNICA DURANTE LAS ÚLTIMAS SEMANAS DEL MONITOREO. (PRI 9 VECES, PRD 7 VECES, PAN 6 VECES, PDM Y PT 1 VEZ)**

| NOTICIERO            | SEMANA 8 | SEMANA 7 | SEMANA 6 | SEMANA 5 |
|----------------------|----------|----------|----------|----------|
| ENFOQUE              | PRD      | PRI      | PRD      | PRI      |
| INFORMATIVO PANORAMA | PRI      | PRI      | PAN      | PT       |
| LA CIUDAD            | PRI      | PRI      | PRD      | PAN      |
| LÍNEA DIRECTA        | PRD      | PRD      | PRD      | No disp. |
| MONITOR              | PRD      | PAN      | PRI      | PAN      |
| PARA EMPEZAR         | PDM      | PAN      | PRI      | PRI      |

• "El contraste entre radio y televisión fue especialmente acentuado durante las semanas cinco, seis y siete del monitoreo, confirmándose la tendencia en la radio a presentar una más balanceada distribución de tiempos entre los tres partidos que más atención reciben. Sin embargo, este contraste desapareció durante la semana de los cierres de campaña, pues en esos días los partidos con más cobertura en la muestra noticiosa de televisión fueron el PRD, seguido el PAN, relegándose al PRI hasta el tercer lugar ( las gráficas 1 y 2 así lo muestran). En el caso de la radio, el PRD también fue el partido con más cobertura en la última semana, seguido del PRI y el PAN".

\*" En cambio, si la radio es más equitativa que la televisión en la distribución de tiempo de cobertura asignado a los partidos más atendidos, la radio es menos equitativa que la televisión en la asignación de tiempos a los partidos menos favorecidos. Esto es, los noticieros de televisión tienen un "piso mínimo de cobertura" más alto que los de la radio. Sin embargo, la tendencia en la televisión durante las últimas tres semanas de monitoreo fue hacia la reducción del piso mínimo de cobertura".

\* El análisis de los dos meses de monitoreo muestra que la radio conservó patrones de distribución de su cobertura noticiosa mucho más estables que los de la televisión. Esto puede constatarse mediante la observación de la gráfica 1.

#### **5.1.2.1) TELEVISIÓN. ANÁLISIS CUANTITATIVO.**

En la cobertura de la televisión se había venido observado una baja importante en el "pico de cobertura" que recibe el partido con más notas, pero esta se revirtió durante la sexta y séptima semanas. Sin embargo, en la octava semana hubo un ascenso notable del PRD, partido que casi siempre ocupaba el segundo lugar en la muestra de televisión, hasta llegar a ocupar por una sola vez el primer lugar en tiempo de cobertura durante la semana del 10 al 16 de agosto. Este resultado parece deberse a que varios noticieros realizaron entrevistas extensas con candidatos del PRD.

**PORCENTAJE DEL TIEMPO TOTAL ASIGNADO AL PARTIDO  
CON MÁS COBERTURA EN TELEVISIÓN (PRI DURANTE SIETE  
SEMANAS, PRD UNA)**

|                   |                  |
|-------------------|------------------|
| <b>1a. semana</b> | <b>37% (PRI)</b> |
| <b>2a. semana</b> | <b>34% (PRI)</b> |
| <b>3a. semana</b> | <b>32% (PRI)</b> |
| <b>4a. semana</b> | <b>34% (PRI)</b> |
| <b>5a. semana</b> | <b>29% (PRI)</b> |
| <b>6a. semana</b> | <b>33% (PRI)</b> |
| <b>7a. semana</b> | <b>36% (PRI)</b> |
| <b>8a. semana</b> | <b>33% (PRD)</b> |

El tiempo que recibieron los partidos de cobertura intermedia, es decir, aquéllos que ocupan el segundo y tercer lugares en porcentajes de cobertura noticiosa, se mantuvo estable a lo largo de las primeras siete semanas monitoreadas, pero esto se modificó substancialmente durante la octava semana del 10 al 16 de agosto. En esta semana de cierres de campaña no solamente cambió por vez primera el partido con mayor cobertura, sino que también subió el porcentaje de cobertura recibido por los partidos que ocuparon el segundo y el tercer lugar en atención (PAN y PRI).

El siguiente cuadro resume varios indicadores importantes del análisis. Por ejemplo, presenta los porcentajes del tiempo total de cobertura que recibió el partido con más atención en cada semana. Después desglosa los porcentajes de cobertura recibidos por el segundo partido y los recibidos por el tercero. El cuadro presenta también estos datos como proporción de tiempo que recibe el primer partido sobre el segundo, y el primer partido sobre el tercero. Estos cinco indicadores sirven para

capturar simplíficadamente la equidad o inequidad en la distribución de tiempos entre los partidos que captan la mayor atención de los noticieros

| INDICADORES                          | SMA. 1       | SMA. 2       | SMA. 3       | SMA. 4       | SMA. 5       | SMA. 6       | SMA. 7       | SMA. 8       | TOTAL         |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| TIEMPO DE COBERTURA DEL 1ER PARTIDO. | 37%<br>PRI   | 33.8%<br>PRI | 31.7%<br>PRI | 34.4%<br>PRI | 28.8%<br>PRI | 32.9%<br>PRI | 35.6%<br>PRI | 32.9%<br>PRD | 31%<br>PRI    |
| TIEMPO DE COBERTURA DEL 2DO PARTID.  | 16.1%<br>PRD | 17.4%<br>PAN | 14.5%<br>PRD | 16.5%<br>PRD | 18%<br>PRD   | 20.6%<br>PRD | 19.7%<br>PT  | 25.6%<br>PAN | 19.4%<br>PRD  |
| TIEMPO DE COBERTURA DEL 3ER PART.    | 13.6%<br>PAN | 13.2%<br>PRD | 12.3%<br>PT  | 15.6%<br>PAN | 14.2%<br>PAN | 12.8%<br>PAN | 13.1%<br>PAN | 21%<br>PRI   | 16.12%<br>PAN |
| PRIMER PARTIDO ENTRE EL SEGUNDO      | 2.3          | 1.9          | 2.2          | 2.1          | 1.6          | 1.2          | 1.3          | 1.3          | 1.6           |
| PRIMER PARTID. ENTRE EL TERCE R.     | 2.7          | 2.6          | 2.6          | 2.2          | 2.0          | 1.4          | 1.8          | 1.6          | 1.9           |

### 5.1.2.2) RADIO. ANÁLISIS CUANTITATIVO.

A lo largo de ocho semanas hubo una buena cantidad de casos de la muestra radiofónica en los cuales el PRI fue desplazado del lugar preponderante en la cobertura noticiosa. Esto fue particularmente frecuente en la semana octava, cuando

se constató que el PRI fue desplazado hasta el tercer lugar en porcentaje de cobertura en algunos noticiarios.

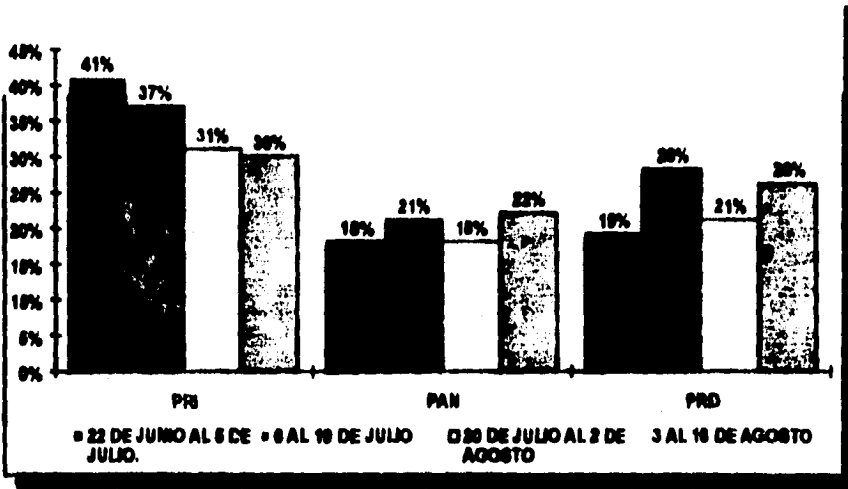
**PORCENTAJE DEL TIEMPO TOTAL DE COBERTURA ASIGNADO AL PARTIDO MÁS BENEFICIADO EN RADIO ( PRI SEIS VECES, PRD DOS VECES)**

|                   |                  |
|-------------------|------------------|
| <b>1a. semana</b> | <b>50% (PRI)</b> |
| <b>2a. semana</b> | <b>42% (PRI)</b> |
| <b>3a. semana</b> | <b>33% (PRD)</b> |
| <b>4a. semana</b> | <b>38% (PRI)</b> |
| <b>5a. semana</b> | <b>33% (PRI)</b> |
| <b>6a. semana</b> | <b>28% (PRI)</b> |
| <b>7a. semana</b> | <b>37% (PRI)</b> |
| <b>8a. semana</b> | <b>32% (PRD)</b> |

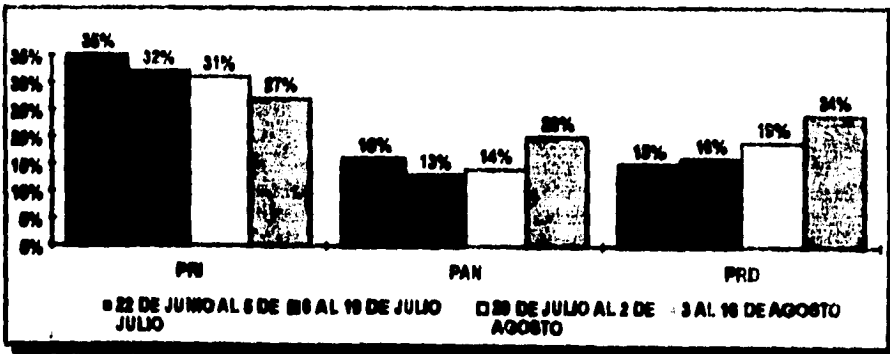
Las siguientes gráficas muestran el tiempo total de cobertura en los noticiarios de televisión y radio.



