

77

Ay



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

ANALISIS DEL EDITORIAL DE LOS DIARIOS
EL UNIVERSAL Y LA JORNADA DURANTE LA
CAMPAÑA PRIISTA HACIA LA PRESIDENCIA
DE LA REPUBLICA (1994-2000).

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 :
N. ESTEFANY LOPEZ CAYETANO



ASESORA: EMMA GUTIERREZ GONZALEZ

MEXICO, D. F.

SEPTIEMBRE DE 1996

TESIS CON FALLA DE ORIGEN
TESIS CON 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.

AGRADECIMIENTOS.

A mi papá:

gracias... por ser el ejemplo, el pilar en mi vida, por enseñarme los mejores valores de la vida y sobre todo por seguir mi lado, te dedicó este trabajo.

A mi mamá:

gracias... por darme la vida, por enseñarme a dar mis primeros pasos y seguir caminando conmigo, a ti te dedicó lo mejor de mi vida.

A Cachito y Alfredo:

gracias...por compartir conmigo los juegos, las risas, el espacio de nuestra casa pero, sobre todo su existencia.

A mis abuelos:

gracias.... por regalarme a mis padres y ser el inicio de una gran familia.

Bere y Romi:

muchísimas gracias por seguir junto a mí en este largo camino que es la vida, por compartir sueños e ilusiones, las tres vamos de la mano. Agradezco cada palabra de aliento, cada consejo, su amistad, pero sobre todo gracias por existir, son lo mejor que me ha pasado en mi vida, las quiero mucho.

Ilyana:

gracias...por dejarme crecer junto a ti, por entrar en mi vida y seguir en ella, eres la mejor de las amigas, te quiero mucho.,

A Claudia, Gaby, Sofia y Roberto:

gracias por compartir la mejor época de nuestra vida. la escuela, los recuerdo siempre.

A mi asesora, Emma:

No tengo palabras para agradecer tus atinados consejos, sobre todo gracias por ser mi maestra y mi amiga. representas el alma de este trabajo.

A todos aquellos que tengo la oportunidad de querer como mi familia, a los Cano, Mancinas y Herrera. Mayra no tengo palabras para decirte gracias por tu tiempo y esfuerzo, güera eres sensacional.

A mis tíos y amigos gracias por alentarme día con día, son parte importante en la realización de mis sueños.

A mi querida Facultad de Ciencias Políticas y Sociales gracias... por recibirme y formarme en sus aulas; dentro de ella aprendí muchas cosas, pero la más importante fue, enseñarme a amar a mi profesión.

Pero sobre todo gracias a la vida que me da la oportunidad de seguir aquí, junto a las personas que más quiero.

INDICE.

	PAG.
INTRODUCCION	6
CAPITULO I.- Los géneros periodísticos de Opinión en el periodismo.	
1.1. La diferencia entre informar y opinar.	15
1.2. El editorial.	23
CAPITULO II.- El Universal y La Jornada, pasado y presente.	
2.1. Antecedentes históricos.	32
2.2. Régimen de propiedad.	42
2.3. Línea editorial.	48
2.4. El editorial, Carlos Salinas, El Universal y La Jornada.	52
CAPITULO III.- Marco político, económico y social previo a la elección del candidato.	
3.1. Luis Donald Colosio.	59
3.1.1. Chiapas.	65
3.2. Ernesto Zedillo.	69
CAPITULO IV.- Análisis de contenido.	
4.1. Rasgos históricos.	76
4.2. Hacia una definición de análisis de contenido.	81
4.3. Límites y alcances del análisis de contenido.	86
4.3.1. Enfoque cuantitativo y cualitativo.	90
4.3.2. Contenido manifiesto y contenido latente.	92

CAPITULO V.- Aplicación del análisis de contenido.	
5.1. Objetivo del análisis.	94
5.2. Elaboración de datos.	95
5.3. Hipótesis del análisis.	96
5.4. Descripción del Universo.	97
5.4.1. Muestras.	97
5.4.2. Tiempo de estudio.	100
5.5. Tipos de unidades de análisis.	103
5.6. Categorías de análisis.	103
5.6.1. Definición de las categorías de análisis.	106
5.7. Cuantificación y expresión de las categorías de análisis.	110
CONCLUSIONES.	133
BIBLIOGRAFÍA.	143
HEMEROGRAFÍA.	145

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo tiene la finalidad de dar a conocer cómo dos medios de comunicación mexicanos tratan un tema de especial interés para el país; la campaña presidencial del partido en el poder, dentro de su línea institucional de pensamiento, el editorial.

El tema de la campaña presidencial del P.R.I., no sólo cobra importancia por ser el partido que ha llevado las riendas del país en los últimos 65 años; sino que además, el camino a las elecciones del 21 de agosto se vieron afectadas por el asesinato de su candidato número doce, Luis Donaldo Colosio.

A lo anterior debemos agregar la declaración de guerra hecha en Chiapas, a sólo 33 días de la nominación coloslsta, y la atención que acaparó este acontecimiento dentro de los medios de comunicación mexicanos.

No sólo el problema chiapaneco ensombreció el proselitismo priísta, con él, Manuel Camacho Solís cobra la atención de los medios como Comisionado para la Paz y con su incesante amenaza de contender en las elecciones presidenciales por un partido ajeno al suyo; así desplazó a segundo término el trabajo del P.R.I. y de su candidato.

La campaña priísta cobra relevancia a partir del 23 de marzo de 1994; en un acto proselitista el candidato del P.R.I. era violentamente muerto y con ello, se ponía fin a 65 años de cambio de poder por vía pacífica reflejando el clima de inseguridad y violencia reinante en el país.

En medio de esta crisis de credibilidad, a cinco meses de las elecciones presidenciales, con la herencia de un fraude electoral en 1986, violencia, inseguridad y sobre todo falta de credibilidad en el gobierno, el 29 de marzo Ernesto Zedillo Ponce de León reeleva al extinto Luis Donaldo Colosio; con ello se abre la segunda etapa de la campaña política del Revolucionario Institucional.

El tiempo de campaña era mínimo con relación a otros partidos, así los medios de comunicación representaban la vía más propicia para difundir la oferta política, al igual que se preparaba la propaganda del nuevo candidato surgido dentro de la "generación del cambio".

La campaña del P.R.I. hacia las elecciones presidenciales de 1994 tiene dos momentos, la muerte de Colosio por un lado, y la rápida designación de Zedillo como candidato; por lo cual, resulta de interés conocer cómo El Universal y La Jornada dentro de su espacio editorial, afrontaron a la campaña proselitista dentro del periodo en que se desarrolló.

La investigación se basa en la técnica del análisis de contenido; aplicado a los editoriales de ambos diarios para conocer el grado de apoyo expresado, los temas que fueron abordados dentro de la campaña e identificar con mayor facilidad la línea editorial de ambos medios.

El periodo de estudio quedó comprendido del 29 de Noviembre de 1993, al 22 de Agosto de 1994, fechas que fueron determinadas tomando en cuenta dos aspectos; la primera marca la publicación del primer editorial por la designación del pre-candidato Colosio y la segunda es precisamente un día antes cuando se desarrolla la jornada electoral en México.

La elección de la prensa, concretamente los diarios El Universal y La Jornada, fue porque representan medios donde existe más espacio dedicado a la información con relación a otros; además brinda a quién la lee la posibilidad de poder argumentar y exponer su posición frente a situaciones de interés general.

La prensa, es hoy en día uno de los medios más eficaces que se puede encontrar para hacer propaganda porque la información proporcionada al lector; en este caso por el editorial, tiene el propósito de dar a conocer un juicio, pero al mismo tiempo influye en el receptor para que éste forme su propia opinión.

En relación con otros medios, la prensa resulta accesible por ser una fuente documental susceptible de adquisición mediante su compra o consulta en lugares específicos, sin olvidar que es un medio constatable de los acontecimientos sociales.

En lo que se refiere al género periodístico de opinión, el editorial tiene entre sus características la de emitir juicios con relación a los acontecimientos más importantes del día, con la finalidad de difundir el rechazo o aceptación de ese hecho. Además permite conocer la posición del medio frente a los sucesos e identificar su ideología.

Para entender de manera más amplia las finalidades y características propias del género editorial, dentro del primer capítulo se proporcionan diferentes definiciones que a lo largo del desarrollo de los géneros periodísticos se han presentado.

No sólo con precisar al lector acerca del editorial se tendrá una base suficiente para identificar y entender al género, por ello, resultó de especial importancia determinar la diferencia que existe entre el informar y opinar.

La prensa tiene como prioridad hacer llegar a sus lectores información, pero esa función va más allá de proporcionar los datos sobresalientes de los hechos. La opinión que pueda encontrar el lector dentro del periódico va a influir en la conformación de la propia, pero también el diario como institución informativa tiene que satisfacer ciertas necesidades y, difundir su ideología es una de ellas.

Se debe subrayar que esta diferencia tiene que ser muy clara, ya que esto nos ayudará a identificar al editorial dentro de otros géneros, tanto informativos como de opinión.

El emitir una opinión a través del editorial u otro género periodístico, tiene la característica de ser subjetivo en torno al hecho, y más importancia tendrá cuando quien lo emite cuente con un respeto dentro de cualquier sociedad, como la prensa.

Por ello, se consideraron como objeto de estudio los diarios El Universal y La Jornada; por ser dentro del periodismo mexicano, medios que cuentan con la solidez histórica y el reconocimiento dentro de la sociedad.

El Universal cuenta con una historia que se remonta en sus inicios al año de 1916, y a través de sus casi ochenta años de vida se ha convertido en pilar del periodismo en nuestro país.

La Jornada puede considerarse como un periódico joven; aparece en el mercado apenas hace once años, factor que no ha impedido que sea hoy en día uno de los diarios con una circulación diaria de 80 mil ejemplares, llegando a un número considerable de lectores.

Ambos rotativos gozan del reconocimiento dentro del periodismo nacional; por ello, cuando una noticia es abordada dentro del editorial de ambos periódicos, representa una influencia en la opinión pública, además de significar una posición respetada en los círculos políticos.

Dentro del segundo apartado se da cuenta de la historia que respalda a El Universal y La Jornada pero, también se hace alusión al régimen de propiedad de ambos.

El régimen de propiedad en la que opera un periódico tiene una estrecha relación con la línea editorial que guarda. Dentro del periodismo en México se da en sociedad anónima o en sociedad cooperativa.

Por un lado, El Universal se rige bajo el régimen de sociedad anónima y La Jornada en cooperativa; elemento que resalta porque ambos difieren en su estado de propiedad y por lo tanto en quién decide la línea institucional de pensamiento a seguir.

Para identificar la ideología de los medios, no sólo basta con conocer su forma de propiedad; por eso, se pensó en la necesidad de realizar un análisis de la relación que guardaban ambos rotativos con el entonces presidente Carlos Salinas.

Basándonos en una lectura crítica de los editoriales de El Universal y La Jornada, se extrajeron elementos que hicieron posible identificar mejor la posición editorial, además de servir como un antecedente para el análisis de la campaña priísta.

Como resulta en ocasiones difícil analizar un hecho sin relacionarlo con el contexto en que aparece, en el tercer capítulo se hace un recuento del marco político, económico y social previo a la elección del aspirante del Revolucionario Institucional.

Ambos rotativos gozan del reconocimiento dentro del periodismo nacional; por ello, cuando una noticia es abordada dentro del editorial de ambos periódicos, representa una influencia en la opinión pública, además de significar una posición respetada en los círculos políticos.

Dentro del segundo apartado se da cuenta de la historia que respalda a El Universal y La Jornada pero, también se hace alusión al régimen de propiedad de ambos.

El régimen de propiedad en la que opera un periódico tiene una estrecha relación con la línea editorial que guarda. Dentro del periodismo en México se da en sociedad anónima o en sociedad cooperativa.

Por un lado, El Universal se rige bajo el régimen de sociedad anónima y La Jornada en cooperativa; elemento que resalta porque ambos difieren en su estado de propiedad y por lo tanto en quién decide la línea institucional de pensamiento a seguir.

Para identificar la ideología de los medios, no sólo basta con conocer su forma de propiedad; por eso, se pensó en la necesidad de realizar un análisis de la relación que guardaban ambos rotativos con el entonces presidente Carlos Salinas.

Basándonos en una lectura crítica de los editoriales de El Universal y La Jornada, se extrajeron elementos que hicieron posible identificar mejor la posición editorial, además de servir como un antecedente para el análisis de la campaña priísta.

Como resulta en ocasiones difícil analizar un hecho sin relacionarlo con el contexto en que aparece, en el tercer capítulo se hace un recuento del marco político, económico y social previo a la elección del aspirante del Revolucionario Institucional.

Veremos a través de su lectura como la elección del pretendiente priista guarda una expectación dentro de toda la sociedad mexicana; sobre todo en la clase política, ya que durante 65 años el Partido Revolucionario Institucional no ha perdido ninguna contienda electoral presidencial.

Dentro del proselitismo de Luis Donald Colosio, el problema del sureste mexicano fue una constante preocupación, no solo para el candidato y los medios, sino para toda la sociedad de México, de ahí que se decidió citar al asunto dentro de un apartado, al igual que de la gestión emprendida como candidato por Ernesto Zedillo.

A comparación de Colosio, Zedillo no tuvo frente a sí el problema de Chiapas tan latente pero, sí uno más grave; la credibilidad hacia su partido y la imagen de mártir hecha hacia Luis Donald Colosio.