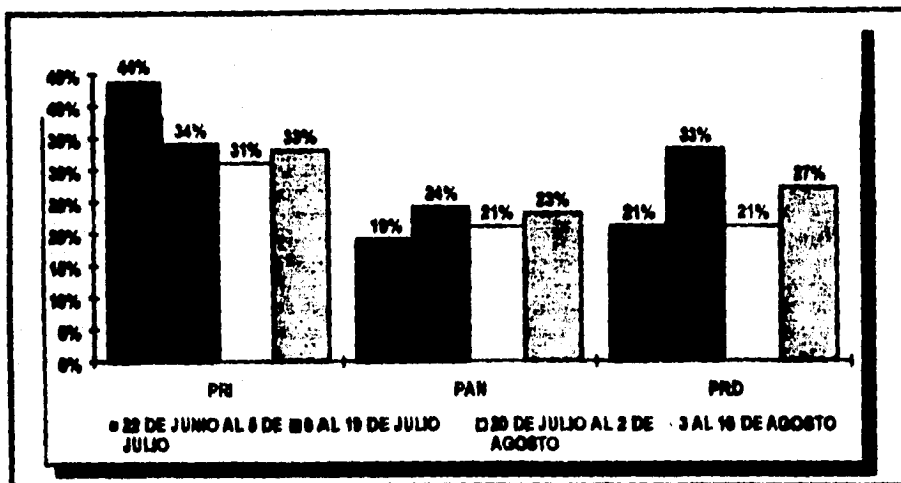
**TIEMPO TOTAL DE COBERTURA EN LOS NOTICIARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN. ANÁLISIS COMPARATIVO CUATRO QUINCENAS.**



**TIEMPO TOTAL DE COBERTURA EN LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN. ANÁLISIS COMPARATIVO DE CUATRO QUINCENAS.**



**TIEMPO TOTAL DE COBERTURA EN LOS NOTICIARIOS DE RADIO.  
ANÁLISIS COMPARATIVO DE CUATRO QUINCENAS.**



**5.1.3) ANÁLISIS CUALITATIVO. RADIO Y TELEVISIÓN CONSOLIDADOS.**

Para el estudio del análisis cualitativo la Comisión de Radiodifusión del IFE utilizó como indicador principal la existencia o inexistencia de comentarios editoriales añadidos a las notas por parte de los locutores o conductores de los noticieros. Además, hizo una evaluación del sentido favorable, desfavorable o bivalente de dichas editorializaciones. Algunas de las conclusiones del estudio fueron las siguientes:

\* "En general, se pudo observar que en los medios electrónicos no ha habido una fuerte tendencia a la editorialización de notas".

\* "A lo largo de cinco semanas se observó una tendencia distinta en radio y televisión. La radio es más propensa que la televisión a la editorialización de notas".

\* "Respecto al sentido de los comentarios hubo un cambio a lo largo de las campañas. Durante las dos primeras semanas la mayoría de los comentarios sobre el PRI eran favorables y de los demás partidos desfavorables. En cambio, durante las tres últimas semanas el PRI recibió comentarios desfavorables, al igual que el resto de los partidos".

Con relación a lo anterior Pedro Ferriz de Con conductor del noticiero "Para Empezar" de Estéreo Rey comentó: " Multivisión y Estéreo Rey son tan plurales que presentamos al público cómo se emplea el tiempo para difundir actividades de campaña. . . En muchas ocasiones mi comentario es parcial respecto a Cárdenas, pero no gratuito, es cuando siento que hace o dice cosas sin fundamento. También he criticado a otros candidatos. . . Estamos en un momento en el que los medios no sólo dan información sino que proporcionan un punto de vista. La gente está sedienta de opinión y no muchos leen. Es hacer el papel del periodismo escrito que informa y opina " .<sup>98</sup> Lo anterior es un ejemplo de cómo los concesionarios se justifican para editorializar las notas. Sin embargo, bien es cierto que en nuestra sociedad la lectura no es algo que se fomenta, nuestra cultura, -hay que reconocerlo- es una cultura oral, es decir, gusta de transmitir la información por medio del lenguaje oral. Por ello, podemos decir que el papel de los locutores en radio como líderes de opinión viene respaldado por la misma sociedad, la cual, en su mayoría se informa por medio de los medios electrónicos y no de la prensa escrita.

<sup>98</sup> El Nacional, 18 de julio de 1994, p.76

\* " La calidad de las emisiones fue uniforme en ambos medios para todos los partidos. Las diferencias más importantes en calidad de imagen que se observan en algunos medios se deben en parte a los propios medios y en parte a los partidos, pues sólo algunos de ellos están en capacidad de ofrecer directamente imágenes a los medios".

\* " Prácticamente no hubo intromisiones en la vida privada de los candidatos".

\* " La Comisión de Radiodifusión no recibió a lo largo de cinco semanas ninguna información de partidos o candidatos en el sentido de que los medios no hayan aceptado o transmitido aclaraciones presentadas por ellos".

\* " La Comisión de Radiodifusión no recibió informes de los partidos en el sentido de que los medios no respondan a los boletines de prensa que les envían o no cubran sus eventos".

\* " En términos generales los medios electrónicos, pero especialmente la televisión, presentaron en sus noticieros un bloque noticioso enfocado a la información sobre campañas electorales".

### **5.1.3.1) TELEVISIÓN. ANÁLISIS CUALITATIVO.**

El patrón de notas favorables/desfavorables de la televisión a lo largo de cinco semanas monitoreadas fue claramente positivo para el PRI ( 4 favorables por 1 desfavorable), ligeramente negativo para el PRD y claramente negativo para el

PAN. Los demás partidos recibieron muy pocos comentarios, pero siempre desfavorables.

**FRECUENCIA DE EDITORIALIZACIÓN DE NOTAS. RESUMEN DE TELEVISIÓN. 11 DE JULIO A 12 DE AGOSTO.**

| <b>PARTIDO</b> | <b>NOTAS NO EDITORIALIZADAS</b> | <b>NOTAS EDITORIALIZADAS FAVORABLES</b> | <b>NOTAS EDITORIALIZADAS DESFAVORABLES</b> | <b>NOTAS EDITORIALIZADAS BIVALENTES.</b> |
|----------------|---------------------------------|---|--|--|
| <b>PRI</b>     | 366                             | 16                                      | 4  | 1  |
| <b>PAN</b>     | 213                             | 2                                       | 6  | 5  |
| <b>PRD</b>     | 257                             | 5                                       | 3  | 2  |

En lo referente al formato de las notas informativas de los partidos políticos, la televisión mostró proporciones similares de casos en los que sólo aparece el actor, de casos presentados por el conductor y de casos expuestos por un reportero (cerca de 30% cada tipo de nota).

Asimismo, la televisión mostró un claro respeto a la vida privada de los candidatos. Durante las dos primeras semanas hubo unas cuantas notas con intromisiones, pero durante las tres últimas semanas desaparecieron por completo.

**5.1.3.2) RADIO. ANÁLISIS CUALITATIVO.**

Los noticieros de la radio son mucho más propensos a editorializar sus notas que los de televisión.

En la radio después de la tercera semana monitoreada hubo un predominio de las notas negativas sobre las positivas para todos los partidos, a excepción del PAN en la semana 4. Esto contrasta con la situación de las dos primeras semanas en las que los comentarios fueron positivos cuando se trato de uno de los partidos (PRI) y negativos en los demás casos. Sin embargo, la tendencia más uniforme de las últimas semanas no revirtió totalmente el desbalance.

**FRECUENCIA DE EDITORIALIZACIÓN DE NOTAS. RESUMEN DE RADIO. 11 DE JULIO A 12 DE AGOSTO.**

| <b>PARTIDO</b> | <b>N. N. E.</b> | <b>N. E. F.</b> | <b>N.E. D.</b> | <b>N.E.B.</b> |
|----------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|
| <b>PRI</b>     | 454             | 42              | 49             | 39            |
| <b>PAN</b>     | 425             | 19              | 28             | 39            |
| <b>PRD</b>     | 547             | 22              | 66             | 32            |

N.N.E= notas no editorializadas

N.E.F.= notas editorializadas favorables

N.E.D.= notas editorializadas desfavorables

N.E.B.= notas editorializadas bivalentes.

**CALIDAD UNIFORME EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.**

En contraste con los noticieros televisivos, los de la radio tuvieron un formato de nota informativa predominante, que es la presentación de la nota por parte del conductor en cerca del 60% de los casos. Sigue en segundo lugar la presentación por parte de un reportero (15% de los casos). Esto debe estar vinculado a las características propias de las transmisiones radiofónicas.

Por último es importante destacar que los noticieros radiofónicos no aludieron a la vida privada de los candidatos.

## **5.2) MONITOREO DE LA ACADEMIA MEXICANA DE DERECHOS HUMANOS.**

La Academia Mexicana de Derechos Humanos en coordinación con Alianza Cívica/Observación 94 decidió concentrar sus esfuerzos y recursos en un seguimiento del comportamiento que tienen los medios de comunicación en México. Es decir, a observar que tanto respetan el derecho a la información divulgando o permitiendo el acceso - con objetividad e imparcialidad- a los diferentes puntos de vista. Como se trata de un universo extraordinariamente amplio la Academia decidió concentrarse en la cobertura que dieron al proceso electoral, porque una presentación objetiva y responsable de los diferentes candidatos y sus programas hace posible el ejercicio pleno de los derechos políticos que considera derechos fundantes ( su cumplimiento facilita o hace posible el respeto a otros derechos).<sup>99</sup>

La forma como se realizó el análisis tuvo varias etapas: Las más importantes fueron: la grabación de los noticieros; la selección de aquellas noticias que abordaban las elecciones federales; su codificación en una matriz (Manual de código) de 129 variables; el cruzado de estas variables en un programa de cómputo; la preparación de cuadros que concentran parte de la información y una primera interpretación de estos resultados. Los noticieros que se analizaron fueron "*24 Horas*" de Televisa y "*Hechos*" de Televisión Azteca.

<sup>99</sup> Acosta Valverde, Miguel Angel y Parra Rosales Luz Paula. Las elecciones federales de 1994 en México según los noticieros 24 Horas y Hechos (enero-abril). Academia Mexicana de Derechos Humanos. p.2

Los resultados del primer análisis abarcan del 3 enero al 29 de abril de 1994. En estos cuatro meses aparecieron en ambos programas mil 287 unidades de análisis (partes de los noticieros) relacionados con temas electorales. En tiempo se está hablando de 25 horas con 13 minutos y 10 segundos.

En la distribución agregada del tiempo, Televisa y Televisión Azteca trataron con relativa equidad a los contendientes. El PRI y sus candidatos recibieron la mayor atención, pero ésta no fue excesiva: el partido oficial fue noticia durante unas 11 horas, lo que significa un 43% del total.<sup>100</sup>

Los noticieros empiezan haciendo un resumen de las noticias más importantes. En el noticiero más visto de México, *24 Horas*, los candidatos del PRI (Colosio y Zedillo) aparecieron 23 veces cada uno, mientras que Fernández de Cevallos, Cárdenas, Aguilar Talamantes, Pérez Treviño, Madero y González Torres aparecieron en una sola ocasión cada uno. Hay una desproporción de 46 veces a uno, entre el candidato del PRI y sus competidores.