El país en estos momentos sufría de muchos estragos políticos y sociales como Chiapas, la muerte de un candidato, una ola de secuestros y el llamado urgente por la sociedad y partidos para llevar a cabo unas elecciones limpias.

Todo se tornaba difícil desde que Colosio fue favorecido por su partido el 28 de Noviembre. Los siguientes tres meses su antiguo compañero de gabinete Manuel Camacho y su doble juego para arrebatarse la candidatura habrían de permanecer a lo largo de su campaña; sólo un día antes de su muerte pudo librarse Colosio del lastre Camachista, cuando hizo un pronunciamiento público en el que desistía de convertirse en candidato presidencial.

Para el 29 de marzo, Ernesto Zedillo toma la batuta de Colosio, y la obligación de comunicar credibilidad, más que con sus palabras con sus acciones.

Las bases proporcionadas dentro de los capítulos anteriores acerca del editorial, los medios de comunicación en estudio y la importancia del tema a investigar nos conducen ahora a determinar la técnica que ha de utilizarse para desentrañar al editorial con relación al tema.

Para acercarnos a la idea de la técnica del análisis de contenido, dentro del capítulo cuarto se hizo un esbozo de los rasgos más sobresalientes de esta técnica de investigación.

Se hace referencia a los primeros pasos que se dieron en torno a él, ya que ello marca los elementos suficientes para identificar su importancia, desarrollo y contribuciones hechas dentro del estudio de la comunicación.

De la misma manera que es relevante conocer el origen de la técnica, también lo es penetrar en las definiciones que se han aportado. En este sentido se proporcionan una serie de conceptos de las diferentes propuestas hechas para definir lo que es el análisis de contenido.

Esta técnica aplicable a las ciencias sociales, ha registrado algunas aportaciones en lo que se refiere a sus límites y alcances, a su contenido manifiesto y latente, y en su aspecto cuantitativo y cualitativo; por ello, estos aspectos también fueron abordados para acercarnos a una propuesta más clara de lo que es y cómo se utiliza esta herramienta de investigación.

En el último capítulo se engloban los conceptos del editorial, la campaña priísta y la técnica del análisis de contenido.

Es aquí cuando se desarrolló la parte práctica de la técnica. Dentro de este apartado podemos encontrar algunas de las metas que se pretenden alcanzar aplicando el análisis de contenido. Se agrega al texto los objetivos y la hipótesis porque se consideró trascendente que el lector tenga claro lo que se persigue.

Se puede también encontrar un desglose de lo que fue necesario para realizar el análisis y la cantidad de muestras. Se detalla el número y características de los editoriales para la investigación.

El tiempo de estudio queda también asentado como elemento indispensable; al igual que los pasos realizados para determinar las categorías de análisis y su definición, que ayuda a entender su importancia y del porqué de su elección.

En la última parte se ubica el análisis mismo de los editoriales de la campaña priísta de ambos diarios. A través de su lectura encontramos cómo las diferentes categorías se contextualizan dentro del editorial, al igual que van cuantificándose el número de ellas para arrojar los productos que ahí se presentan.

Los resultados obtenidos fueron fruto de un arduo trabajo de clasificación, lectura y comprensión de cada muestra o editorial. La consecución de ello es presentado a través de gráficas ya que es la manera más clara de observar sus diferencias.

Los temas fueron abordados de lo general a lo particular, según las categorías de análisis. Al final se realizó un conteo de editoriales dedicado a cada candidato durante su tiempo de proselitismo, al igual que de los asuntos en los que más hincapié hicieron.

Siempre es importante conocer cómo los medios de comunicación son testigos de la realidad de una sociedad, pero resulta aún más interesante enfocarse a dos medios sobresalientes y desmembrar la manera en que abordan un tema de especial interés para México.

Los medios de comunicación son y serán una influencia dentro de la opinión y difusión de los hechos en cualquier sociedad, y si a esto le aumentamos ser testigos de esa realidad social resultan parte medular dentro de cualquier sociedad contemporánea.

CAPÍTULO I. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE OPINIÓN EN EL PERIODISMO.

1.1. La diferencia entre informar y opinar.

La característica trascendente del periodismo actual es darle una interpretación a los acontecimientos sociales que ocurren dentro de una colectividad, con la finalidad de que la sociedad entienda y reflexione lo que sucede a su alrededor.

Esta interpretación de los hechos; al igual que en otras disciplinas como en la literatura, las artes, el cine, etc. tiene un doble objetivo, el comprender y expresar. Entendamos por comprender el "encontrar justificados o naturales los actos o sentimientos de otros¹", mientras que expresar significa el "manifestar con palabras lo que uno quiere dar a entender²". Dentro del periodismo, esta interpretación nos ayuda a comprender lo que sucede en la sociedad, teniendo el periodismo diferentes formas y canales de expresión.

Los medios de comunicación representan los diferentes canales de expresión con los que cuenta el periodismo para la interpretación de los acontecimientos sociales; por lo tanto, también se les puede considerar receptores y emisores de mensajes; porque los recibe - ya sea a través de sus reporteros, agencias informativas, comunicados, boletines de prensa, etcétera-, los transforma y difunde nuevos mensajes.

Las formas con las que cuenta el periodismo para la interpretación de los acontecimientos sociales, o de la realidad social, se basan en lo que Lorenzo Gomis denomina supuestos, entre los que destacan los siguientes:

¹ Et. Al. Diccionario Enciclopédico Quillet. Tomo I

² Ob. Cit. Tomo II

- La fragmentación en períodos.
- La fragmentación en unidades completas e independientes; conocidos como hechos, susceptibles de ser explicados en forma de noticias.
- Por las diferentes formas que puede tomar la noticia, que permitan entender mejor su interpretación.

Cuando se menciona a la interpretación de los acontecimientos sociales bajo el supuesto de fragmentación en períodos, nos referimos a que el ejercicio periodístico está fuertemente operado por el factor tiempo. Comúnmente siempre se busca dar una explicación a la realidad dentro de un período determinado; es decir, se busca lo más reciente.

En relación con lo anterior, el periodismo "opera por reducción. No trata de interpretar toda la realidad sino un fragmento de ella: un período³".

Esto nos lleva a reconocer la estrecha relación entre la interpretación de un período y la periodicidad del medio que la publica. Resulta de suma importancia "no cuando pasen las cosas, sino cuando las decimos⁴".

Una noticia es considerada como tal cuando existen ciertos factores de interés como el de "actualidad", que se refiere al momento en que la noticia es difundida, y no al momento en que se produce. Un periódico proporciona a su lector noticias frescas, diarias; en cambio, una publicación semanal da a conocer esa noticia que se le considera ya como historia porque fue difundida por otro medio con anticipación.

³ Lorenzo Gomis, Teoría del Periodismo, pág. 39

⁴ Ob. Cit. pág. 40

El siguiente supuesto es el que se refiere a la fragmentación de la interpretación de los acontecimientos sociales bajo dos premisas; en hechos y noticias. Los hechos son considerados "unidades independientes" susceptibles de ser elaboradas, redactadas y comunicadas al público en forma de noticias.

Una de las metas más inmediatas de los medios de comunicación; y más precisamente del ejercicio periodístico, es difundir lo que sucede dentro de una colectividad o sea los hechos pero, para que esos hechos sean comprendidos y juzgados por esa colectividad tienen que ser sometidos a un tratamiento, "hay que comprobarlo, (verificarlo) y completarlo. Sobre todo hay que redactarlo⁵" para que nuestro producto final sea la noticia.

Concretamente no podemos estimar cualquier hecho; aún verificándolo, complementándolo y redactándolo como noticia, ya que para considerarla como tal es necesario que cumpla ciertos requisitos.

Debemos de tomar en cuenta aspectos importantes para conceptuar el hecho en noticia de interés general; y para ello es necesario considerar ciertos elementos conocidos como "factores de interés periodístico". Existen varios factores de interés periodístico citemos aquellos que comúnmente se observan en el ejercicio reporteril:

- Actualidad.
- Conflicto
- Prominencia o Celebridad
- Proximidad

⁵ Ibidem

El factor **actualidad** quizás podría considerarse como el elemento determinante dentro de la tarea periodística porque al lector de noticias le interesa conocer lo más reciente; lo más nuevo, lo que probablemente al día siguiente se considere como historia.

A este factor de interés periodístico podemos relacionarlo con el supuesto de fragmentación en períodos de la interpretación de los acontecimientos sociales considerados noticia; porque ésta cobra su actualidad en el momento que es publicada por el medio de comunicación, cuando se difunde y no cuando se produce. Agregando antecedentes ignorados a un hecho no actual, puede despertar interés en una colectividad y así cobrar actualidad.

El **conflicto** se refiere a la diferencia que pueda existir entre distintas corrientes de pensamiento frente a determinados conceptos como en la economía, la política ó lo social. No van a tener una misma opinión acerca de la economía de su país dos personas que militen en partidos políticos diferentes; siempre las opiniones encontradas de personas reconocidas en temas específicos resulta de interés al lector y se consideran como noticias.

El factor **prominencia** también es reconocido como factor de **celebridad**, y se refiere a la relevancia que poseen algunas personas, objetos o lugares. Las personalidades importantes dentro de la vida social; ya sea por sus comentarios o actividades públicas siempre serán noticia, por lo tanto regularmente se hacen presentes en las noticias de un diario.

Cuando un hecho acontece dentro, contiguo o junto a una colectividad, cobra mayor importancia para las personas que sean afectadas por ese hecho. Siempre existe

mayor interés por conocer lo más cercano e inmediato que sucede a nuestro alrededor; se tiene mayor interés en función de la proximidad de la noticia.

Para poder seguir adelante debemos de tomar en cuenta la diferencia existente entre la noticia y la nota informativa, porque entre algunos teóricos del periodismo hay autores que enmarcan a la noticia y a la nota informativa como un mismo producto. La noticia representa el resultado de un hecho que despierta el interés dentro de una sociedad y debe reunir ciertos requisitos como los anteriormente citados; mientras que se denomina "nota informativa" al texto periodístico que trata en forma directa y descriptiva a la noticia.

La noticia puede ser sometida a un tratamiento periodístico que dé paso a diferentes textos como la nota informativa, el reportaje, la crónica, el artículo de fondo, el editorial, etcétera. La noticia tiene tantos tintes como géneros periodísticos existen.

Es prudente recordar que el periodismo nace por la necesidad de informar, divertir, orientar, educar, etcétera; con el firme propósito de tener al mayor número de personas informadas en cualquier lugar donde se encuentren.

Dentro del periodismo encontramos diferentes formas de expresión que ayudan a asimilar de manera inmediata la interpretación de los acontecimientos sociales considerados como noticia. Al igual que en la literatura existe una clasificación de los textos; con características propias del género que nos ayudan a identificarlo, en el periodismo se presenta también una división entre los textos periodísticos determinado según su carácter eminentemente informativo, interpretativo o de opinión.

El nacimiento de esta clasificación, o géneros periodísticos se da precisamente por la necesidad de ordenar a los diferentes textos informativos. A partir de la práctica, los

teóricos del periodismo se percatan de la urgencia de distinguir los diversos materiales periodísticos, así mismo, establecen una clara división que provoca una nueva organización de la teoría periodística.

En la práctica periodística un texto es realizado y reelaborado por distintas personas; por lo tanto, es de suma importancia conocer qué se está haciendo, si se trabaja con una nota informativa, un reportaje, un editorial, etcétera.

Según el contenido y la forma del texto, la clasificación de los géneros periodísticos es la siguiente:

	NOTA INFORMATIVA
A) INFORMATIVOS	ENTREVISTA
	CRÓNICA
B) INTERPRETATIVOS	REPORTAJE
	ARTÍCULO DE FONDO
C) OPINION	COLUMNA
	ENSAYO
	EDITORIAL

Los géneros periodísticos deben de cumplir y satisfacer ciertas necesidades como el informar, educar, orientar, entretener, etcétera, ya que "representan la sedimentación de la experiencia del trabajo colectivo en diversos medios de información, el dominio

técnico que distingue el profesional del periodismo de quien no lo es, la posibilidad de hacer llegar al receptor el mensaje, con relativa rapidez y seguridad⁶”.

Dentro de las necesidades a satisfacer de los géneros periodísticos retomemos dos diferentes; la necesidad de informar y la necesidad de orientar, que da paso al comentario u opinión.

Para poder identificar dentro de un texto periodístico su carácter informativo u opinativo debemos reconocer su función; es decir, la aportación que hace frente a otros textos. Lo anterior nos permitirá determinar si su contenido es informativo u opinativo.

Para comprender mejor ejemplifiquemos lo anterior. Cuando una persona reconocida dentro de cualquier círculo, ya sea económico, político o social emite un comentario trascendente y se considera como noticia, entonces el periodista lo dará a conocer al lector en forma de una nota informativa; en cambio, el hacedor de editoriales o de cualquier otro género de opinión, retomará esos comentarios, los reforzará, manejará ideas y proporcionará una conclusión en su escrito.

Dentro de la nota informativa su principal función es dar a conocer el suceso; mientras que, en los géneros de opinión, su labor es meramente opinativa frente a esos hechos.

Hay que tener presente que dentro del periodismo todo es informativo, pero depende de la función que cumpla, de la manera en que sea redactado y de las características propias del texto, podemos ubicarlo dentro de lo opinativo, informativo o interpretativo.