El análisis dividió los noticieros en segmentos de tiempo. Si partimos del supuesto de que los primeros cinco minutos son los más relevantes, en *24 Horas* aparecieron 67 noticias dedicadas a las elecciones en este primer segmento; de ellas 61 fueron para Colosio y Zedillo (un 91% del total).<sup>101</sup>

En algunos medios de prensa escrita aparecen referencias abiertamente condenatorias o aprobatorias a partidos o candidatos. En los noticieros de televisión

---

<sup>100</sup> *Ibidem* . p.2

<sup>101</sup> *Ibidem* . p.4



estudiados hay evidencias de una parcialidad más sutil. La forma en que lo hacen son principalmente dos:

- La emisión de juicios de valor en el contexto que envuelve la gira proselitista o las actividades del candidato. El ejemplo que pone el análisis son las siguientes citas textuales: " *en un ambiente cálido y lleno de esperanza, el candidato (Colosio) respondió con paciencia a los campesinos*"; en otra ocasión se hablaba de que en Ciudad Juárez, Fernández de Cevallos participó " *en una reunión desairada por los empresarios y con poca audiencia*".

Es clara la tendencia de la televisión mexicana a presentar sólo contextos positivos cuando habla de los candidatos del PRI.

- Y la otra forma es incluir entrevistas a ciudadanos o personajes políticos o sociales que alaban o critican a los candidatos. El medio elige a quien darle voz y con ello puede favorecer o perjudicar la imagen de los candidatos. Este mecanismo fue especialmente claro en las críticas cotidianas que se expresaron contra el PRD y su candidato Cárdenas.

Otro aspecto que surge del estudio es la clara intencionalidad de los noticieros de la televisión mexicana por construirle una imagen al entonces candidato del PRI, Ernesto Zedillo. La primera investigación de la Academia abarca cuatro meses de los cuales tres corresponden a Luis Donaldo Colosio Murrieta y uno a Zedillo. En un sólo mes, Zedillo recibió el mismo tiempo que obtuvo Colosio en tres. Por otro lado, en el resumen inicial de *24 Horas* Colosio fue mencionado en 23 ocasiones en tres meses; Zedillo fue incluido el mismo número de veces en un mes.

De hecho, salvo en una ocasión, durante su primer mes de campaña Zedillo apareció cada día en el resumen inicial de *24 Horas*.

Finalmente el estudio de la AMDH concluye que *"... los noticieros de Televisa y Televisión Azteca que estudiamos no están respetando el derecho a la información de los mexicanos porque no están presentando de manera equilibrada y objetiva a los diferentes candidatos. Con ello se afectan los derechos políticos porque se lesionan las condiciones de igualdad en que deben competir los candidatos y que son indispensables para aumentar la confiabilidad de una elección"*<sup>102</sup>

El segundo estudio de la AMDH que contempla del 2 al 27 de mayo concluyó que de acuerdo con los resultados de este segundo estudio, *"ha mejorado la cobertura acerca de diversos actores del proceso electoral en México. Sin embargo, es necesario aclarar que esta mejoría sólo se observa en algunos aspectos"*.<sup>103</sup>

La polarización en algunas variables que se observó en el estudio anterior (como el tiempo total otorgado a candidatos o el número de veces en que un actor es mencionado en la presentación de noticieros), no fue ya tan evidente. Las noticias sobre el **PRD**, el **PAN** y algunos de los otros partidos, aparecieron con mayor frecuencia. Aún así, la presencia del **PRI** en ambos noticieros siguió siendo importante.

<sup>102</sup> *Ibidem*, p.5

<sup>103</sup> Acosta, Miguel y Martínez Manuel. *Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas y Hechos. 2-27 de mayo*. Academia Mexicana de Derechos Humanos. p.3

En términos cualitativos, este aumento en la cobertura de otros partidos distintos al PRI, se debió, en el caso del PRD, a las críticas internas que generó la participación de Samuel del Villar en el debate con el director del IFE.<sup>104</sup>

El tercer informe de la AMDH que abarca del 30 de mayo al 30 de junio de 1994, se constata que durante el mes de junio " *los dos principales noticieros de la televisión mexicana (24 Horas y Hechos) tuvieron algunas mejoras en su cobertura del proceso electoral. Pese a ello persistió la tendencia a favorecer al candidato del PRI. . .*"<sup>105</sup>

En este mes el noticiero *Hechos* distribuyó relativamente mejor que *24 Horas* el tiempo entre los diferentes candidatos. Así, en Televisión Azteca Zedillo recibió un 28%, Cárdenas un 19% y Fernández un 15%.

El noticiero de Televisa concedió un 36% de su tiempo a Zedillo, un 11% a Cárdenas y un 8% a Fernández.

El cuarto informe de la AMDH del 1 al 15 de julio de 1994, incluye en el análisis el noticiero *Enlace* de Canal 11. El análisis de contenido correspondiente a la primera quincena de julio muestra que " *los principales noticieros de la televisión mexicana "Hechos" y "24 Horas", mejoraron en la equidad y objetividad con que tratan a los candidatos y partidos que compiten en la elección*".<sup>106</sup>

<sup>104</sup> *Ibidem.*, p.3

<sup>105</sup> Aguayo, Sergio y Acosta Miguel. *Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas y Hechos. Del 30 de mayo al 30 de junio de 1994.* Academia Mexicana de Derechos Humanos. p.1

<sup>106</sup> Aguayo, Sergio y Acosta Miguel. *Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas Hechos y Enlace. 1 a 15 de julio de 1994.* Academia Mexicana de Derechos Humanos. p.1

Al igual que el informe anterior el quinto mostró una mejoría en la cobertura de campañas presidenciales que realizan *24 Horas y Hechos*. En términos de tiempo que dedicaron los noticieros analizados, *Enlace* de canal 11 realizó una mejor cobertura, si se toma en cuenta que tiene una duración de la mitad de los mencionados anteriormente.<sup>107</sup>

Una innovación es que por primera vez se incluye el análisis del noticiero *Para Usted- En Campaña* de Multivisión, que se transmite a sus suscriptores. En este análisis la AMDH afirmó que "en este noticiero se dedica más tiempo total a la cobertura de los partidos políticos y sus respectivos candidatos presidenciales"<sup>108</sup>

El último y séptimo informe sobre la manera en que seis noticieros de la televisión mexicana cubren las campañas presidenciales muestra notables diferencias con respecto a los anteriores.

En esta ocasión la AMDH se concentró en la cobertura electoral de seis noticieros de televisión: *24 Horas*, *Muchas Noticias y Al. Despertar* de Televisa; *Hechos* de Televisión Azteca; *Enlace* de Canal 11, y *Para Usted- En Campaña* de Multivisión. El período de análisis cubre los noticieros emitidos entre el 1 y el 12 de agosto. El informe afirma lo siguiente:

" En cuanto a la evaluación de la cobertura electoral, la Alianza Cívica/ Observación 94, detectó, con enorme preocupación, que en la primera quincena de agosto se ha revertido la frágil mejoría que en la cobertura del proceso electoral habían mostrado los noticieros de televisión analizados, respecto de la extrema

<sup>107</sup> Aguayo, Sergio y Acosta Miguel. Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas, Hechos, Enlace y Para Usted en campaña de Multivisión. 18 a 22 de julio de 1994. AMDH. p.1

<sup>108</sup> Ibidem. . p.1

**inequidad observada entre enero y abril. De la relativa equidad en la presentación de información sobre los nueve candidatos observada en julio, se ha pasado nuevamente a privilegiar la campaña proselitista de Ernesto Zedillo, candidato del PRI. Esto nos parece muy grave debido a que se produce en el último tramo de un proceso electoral muy competido y en el cual la calidad y orientación de información transmitida por la televisión puede llevar a desequilibrar la contienda".<sup>109</sup>**

En lo que se refiere a los aspectos cuantitativos se observó una tendencia generalizada a privilegiar en el tiempo de las noticias, de voz e imagen y en la jerarquización de las notas, a Zedillo frente a Diego Fernández y Cuauhtémoc Cárdenas.

En cuanto a los aspectos cualitativos se detectó un tratamiento muy favorable para la campaña del candidato priísta, ya que se desplegaron recursos que no se presentaron en los actos de ningún otro candidato. El ejemplo más claro de este desequilibrio radica en el hecho de que, a partir de que se inician los cierres de campaña de Ernesto Zedillo (3 de agosto), se utilizaron helicópteros para ilustrar con tomas aéreas las noticias sobre dichos actos.

Por la manera en que fueron presentadas las tomas aéreas de los mítines de Zedillo, podemos inferir que su objetivo era reforzar la idea de que el mitin era muy concurrido.

Además, estas tomas fueron contextualizadas con descripciones de los reporteros, quienes buscaban dar la idea de que las concentraciones de Zedillo

---

<sup>109</sup> Aguayo, Sergio y Acosta Miguel. Las elecciones federales en México según seis noticiarios de televisión, 1 al 12 de agosto de 1994. Academia Mexicana de Derechos Humanos. p. 1

fueron concurridas, animadas, entusiastas e incluso expresaban un sentimiento de victoria.

En un momento dado todos los noticiarios presentaron este tipo de tomas, que no fueron utilizadas en los actos masivos de los otros candidatos. Un aspecto que valdría la pena explorar es que las tomas aéreas presentadas por los seis noticiarios tuvieron características similares, lo que sugiere una clara intencionalidad.<sup>110</sup>

En cuanto a la distribución del tiempo el cuadro 1 resume los tiempos que recibieron los candidatos presidenciales:

#### CUADRO 1

#### DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO PARA LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES EN SEIS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN EN MÉXICO.

1 al 5 de agosto de 1994

|                        | EZP         | DFC    | CCS    |
|------------------------|-------------|--------|--------|
| <b>24 HORAS</b>        | 11'19"      | 07'26" | 07'21" |
| <b>HECHOS</b>          | 11'02"      | 08'26" | 06'37" |
| <b>ENLACE</b>          | 12'52"      | 05'39" | 05'50" |
| <b>PARA USTED</b>      | 18'55"      | 02'46" | 14'02" |
| <b>AL DESPERTAR</b>    | 14'23"      | 11'37" | 06'55" |
| <b>MUCHAS NOTICIAS</b> | 12'36"      | 04'17" | 04'14" |
| <b>TOTAL.</b>          | 1 HR. 1'07" | 39'51" | 44'59" |

<sup>110</sup> *Ibidem* . p. 3

## 8 AL 12 DE AGOSTO

|                        | <b>EZP</b>    | <b>DFC</b> | <b>CCS</b>    |
|------------------------|---------------|------------|---------------|
| <b>24 HORAS</b>        | 11'38"        | 03'21"     | 06'08"        |
| <b>HECHOS</b>          | 12'07"        | 07'10"     | 09'54"        |
| <b>ENLACE</b>          | 11'49"        | 05'43"     | 08'17"        |
| <b>PARA USTED</b>      | 17'58"        | 02'17"     | 14'48"        |
| <b>AL DESPERTAR</b>    | 16'27"        | 04'31"     | 29'03"        |
| <b>MUCHAS NOTICIAS</b> | 13'35"        | 03'08"     | 05'08"        |
| <b>TOTAL</b>           | 1 HRA. 23'34" | 26'10"     | 1 HRA. 13'18" |

Como se ve en todos los noticiarios, con excepción del *Al Despertar*, se dedicó más tiempo al candidato del PRI, Ernesto Zedillo, quien triplica en algunos casos el tiempo otorgado al candidato más próximo.

El caso más grave es el de *Muchas Noticias*, que dedicó a Zedillo el triple del tiempo otorgado a los candidatos del PAN y del PRD.

En el caso de *24 Horas* se presenta un fenómeno interesante: en la semana del 1 al 5 de agosto, el tiempo otorgado a los tres principales candidatos a la presidencia fue equitativo. No obstante, la siguiente semana, del 8 al 12 de agosto, la tendencia se revirtió notablemente a favor del PRI.

***Al Despertar*** presenta características similares a 24 Horas. En la primera semana, los candidatos del PRI y del PAN obtuvieron espacios equitativos. Y fue Cárdenas, quien obtuvo el menor tiempo. Pero en la semana siguiente, Zedillo se mantuvo en el mismo nivel, Cárdenas aumentó y el Fernández de Cevallos se situó en el tercer lugar, apenas con la tercera parte del tiempo que recibió la semana anterior.

En el noticiario ***Hechos*** se presentó también la tendencia a privilegiar al candidato del PRI. Aunque, en la segunda semana el tiempo otorgado a los tres principales candidatos fue equitativo.

***Enlace*** mantuvo la tendencia que anteriormente había presentado la AMDH en sus anteriores estudios: favorece en tiempo al candidato del PRI.

Y finalmente ***Para Usted- En Campaña***, dedicó durante la primera semana, el tiempo más bajo de todos los noticiarios a Diego Fernández de Cevallos con sólo 02'46". La diferencia con los candidatos del PRI y del PRD es abismal: a Zedillo se le otorgó casi 7 veces más tiempo (18'55") y a Cárdenas 5 veces más (14'02").

En este último estudio la AMDH muestra que los noticieros de televisión analizados tendieron a regresar a la vieja práctica, de favorecer al candidato presidencial del PRI.

Asimismo, concluye en este último informe lo que en el primero: ". . . en los noticiarios de televisión continúa violándose el derecho a la información de los mexicanos porque sigue sin presentarse de manera equilibrada y objetiva a los diferentes candidatos. Con ello, siguen afectándose los derechos políticos de la



**población mexicana porque se lesionan las condiciones de igualdad en que deben de competir los candidatos y que son indispensables para aumentar la confiabilidad de una elección cada vez más cercana."<sup>111</sup>**

**Es a partir de este comportamiento de los noticiarios de televisión, cómo se plantea una vez más la pertinencia en torno a la necesidad de diseñar medidas y acciones que aseguren el equilibrio entre el derecho a la expresión de los medios de comunicación con el derecho a la información que poseemos los mexicanos. Tema que sin lugar a dudas es fundamental para el futuro democrático de la nación.**

---

<sup>111</sup> **Ibidem.** , p.3

## **CAPITULO VI**

# **OPINIONES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS RESPECTO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS PROPUESTAS CON RELACIÓN A LOS ESPACIOS CEDIDOS POR ÉSTOS.**

## **6.1) PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL.**

### **6.1.1) PLATAFORMA ELECTORAL.**

La plataforma electoral del PRI en su punto sobre la Democracia y los procesos electorales dice:

*"En el terreno electoral, la nueva legislación establece mejores condiciones para la transparencia y equidad en la competencia partidista. La imparcialidad de los órganos electorales, su profesionalismo y su capacidad para ser punto de convergencia de los diversos partidos, son aspectos reconocidos actualmente por la mayoría de los actores políticos. Las reglas sobre el financiamiento, gastos de campaña y acceso a los medios de comunicación, favorecen también mejores condiciones para que se de una competencia justa".<sup>112</sup>*

Y más adelante en sus pronunciamientos y compromisos dice:

*"Estamos abiertos a todas aquellas iniciativas que sirvan para profundizar la democracia a partir de nuevos acuerdos entre los partidos. . . nuestro partido*

<sup>112</sup> Plataformas Electorales Federales 1994, Instituto Federal Electoral. p.123

*suscribió en forma conjunta con diversos partidos el Acuerdo para la paz, la democracia y la justicia. . . A fin de que las elecciones se realicen en condiciones de plena transparencia y equidad, el PRI refrenda el acuerdo suscrito".<sup>113</sup>*

Y acepta la propuesta de promover una participación equitativa de los partidos políticos en los medios de comunicación y aumentar el tiempo oficial disponible para efectos del proceso electoral.

Lo anterior muestra la postura del PRI frente a los comicios y frente a los medios de comunicación. Pide transparencia en las elecciones y una competencia justa entre los partidos. En este último punto los medios de comunicación cobran un papel importante en la plataforma electoral del PRI, pues al igual que los gastos de campaña y el financiamiento del partido se piden reglas también en el acceso a los medios de comunicación para una competencia justa.

Más adelante en el punto 2.4 de la plataforma electoral sobre la Promoción de una cultura política democrática establece: "*La transformación democrática de México tiene sustento en la ampliación de una cultura política que favorezca la civilidad, la tolerancia, el respeto, la pluralidad y la participación social*".<sup>114</sup>

Hay que entender por cultura política: " el conjunto de conocimientos, percepciones, evaluaciones, actitudes y predisposiciones de comportamiento a través de los cuales los miembros individuales del grupo y/o los subgrupos, entienden e

---

<sup>113</sup> *Ibidem.* , p.124

<sup>114</sup> *Ibidem.* , p.126

interpretan a las instituciones y a los procesos políticos, así como sus propias relaciones con esas instituciones y esos procesos".<sup>115</sup>

Y en su pronunciamiento el PRI se compromete con la promoción de una cultura política democrática. Y para ello: "*El PRI reconoce la importancia de los medios de comunicación social para conformar una cultura democrática. La sociedad mexicana encuentra en ellos, espacios para expresar sus ideas y sus diversas opciones para satisfacer sus necesidades informativas. La magnitud alcanzada por estos medios ha favorecido el que se consolide una opinión pública informada, que da sustento a nuestra transformación democrática*".<sup>116</sup>

Finalmente el PRI en su plataforma propone: "*pugnar porque la actividad de los medio de comunicación sirva para consolidar una cultura política democrática y se conviertan en auténtico foro de expresión de la pluralidad de la opinión pública*".<sup>117</sup>

Aquí se contempla la necesidad de una sociedad bien informada ante el creciente pluralismo político. Los medios de comunicación tienen un lugar importante en la cultura política democrática, pues es a través de ellos como la sociedad se informa y expresa.

---

<sup>115</sup> Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius. "Political culture in México: continuires and revisionists". Little Brown, Boston, 1980. p.340

<sup>116</sup> Plataformas electorales op. cit., p.127

<sup>117</sup> Ibidem, p.127

### **6.1.2) LIBERTAD DE EXPRESIÓN**

Considero que resulta importante conocer el concepto de libertad de expresión que alguna vez manifestaron los candidatos durante su campaña, para ello me he remitido a las declaraciones que hicieron el 7 de junio de 1994, día de la libertad de prensa. Los nueve candidatos a la presidencia de la República se reunieron el 7 de junio de 1994 con motivo de la celebración del Día de la Libertad de Expresión, en un convivio organizado por la Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana (AEDIRMEX).

A la celebración, que tuvo lugar en un hotel capitalino, asistieron cerca de un millar de editores, directores de prensa de entidades e instituciones gubernamentales, además de dirigentes y trabajadores de medios de comunicación y autoridades de AEDIRMEX encabezados por su presidente, Ricardo Perete.<sup>118</sup>

Cada uno de los candidatos hizo uso de la palabra con relación al tema. Por tratarse en este inciso al PRI, sólo evocaré lo que manifestó ese día el entonces candidato Ernesto Zedillo. El candidato expresó su irrestricto respeto a la libertad de expresión y su compromiso en afirmar lo que establece el artículo 6o constitucional: el derecho a la información. Por ello, dijo, " *con las contribuciones de los comunicadores y de la sociedad civil trabajaremos para que esas propuestas se traduzcan en un reglamento adecuado a ese derecho a la información*". Estas fueron las palabras en las que hizo alusión a la libertad de expresión y en las que quiso mostrar su postura respecto al tema.

---

<sup>118</sup> Excelsior, 8 de junio de 1994, p. 1

Por su parte en la Asamblea de Representantes los priistas dijeron que la libertad de expresión es un derecho de todos los mexicanos, no patrimonio de grupos o facción. *"La apertura que los medios de comunicación presentan no es producto de voluntades de poder ni concesiones gubernamentales, sino que responde al uso pleno y soberano del ejercicio de esa libertad"*, manifestó el PRI en sesión de la Asamblea de Representantes.<sup>119</sup>

En dicha sesión, el priista Arturo Barajas sostuvo que el uso pleno y soberano de la libertad de expresión, es producto del esfuerzo de una sociedad civil preocupada cada vez más por el devenir histórico de la nación. Finalmente aseguró que el periodismo en México camina dignamente a la vanguardia de los cambios que demandan la sociedad y la democracia en nuestro país.

El también priista y representante de su partido en el Consejo General del IFE, el Lic. José Francisco Ruíz Massieu a 10 días de haber celebrado la libertad de prensa, en sesión del consejo general del 18 de junio dijo: *" hay que armonizar varios derechos: el derecho a la libre manifestación de ideas, la libertad de prensa en esta forma coloquial que usamos cotidianamente; el derecho a la información y el derecho de los trabajadores al servicio de las empresas a poder desempeñar o desplegar su jornada y su trabajo con libertad"*.<sup>120</sup>

Es así como el PRI se pronuncia por una sociedad bien informada que vaya conjuntamente con los cambios que vive la nación.