⁶ Lorenzo Gomis. Ob. Cit. pág. 47

La nota informativa es el instrumento que se aboca, exclusivamente, a difundir con exactitud, rapidez y claridad un hecho nuevo, reciente; en cambio en el reportaje existe una aproximación del lector frente a los hechos, con la finalidad de que entienda y sienta lo acontecido, se busca dar una interpretación de la noticia. La entrevista en cambio, se propone dar a conocer a una persona. Aproxima al periodista y al entrevistado y al entrevistado con el lector. Por su parte la crónica relata un hecho en tiempo y espacio.

Una noticia puede tomar todas las funciones o géneros anteriormente citados, sin dejar a un lado que también puede ser presentada como editorial, artículo de fondo, columna, etcétera.

Consideramos entonces a la noticia como un producto susceptible de tener diferentes funciones dentro del periodismo, tanto puede informar como puede dar paso a la opinión.

El objetivo entre "informar" y "opinar" es diferente, porque cuando informamos nos abocamos al hecho y a la manera en que se desarrolló; en cambio, "el comentario se sitúa a cierta distancia del hecho y esboza una reacción ante él, una respuesta que puede tomar forma de una acción o quedarse en el juicio⁷".

Para determinar con claridad la diferencia entre estos dos conceptos vemos que informar se define como la manera de "dar forma sustancial a una cosa⁸", mientras que opinar es reflexionar "sobre las razones, posibilidades o conjeturas referentes a la verdad o certeza de una cosa⁹".

⁷ Ibidem

⁸ Et. Al. Diccionario Enciclopédico Gillet. Tomo III

⁹ Ibidem. Tomo IV

Opinar tiene el particular de emitir juicios; ya sea personales o de toda una colectividad, encontrando estos juicios, dentro de los textos periodísticos, una clasificación según se estructura. Estos textos dentro de los géneros periodísticos según su forma y función se dividen en: artículo de fondo, columna, ensayo y editorial.

1.2. El editorial.

El editorial es el género periodístico de opinión mediante "el cual una publicación da a conocer sus puntos de vista sobre un acontecimiento de interés actual"¹⁰.

Indiscutiblemente, el editorial sostiene una doctrina con la finalidad de propagarla a sus lectores; es la personalidad del medio frente a sus receptores.

Algunos teóricos del periodismo enmarcan el editorial como uno de los géneros de opinión más complejos porque refleja una posición institucional determinada con relación a los hechos de interés, y quien lo elabora debe estar perfectamente identificado con la política del medio.

El editorial nace como la forma de encarar a los acontecimientos que ocurren a nuestro alrededor. Cabe recordar que los primeros rasgos del periodismo fueron precisamente dentro de lo crítico.

Para poder entender más acerca del editorial Bond Frase la enmarca como "la forma de exponer lo que el periódico mismo piensa"¹¹.

¹⁰ Vicente Leñero y Carlos Marín. Manual de Periodismo. pág. 288

¹¹ Fraser Bond. Introducción al Periodismo. pág. 260

Martínez Albertos entiende por editorial el escrito que "valora e interpreta un hecho de especial trascendencia o relevante importancia"¹².

Identifiquemos en el editorial a uno de los textos más importantes que realiza cualquier empresa periodística, ya que plasma a través de sus líneas la posición que custodia frente a los acontecimientos más trascendentes dentro de cualquier sociedad. El editorial por su importancia, tiene un lugar muy especial dentro de lo que se conoce en un diario como "la página editorial".

La página editorial también está constituida por artículos de fondo, caricaturas y ensayos; generalmente. La finalidad de tener opiniones equilibradas, provenientes de otras fuentes, es la de ofrecer una variedad de conceptos sólidamente respaldados por quienes las realizan en beneficio de los lectores.

Por la trascendencia del editorial, su realización es la tarea más delicada dentro del diario por el compromiso que representa frente al lector. Esta labor es encomendada a quienes se denomina "grupo de editorialistas".

Algunos autores mencionan imposible que una persona realice toda la tarea editorialista, porque un solo individuo no es capaz de conocer totalmente la ideología de la empresa periodística; además se necesita el auxilio de personas especializadas en temas específicos como en economía, política, etcétera que apoyen en la redacción del texto.

¹² José Luis Martínez Aibertos. Redacción Periodística, pág. 143

Gracias al auxilio de personas especializadas, no se deja pasar por alto la función del editorialista de ayudar a que el lector entienda, mientras que la del periodista es hacer saber al lector de los acontecimientos.

Por lo valioso y delicado del editorial, la experiencia profesional de quien los realiza es sustancial; inclusive la podemos calificar determinante para que un periodista se incorpore al equipo editorial de un diario, ya que el texto hace una radiografía de la ideología del medio frente a la sociedad en general.

Para entender más acerca del editorial, haremos un pequeño escueto de otros géneros de opinión como el artículo de fondo, columna y el ensayo.

El artículo de fondo, como su nombre lo indica, va al fondo de los temas. El autor va a tratar de interpretar, dar su opinión y juicio frente a hechos de interés general.

Como una de las finalidades del artículo es ir al fondo; estos escritos deben ser realizados por especialistas en el tema. En contraste con la noticia, el artículo de fondo da a conocer la opinión del autor subjetiva y objetivamente.

A diferencia del artículo, el editorial se basa en hechos de actualidad; se apega más a la noticia reciente. El editorial tiene su antecedente en la noticia más importante del día, generalmente, en la primera plana, mientras que el tema de un artículo de fondo puede no ser actual.

Ambos géneros no tiene rigurosamente una finalidad informativa, tienen la característica primordial de manejar ideas y expresarlas para manifestar su carácter de rechazo o aceptación frente a hechos de interés social.

Gonzalo Martín Vivaldi define al artículo como "un escrito variado y amplio contenido, de varia y muy diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho¹³".

Entendemos al artículo de fondo como un escrito personal, con variabilidad de temas y quizás de los más dinámicos dentro del ejercicio periodístico. El escrito debe de ir firmado, ya que con ello su autor se hace responsable de todo lo que hay en su contenido.

Comparando ambos géneros observamos al editorial como el escrito que refleja la línea política de un diario; mientras que el artículo de fondo se diferencia por la cualidad de ser la reflexión de una sola persona; y no de una colectividad, por lo tanto debe de ir firmado por su autor.

La firma no refleja estrictamente la existencia de un contraste entre la línea ideológica del medio y la del autor, sino que con ella el autor se hace responsable único de lo que en su texto aparece. Generalmente existe similitud en el punto de vista periódico- autor.

La necesidad de crear un espacio donde la información y el comentario se hicieran presentes fueron dos factores determinantes para el nacimiento de la columna.

De los elementos que guarda la columna podremos resaltar la interpretación, el análisis, la valoración y el enjuiciamiento. La columna siempre debe ser respaldada por la firma del autor; que al igual que en el artículo de fondo, su contenido es responsabilidad de quién la escribe.

¹³ Gonzalo Martín Vivaldi. Géneros Periodísticos. pág. 176

Para Martínez Albertos la columna es "un artículo interpretativo, orientador, analítico, enjuiciativo, valorativo¹⁴". Este género tiene un título general y permanente, además puede tratar uno o varios temas dentro de ella con un lenguaje muy personal.

A diferencia de la noticia, la columna tiene un manejo libre del lenguaje. El autor desarrolla un estilo propio ya sea argumentando, describiendo, narrando, etcétera, sin olvidar la obligación que tiene de presentar la información completa a su lector.

Existe semejanza entre el artículo de fondo y la columna, ya que en ambos puede darse una libertad temática y de redacción; aunque el artículo de fondo se considera más monotemático que la columna dentro de su estructura.

Otro de los géneros periodísticos de opinión es el ensayo. El ensayo por su estructura tiene más características de literario que de periodístico, pero en la actualidad existen muchas publicaciones; que generalmente están especializadas en determinados temas, que dedican espacios particulares para la publicación del género.

Al ensayo podemos identificarlo como un producto científico-literario, donde se estudia un tema determinado y se marcan aspectos trascendentes del mismo. Su denominación científica porque en él existe necesariamente un conocimiento del tema por parte de quien lo redacta, y su parte literaria porque hay dentro de su configuración una libertad en la manera de escribirlo.

Vemos que Horacio Guajardo define al ensayo como "un estudio o una monografía, publicado especialmente en diarios y revistas¹⁵".

¹⁴ José Luis Martínez Albertos. Ob. Cit. pág. 147

¹⁵ Horacio Guajardo. Elementos de Periodismo. pág. 55

Por otro lado, Mercedes Durand argumenta que dentro del ensayo "se proponen temas como filosofía, literatura, religión, etc. expone ideas, pensamientos y emociones"¹⁶.

Concluamos entonces, a partir de las definiciones presentadas, que el ensayo lo podemos calificar como uno de los géneros más completos; tanto literaria como periodísticamente hablando, ya que existe una profundidad por parte de quien lo redacta, llegando a ser una conexión con el lector.

El ensayo periodístico en relación con el artículo de opinión será presentado de manera más extensa. Se ubica del lado contrario de la noticia, porque el ensayo refleja conclusiones, ideas, hallazgos, etcétera. Pueden abordarse infinidad de temas en este género, pero comúnmente se realizan de libros, política, cuestiones artísticas, etcétera, encontrando en revistas especializadas mayores espacios en relación con la prensa.

A diferencia del editorial, el ensayo es un trabajo que aporta muchas ideas y conceptos de manera más profunda; en cambio el editorial, maneja su propia idea frente a acontecimientos recientes para aprobarlos o condenarlos, en un espacio determinado.

El editorial funge como la conciencia del medio sin dejar de lado su muy limitado estilo informativo como claridad, concisión y brevedad. Estos elementos son de particular importancia porque a través de este género el periódico da a conocer su personalidad.

La idea de plasmar la ideología de toda una institución por medio del editorial no se presenta exclusivamente en la prensa diaria. Actualmente el periodismo, dentro de otros medios como la radio, la televisión y publicaciones periódicas, recurren a ese género de

¹⁶ Mercedes Durand. Cuadernos de Trabajo de Géneros Periodísticos de Opinión. Pág. 149

opinión para proporcionar a su público la posibilidad de identificar su posición frente a las noticias de interés social.

Encontraremos con mayor facilidad a este género dentro de la prensa escrita, pero no es exclusiva de este medio. El editorial dentro de los diarios adquiere más presencia por su mayor duración en relación con otros medios, quizás por ello comúnmente se le relacione con el periodismo escrito.

Su importancia radica en que a través de él, expresa el periódico sus ideas además de que el lector encuentra en este género la posibilidad de una interpretación experta de los acontecimientos más importantes, es decir, orienta a la opinión pública.

Entre las características del editorial algunos autores teóricos del periodismo coinciden en que el texto no debe de ir firmado, porque a través de él se representa a toda una institución periodística, y no a una particular ideología; por lo tanto, el editorial es responsabilidad de la empresa que lo publica tanto social como legalmente.

Dentro de la manera en que es configurado un texto editorial se pueden retomar las siguientes características de su estructura; primero se presenta una breve explicación del tema, luego se pasa a dar una interpretación del mismo para posteriormente dar una evaluación del asunto. El lector de editoriales debe comprender el tema y tratar de adentrarse en los comentarios que se realizan sobre él.

Algunos estudiosos de la teoría periodística recomiendan que para su configuración se tome también en cuenta que desde la entrada exista una opinión, para que se anticipe al lector su contenido, se atrape la atención del mismo y no llegue a perderse en su lectura.

En cuanto a los elementos lingüísticos del editorial, Horacio Guajardo toma en consideración tres fundamentales que no deben dejar pasar cualquier "equipo de editorialistas", y son los siguientes:

- a) "lenguaje fluido y accesible.
- b) temas de interés general.
- c) elaboración clara, precisa y sintética¹⁷".

El editorial debe ser redactado con claridad y lógica ya que si dejamos pasar estos principios caeremos en rebuscamientos, impidiendo su lectura ágil y comprensible. Este tipo de textos son ricos en ideas pero deben de estar bien fundamentadas, con un sustento; por lo tanto deben de ser redactadas sin rodeos, tratar el tema directamente.

Además de profundizar en el tema, estamos obligados a no caer en exageraciones, podemos predecir alguna consecuencia pero dentro de lineamientos bien definidos que provoquen al receptor su inquietud y lo obliguen a reflexionar. Cuando un editorial contiene todos los anteriores elementos, llega a convertirse en una correa de transmisión de conocimientos.

El editorial podemos considerarlo dentro de los géneros más importantes que realiza cualquier empresa periodística, porque es la clara lupa que determina la política que sigue un diario frente a acontecimientos sociales de interés general. Este género es una de las cosechas más trascendentes dentro de la tarea periodística; resulta ser la mayor satisfacción de cualquier periodista el colaborar de alguna manera en la "página editorial".

¹⁷ Alberto Dallal. Lenguajes Periodísticos. Pág 52

El editorial es un género periodístico de compleja configuración, porque en cada una de las palabras plasmadas en él se difunde la ideología de una institución, testigo cercano de los acontecimientos acaecidos dentro de cualquier sociedad, e influye con ellos entre sus receptores.

CAPÍTULO II.

"EL UNIVERSAL" Y "LA JORNADA", PASADO Y PRESENTE.

2.1. Antecedentes históricos.

"El Universal".