---

<sup>119</sup> *Ibidem.* p.4

<sup>120</sup> Acta de sesión del 18 de junio de 1994. Sesión Ordinaria. Instituto Federal Electoral. p.171

## **6.2) PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.**

### **6.2.1.) PLATAFORMA ELECTORAL**

El Partido Acción Nacional dedica dos puntos de su plataforma electoral a los medios de comunicación, en ellos expresa lo siguiente:

*" 223.- Los medios de comunicación deben ser instituciones de interés público, con la clara misión de formar, educar, difundir, informar, fomentar y entretener a la sociedad mexicana, además de promover su identidad cultural "*

*" 224.- Los medios de comunicación como informadores, promotores, generadores y motivadores de conducta para el desarrollo individual y colectivo deben gozar de plena libertad y estar obligados a prestar una adecuada colaboración a la tarea educativa y, por lo tanto, a coordinarse con las autoridades en materia".<sup>121</sup>*

Es decir, Acción Nacional pugna por unos medios de comunicación que coadyuven en la tarea educativa y que promuevan nuestra identidad cultural. Además, de que los reconozca como instituciones de interés público, tal y como lo establece la Ley Federal de Radio y Televisión.

El Lic. Ricardo García Cervantes consejero representante del PAN en el IFE señaló: *"Los medios de comunicación han sido en su tiempo, unos más que otros,*

---

<sup>121</sup> Plataformas Electorales Federales de 1994. Instituto Federal Electoral. p.31-32

*unos conscientes y otros temerosamente, una carga para el proceso de democratización de nuestra sociedad, pero pueden ser también un impulso".<sup>122</sup>*

El Lic. García Cervantes reconoce lo que el PRI en su plataforma plantea, que los medios de comunicación pueden ayudar a conformar una cultura política democrática.

### **6.2.2) LIBERTAD DE EXPRESIÓN**

En su discurso del 7 de junio con motivo del día de la libertad de prensa ante los ocho candidatos, Diego Fernández de Cevallos candidato del PAN a la presidencia de la República expresó, *"que no hay democracia imaginable si la prensa es amordazada y perseguida, sin medios de comunicación que formen y conformen una opinión pública a partir de los hechos tal como son y de la libre expresión de las ideas".<sup>123</sup>*

Sus palabras muestran la preocupación del candidato por contar con una prensa que no sea perseguida y a la vez que hable de una veracidad en los hechos. Esto último lo enfatiza más adelante en una entrevista cuando expresó: " Para mí lo más importante no es que se abran espacios para la comunicación, si al mismo tiempo se sigue manipulando la noticia".<sup>124</sup>

Ese mismo día en la Asamblea de Representantes Gerardo Medina Valdés, del PAN, dijo que no existe una legislación clara que norme la libertad de expresión, tanto en los medios escritos como en radio y televisión.

<sup>122</sup> Acta de Sesión del 20 de julio de 1994, Sesión Ordinaria. Instituto Federal Electoral. p279.

<sup>123</sup> "Ni mordaza ni persecución a los comunicadores: DFC". Excelsior, 8 de junio de 1994. p.1-26

<sup>124</sup> La Jornada, 2 de agosto de 1994. p.6



En su opinión, la libertad de prensa siempre ha existido, en la medida en que ha habido quienes quieran ejercer ese derecho y dispongan de las tribunas para hacerlo, corriéndose todos los riesgos que en un momento dado pudieran presentarse: las presiones, la cooptación, la represión y aún la muerte. Asimismo, expresó que la coartan y bloquean los intereses de los empresarios de los medios de comunicación.

Finalmente, aceptó que los medios de comunicación han cumplido con profesionalismo su función en la convicción de que el proceso hacia la democracia pasa por los medios de comunicación.<sup>125</sup>

En resumen su discurso demandó a los responsables de los medios de comunicación a que tengan como uno de sus valores primarios, el aliento, la promoción y la defensa de las convicciones democráticas del pueblo mexicano.

### **6.2.3) ACCIÓN NACIONAL RESPONDE A TELEvisa.**

El 8 de julio de 1994, la empresa Televisa invitó a los nueve partidos y sus candidatos presidenciales a que desarrollaran tres programas especiales de quince minutos de duración cada uno, los cuales se repitieron cuatro veces, del 18 de julio al 13 de agosto del presente año.

*"La decisión de los dueños de los medios electrónicos de dar cabida a las campañas políticas de los candidatos presidenciales es positiva e importante para la vida democrática de México. Por tanto, la iniciativa de las empresas de televisión*

<sup>125</sup> "La libertad de expresión no es patrimonio de grupos". Excélsior. 8 de junio de 1994. p. 4-42

*privadas de hacer tres programas especiales con los nueve aspirantes a la Primera Magistratura es un paso trascendental en el país, porque es un signo de apertura al que debe seguir un gran compromiso de equidad y veracidad a cargo de los medios de información, así como una gran responsabilidad para los partidos con el uso de tiempo y espacios".<sup>126</sup>*

Así lo afirmó Diego Fernández de Cevallos, candidato del PAN a la presidencia de la República cuando le hicieron la invitación. Además, sobre ésta dijo: *" es una aportación muy importante y valiosa para el proceso electoral y así debe reconocerse. Sin duda este ofrecimiento permitirá a los partidos y candidatos una comunicación directa con el electorado, con todo lo que ello implica para el avance democrático".*<sup>127</sup>

Por tanto, calificó esta decisión de trascendente y como signo de apertura, a la que aseguró debe seguir un gran compromiso de equidad y veracidad a cargo de los informadores y los noticiarios del país, así como una gran responsabilidad de partidos y sus candidatos con el uso de tiempos y espacios.

### **6.3) PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA.**

#### **6.3.1) PLATAFORMA ELECTORAL**

La plataforma electoral del PRD propone sobre la comunicación social:

<sup>126</sup> *Excelsior*. Domingo 10 de julio de 1994. p.1-39

<sup>127</sup> *Ibidem*. . p. 39

*" 12.- Democratizar la comunicación social, a través de las profundas reformas en la gestión de los medios y de normas que garanticen la libertad de expresión en beneficio de la pluralidad política e ideológica. Los medios electrónicos serán considerados como servicio público y se regirán conforme a valores nacionales postulados por el artículo 3o. de la Constitución. Quedarán abolidos los monopolios y cuando menos un tercio de las concesiones se otorgará con fines de interés público a organizaciones civiles e instituciones académicas. Un consejo de la comunicación social, representativo de los intereses profesionales y ciudadanos, velará por el respeto a la libertad de expresión y la aplicación de códigos y mecanismos que protejan a la sociedad contra la desinformación y la mentira. Establecer el derecho de réplica ante alusiones en los medios de comunicación".<sup>128</sup>*

Respecto al monopolio de las concesiones, el entonces candidato del PRD Cuauhtémoc Cárdenas llegó a declarar: " La información veraz, amplia y diversa que queremos no se podrá tener mientras el grueso de los mensajes televisados que hoy saturan nuestros hogares obedezca a las finalidades políticas del régimen de partido de Estado y mientras una sola empresa controle el 90% de los auditorios. Televisa, digámoslo con claridad, se ha constituido en uno de los pilares que hoy sostienen al régimen autoritario que padecemos. Televisa sirve al Estado y se sirve de él para exaltar una política contraria al interés nacional y a los peroneros de esa política ".<sup>129</sup>

Asimismo, Cárdenas durante su campaña propuso que existan más medios que sirvan a la sociedad, alentando con ello una competencia de iniciativas múltiples

<sup>128</sup> Plataformas electorales federales 1994. Instituto Federal Electoral. p.282

<sup>129</sup> Proceso. 4 de julio de 1994. p.16

y creativas. Es decir, propone un nuevo marco para el uso de las concesiones de radio y televisión.

Desde el año pasado en 1993 en la Cámara de Diputados el perredista Francisco Saucedo expresaba: ". . . planteamos la necesidad de aumentar el tiempo del que disponen los partidos políticos nacionales en los medios masivos de comunicación y dejarlos en mayor libertad posible para el uso de ese tiempo . . ." <sup>130</sup>

En general, la plataforma del PRD respecto a los medios de información plantea la necesidad de que éstos sirvan a la sociedad. A la vez de que deben de formar, concientizar y transmitir información con honradez y honestidad profesional. Asimismo, propone el PRD que los medios de información han de procurar la unidad y solidaridad nacionales, dentro de la diversidad y la legítima pluralidad.

### **6.3.2) DEMOCRACIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**

El 6 de junio de 1994 el excandidato a la presidencia de la República del Partido de la Revolución Democrática Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, recibió en las oficinas de su comité de campaña el documento "Democracia en los medios de comunicación". <sup>131</sup>

La comunicóloga Florence Toussaint leyó el documento en representación de más de 150 investigadores y periodistas que lo signaron con el fin de que el

<sup>130</sup> Diario de los debates de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, Primer periodo extraordinario del segundo año del ejercicio. Año II, México, D.F., a 3 de septiembre de 1993. No 9.

<sup>131</sup> El Día, 7 de junio de 1994. p.7

abanderado que resultará electo lo incluyera en su programa de gobierno. Consta de diez puntos y propone lo siguiente:

*"1.- Demandar la formulación de una nueva Ley Federal de Comunicación Social que abarque los medios de radio, televisión, prensa, cine, publicidad, propaganda, nuevas tecnologías, anuncios exteriores y otros rubros que se relacionen con la comunicación social".*

*"2.- Establecer y reglamentar como parte de los derechos ciudadanos el derecho a la información y el derecho de replica en los medios de información".*

*"3.- Modificar, con la participación de dicho consejo, el criterio de otorgamiento de concesiones de radio y televisión, que las revisaría y autorizaría en lo sucesivo, anulando la facultad unilateral que hasta ahora tiene el Poder Ejecutivo".*

*"4.- Actualizar el 12.5% del tiempo oficial en radio y televisión no sólo para la transmisión de campañas gubernamentales, sino también en apoyo de organizaciones civiles, garantizando una distribución equitativa e imparcial del mismo".*

*"5.- Asegurar la presencia y participación de comunicadores y participantes de organismos gremiales en el Congreso de la Unión y en las tareas de asesoría legislativa en materia de información social".*

*"6.- Suprimir los mecanismos directos y velados de censura que operan sobre los medios de comunicación, provengan de instancias gubernamentales, privadas o sociales".*

*"7.- Reformular la legislación vigente que se refiere a los derechos de terceros, el honor, la dignidad de las personas, el interés público, la calumnia, la injuria y la violación de la vida privada, entre otros, dentro de la actividad de la comunicación colectiva".*

*"8.- Crear mecanismos para que aquellos trabajadores de la comunicación que sean censurados y privados de su espacio de expresión sean reinstalados y que se reabran dichos espacios, tanto en los medios gubernamentales como en los privados".*

*"9.- Exigir al gobierno que cada año presente de manera pormenorizada su gasto público en medios de comunicación y defina los criterios de transparencia para el otorgamiento de recursos que provengan de los sectores público y paraestatal, en el terreno de la comunicación social".*

*"10.- Alentar la apertura de nuevos espacios en radio y televisión, bajo la modalidad de tiempo estatal para construir un foro permanente de discusión pública de los problemas y retos de la nación".<sup>132</sup>*

Cárdenas consideró positivo los planteamientos del documento y ofreció dar a conocer el documento hacia el interior de su partido e incorporar las propuestas integrales, a las que el PRD hace en materia de comunicación social.

---

<sup>132</sup> El Universal. 28 de marzo de 1995. p.6

### **6.3.3) EL PRD RESPONDE A TELEVISA.**

Respecto a la invitación que Televisa realizó a los candidatos a presidente el pasado mes de julio de 1994, Cuauhtémoc Cárdenas aceptó la invitación del consorcio televisivo privado para realizar tres programas de 15 minutos y presentar su plataforma política. Sin embargo, expresó que este tiempo fue insuficiente y que no significaba una garantía de comicios transparentes.

En ese tiempo Cárdenas demandó que el gobierno federal cediera sus tiempos oficiales a los 9 candidatos presidenciales y a sus partidos, a fin de divulgar la tarea política de cada uno. <sup>133</sup>

Manifestó que la apertura en el consorcio televisivo fue un avance, un cambio de actitud que respondió a una demanda de la opinión pública, para lograr un mínimo acceso a este tipo de medio informativo en tiempos de campaña política. <sup>134</sup>

También, afirmó que la invitación llegó un poco tarde y que dicha apertura "contribuye a un proceso electoral más informado, pero no es garantía de que habrá procesos limpios y creíbles". <sup>135</sup>

Asimismo, el dirigente nacional del PRD, Porfirio Muñoz Ledo, aseguró que los espacios que Televisa ofreció a los nueve candidatos a la presidencia de la

<sup>133</sup> Excelsior, 10 de julio de 1994. p. 1-39

<sup>134</sup> Ibidem. , p.39

<sup>135</sup> Ibidem. , p.39

República representaron "un avance" , y señaló que su partido pugnaría porque se alcance un mejor equilibrio informativo en los noticieros.<sup>136</sup>

Muñoz Ledo apuntó que el PRD " siempre ha promovido que la radio y la televisión sean imparciales en las campañas electorales".

Expuso que el PRD consideró como "insuficiente" la apertura que dio la televisión privada, y reiteró que su partido continuaría luchando para que se establecieran normas de orden público que garanticen equidad e imparcialidad en las elecciones. Señaló que es indispensable un equilibrio de los noticieros en cuanto a la información de los aspirantes presidenciales, aparte de que la información que difundan debe ser plural, a fin de avanzar en la democracia.<sup>137</sup>

Es interesante seguir la participación del PRD en cuestión de medios de comunicación, ya que como vemos este partido siempre ha pugnado por unos medios abiertos a la sociedad.

El grupo parlamentario del PRD, ha insistido en " que el país requiere de una nueva cultura política, en donde la pluralidad, la tolerancia y respeto a las ideas se ejerzan cabalmente. En ello deben jugar un papel fundamental los medios de comunicación, los que al mismo tiempo que tienen todo el derecho a expresar libremente sus ideas y puntos de vista, tienen la responsabilidad de informar verazmente".<sup>138</sup>

---

<sup>136</sup> El Financiero, 12 de julio de 1994, p.45

<sup>137</sup> Ibidem, p.45

<sup>138</sup> Diario de los debates de la Cámara de diputados del congreso de los Estados Unidos Mexicanos, Año III, México, D.F., miércoles 23 de febrero de 1994, No. 11, p.367



En general, los tres partidos políticos plantean la necesidad de unos medios de comunicación abiertos a la sociedad. De unos medios que vayan creando condiciones equitativas para la competencia política, condición indispensable para una plena democracia.

Promueven los partidos políticos lo que en una ocasión expresó el Maestro José Woldenberg Consejero Ciudadano del Consejo General del IFE: *" Se está avanzando en crear un contexto de exigencia hacia los medios para que los mismos actúen de manera equitativa. Los medios a fin de cuenta nos tienen que ayudar a todos a aclimatar entre nosotros los valores de la DEMOCRACIA; aclimatar una cultura donde el consenso y disenso se expresen de manera reiterada, en donde la diversidad acabe instalándose como algo absolutamente natural, que nos ayude a fin de cuentas a entender al país como un país donde la pluralidad que existe es una pluralidad en donde reside el principal capital político de la nación y que cualquier intento por intentar - valga la redundancia - , exorcizar alguna fuerza política, alguna corriente de opinión, algún punto de vista, no atenta solamente contra esa fuerza política, ese partido, ese punto de vista, sino que al final atenta contra todos nosotros "*<sup>139</sup>

---

<sup>139</sup> Acta de sesión del 20 de julio de 1994. Sesión Ordinaria. Instituto Federal Electoral. p. 274- 275.

## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES**

Una primera constatación que es necesario hacer, es que los medios de comunicación son hoy más abiertos y plurales de lo que eran hace apenas unos pocos años. Podemos decir que se ha roto con una corteza, con una resistencia histórica, porque ha habido una apertura significativa en los medios de comunicación que mal haríamos en no reconocer.

Bien podríamos poner de ejemplo los comicios de 1988, en donde como ya lo expusimos, los medios de comunicación se mantuvieron cerrados hacia los partidos políticos de oposición, pues la presencia de éstos en los noticiarios era más bien simbólica. Ahora en las elecciones de 1994, pese a que hubo reclamos de la oposición, de grupos y asociaciones civiles en cuanto a la manera en que los noticiarios manejaban la información, podemos decir, que los medios de comunicación - hay que insistir en ello- tuvieron una apertura muy significativa.

Esto es particularmente notorio para el caso de la radio y la televisión, porque la apertura de la prensa escrita se inició con anterioridad, hace más de dos décadas. Esta primera constatación sirve para poner el acento en los avances logrados, que ciertamente contribuyen a fortalecer la democracia, la tolerancia y el pluralismo.

Así, lo planteado por el presidente Carlos Salinas de Gortari ante los dirigentes de Alianza Cívica Nacional, en el sentido de que todos los candidatos deberían recibir de los espacios televisivos un trato equitativo en términos de tiempo

y difusión de voz e imagen, puso el acento en la voluntad política de una mayor apertura.

Esta voluntad política de una mayor apertura por parte del gobierno, -ya sea por las presiones de los partidos políticos o de la sociedad- se puede constatar con las reformas que se han venido haciendo al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), las cuales como ya lo mencionamos en el capítulo II, han evolucionado en materia de prerrogativas a los partidos políticos, en especial sobre el acceso de éstos a los medios de comunicación.

Recordemos que desde 1977 en México se discute el acceso de los partidos políticos a la radio y a la televisión. La demanda de un mejor juego democrático en los medios electrónicos se podría decir que ha cambiado a lo largo de todos estos años. Las diversas reformas al COFIPE así lo muestran, de las cuales resumimos y concluimos los siguientes puntos:

En el marco de la reforma de 1977, la LFOPPE (Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales) estableció el derecho de los partidos políticos a "tener acceso en forma permanente a la radio y a la televisión" (art.48-1). Esto fue importante, porque hasta entonces los partidos políticos de oposición carecían de posibilidades prácticas para utilizar con una mayor cobertura los medios de comunicación. Para instrumentar ese acceso de los partidos a la radio y la tv, la Comisión Federal Electoral contó con la Comisión de Radiodifusión - la cual se explica su función en el capítulo III- como instancia de "producción técnica". El tiempo de los partidos formo parte del tiempo "que por Ley corresponde al Estado", en forma "equitativa y mensual". Asimismo, se estableció que los

programas de los partidos fueran "preferentes", con cobertura nacional y con una duración que se incrementaría en los periodos electorales.

Las normas de la LFOPPE tuvieron un sentido democratizador indudable. Sin embargo, no funcionaron, pues el acceso de los partidos fue mínimo, demasiado espaciado y muchas veces en horarios no preferentes, así como una producción descuidada y sin imaginación por parte los propios partidos políticos, lo que freno sin duda el impacto positivo en términos democratizadores de la propia LFOPPE.

Para 1986 en las audiencias celebradas en torno a la legislación electoral, fue unánime el reclamo que planteaba una mayor apertura de los medios de comunicación al debate político. Sin embargo, los resultados finales fueron mínimos.

El artículo 48 del nuevo Código Federal Electoral recogió la disposición de la antigua LFOPPE en el sentido de que "son prerrogativas de los partidos políticos nacionales tener acceso en forma permanente a la radio y a la televisión (48-1). Asimismo, se estableció con claridad el tiempo mínimo que cada partido tendría en radio y televisión: 15 minutos, que serían incrementados en periodos electorales (art.52). Además, según la ley, se produciría un programa especial (conjunto) de los partidos que sería transmitido dos veces al mes por radio y televisión.

La novedad de la reforma de 1986 consistió en que los tiempos de los partidos dejaban de ser administrados discrecionalmente, ya que el Código Federal Electoral establecía claramente el mínimo legal que les corresponde. Fue un avance, pero insuficiente.

El análisis de la reforma electoral de 1993, en lo relativo al acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación, muestra en primer término que es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar espacios tanto en la radio como en la televisión (art. 48.1), lo cual implicó que cualquier candidato no pudiera por cuenta propia contratar con los medios electrónicos; fue necesaria la intervención de su partido para que éste accediera a las prerrogativas vigentes.

Como segundo criterio, se estableció que el propio Instituto Federal Electoral, a través de su Dirección General, fuera el encargado de gestionar la intervención de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para que los concesionarios de los medios brindaran condiciones adecuadas y los partidos tuvieran acceso a ellos. Esto implicó el respeto de tarifas y horarios disponibles, asimismo se establecieron los tiempos dentro de los cuales los partidos políticos pudieron celebrar las contrataciones respectivas (art. 48.2).

A través de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos se dio a conocer el catálogo de tiempos, horarios, canales y estaciones, de tal forma que antes del inicio del año electoral las organizaciones políticas tuvieron a su disposición la información pertinente para que, en forma escrita, hicieran del conocimiento de las autoridades electorales su interés por contratar en determinado canal o estación (art. 48.3).

Una vez concluido el procedimiento de reparto y asignación, el IFE dio a conocer los tiempos, canales y estaciones para cada uno de los partidos políticos con el objeto de que llevaran a cabo directamente las contrataciones respectivas. De igual manera, la propia Dirección Ejecutiva comunicó a cada uno de los

concesionarios los tiempos y horarios que cada uno de los partidos estuvo autorizado a contratar.