Con rezagos aún de la lucha revolucionaria; y en busca de fortalecer ideas y demandas de la disputa armada, nace el periódico *El Universal* fundado por el ingeniero Felix Fulgencio Palavicini, floreciendo al mercado su número inicial el 1o de octubre de 1916.

Se debe mencionar que junto con el periódico Excelsior -fundado por Rafael Alducín, el 18 de marzo de 1917- *El Universal* es hoy en día uno de los diarios pioneros que aparecen en la ciudad de México, y actualmente aún disfrutan de circulación nacional.

Entre los primeros dirigentes de este órgano informativo destacan dentro de su Consejo de Administración las siguientes personas; "Felipe Robertson, George W. Cook, Adrian Jean, Camilo Bouhon y Angel Alvarez que nombran a Félix F. Palavicini como Director Gerente de *El Universal*¹".

La experiencia periodística del ingeniero Palavicini no da su primer pasó con la instauración de *El Universal*; ya que en 1914 dirigió "El Imparcial" y fundó en la ciudad de Veracruz un periódico llamado "El Pueblo", de ideología y protección carrancista.

¹ Tesis. María Angeles Ruiz Colln. Una experiencia de la F.C.P. y S. con el periódico "El Universal", pág. 9.

Bajo el título "Necesitamos un periodismo nacional", *El Universal* fue diseñado de acuerdo con el modelo de los periódicos norteamericanos; además de contar desde el principio con los servicios de la Agencia Noticiosa Associated Press (AP). Esta empresa periodística mexicana inicia una nueva etapa con la publicación entre sus páginas de información extranjera.

Trataba de tener cobertura nacional para que sus lectores estuvieran enterados de problemas, acontecimientos y deseos de las diferentes partes del territorio nacional.

Con una línea fuertemente conservadora, la impresión del diario se da en principio gracias a una rotativa que había sido propiedad de la "Compañía Editorial Católica", situada en la esquina de Madero y Motolinía; en un edificio denominado "Gambrius", albergaba a talleres y redacción.

Entre los pioneros de *El Universal* se encontraba Luis Manuel Rojas, Miguel Lanz Durent Sr. y Jr., José Uguarte, Pedro Malabeahar, Gregorio López y Fuentes y Armando Chávez Camacho.

Desde su debut en el mercado periodístico, *El Universal* buscó de manera primordial la transmisión de noticias frente a comentarios de sus colaboradores; en un espacio de ocho páginas, dando un empuje a la producción industrial de la prensa ya que además "surgieron oficios como el de los linotipistas, los impresores y los correctores de estilo. Los periodistas se convirtieron en asalariados, y se creó una división del trabajo entre los editores, jefes de redacción, editorialistas, columnistas, reporteros, etc²".

² Karin Bohman. Medios de comunicación y sistemas informativos en México, pág. 70

Con el paso del tiempo se crean nuevas secciones como "El semanario Cultural", "El Latinoamericano", "Lunes Deportivos", la sección internacional, entre otras.

Dentro del equipo de redactores estuvo Rafael Solana, Amado Nervo, Luis G. Urbina, Ramón López Velarde, Jerónimo Croinad y Luis Arquistán; estos últimos como colaboradores, además de Carlos Alcalde como caricaturista.

En 1917 se crea "*El Universal Ilustrado*", "revista semanal que apoya la divulgación de la cultura, al cine mudo, y los espectáculos teatrales³"; quien para llegar a toda clase de personas, ofrecía nuevas opciones dentro del periodismo nacional.

Para 1918 aparece Luis Miguel Rojas como nuevo director general; pero en 1919 retorna Palavicini, quien retoma la dirección formalmente el 10 de enero del mismo año.

Con el arribo de los años veinte *El Universal* sufre modificaciones sustanciales. Su redacción cambia a Bucarelli No 12, conocida por Palavicini como la "Catedral del periodismo"; mientras que sus talleres se ubican en la arteria de Iturbide; asimismo su línea editorial conservadora resulta anticuada para los cambios que sufre el país en ese tiempo.

En 1916 *El Universal* nace con el lema "**El Diario Popular de la Mañana**", que para enero de 1921 cambia por el que se ha ido identificando hasta la fecha "**El Gran Diario de México**". En octubre se crea su emblema del águila cargando al mundo, que sigue aún vigente entre sus páginas.

³ Ma. de los Angeles Ruiz Collín. Ob. Cit. pág. 14

Dentro de los cambios sufridos en su política editorial hubo plumas como la de José Vasconcelos, Isidro Fabela, Martín Luis Guzmán, etcétera que colaboran para el medio con distintas clases de pensamiento.

En febrero de 1922 nació la edición vespertina "*El Universal Gráfico*", dando paso a la modernización y mayor proyección de la empresa frente a otros diarios de la época.

Al inicio de la Primera Guerra Mundial, el diario defiende al "grupo de los aliados". Esto se explica porque dentro de su Consejo de Administración se encontraba un ciudadano francés, un inglés, un español y un belga.

El diario favorece las acciones realizadas dentro de la contienda por los Estados Unidos ya que "según Meyer hay pruebas de que *El Universal* obtuvo subvenciones financieras de la embajada norteamericana durante la Primera Guerra Mundial⁴"

En medio de un fortalecimiento palpable, Palavicini abandona la Dirección y la delega a Miguel Lanz Durent y a José Gómez Uguarte quienes en busca de seguir con el robuscamiento de la empresa, el 23 de abril de 1923 entran al mundo radiofónico patrocinando a la estación "**El Buen Tono**" (CYL).

Esta estación difundía "dos emisiones diarias de carácter periodístico, dándoles el nombre de "**Radio Mundial**", con santoral, información local y extranjera - suministrada por la United Press (UP)- crónicas de espectáculos y otras minucias⁵".

⁴ Miguel Velasco Váides. Historia del periodismo mexicano. pág. 196

⁵ Karin Bohmann, Ob. Cit. pág. 196

Al frente de "Radio Mundial" estaban Gonzalo de la Parra y Luis Palafox durante tres meses, y a su término la estación paso a manos de la Cervecería Modelo.

Por otro lado, el ingeniero Palavicini en 1925 funda "El Globo" contratando los servicios de agencias informativas internacionales y de anuncios, ofrecía al público noticias del mundo occidental. "Toros y Deportes" vio su estreno a la luz pública un año más tarde, en 1926.

Graves conflictos empiezan a gestarse entre la prensa y el gobierno en el período 1926 y 1927, cuando *El Universal* no apoya la política gubernamental frente a las relaciones con la Iglesia, respaldando al "movimiento cristero", recrudeciéndose la situación cuando el presidente Calles acusa de insurrectos a Palavicini y otros periodistas de Excélsior, y ordena su deportación a los Estados Unidos.

En este mismo año *El Universal* se encuentra bajo las riendas de Miguel Lanz Durent, que durante los años treinta apoya la política cardenista "y la consolidación del sistema corporativo al interior del Partido de la Revolución Mexicana"⁶.

El Universal en 1932 trata de negociar con la fábrica de papel San Rafael una baja en sus precios, ya que se consideraban de los mayores compradores. En 1935 busca el apoyo de otros diarios como Excélsior obteniendo un aumento en el precio del papel, "los editores adujeron que la escasez del papel, su mala calidad y sus precios elevados obstaculizaba el desarrollo de la prensa nacional"⁷.

⁶ Ma. de los Angeles Ruiz Colín. Ob. Cit. pág. 21

⁷ Karin Bohmann, Ob. Cit. pág. 73

Dolores Valdés de Lanz Durent toma la dirección del órgano informativo a la muerte de su esposo acaecida el 21 de Noviembre de 1940. Para esas fechas *El Universal* cuenta con 24 páginas e informa de los acontecimientos de la Segunda Guerra Mundial.

Bajo el titular "Una fecha sobresaliente en la historia del periodismo", *El Universal* señala la recepción de la primer fotografía transmitida por hilo telefónico desde los Estados Unidos, el 10 de diciembre de 1941, situándose como el medio más moderno dentro de América Latina gracias al "Acme-Telephoto Transceiver" que transmite y recibe fotografías en un tiempo aproximado de siete minutos.

El Universal comenzó a entrar en el terreno de los concursos culturales como el del "Mérito Civil", otorgando la medalla Lanz Durent, de "Oratoria", "La mejor novela", "La mejor caricatura" y "El niño robusto".

Los años venideros fueron para el diario de importancia sobre todo en su Consejo de Administración; que más adelante abordaremos con detenimiento, pero ello no obstruyó el fortalecimiento del diario, sobre todo en la década de los años cincuenta, "donde los medios de comunicación luchaban por presentar la información a la mayor brevedad posible⁸".

Movimientos estudiantiles, obreros y hippies, la Guerra de Vietnam y manifestaciones de amor y paz son las noticias publicadas en la década de los sesenta. Entre los auxiliares de la época se encuentran Julián Carrillo, Rúben Salazar, Salvador Azuela y el caricaturista Carlos Acosta.

⁸ Ma. de los Angeles Ruiz Colín. Ob. Cit. pág. 23

Para 1954 el periódico recibe un préstamo hipotecario por cuatro millones de pesos para la compra de equipo, y posteriormente cinco millones más por parte de Nacional Financiera. Lo anterior llevó a *El Universal* a una dependencia económica hacia el estado, finalizando esta época con el encarcelamiento de Miguel Lanz Durent Valdés y otros accionistas.

El 26 de febrero de 1964 se gesta una serie de cambios dentro de la sociedad periodística, que culminan en febrero de 1974 con la designación de Juan Francisco Ealy Ortiz como director general y presidente del Consejo de Administración.

La calle de Iturbide es el nuevo recinto que acoge al diario desde 1976. Para diciembre de 1986 el presidente Miguel de la Madrid estrena en la calle de Bucareli las oficinas administrativas. El 26 de septiembre de 1989 Salinas de Gortari inaugura un nuevo edificio en Iturbide No 11 que alberga actualmente a los talleres.

A sus 79 años *El Universal* ha logrado mantenerse y consolidarse dentro de los medios de difusión más importantes de México; con una circulación certificada de 150 mil ejemplares, maquinaria moderna y cuenta con nueve secciones albergadas en aproximadamente 120 páginas.

"La Jornada".

Con la finalidad de crear un nuevo órgano informativo que agrupara el pluralismo ideológico entre sus páginas, el 29 de febrero de 1984 en el Hotel de México, se dio a conocer el proyecto de edición de un nuevo matutino más en la Ciudad de México.

Bajo el título de "*La Jornada*", el diario buscaba el financiamiento de la sociedad civil; es decir, de los lectores a través de una suscripción popular de capital. Con la representación de más de setenta periodistas y escritores, Pablo González Casanova, Carlos Payán Vélver y Héctor Aguilar Camín citaron las características y principios del periódico; además de su estructura administrativa.

La Jornada perseguía desde su proyecto; dado a conocer a seis mil personas entre funcionarios, escritores y sociedad civil, la necesidad de difundir los problemas nacionales en forma clara en un contexto interno y mundial. Ese requisito periodístico no quedaba ahí; al mismo tiempo que se daba a conocer la noticia, era fundamental el análisis de ella, su vinculación con la historia, con las diferentes ideologías "con un lenguaje que sea lo más sencillo y preciso posible"⁹.

En el discurso pronunciado por Pablo González Casanova se revela el nombre del director del diario, quién había sido elegido en Asamblea y que ahora sería la cabeza del diario, su nombre, Carlos Payán Vélver.

Carlos Payán Vélver había fungido como subdirector del Uno más Uno, quién en 1983 tuvo problemas por la intervención del director en la línea política del diario, ataques contra el sindicato; administrado a manera de cooperativa, que desembocaron en el abandono de la mayoría de los colaboradores "cuyos periodistas seguían una política crítica hacia el gobierno"¹⁰.

Desde la presentación del proyecto, el director define al nuevo matutino como un medio donde exista la suficiente información, basada en profundas reflexiones sobre los

⁹ Pablo Gonzalez Casanova. "Una alianza para la comunicación Nacional" *La Jornada*, pág. 2

¹⁰ Karl Bohmann, Ob. Cit. pág. 152

hechos que acontecen dentro de una sociedad tan plural como la mexicana, donde se plasme la realidad que a veces se deja escapar, es decir, se abre "un diario que de voz a quien no la tiene"¹¹ .

Para el mes de junio de 1984 se constituye **DEMOS** (Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.) que es la encargada de editar el diario *La Jornada* con un capital inicial de 104 millones de pesos, aportado por 2,138 accionistas convocados en el mes de febrero.

El lugar donde se alberga al diario desde su origen está situado en Balderas No 68, rentado el edificio por la compañía al Lic. Juan B. Sepúlveda, donde se ubicaban oficinas de la Fundidora de Hierro y Acero de Monterrey.

El 19 de septiembre de 1984 aparece el primer número de *La Jornada*, impreso en el taller de Alberto Bitar. Su diseño innovador en forma tabloide corrió a cargo de Vicente Rojo, quien diseña el número "Bajo Cero" donde se dan a conocer todos los pormenores de aquel 29 de febrero de 1984. Este diseño novedoso en el mercado fue adoptado más tarde por otros diarios como "El Nacional", "El Financiero", "Uno más Uno" y "El Economista".

El Consejo de Administración queda integrado de la siguiente manera:

Director General:	Carlos Payán Vélver.
Subdirectores:	Miguel Angel Granados Chapa. Héctor Aguilar Camín. Carmen Lira. Humberto Musacchio.

¹¹ Carlos Payan Vélver. "Por un periodismo crítico y democrático". *La Jornada*. Ob. Cit. pág. 2.

El primer número anuncia como nota principal: "Durante 1984 "Mayor flexibilidad en la política salarial: Farell". Entre sus articulistas se ven plumas como las de Francisco Martínez de la Vega, Juan María Alponente, Carlos Martínez Moreno, Sergio Aguayo Quezada, Olac Fuentes Molinar, Luis Miguel Aguilar, Javier Flores, Helio Flores y Palomo, sin olvidar la "Plaza Pública" y "Plaza Dominical" de Miguel Angel Granados Chapa.

Un diario tabloide, de 32 páginas con información breve, reportajes, entrevistas y crónicas albergadas en sus secciones denominadas "**El País**", con información nacional; "**El Mundo**" con noticias del exterior, "**Economía**" trata asuntos relevantes del mundo financiero nacional e internacional; "**Capital y Justicia**" ofrece los hechos del Distrito Federal y de carácter policiaco; "**Cultura**" cuenta con cartelera e incluye notas científico-humanísticas y "**Deportes**".

Desde sus inicios cuenta con "**El Correo Ilustrado**" donde se hace sentir la inquietud de sus lectores. Cada domingo desde el 23 de septiembre de 1984 se edita "**La Jornada Semanal**", espacio de cultura que sigue vigente; con un nuevo formato, ofreciendo reportajes y artículos firmados por grandes personalidades.

El 9 de enero de 1985 aparece el primer número de "**La Jornada Libros**" y en marzo se cierra la venta de acciones consolidándose la empresa con 2,230 accionistas. En Agosto de 1985 se formaliza la creación del Sindicato de Trabajadores de **La Jornada (SITRAJOR)** quién en marzo de 1986 firma su primer contrato colectivo.

El 1o de marzo de 1987 aparece "*La Jornada Niños*", el 8 de marzo de 1987 nace "*Doble Jornada*" y el 10 de abril de 1988 "*Histerietas*" emite su primer número; todos suplementos semanales que siguen editándose en nuestros días.

Una nueva época se marca con la emisión modernizada de "*La Jornada Semanal*" el 18 de junio de 1989, donde se integra también "*La Jornada Libros*".

A pesar de ser un periódico relativamente joven, *La Jornada* a través del tiempo ha ido afianzándose dentro del medio periodístico y social de México; esto se manifiesta con un tiraje certificado de 75 mil ejemplares diarios, teniendo cobertura nacional.

Más que un mundo de papel, *La Jornada* es un diario que ofrece al lector la posibilidad de encontrar información general apoyada en comentarios y análisis de escritores con diversas corrientes ideológicas en sólo 40 páginas; que día a día ve expandirse su número de lectores, cobrando importancia dentro del periodismo mexicano.

2.2. Régimen de propiedad.

"El Universal".

El régimen de propiedad de los diarios en México se da bajo dos formas, bajo sociedad anónima o sociedad cooperativa.

El Universal se rige bajo el modo de sociedad anónima que "es la que existe bajo denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago

de sus acciones¹²" según cita el artículo 89 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

En una sociedad anónima todos los pagadores de acciones se les considera socios, conformando una "Asamblea General de Accionistas" como órgano supremo de la empresa, apegada al artículo 178 de la Ley de Sociedades Mercantiles.

La protocolización de la sociedad puede hacerse bajo Notario Público o ante el Registro Público del Comercio.

El Universal en su acta constitutiva del 15 de abril de 1915 se le reconoce como "Compañía Periodística Nacional, iniciando con un capital de \$ 5,000,000.00 pesos por cinco mil acciones de cien pesos cada una¹³", conformada su Asamblea General, por Felipe Robertson, George W. Cook, Adrian Jean, Camilo Bouchon y Angel Alvarez.

Felix Fulgencio Palavicini se registra formalmente como presidente del "Consejo de Administración", el 20 de Noviembre de 1919, y en 1927 se nombra a Miguel Lanz Durent Valdés como gerente de la empresa.

Desde su capital inicial en 1916, no existe cambio alguno hasta el registrado el 31 de marzo de 1945; siendo directora del diario Dolores Valdés de Lanz Durent, donde se acuerda un aumento de capital a "1,000,000.00 representado por 10,000 acciones al portador de cien pesos cada una¹⁴".

¹² Fátima Fernández Christlieb. Los medios de difusión masiva en México, pág. 42.

¹³ Ob. Cit. pág. 60

¹⁴ Ibidem.

En lo que respecta a su acta constitutiva está sufre cambios fechados el 4 de septiembre de 1963, en su cláusula quinta donde explícitamente menciona: "se conviene expresamente que ninguna persona extranjera física o moral, puede tener participación alguna en la sociedad o ser propietario de acciones de la misma sociedad"¹⁵."

Posteriormente Francisco Lanz Durent Valdés solemnemente recibe el poder para firmar un préstamo hipotecario por parte de Nacional Financiera, fechado el 30 de julio de 1964. En este año se otorga un nuevo crédito, donde se reconocen adeudos anteriores y provoca posteriormente la intervención del gobierno por irregularidades, siendo encarcelado Lanz Durent Valdés y otros accionistas.

Para el 26 de febrero de 1969 hay una nueva reestructuración de la sociedad; en Asamblea General Extraordinaria se acuerda la nueva denominación de la sociedad, "**El Universal y Compañía Periodística Nacional**" con "duración de 50 años a partir del 1o de enero de 1969. El capital social de la empresa es de \$1,000,000.00 representado por 10 mil acciones al portador, con valor de cien pesos cada una"¹⁶."

Para 1974 su Asamblea de Accionistas está conformada por Juan Francisco Ealy Ortiz, Pedro Suinaga Lanz Durent, Ma. Dolores Lanz Durent de Ealy, Gaspar Rivera Barrios, Luis Javier Solana y Daniel López Barroso¹⁷", ubicándose el primero como principal accionista.

Actualmente su Consejo de Administración lo integran Rubén Velasco de Lira, Francisco Cárdenas Cruz, Pedro Suinaga Lanz Durent, Gaspar Rivera Barrios, Juan

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Ob. Cit. pág. 62.

Francisco Ealy Ortiz, Pablo Suinaga Lanz Durent, Fernando González de Vega, Miguel Castro Ruiz y Miguel Duan Barbaray.

"La Jornada"

La Jornada es un periódico editado por la Compañía denominada **DEMOS** (Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.) fundada legalmente en junio de 1984, con un capital inicial de 104 millones de pesos aportados por 2,138 accionistas en libre suscripción, lo que lleva a esta compañía a ser una de las más compartidas en México.

El diario es fruto del espíritu de inversión colectiva donde no existen socios mayoritarios, ni se encuentra comprometido, de esta manera no se encuentra comprometido con ningún grupo en particular. Fundado con recursos de la sociedad civil, comunidades y asociaciones, *La Jornada* es una empresa de capital variable.

El capital está conformado por acciones ordinarias y preferentes. Las primeras propiedad de quienes participan en la elaboración del diario; es decir, sus trabajadores, mientras que las segundas pertenecen a inversionistas que aportan capital y tienen voto limitado; al contrario de las primeras que gozan de voto pleno.

Por su estructura administrativa, *La Jornada* se rige bajo una cooperativa que según el artículo primero de la Ley de Sociedades Cooperativas reúne las siguientes características:

"I.- Estar integrada por individuos de la clase trabajadora, que aporten a la sociedad su trabajo personal, cuando se trate de cooperativas de productores...

II.- Funcionar sobre principios de igualdad en derechos y obligaciones de sus miembros.

III.- Funcionar con un número variable de socios, nunca inferior a diez.

IV.- Tener capital variable y duración indefinida.

V.- Conceder a cada socio un solo voto.

VI.- No perseguir fines de lucro.

VII.- Procurar el mejoramiento social y económico de sus asociados mediante la acción conjunta de éstos, en obra colectiva.

VIII.- Repartir sus rendimientos a prorrata entre los socios, en razón del tiempo trabajado por cada uno, si se trata de cooperativas de producción¹⁸".

Dentro de las cooperativas los miembros de la sociedad es mano trabajadora y no se les exige el pago de acciones, como en las sociedades anónimas, únicamente trabajo.

Dentro de *La Jornada* quienes poseen "acciones preferentes" no podrán participar en Asambleas Ordinarias, y sólo tienen derecho a voto en asambleas extraordinarias, que serán convocadas para tratar los siguientes puntos:

- "1. Prórroga de la duración de la sociedad.
2. Disolución anticipada de la sociedad.
3. Cambio de objeto de la sociedad.
4. Cambio de nacionalidad de la sociedad.
5. Transformación de la sociedad.
6. Fusión con otras sociedades¹⁹".

¹⁸ Fátima Fernández Christlieb. Ob. Cit. pág. 42

¹⁹ Héctor Aguilar Camín. "Ni socios mayoritarios, ni dinero bajo cuerda". *La Jornada*, Ob. Cit. pág. 3.

El Consejo de Administración está compuesto por once miembros elegidos en Asamblea Ordinaria, con facultades para actos de dominio y cobranzas y actos de administración.

Carlos Payán Vélver, su actual director general, fue designado el 17 de febrero de 1984 en Asamblea Ordinaria de una terna propuesta por el Consejo de Administración. La duración del cargo es de cuatro años, pero puede ser reelegido de manera inmediata.

A las cooperativas solo se les reconoce como tal cuando cuentan con la autorización y Registro de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Actualmente el Consejo Editorial de *La Jornada* está integrado de la siguiente manera:

Director General:	Carlos Payán Vélver.
Gerente General:	Rosendo Flores Ruiz.
Subdirectora General:	Carmen Lira Saade.
Jefe de Información:	Manuel Meneses.
Coordinación de la Edición:	Eduardo R. Huchim.
Jefes de Redacción:	Guillermo Baltazar. Dolores Cordero.
Jefe de Edición:	David Gutiérrez.

Responsables:

Cultura y Espectáculos:	Braulio Peralta.
Ciencia:	Javier Flores.
Deportes:	Pedro Aldana Aranda.
Corresponsalías:	Alejandro Olmos.

Economía:	Roberto Fuentes Vivar.
Fotografía:	Frida Hartz.
Internacionales:	Guillermina Alvarez.
Coordinador de Producción:	Miguel Luna Pimentel.
Coordinador de Publicidad:	Marco A. Hinojosa.
Tipografía:	Isaura Martínez Nieto.

2.3. Línea Editorial.

"El Universal".

Este órgano trabaja bajo el régimen de Sociedad Anónima. En esta forma de sociedad las ganancias se comparten proporcionalmente con el número de acciones que posea cada socio.

Cada acción representa un voto dentro del Consejo de Administración; quién posea mayor número de ellas mayor influencia y poder tendrá dentro del Consejo, por lo tanto tendrá facultades de decisión frente a la línea política del diario ya que en muchas ocasiones son también los editores.

El director general y máxima autoridad de *El Universal* es Juan Francisco Ealy Ortiz, quien tiene a su cargo la línea editorial del diario.

Históricamente podemos identificar tres factores que comprometen a la línea editorial del diario con el gobierno; los créditos otorgados por Nacional Financiera, el endeudamiento y el suministro de papel por parte de P.I.P.S.A. (Productora e Importadora de Papel, S.A).

P.I.P.S.A. es una sociedad que tiene como propósito la importación y compraventa del papel, buscando su máximo abaratamiento, bajo la dirección de la Secretaría de Gobernación. El gobierno sirve como instancia en el desempeño de P.I.P.S.A., aunque obtiene por ello cierto poder sobre los diarios que dependen del estado para su edición.

La dependencia va más allá, Karin Bohman cita que con fecha 22 de agosto de 1980 existe una intervención económica por parte del gobierno "con una suma pequeña que ascendía a 1.8 millones de pesos²⁰".

Todo lo anterior hace suponer que efectivamente la línea editorial del diario se encuentra comprometida con el gobierno de alguna manera, a pesar de calificarse como un "diario independiente y crítico".

A través de un previo estudio y lectura crítica del editorial alusivo a los informes presidenciales, desde 1989 hasta 1994, podemos concluir que la política editorial de *El Universal* no es meramente objetiva frente a las acciones emprendidas por el presidente.

El editorial informa y orienta al lector en cuanto a los puntos que considera más sobresalientes del informe, pero no cae el texto en fuertes cuestionamientos frente al gobierno y a sus acciones, principalmente en torno a la figura presidencial.

Se observa en su línea editorial ciertos cuestionamientos a las acciones emprendidas por algunos sectores gubernamentales, pero siempre la imagen presidencial es poco criticada inclusive casi nunca se pone en entredicho. Comúnmente

²⁰ Karin Bohmann. Ob. Cit. pág. 151

cita argumentos presidenciales para posteriormente hacer un análisis de ellos, sin hacer graves afirmaciones que pongan en duda la efectividad presidencial²¹.

Se concluye entonces que la línea editorial de *El Universal* no es crítica ni objetiva hacia el renglón gubernamental, aunque cumple con la misión de hacer un llamado a la sociedad para que apoye al gobierno. También aborda temas internacionales donde existen más cuestionamientos en torno a las acciones y/o declaraciones de los personajes que la generan.