Podemos suponer que la legislación electoral mexicana anterior a la reforma de 1973 sólo reguló la repartición del tiempo oficial de carácter gratuito. Aunque el número de horas concedidas a cada partido era significativo, los principales cuestionamientos surgieron en el terreno de los llamados tiempos comerciales o privados; la carencia de regulación al respecto generó los debates debido a la disparidad y la discriminación de los concesionarios hacia los partidos en la contratación. Por este motivo, surgió la necesidad de regular la contratación privada en la reforma de 1993.

Por lo competidas y discutidas que fueron las pasadas elecciones presidenciales del 21 de agosto de 1994, las reglas que se establecieron para el ejercicio del acceso de los partidos a los medios de comunicación, en términos que garantizaran la equidad en la difusión de mensajes, dentro y fuera de los periodos de campaña electoral, fue uno de los temas claves que se refirió a las condiciones de una competencia democrática.

Por ello, la lucha por imprimir un carácter democrático a los medios de comunicación, en la cual los partidos políticos puedan exponer sus objetivos, plataformas electorales y preocupaciones, ha traído como consecuencia que a lo largo de los años se hallan expuesto innumerables propuestas y sugerencia, algunas de las cuales han quedado asentadas en la norma jurídica.

Son en las elecciones de 1994 cuando por primera vez en la historia de los comicios se incorporan al Consejo General del Instituto Federal Electoral seis

consejeros ciudadanos. Quedando integrado el Consejo General por: un consejero del poder ejecutivo, cuatro consejeros del poder legislativo, seis consejeros ciudadanos y por representantes de los partidos políticos a razón de uno por cada organización con registro ante el Instituto Federal Electoral. Estos últimos con voz, pero sin voto.

La incorporación de consejeros ciudadanos al Consejo General del Instituto Federal Electoral es fruto del pacto para "La Paz, la Justicia y la Democracia" del 27 de enero de 1994. Una de las funciones de estos consejeros ciudadanos fue la de coadyuvar a tener procesos electorales legales, imparciales y equitativos.

Dichos consejeros hicieron un esfuerzo para ofrecer imparcialidad y equidad en las elecciones. Es por ello, que es de gran importancia las recomendaciones y exhortaciones que realizaron a los medios de comunicación electrónicos para que respetaran los " Lineamientos generales aplicables en los noticiarios de radio y televisión respecto a la información o difusión de las actividades de campaña".

Lo anterior fue sin duda, la respuesta a los partidos políticos y a los ciudadanos que han insistido en que se debe terminar con la marcada desigualdad en las condiciones de competitividad por el voto. Asimismo, esto nos demuestra lo que planteamos en nuestra introducción: *"la creación de condiciones equitativas para la competencia, no pueden decretarse, sino se tienen que ir construyendo"*. Y es en los pasados comicios cuando se da un avance al darse un contexto de exigencia hacia los medios de comunicación para que éstos actúen de manera equitativa.

Con ello, uno de los efectos positivos que trajo consigo el proceso electoral de 1994, ha sido el de ir abriendo caminos para transitar hacia las condiciones

equitativas para la competencia, condición indispensable para hablar de una normalidad democrática. Ya que si sigue existiendo el problema de la inequidad - que de por sí es complejo-, se lesionan las condiciones de igualdad en las que deben competir los candidatos porque no hay una competencia leal. Así, la única manera para que las elecciones sean imparciales sería con reglas claras para que los partidos competieran en relativa igualdad de condiciones, es decir, que existiera un auténtico régimen de partidos políticos el cual consideramos se está gestando.

A lo largo de este trabajo nos hemos dado cuenta de que al interior de la sociedad mexicana tiende a crecer la queja en torno a la unilateralidad informativa y, sobre todo, que en el mundo del poder esta circunstancia despierta cada vez más inconformidades. Antaño, la omisión en la cobertura de sus actividades, o incluso la distorsión sobre ellas, preocupaba poco a los partidos políticos de oposición. Ahora conforme se abre -de manera muy lenta, hay que insistir en ello- el abanico de las opciones informativas, todos los partidos políticos, incluso el que se encuentra en el gobierno y la sociedad en su conjunto, se preocupan por lo que en los medios se dice y se deja de decir.

La falta de equidad en la contienda electoral es un hecho irrefutable, pero es claro que la discusión acerca del monto de recursos financieros que pueden usar los partidos o la presencia de sus programas y candidatos en los medios de comunicación, es ya parte de la agenda democratizadora que tendrá que desahogarse en los meses por venir.

Los Medios de comunicación en México salvo, sólo en parte, la prensa y algunas excepciones de la comunicación electrónica, sobre todo en el interior del país, no han llegado a ser -como en otros países- actores de la confrontación política.



Como parte que son de la sociedad civil, en distintas latitudes los medios llegan a convertirse en protagonistas con densidad propositiva y beligerancia política incluso, semejantes a las que tienen los movimientos sociales o las corrientes culturales. Incluso, en otros sistemas llega a considerarse que una sociedad civil con tal vitalidad, puede restar presencia e influencia a los partidos.

Otro aspecto importante a considerar es el de las garantías en los medios para los electores y para los ciudadanos, ya que la actual legislación no protege al usuario de los abusos del medio. No estaría de más contemplar la posibilidad, como ya lo han sugerido diversas opiniones, entre ellas la del Dr. Jorge Carpizo, la creación de un *Ombusman* en los medios de comunicación, que fuera regulado por códigos de ética.

La opinión pública ha sido informada y formada por los medios de comunicación hacia una actitud más democrática en las últimas dos décadas. Hemos visto de manera frecuente la aparición de tonos críticos que se han opuesto a las políticas autoritarias; tanto en la prensa como en la radio se ha notado una progresiva apertura. Sin embargo, aun cuando existe pluralidad, no se puede decir que exista equidad en el tratamiento informativo que se da a las actividades de los diferentes partidos políticos.

Una de nuestras afirmaciones en la introducción fue que " *existió una desproporción de la información en los medios de comunicación en favor de partido y su candidato*". Ello se puede constatar en los monitoreos que realizaron el Instituto Federal Electoral y la Academia Mexicana de Derechos Humanos.

El monitoreo del IFE reportó que del 22 de junio al 9 de agosto, el PRI fue el partido con más cobertura en televisión y radio.

Asimismo, la AMDH al realizar un monitoreo de los noticiarios de *24 Horas de Televisa* y *Hechos de Televisión Azteca*, del 3 de enero al 29 de abril de 1994; meses en los que aparecieron en ambos programas 1287 unidades de análisis (parte de los noticieros) relacionados con temas electorales; que en tiempo se está hablando de 25 hrs. con 13 minutos y 10 segundos; el PRI y sus candidatos recibieron la mayor atención, éste fue noticia durante unas 11 hrs., es decir, un 43% del total.

Por otro lado, la AMDH se percató en su primera investigación que abarcó cuatro meses, de cuales tres fueron dedicados a Colosio y uno a Zedillo; que Zedillo recibió el mismo tiempo que obtuvo Colosio en tres meses.

Entre Televisa y Televisión Azteca la cobertura de los candidatos varió. Del 30 de mayo al 30 de junio de 1994, *Hechos* distribuyó relativamente mejor que *24 Horas* el tiempo entre los diferentes candidatos. Así en Televisión Azteca Zedillo recibió un 28%, Cárdenas un 19% y Fernández un 15%. Mientras que el noticiario de Televisa concedió un 36% de su tiempo a Zedillo, un 11% a Cárdenas y un 8% a Fernández.

También se observó una tendencia generalizada a privilegiar en el tiempo de las noticias, de voz e imagen y en la jerarquización de las notas a Zedillo frente a Diego y Cárdenas.

De la muestra radiofónica del IFE vale la pena destacar que a lo largo de las ocho semanas monitoreadas del 22 de junio al 16 de agosto, hubo una buena

cantidad de casos en los cuales el PRI fue desplazado del lugar preponderante en la cobertura noticiosa. Sin embargo, el porcentaje del tiempo total de cobertura asignado al partido más beneficiado fue para el PRI

El patrón de notas favorables/desfavorables de la televisión fue claramente positivo para el PRI (4 favorables por 1 desfavorable), ligeramente negativo para el PRD y claramente negativo para el PAN. Los demás partidos recibieron muy pocos comentarios, pero siempre desfavorables. Lo anterior nos da pauta para reafirmar que *" existió una desproporción de la información en los medios de comunicación en favor de un partido y su candidato. Con ello, se afectaron los derechos políticos porque se lesionaron las condiciones de equidad en que deben competir los candidatos"*. Así lo constatan los monitoreos.

De éstos, podemos deducir que la televisión, sigue siendo un medio demasiado cerrado que no refleja la pluralidad existente en la sociedad. Ello se explica porque ésta se encuentra subordinada a los intereses de dos consorcios privados (Televisa y Televisión Azteca), cuyas prácticas monopólicas hacen lenta y desigual la apertura de ese medio. Lo que hace de éste, un medio cerrado a la recreación de nuestra pluralidad política.

La televisión ha alterado fundamentalmente la vida del individuo, y quienes controlan los contenidos de los noticieros de televisión, en México o en el mundo, influyen en la toma de decisiones.

La presencia de los medios en la cotidianidad de los mexicanos, lejos de disminuir aumenta día a día. Porque al margen de los problemas de credibilidad, los medios de comunicación masiva (especialmente la radio y la televisión) han llegado

a constituirse en el principal vehículo de conocimiento del acontecer político, porque a través de ellos se gesta buena parte de las representaciones que nos formamos del devenir político y sus actores.

Pese a que los periódicos, la radio y las comunicaciones interpersonales juegan un papel en diseminar la información, la televisión mantiene su papel dominante en llevar acontecimientos públicos a las masas. La televisión, de hecho, se ha convertido en una intermediaria crucial entre el individuo y la sociedad.

La lucha por la democracia pasa irreductiblemente por los medios de comunicación, y en particular por la televisión. Entendemos que una sociedad bien informada, es una sociedad más participativa. En la medida en que sus medios sean más responsables, la sociedad mexicana también lo será.

Los medios, deben formar parte activa intencionada de la democratización general que hoy reclama el país. Son parte esencial de la construcción de un Estado moderno, democrático, plural y de derecho.

Se quiere que los medios de comunicación de este país sigan contribuyendo a la democracia y al bienestar de los mexicanos. Por ello, la primera obligación de los medios, en materia informativa, es decir la verdad. Con un mejor conocimiento de nosotros mismos, de lo que somos y de lo que deseamos y podemos ser, estaremos cumpliendo todos -informadores, periodistas, comentaristas, editores, propietarios, lectores, radioescuchas, telespectadores- en tener un México que, al estar más enterado de sí mismo y de su entorno, pueda crecer mejor en el desarrollo, la democracia y la equidad.