Algunos de los colaboradores de la página editorial de *El Universal* sí cuestionan las acciones y declaraciones gubernamentales; pero lo contenido en esos artículos es responsabilidad de quien los escribe, así que no representa puramente la posición del diario²².

El Universal probablemente busca tener un equilibrio de opiniones dentro de su página editorial, ya que su posición es claramente en favor del gobierno.

"La Jornada".

Como ya mencionamos la línea editorial de *La Jornada* está bajo la responsabilidad de su Director, o sea de Carlos Payán Vélver.

El director general es elegido en Asamblea General, órgano superior de una cooperativa, además decide "la administración o expulsión de miembros de la cooperativa y elige al Consejo de Administración. Este tiene influencia sobre la línea de

²¹ Ver artículo Editorial del 2 de noviembre de 1989, pág 6 "Bienestar, prioridad fundamental" publicado en *El Universal*.

²² Ver artículo "Por las nuevas relaciones de convivencia" de Ricardo Pascue Pierce publicado el 4 de Noviembre de 1991 en *El Universal*.

un periódico en la medida en que cuida que se respeten los principios de la cooperativa²³”.

La línea editorial de *La Jornada*, desde su creación en 1984, ha tratado de no estar comprometida con ningún grupo, ni político, ni empresarial. Dan a conocer la noticia e interpretan con profundidad al hecho, proporciona a quien lee un abanico de opiniones y datos que hacen que los lectores se enteren con certeza de qué y por qué suceden los hechos.

No se puede afirmar que este diario ha recibido algún apoyo económico gubernamental a través de algún crédito; como es el caso de *El Universal*, pero al igual que todos los diarios de circulación nacional, está sujeto al control del papel por parte de P.I.P.S.A.

Basado en una lectura crítica, de la misma manera que en el caso de *El Universal*, el editorial de *La Jornada* fue instrumento de estudio para determinar a través de él su línea editorial. El perfil editorial del diario, sigue con particular interés los acontecimientos fundamentales del desarrollo del país, en un lenguaje sencillo que lleva al lector a través de los hechos y da a conocer sus alcances y consecuencias, pero siempre respeta los lineamientos éticos del periodismo.

Desde su creación *La Jornada* ha buscado ser un diario crítico, no subordinado a ninguna clase de intereses particulares u oficiales; se define como un medio plural donde tiene cabida toda clase de opiniones. No va en contra de un proyecto o acción gubernamental, únicamente analizan sus alcances y deficiencias que repercuten de manera inmediata en la sociedad mexicana y lo dan a conocer.

²³ Karin Bohmann. Ob. Cit. pág. 144.

A pesar de ello, a través de los editoriales en *La Jornada* se puede ver la ausencia de una sola tendencia exclusivamente crítica, también aborda, de manera profunda, sus repercusiones y actos gubernamentales en comparación con *El Universal*.

No se puede situar a *La Jornada* como un diario de izquierda, ni de derecha, únicamente se debe decir que es un medio periodístico que da a conocer noticias, opina en torno a ellas y ofrece una variedad de opiniones alrededor de los hechos.

Con relación a *El Universal*, *La Jornada* es más crítico; fundamenta sus comentarios con hechos y no sólo en las declaraciones de funcionarios y celebridades, proporciona al lector una visión más amplia del por qué de las cosas, incitando a la reflexión del tema, y de las consecuencias más inmediatas del hecho noticioso.

El editorial de *La Jornada* no trata de caer en exageraciones, ni en términos que a primera vista del lector, supongan un apoyo incondicional hacia el gobierno. Trata un solo tema, y en ocasiones dos, en su espacio editorial, dedica un mayor espacio a la reflexión y opinión del tema comparativamente con *El Universal*.

2.4. El editorial, Carlos Salinas, *El Universal* y *La Jornada*.

"El Universal".

Por medio de la historia del periodismo mexicano se observa que los órganos informativos han asumido diferentes posiciones en torno a grupos políticos como medios de expresión y difusión de sus ideas y acciones.

La participación del gobierno dentro de las empresas periodísticas ha ido adquiriendo fuerza a través de los años y una muestra clara de ello, es por un lado el control del papel y el boletinar la información gubernamental por parte de cada dependencia. La emisión de boletines abre únicamente la posibilidad de comentarlos; a través de los editoriales por parte de los dueños y líderes de los diarios, dentro de los lineamientos permitidos por el estado.

Durante el mandato de Carlos Salinas de Gortari, estos lineamientos son palpables dentro de la línea editorial que guardó, en este caso, *El Universal* frente a las acciones emprendidas dentro de su administración.

La mejor vía para poder percatarse del comportamiento del diario frente a la figura salinista es hacer una evaluación del editorial después de los informes de gobierno, donde año con año se rinde del estado que guarda la nación.

Dentro de los editoriales, posteriores al informe, existe un apoyo a todas las acciones emprendidas desde los Pinos, sin dejar de lado los logros económicos y sociales por parte del gobierno, además de los políticos que se estaban gestando como las relaciones entre el Estado y la Iglesia.

En *El Universal* la línea editorial dignifica las acciones presidenciales, aunque en algunas ocasiones se realicen ciertos cuestionamientos justificados de alguna manera por los "rezagos históricos" que asumió el gobierno salinista, y que han impedido el mejoramiento en ciertos renglones de los mexicanos. Esto lo comprueba el editorial publicado el 2 de noviembre de 1989 bajo el título "Recuperar crecimiento y confianza" y del 2 de noviembre de 1991 "Crecimiento estable y alentador".

Ciertamente el programa económico salinista fue uno de los puntos centrales durante todo un sexenio, para que los medios de comunicación opinaran de él, sin dejar de ser blanco de alabanzas y adjetivos "que llevaron al país por un mejor camino". Sus "pocas" deficiencias también fueron abordadas, pero justificadas de alguna manera²⁴.

Adjetivos como "realista", "objetivo", "aleccionador" y "orientador" investían a Salinas en los editoriales de *El Universal*, sin dejar por supuesto el término "modernizador", tan citado por la administración pública.

Dentro del editorial se cita constantemente declaraciones presidenciales, las cuales son analizadas posteriormente, de manera poco crítica.

Sin temor a caer en alguna equivocación, la figura de Carlos Salinas, como primer mandatario, dentro de los editoriales de *El Universal* no fue cuestionada severamente; no existen elementos discursivos para considerar las opiniones del diario como controvertidas o de poco apoyo, por parte de este diario, a la gestión salinista.

Es importante destacar que dentro de los informes de gobierno existieron interpelaciones por parte de algunos legisladores, principalmente del P.R.D., mismas que nunca fueron señaladas por el editorial del diario.

Se abordaban como temas centrales, economía, política y problemas sociales, sin hacer mención quizás de manera remota a las acciones emprendidas por legisladores inconformes.

²⁴ Ver editorial del 2 de Noviembre de 1992 titulada "estabilidad con crecimiento", pág. 6 en El Universal.

Estas acciones hacen pensar que el diario cuidaba que la figura de Salinas no se viera opacada por acciones, puestas de moda desde el último informe del sexenio pasado, que de alguna manera querían llamar la atención y que gracias a los medios electrónicos todos los mexicanos pudieron verlas, y no ser negadas.

Se concluye por ende que la política editorial de *El Universal* cuidó en todo momento cualquier opinión emitida hacia el presidente, no definiéndose como crítica frente a sus acciones, ni cayendo en debates que cuestionaran su imagen.

Situemos a este diario como el vocero que buscaba legitimar las ideas y acciones salinistas frente a sus lectores. Una de las explicaciones que se pueden encontrar es la relación tan estrecha que guardó el presidente con uno de los reporteros del diario, Fidel Samaniego.

Desde el momento en que fue nombrado candidato oficial por el P.R.I., Salinas entabla una relación muy estrecha con Samaniego, situación que se observa en las crónicas escritas por el reportero dentro del libro "En las entrañas del poder. Nada será como antes".

Más que un reportero, Samaniego representó para *El Universal* el testigo privilegiado de todo un sexenio, ventaja esencial que otros medios no poseían, que se consolidaba poco a poco como el periódico que legitimaba sus acciones e ideas del pasado sexenio.

Desde el inicio de su gestión, el apoyo de *El Universal* hacia la máxima figura política de México se hizo patente, inclusive hasta el final del período. Fue sin duda alguna el medio de apoyo para Salinas, y jugó el papel de su vocero oficial.

"La Jornada"

Como mencionamos anteriormente, este diario tiene el firme propósito de dar a conocer los hechos de una manera "objetiva" frente a la sociedad civil, sin estar comprometido con ningún grupo político, solo con sus lectores.

Frente a la silueta presidencial de Carlos Salinas, la posición de *La Jornada* no fue la de un medio crítico y cuestionador de las decisiones que como primer mandatario tomaba.

Principalmente dentro de su espacio editorial retoma los graves problemas sociales que existen en México, además cuestiona algunas deficiencias presentadas por el Programa Nacional de Solidaridad.

El editorial del 2 de Noviembre de 1990, se observa cómo el diario reconoce y rescata conceptos gubernamentales que han llevado al país, en poco tiempo hacia la modernización. De la misma manera toca el tema, no mencionado por *El Universal*, acerca de las interpelaciones hechas por partidos de oposición, argumentando el fraude electoral que llevó a Salinas a la silla presidencial.

Se reconocen como deficiencias salinistas, en sus primeros meses de gestión, las pocas medidas políticas adoptadas pero, en contraste atiende las "buenas" actitudes tomadas frente a cuestiones económicas.

El diario no está en contra de las interpelaciones hechas a la máxima figura política de México; propone mecanismos para ser canalizadas. Diferencia real y palpable con relación a *El Universal*; *La Jornada* propuso y difundió un hecho importante, dentro de un acto de suma trascendencia para la nación, no dejándolo pasar por alto.

La Jornada recurre a términos tales como "destacadamente", "popularidad", "legitimidad", "con mesura", "realista", que no caen en repeticiones constantes dentro de la opinión del diario hacia Salinas.

Dentro de cualquier gobierno las acciones para realizar, y las ya emprendidas, en el aspecto económico, político, y social, son blanco de todos los medios de comunicación; *El Universal* y *La Jornada* no fueron la excepción. *La Jornada* reconoce el esfuerzo realizado por la administración de Salinas en torno a los logros alcanzados durante los pocos meses de su gestión; posición que fue reforzando en la medida que transcurría el sexenio.

En torno a la firma del T.L.C. nos percatamos que este medio no estuvo en contra de él; siempre citó algunas de sus repercusiones además de la capacidad de México para poder ser miembro del mercado mundial más grande del mundo.

El aspecto social fue más severamente cuestionado con relación a otros temas. *La Jornada* opinaba sobre los graves problemas que en justicia social aquejaban a México, sobre las deficiencias que presentaba el programa de PRONASOL, etc.

El aspecto político fue tema de amplias discusiones. *La Jornada* insistió en la necesidad de encontrar instrumentos que garantizaran la estabilidad política del país, y respeto al voto; problema constante durante el sexenio salinista. Con relación a la

propuesta de un pacto de civildad, el diario mostr6 su apoyo, calificando la decisi6n como "atinada y aplausible", pero siempre y cuando sea efectiva; donde partidos, gobierno y sociedad participen.

Dentro de los temas editoriales que trataba *La Jornada*; en este per6do, se identifican aquellos que citaban los problemas sociales principalmente con relaci6n a otros temas, las acciones gubernamentales frente a estos y de como estos conflictos indudablemente recafan en el sector de la poblaci6n m6s necesitado.

Los aspectos abordados dentro del editorial de *La Jornada* son el problema de la pobreza, desempleo, marginaci6n, falta de impuls6 al agro, etc.; diferencia real con *El Universal* que trata m6s aspectos econ6micos y pol6ticos con relaci6n al primer diario. No podemos ubicar completamente a *La Jornada* como un medio cr6tico frente al gobierno, sino como un medio que difunde los problemas reales del pa6s, bas6ndose en an6lisis de diversas opiniones entre sus p6ginas.

CAPÍTULO III.

MARCO POLÍTICO, ECONÓMICO Y SOCIAL PREVIO A LA ELECCIÓN DEL CANDIDATO.

Antes de comenzar cualquier reflexión o de aportar datos que nos acerquen a la idea del marco histórico previo a la campaña del candidato priísta, debemos de apuntar que las elecciones presidenciales de 1994 representan, para el Revolucionario Institucional, una doble designación de aspirante a la primera magistratura del país.

El primer momento es marcado con la designación de Luis Donaldo Colosio como candidato del P.R.I. a la presidencia de la República el 28 de noviembre de 1993, interrumpido en su camino el 23 de marzo de 1994 con su asesinato en Tijuana.

La segunda etapa es encabezada por el nuevo candidato, Ernesto Zedillo, nombrado el 29 de marzo de 1994, quien tiene a su cargo la tarea de ganar las elecciones del 21 de agosto del mismo año.

Analizaremos los contextos en forma separada, ya que las condiciones políticas, económicas y sociales en los momentos de la designación revolucionaria fueron actores y factores distintos.

3.1. Luis Donaldo Colosio.

El tema político acerca de la designación del candidato priísta comenzó a tomar fuerza durante el último año del gobierno salinista. Entre las noticias y columnas políticas de los diarios se citaban los nombres de los llamados "presidenciables" como Pedro Aspe, Manuel Camacho, Emilio Gamboa, Luis Donaldo Colosio, Emilio Lozoya, Ernesto Zedillo y Patrocinio González Garrido.