**Los esfuerzos para la competencia electoral equitativa deben darse dentro del respeto a la libertad de expresión en los medios de comunicación. Así el asunto tiene dos vertientes: la del derecho de información de la sociedad y la de la libertad de expresión a que tienen derecho los periodistas. La una no puede anular a la otra, pues en cualquiera de los dos casos se lesionaría un derecho o una libertad individual y colectiva.**

Se está avanzando en dejar atrás poco a poco -y muy significativamente- los tiempos en que los medios de comunicación definían sus espacios por las presiones del gobierno o los intereses de los concesionarios de los medios de información. Ahora, otros elementos -organizaciones civiles, partidos políticos- intentan definir el uso de los espacios en prensa escrita, radio o televisión.

Teniendo en cuenta la voluntad de equidad informativa o de pluralidad expresada por la sociedad, los medios están siendo sujetos a otra serie de variables que determinan el uso de los espacios. No es posible olvidar que los medios viven de la publicidad, o de los espacios pagados, al fin y al cabo se mueven dentro de una economía de mercado. A ello hay que agregar las definiciones políticas que cada medio adopta explícita o implícitamente.

Hoy es posible ver la relevancia que cobran los medios de comunicación en tiempos electorales, siendo un vínculo indispensable entre los partidos con sus candidatos y la sociedad.

En una sociedad cada vez más exigente, más participativa y más plural, la relación entre el periodismo y la política se redefine y avanza de manera sustancial hacia la equidad informativa.

Los propósitos de los medios de comunicación, tanto de la radio como de la televisión y de la prensa escrita, han reorientado sus políticas de difusión de las actividades de los candidatos a cargos de elección popular, en algunos casos permitiendo la difusión de sus ideas y planteamientos de manera más plural y equitativa. Aunque aun no hay los cambios de fondo que se desean.

Sin embargo, sería injusto medir con la misma vara a un sector tan diverso y, en ocasiones, disímil como el de la comunicación masiva. Los márgenes de libertad y pluralidad son relativamente distintos de un medio a otro. Estos diferentes comportamientos no permiten elaborar generalizaciones fáciles, antes bien remiten a la necesidad de explorar con más detalle las maneras en que operan y se desarrollan los medios de comunicación.

No he pretendido con este trabajo, elaborar un análisis del discurso informativo de la televisión y la radio en relación al proceso electoral (lo que podría ser motivo de otro estudio), pero es evidente que la sola dimensión cuantitativa de la estructura de los noticieros, la cual nos dieron a conocer el IFE y la AMDH en los monitoreos que realizaron respectivamente, encierran un nivel de significación y de comprensión respecto a la manera como se manejo la información. Ello nos permite reiterar que ,los espacio de la televisión privada funcionan al margen de todo sentido de pluralismo, en sentido contrario a una ciudadanía que demanda nuevas formas de convivencia política.

En todo proceso electoral que se jacte de ser democrático, las instituciones productoras y difusoras de información están obligadas al equilibrio informativo, más que a una pretendida objetividad. No se trata, desde luego, de pensar que las

**acciones reglamentarias de carácter legal pueden promover un comportamiento de esa naturaleza. Además de profesionalismo y honestidad por parte de los informadores, y de leyes que protejan a la ciudadanía de los abusos del poder informativo, se requiere de una constante supervisión de la sociedad sobre sus órganos informativos. Sólo bajo la supervisión social (no gubernamental) de los medios de comunicación masiva se puede gestar un sistema de información próximo al ideal democrático.**

## BIBLIOGRAFÍA.

\* Acosta, Valverde Miguel. Las elecciones federales de 1994 según los noticieros 24 Horas de Televisa y Hechos de Televisión Azteca, enero- abril de 1994. Un análisis de contenido realizado por la Academia Mexicana de Derechos Humanos en coordinación con Alianza Cívica. Observación 1994.

\* Acosta, Valverde Miguel y Martínez Manuel. Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas de Televisa y Hechos de Televisión Azteca 2-27 de mayo. Análisis de contenido realizado por la Academia Mexicana de Derechos Humanos en coordinación con Alianza Cívica. Observación 1994.

\* Aguayo, Sergio y Acosta Miguel. Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas de Televisa y Hechos de Televisión Azteca 30 de mayo al 30 de junio. Análisis de contenido realizado por la Academia Mexicana de Derechos Humanos en coordinación con Alianza Cívica. Observación 1994.

\* Aguayo, Sergio y Acosta Miguel. Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas de Televisa y Hechos de Televisión Azteca y Enlace de canal 11. 1 al 15 de julio de 1994. Análisis de contenido realizado por la Academia Mexicana de Derechos Humanos en coordinación con Alianza Cívica. Observación 1994.

\* Aguayo, Sergio y Acosta Miguel. Las elecciones federales en México según seis noticieros de televisión. 1 al 12 de agosto de 1994. Análisis de contenido



realizado por la Academia Mexicana de Derechos Humanos en coordinación con Alianza Cívica. Observación 1994.

\* Acta de sesión del 3 de junio de 1994. Sesión Especial. Instituto Federal Electoral. 389 pp.

\* Acta de sesión del 18 de junio de 1994. Sesión Ordinaria. Instituto Federal Electoral. 316 pp.

\* Acta de sesión del 20 de julio de 1994. Sesión Ordinaria. Tomo I. Instituto Federal Electoral. 376 pp.

\* Acta de sesión del 6 de agosto de 1994. Sesión Ordinaria. Tomo I. Instituto Federal Electoral. 100 pags.

\* Arredondo, Pablo y Raúl Trejo. Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988. Universidad de Guadalajara. México, 1991. 268 págs.

\* Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Publicado en el Diario Oficial de la Federación del 15 de agosto de 1990; adicionado con los artículos transitorios decimoséptimo y decimoctavo según decreto publicado el 17 de julio de 1992; y reformado por decretos publicados el 3 de enero de 1991, el 24 de septiembre y el 23 de diciembre de 1993 y el 18 de mayo y 3 de junio de 1994. Instituto Federal Electoral. 325 pp.

\* Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. 89a edición. Editorial Porrúa, S.A. México, 1990. 133 pp.

- \* Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Comentada.  
UNAM Rectoría Instituto de Investigaciones Jurídicas. México, 1985. 358 pp.
  
- \* Diario de los Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Primer período extraordinario del segundo año del ejercicio. Año II. México, D.F., a 3 de septiembre de 1993. No. 9
  
- \* Diario de los Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Año III. México D.F., miércoles 23 de febrero de 1994. No.11
  
- \* Diario de los Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Segundo período de sesiones ordinarias del tercer año de ejercicio. Año III. México D.F., miércoles 29 de junio de 1994. No. 24. 1269 pags.
  
- \* Diario Oficial del 4 de abril de 1973. Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica relativo al contenido de las transmisiones en radio y televisión.
  
- \* Ensayo de un diccionario de política y administración pública. Tomo II. Colegio de Licenciados en Ciencias Políticas y Administración Pública A.C. Primera edición. México, 1980. 698 pp.
  
- \* Informe Global sobre el monitoreo de noticiarios de radio y televisión de los lineamientos sugeridos por la Comisión de Radiodifusión a la Cámara Nacional

de la Industria de Radio y Televisión. Período: miércoles 22 de junio al martes 16 de agosto de 1994.

\* Ley Federal de Radio y Televisión. Publicada en el Diario Oficial del 19 de enero de 1960.

\* Lijphart, Arend. Las Democracias Contemporáneas. Un estudio comparado. Editorial Ariel, S.A. Barcelona, 1991. 2a. edición pp.

\* Memorias del Proceso Electoral Federal de 1991. Tomo III, Volumen I. Partidos Políticos. Instituto Federal Electoral. México, 1993. 291 pp.

\* Memoria sobre prerrogativas de radio y televisión: 1992, 1993 y 1994. Instituto Federal Electoral. Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos. Septiembre de 1994 (Informe inédito). 84 pp.

\* Reforma política. Gaceta informativa de la Comisión Federal Electoral. Tomo II. Abril de 1977. Comentarios. México, 1977. 519 pp.

\* Reforma política. Gaceta informativa de la Comisión Federal Electoral. Tomo III. Reformas a la Constitución. México, 1978. 381 pp.

\* Plataformas Electorales Federales de 1994. Instituto Federal Electoral. 471pp.

\* *Woldenberg, José y Aguirre Pedro. Sistemas políticos, partidos y elecciones. Estudios comparados. Trazos Centro de Investigación A.C. México, 1993. 484 pp.*

## **HEMEROGRAFÍA.**

\* *Albarrán de Alba, Gerardo. "Zabludovsky pone 24 Horas al servicio de la promoción acelerada de la imagen de Zedillo". Proceso. 4 de julio de 1994. p.6.*

\* *Corro, Salvador. "De los gobiernos priistas, Emilio Azcárraga ha recibido todos los favores" Proceso. 4 de julio de 1994. p.6*

\* *"Democracia en los medios de comunicación" El Día. 7 de junio de 1994. p.7*

\* *"Entrevista con DFC". La Jornada. 2 de agosto de 1994. p.6*

\* *"La libertad de expresión no es patrimonio de grupos". Excélsior 8 de junio de 1994. p.4-42.*

\* *Monsiváis, Carlos. "Notas sobre la campaña electoral de 1988 (II)" La Jornada. 13 de julio de 1988. p.17*

\* *Musacchio, Humberto. "Reforma política" Ovaciones. 4 de abril de 1977.*

\* Musacchio, Humberto. " Medios electrónicos, ventanas a la nada". Voz y Voto. Política y Elecciones. Número 9. Noviembre de 1993. págs.18-19

\* " Ni mordaza ni persecución a los comunicadores: DFC". Excélsior. 8 de junio de 1994. págs.1-26

\* Riva Palacio, Raymundo. " Entremés dominical". El Financiero. Domingo 23 de enero de 1994.

\* " Sin sanción, las estaciones que rebasaron el plazo para la difusión de las campañas". El Financiero. Domingo 4 de septiembre de 1994.

\* Textos de los Acuerdos Suscritos por los Partidos Políticos Nacionales. "Compromiso por la paz, la democracia y la justicia". Jueves de Excélsior. Febrero 3 de 1994. No. 3733. Año 72. págs. 30-31

\* Trejo, Raúl. " Propuestas para una política gubernamental de comunicación social". 10 pags.

\* Trejo, Raúl. "Un código de ética para los medios". Excélsior. 17 de octubre de 1994.

\* Woldenberg, José. " Más vale prevenir que lamentar". Nexos. Agosto de 1993. No. 188. pags. 64-68

\* Excélsior. Domingo 10 de julio de 1994. p.1-39.

\* **Excelsior.** 10 de julio de 1994.

\* **El Financiero.** 12 de julio de 1994.