El penúltimo informe de Carlos Salinas ante el Congreso de la Unión representó el momento idóneo donde los "presidenciables" iban a darse cita en igualdad de condiciones, como parte del gabinete, opacando la sonada presencia de jefes católicos de años anteriores; a partir de este momento los medios de comunicación se ocupaban de quién, cómo y cuándo se daría a conocer el nombre que en el argot político mexicano llaman "el tapado".

El ambiente político electoral a finales de octubre y principios de noviembre era tenso por las dificultades que se presentaban principalmente en el Estado de Nayarit. *El Universal* y *La Jornada* daban cuenta de ello, además de difundir entre sus páginas la posición perredista que argumentaba fraude electoral en el estado.

También encontramos en ambos diarios noticias en torno a las próximas elecciones en los Estados de Yucatán y del Estado de México.

A diferencia notable de *La Jornada*, *El Universal* publicaba diferentes artículos, noticias y reportajes en torno a la designación priísta para las elecciones presidenciales. *La Jornada* por su parte dedicó en su suplemento "El perfil de *La Jornada*" un espacio a los "presidenciables" donde daba cuenta de la carrera política y familiar de los personajes políticos antes citados.

Una noticia que ocupó espacios constantes entre los medios de comunicación fue el llamado que hizo el presidente Salinas, dentro de su informe de gobierno, para que los partidos políticos firmaran el denominado "pacto de civilidad" que garantizaría transparencia en los comicios venideros.

Serios tropiezos hubo que enfrentar al convocar a todos los partidos contendientes para comenzar las pláticas con el gobierno y la firma del documento. Estos problemas de diálogo fueron protagonizados por la dirigencia del PRD y del PAN.

Noviembre significó el mes de nominación de candidatos por parte de diferentes partidos políticos, como es el caso del Partido del Trabajo (PT) realizado el 5 de noviembre; el 22 del mismo mes por parte del Acción Nacional (PAN), y hasta el 28 realizado por el P.R.I.

El tema de la sucesión presidencial era el asunto central del ambiente político; específicamente con la incógnita que se guardaba acerca de quién postularía el Revolucionario Institucional.

No se puede negar un marco político tenso previo a la designación de Colosio, que fue recrudesciéndose posteriormente, producto de problemas poselectorales, desajustes en las pláticas por parte de los partidos políticos que llevarían a la firma del pacto, el último año de gobierno y la aprobación del Tratado de Libre Comercio.

El Tratado de Libre Comercio fue noticia constante dentro de la política económica nacional, ya que sus pasos finales comenzarían con su aprobación por parte del Congreso estadounidense.

A medida en que se acercaba el 17 de Noviembre; fecha que votarían los legisladores norteamericanos, el tema central era el T.L.C. *El Universal* dedicaba mayores espacios para difundir el estado que guardaba en el vecino país, de las opiniones y repercusiones que podían producirse con su aprobación o rechazo.

La *Jornada* en su sección "Economía" durante los primeros días de noviembre difundía noticias en torno al acuerdo comercial. A medida en que se acercaba la fecha de votación en los Estados Unidos, publica artículos, noticias y opiniones diversas en torno a su ratificación o rechazo además de sus repercusiones en la economía mexicana.

Como lo mencionamos en el capítulo anterior durante la administración salinista, el programa económico fue producto de alabanzas, representando el T.L.C. el hijo de esa política económica. Durante el sexenio se gestó y culminó un programa de dos años y medio, por lo tanto, significa para Salinas de Gortari, el verdadero final de su mandato su aprobación y puesta en marcha.

Por la importancia de sus repercusiones en la economía nacional, y de imagen en el exterior, el acuerdo comercial fue tema constante abordado por los diarios durante el mes de noviembre.

Posterior a su aprobación en los Estados Unidos; la aceptación por parte del Congreso mexicano fue el siguiente paso. El 22 de noviembre es ratificado y con ello se cierra una página en la economía mexicana que entraría en práctica el primer día de 1994.

Cumplidos los requisitos legales para entrar en vigor el T.L.C., notamos que los "presidenciables" vuelven a tomar fuerza dentro de los medios de comunicación, pero ahora el número se reduce a tres, Pedro Aspe, Manuel Camacho y Luis Donaldo Colosio.

En el aspecto social destaca la pobreza, que en 1993 era del 16.2% del total de la población, aunado al desempleo y problemas en el campo.

Justamente estos temas son noticia entre las páginas de *El Universal* y *La Jornada*. El gobierno reconoce graves dificultades en lo social, principalmente en la descapitalización y modernización en el campo.

Esta situación lleva a que se cree PROCAMPO, como un programa de subsidios al agro con el fin de reactivarlo y hacerlo competitivo frente al T.L.C. Algunos legisladores piensan que esta política debe de tomar un rango constitucional.

Es importante señalar que previo a la elección priísta, el programa PRONASOL, encabezado por el secretario de Desarrollo Social Luis Donald Colosio, comienza a ser blanco de críticas, pero al mismo tiempo hace entrega de numerosas viviendas en todo el territorio nacional, además de escrituras y otros rubros que encierra el plan de Solidaridad.

Un punto importante abordado por el diario *La Jornada*, fue acerca de los problemas por los que atravesaba el obispo de San Cristobal de las Casas, Samuel Ruiz.

Gracias a la consulta de las noticias del diario durante el mes de noviembre de 1993, podemos percatarnos de la constante preocupación por difundir noticias acerca de la posible remoción del prelado de su arquidiócesis; además daba a conocer declaraciones de él mismo, de su situación con los indígenas, del apoyo de otros sectores a su acción pastoral y de la posición de Gerónimo Prigione.

La situación del jerarca católico dentro de su arquidiócesis fue constante preocupación para el diario, más que en el periódico *El Universal*, situación que podemos comprobar con la consulta del diario *La Jornada* durante el mes de noviembre de 1994.

Problemas de extrema pobreza, alto índice de desempleo, atraso en el campo y un país con pocas esperanzas de hacer un buen papel frente al acuerdo comercial, es el rubro social que engloba al país.

Noviembre de 1993 significa en la vida de México una época de rápidas y profundas transformaciones, principalmente en el aspecto económico y político, que fueron puntos de apoyo para la elección del candidato por parte del partido oficial.

Sin temor a equivocarnos, y por la manera en que fue abordado por los medios de comunicación aunado a la fechas de lo sucedido, encontramos una profunda relación entre el futuro que guardaba la aprobación del T.L.C. y la designación del candidato priísta.

Después de once días de haber sido aprobado el T.L.C. en los Estados Unidos, a seis por parte del Congreso Mexicano, y dos después de haber hecho una entrega significativa de viviendas en diferentes estados de la República acompañado por el presidente de la República, el 28 de Noviembre de 1993 es designado Luis Donaldo Colosio, secretario de Desarrollo Social, precandidato por el P.R.I. a la primera magistratura del país; y con ello se abre una nueva etapa en la sucesión presidencial mexicana.

Grandes problemas y deficiencias se presentaban todavía en México, mismos que deberían ser retomados por el candidato oficial para cobrar confianza en un partido cada vez más debilitado. A partir de este momento, el presidente tenía el poder constitucional, pero el candidato del P.R.I. atraía la atención de los medios de comunicación y de la sociedad en general.

3.1.1. Chiapas.

Con la llegada de 1994, además de entrar en vigor el Tratado de Libre Comercio, surge intempestivamente una guerrilla en el estado de Chiapas. El grupo guerrillero tomó cuatro municipios y atacó las instalaciones del cuartel de la trigésima primera zona militar desatando en México crisis política y de imagen en el extranjero.

Chiapas es uno de los estados más desamparados, pero también es de los cuatro hacia los cuales el gobierno concentró sus mayores esfuerzos y recursos para combatir la pobreza a través de Solidaridad. El problema de Chiapas que dio origen al levantamiento, no era sólo atraso, marginación indígena y de pobreza, era también político.

Como ya lo mencionamos, el diario *La Jornada* publicó noticias en torno a la situación de una posible remoción de Samuel Ruiz, en San Cristobal de las Casas durante los últimos tres meses de 1993.

Los antecedentes inmediatos de esta situación se remontan al 26 de octubre de 1993 cuando Gerónimo Prigione, nuncio Apostólico en México, comunicó a Samuel Ruiz que el Vaticano pedía su renuncia por "aplicar un análisis marxista de la sociedad y reducir el contenido evangélico al ámbito de la lucha social"¹.

¹ Luis Pazos, *¿Por qué Chiapas?* pág. 34

Durante los últimos meses del 93 esa noticia fue abordada en los diarios, apoyando diferentes sectores a Samuel Ruiz para que continuara en la zona donde poco tiempo después se inicia el conflicto.

Desde sus primeras declaraciones en San Cristóbal de las Casas, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), y su enigmático portavoz encapuchado Marcos, recalcan el carácter reformista de su lucha y demandas; tierra para los campesinos, dignidad para los indígenas, democracia y elecciones libres para los mexicanos en general.

No se puede negar la estrecha relación que guarda la posible remoción de Samuel Ruiz y el movimiento zapatista estallado el 1º de enero de 1994. Ambos factores suponen que el estado de Chiapas contenía todos los elementos necesarios para generar una guerrilla, marginación, pobreza, la selva y un personaje católico popular dentro y fuera del estado.

Nada es coincidente, el estallido del conflicto cuando entra en vigor el Tratado comercial con Estados Unidos, traería inestabilidad al país, ponía en incertidumbre la llegada de inversionistas extranjeros, atraía la atención de la opinión pública nacional e internacional y dejaría en segundo término el interés por las campañas políticas.

Las imágenes producidas desde el 1º de enero causaron indignación en México como en el extranjero; los medios de comunicación se centraron en Chiapas, de lo que acontecía en los Altos, como en San Cristóbal de las Casas.

Opacada se veía la campaña colosista con relación a los espacios que ocupó el conflicto armado en los medios de comunicación. El candidato se enfrentaba a un ambiente hostil y de indiferencia por parte de la opinión pública.

El inicio del año no pudo ser peor para el candidato, y más aún su inicio de campaña el 10 de enero en el estado de Hidalgo; ese día fue nombrado Manuel Camacho Solís Comisionado para la paz y la Reconciliación en Chiapas. Con este nombramiento el inconforme político por la decisión de no ser favorecido a la candidatura presidencial del Revolucionario Institucional, cobró la atención de todos los mexicanos ante su gestión pacificadora.

Luis Donald Colosio vio cómo el Comisionado para la paz ensombrecía su campaña, ocupaba espacios dentro de los titulares de los diarios, era tema en columnas políticas y en artículos que explicaban el porqué del conflicto. Observamos dentro de los primeros meses del año que la campaña priísta pasó a ser una noticia secundaria con relación al problema de Chiapas.

Aunado a su acción pacificadora, Manuel Camacho utilizó a los medios de comunicación como instrumento de un protagonismo frecuente. En los meses de enero a marzo el conciliador hace constantes declaraciones a los medios, tanto de su posición política como de las gestiones alcanzadas hasta ese momento.

Cabe recordar que Manuel Camacho desde la nominación como pre-candidato de Luis Donald Colosio, no estuvo conforme y nunca expresó su apoyo a la candidatura de su ex compañero de gabinete. A raíz de ese inconformismo emprendió una campaña de incertidumbre política, se rumoraba su posible nominación por otro partido o hacer renunciar a la candidatura a Colosio.

La zozobra política emprendida por Manuel Camacho provocó que los medios de comunicación manejaran la tesis de un "redestape", o la posibilidad de que Camacho contendiera con Colosio aliado a un partido diferente al P.R.I. Esta situación llevó a que el presidente Salinas hiciera un "redestape" colosista el 27 de enero de 1994 con su famosa frase "no se hagan bolas el bueno es Colosio"².

Camacho resurge a la vida política cuando es nombrado Comisionado para lograr la paz en Chiapas, y con ello retoma fuerza política y protagonismo que se ve palpable durante los primeros meses del año.

La presencia de Camacho como conciliador en el conflicto hace voltear la cara de los medios de comunicación hacia su labor, justamente es nombrado cuando Colosio emprende formalmente su campaña en Hidalgo, y no hacia el candidato que seguramente gobernaría en los próximos años a México.

Durante el estudio de los editoriales de los diarios *El Universal* y *La Jornada* podremos darnos cuenta que tan opacada estuvo la campaña colosista con relación a la gestión pacifista de Camacho dentro del conflicto en Chiapas.

El factor Camacho fue constante preocupación para Colosio, la cual finalizó el 22 de marzo cuando el conciliador hace público su rechazo a contender en las próximas elecciones federales.

Dos factores se deben de resaltar durante el proselitismo colosista, por un lado la inconformidad de Manuel Camacho, y por el otro el conflicto desatado en Chiapas.

² Laura Quintero e Ignacio Rodríguez. Colosio... Zedillo por la reforma del poder, pág. 149

Chiapas representó en todo momento un traspie para el candidato oficial, atrajo la atención de los medios de comunicación y de la opinión pública en general, opacando con ello al candidato y a la propuesta política que difundía.

Después de la declaración pública de Camacho, quizás la campaña de Colosio hubiese cobrado fuerza, pero no cabe duda que después de muerto el candidato, su presencia como mártir fue constante.

3.2. Ernesto Zedillo.

En medio de crisis de credibilidad en su partido, con la sombra del asesinado candidato y con la paz "preñada de afileres", Ernesto Zedillo fue nombrado el 29 de marzo de 1994 candidato por el P.R.I. a la presidencia de la República.

El que fuera coordinador general de la campaña de Luis Donaldo Colosio se transformó en el hombre de la esperanza ubicado, al igual que Colosio, en la "generación del cambio" tan citada por Salinas durante su informe del 1o de noviembre de 1994.

A seis días del brutal asesinato de Colosio, Ernesto Zedillo es heredero de graves conflictos políticos desatados después del magnicidio de Lomas Taurinas, aunado a los problemas en Chiapas, que aunque no estaban tan recrudecidos como en el mes de enero, representaban una preocupación constante para la sociedad mexicana.

De los elementos a los que no se enfrentaría el nuevo candidato es al protagonismo emprendido por Manuel Camacho desde enero, culminado con su declaración pública de declinar a contender en las elecciones de agosto, el 22 de marzo.

Gracias a la consulta de los diarios *El Universal* y *La Jornada*, el protagonismo camachista se hizo patente durante los tres meses iniciales del año, aludiendo la pacificación en Chiapas, luego por la posibilidad de que fuera candidato presidencial por otro partido y al ir y venir de suposiciones acerca de su futuro político.

Camacho en su "berrinche político" ocupó la atención de los medios de comunicación, y con ello ensombreció la campaña de Colosio. Esta situación tuvo fin un día antes del asesinato del político sonoreense.

El ambiente político electoral en el mes de marzo resultaba candente, además por el factor Camacho, en este mes se aprueba la reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Copife) que garantiza a través de cuatro mecanismos fundamentales, la transparencia en las elecciones del 21 de agosto.

De las aportaciones aprobadas al Copife se rescata la presencia de visitantes extranjeros, revisión del padrón electoral y el delegar las decisiones del Instituto Federal Electoral (IFE) a consejeros provenientes de la sociedad civil.

Con la aprobación de dichas reformas se daba un paso más hacia unas elecciones transparentes, producto de una intensa negociación emprendida entre el secretario de gobernación y los partidos políticos desde noviembre de 1993.

El registro oficial de candidatos ante el IFE comenzó y culminó en el mes de marzo, teniendo como fecha límite para el registro de sustitutos el 20 de julio, un mes antes de las elecciones.

Con relación al conflicto en Chiapas, las negociaciones iniciadas el 21 de febrero y culminadas con un acuerdo de paz el 2 de marzo de 1994, se encontraba en consulta por parte del EZLN. La guerrilla se retira a la selva Lacandona para evaluar dicho acuerdo; en medio de esta tarea realizan comunicados a la opinión pública acerca de su inconformidad. En los textos se desmentía, en algunas ocasiones, el argumento camachista de que dichos acuerdos fueron en beneficio y en total acuerdo con el ejército zapatista.

A través de las noticias publicadas podemos vislumbrar de alguna manera cómo Camacho Solís está presente en el escenario de la política nacional, como conciliador o con sus amenazas de contender en las elecciones presidenciales, anunciando que no dejara las filas del P.R.I. y continuará buscando el bienestar chiapaneco.

Las campañas presidenciales de los distintos partidos políticos son noticias constantes dentro de los diarios; continuamente son abordados dentro de columnas y artículos de fondo.

En el aspecto económico existe una fluctuación de la Bolsa Mexicana por las declaraciones de Camacho y de la poca esperanza de una paz inmediata por parte del EZLN en el estado de Chiapas.

Aunado a ello la ola de secuestros desatada en México cobró una nueva víctima, el presidente del Consejo de Administración del Banco Banamex-Accival, Alfredo Harp Helú, fue secuestrado el 14 de marzo de 1994 a las afueras de su domicilio.

Dueño de uno de los bancos más importantes de México, el ex presidente del Consejo de Administración de la Bolsa Mexicana de Valores; Harp Helú representa en la vida económica del país una pieza importante dentro de ella, así que la difusión de su secuestro hace que la Bolsa de Valores resienta sus efectos, con una baja en sus ganancias.

México además enfrenta problemas sociales como desempleo, bajo poder adquisitivo del salario, problemas de pequeños y medianos productores ante la competencia de productos extranjeros, quince millones de mexicanos en extrema pobreza y cincuenta en la pobreza. Estos temas abordados por los distintos candidatos, que difícilmente podrían ser resueltos por la administración a nueve meses de su término.

El panorama político, económico y electoral en México tuvo un cambio radical con la muerte de Luis Donaldo Colosio acaecido el 23 de marzo de 1994. En primer término la designación y el desquebrajamiento de un partido político era evidente, seguido por quién sería el nuevo sustituto.

Nuevamente como hace cinco meses atrás, el tema de los "presidenciables" cobra fuerza; ahora constitucionalmente dos podían ser los afortunados, Manuel Camacho y Ernesto Zedillo.

Manuel Camacho renunció a la regencia el 29 de noviembre de 1993, luego fue designado secretario de Relaciones Exteriores y posteriormente el 10 de enero Comisionado para la Paz en Chiapas; aunado a ello el político abandonó cualquier posibilidad de ser candidato presidencial un día antes del magnicidio.

Ernesto Zedillo presentó su renuncia como Secretario de Educación Pública el 29 de noviembre de 1993, al ser invitado por Colosio para el cargo de coordinador general de su campaña. Ante esta situación se perfilaba con más posibilidades de ser elegido candidato que Camacho Solís.

La violencia volvía a marcar la historia mexicana, con ella la decisión de mantener el poder en "la generación del cambio" y las propuestas de una transición a la democracia fueron factores participantes en una lucha de casi seis días por definir las primeras consecuencias políticas de la muerte de Colosio.

Días posteriores a la muerte del candidato, las especulaciones de quién ocuparía su lugar se hacían patentes. Podemos ver que las noticias hacían alusión a la candidatura priísta, donde se dejaron sentir gran variedad de opiniones.

La disputa priísta por ser candidato tomó un giro inesperado con el descarte de Camacho, entrando a la disputa el Presidente del Comité Ejecutivo Nacional del P.R.I., Fernando Ortiz Arana.

Las implicaciones del asesinato no fueron meramente políticas, también el mercado financiero mexicano tuvo serios desquebrajamientos y muestra de ello fue que el día 24 de noviembre no cotizó la Bolsa Mexicana de Valores ni hubo actividad en los

Bancos. Lo anterior supone que el gobierno tomó esa medida para cuidar un declive del peso frente al dólar.

Entre otras medidas tomadas de manera inmediata, que no afectaran gravemente a la economía mexicana, fue la del gobierno norteamericano al abrir una línea de crédito a México por seis millones de dólares, para proteger al peso de una posible devaluación frente al billete verde.

Otras consecuencias que se hicieron sentir en ese año, poco tradicional en la historia de México, fue el retiro de capitales extranjeros que tuvo serias repercusiones económicas en toda América Latina.

A tres días del asesinato, *La Jornada* publicó una noticia donde da a conocer la salida del país de tres mil millones de dólares afectando gravemente a la economía nacional.

Los medios de comunicación daban a conocer las primeras pistas de las investigaciones policíacas donde se manejaba la hipótesis de "complot", información que vinculaba a Tranquilino Sánchez Venegas con gente del Estado Mayor Presidencial.

Seis días de ir y venir acerca de la sucesión terminaron el 29 de marzo con el tercer destape, ahora a favor de Ernesto Zedillo, producto de la "cultura del esfuerzo" de la que hablaba Colosio, y miembro de "la generación del cambio" encabezada por Salinas; Zedillo representa el inicio de un tiempo mexicano que podría concluir hasta el año 2000.

Zedillo despegó su campaña el 4 de abril de 1994 con su registro formal ante el IFE. El Comité Ejecutivo Nacional del tricolor anunció un cambio de candidato, no de Plataforma Electoral para 1994-2000, resumida en una frase, la reforma del poder, mencionada por Colosio en el marco del sexagésimo quinto aniversario del Revolucionario Institucional el 6 de marzo de 1994.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE CONTENIDO.

4.1. Rasgos históricos.

Los antecedentes históricos del análisis de contenido de los mensajes se remontan al siglo XVIII, alrededor del año 1640, cuando en Suecia se realiza un estudio para determinar el contenido y los efectos que producían un grupo de 90 himnos religiosos conocidos como "*Los cantos de sion*".

Este primer intento por conocer el contenido de los himnos, comenzó con la numeración de los símbolos religiosos que fueron aplicados posteriormente al cantoral canónico, no encontrando ninguna diferencia entre los himnos y el cantoral. Luego se numeraron los símbolos; dentro de los contextos en que aparecían, dando como resultado la diferencia y la manera en que podían ser explicados estos términos dentro de distintos contextos.

En 1893 se publicó un estudio de lo que se denominaba "*Análisis cuantitativo de periódicos*" bajo el título de "*Do newspaper give the news?*" (Se ocupan los periódicos de ofrecer noticias?). El texto fue producto de la inquietud por "evaluar los mercados de masas y conocer la opinión pública... que plantearon la exigencia que se cumplieran ciertas normas éticas y de que se efectuaran investigaciones empíricas del fenómeno del periódico moderno ¹".

Un estudio sociológico acerca de la integración de emigrantes polacos en Europa y América realizado por Thomas y Znaniecki alrededor de 1906, utiliza

¹ Klaus Krippendorff. Metodología de análisis de contenido, pág. 16

la técnica del análisis de contenido aplicado a "un material compuesto por diversos documentos (cartas, diarios íntimos) y también informes oficiales y artículos de periódicos²".

Hacia 1909 Street publica "*La verdad acerca de los periódicos*" donde a través de medir las columnas de un diario supo como éste destinaba espacio a determinados temas. En 1910 Mathews realiza un estudio donde "trató de poner de manifiesto el brumador espacio destinado a asuntos desmoralizadores, 'malsanos' y 'triviales' en oposición a temas 'que vallan la pena'³".

El periodismo amarillo y la búsqueda de su lucro fueron factores que llevaron a Wilcox a realizar un estudio titulado "*The American Newspaper: a study in social psychology*" en el año de 1900. Otras investigaciones similares fueron llevadas a cabo, como la de Ferton en 1910 denominado "*La influencia de ciertos tratamientos periodísticos sobre el crecimiento del delito y otras actividades sociales*" y por Write en 1924, quien realiza una evaluación del contenido de la prensa a lo largo de un cuarto de siglo, demostrando con ello la existencia de una creciente demanda de hechos.

Muchos autores citan el comienzo del estudio acerca del análisis de contenido en la década de los veinte. Podemos ver que estos se remontan a finales del siglo pasado con los primeros intentos por conocer el contenido y efectos de algunos escritos para explicar una realidad.

² Tesis.Ma. Dolores Villagomez Díaz. Análisis de contenido de la información económica en La Jornada; pág. 52.

³ Klaus Krippendorff. ob. cit. pág. 17

La técnica de análisis de contenido fue utilizada por especialistas en periodismo de la Universidad de Columbia, para estudiar el contenido de periódicos norteamericanos, culminando el proyecto con un estudio realizado por Malcom Willy bajo el nombre de "The country Newspaper" (El periódico rural), publicado en 1926.

Con la llegada de la Primera Guerra Mundial la técnica del análisis de contenido se enfocó hacia la propaganda y su contenido, estos análisis tienen durante la Segunda Guerra Mundial mayor ejercicio que en la Primera.

En 1927 el análisis de contenido recibe una aportación con la obra de Harold D. Laswell denominada "Propaganda Technique World War" donde "introduce nuevos problemas, nuevos procedimientos y nuevas categorías en el campo y de este modo le dio un carácter político⁴".

El análisis de contenido durante la Segunda Guerra Mundial fue empleado por departamentos estatales que tenían a su cargo el control de la comunicación masiva como la División Experimental para el Estudio de las Comunicaciones en tiempo de guerra, de la Biblioteca del Congreso; la División de Análisis del Servicio de Inteligencia para las emisiones de Radio Extranjeras y la Sección de Organización y Análisis de la Propaganda de la Unidad de Políticas especiales de Guerra del Departamento de Justicia.

La sociología encontró a través de un estudio de análisis de la opinión pública ciertos problemas de metodología en el análisis de contenido, plasmados

⁴ Bernard Berelson. Análisis de contenido. pág. 38

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

en el libro "Qualitative Newspaper Analysis as a Technique of Opinion Research" de 1934, bajo la batuta de Woodward.

A partir de este estudio Lippmann en 1922 incorporó al análisis de contenido "estereotipos sociales" y con ello adquirieron importancia ciertas cuestiones, como el tratamiento de los negros en la prensa de Filadelfia, el de los textos de historia y del nacionalismo.

La psicología descubre en el análisis de contenido un método que le permitía, entre otras cosas, analizar ciertas características de la personalidad. En la antropología se utilizó para examinar mitos, leyendas y acertijos, contribuyendo al análisis componencial de la terminología del parentesco.

Con la llegada de los años cuarenta, la necesidad de llevar a cabo operaciones de inteligencia militar y política a través de la comunicación de masas se hacia evidente. Surgen dos centros de análisis de la Propaganda, uno encabezado por Harold D. Laswell denominado "*Experimental Division of the Study of Wartime Communication*" y el de Hans Speir, quien reúne a investigadores en el "*Foreing Broadcast Intelligence Service*", perteneciente a la American Federal Communicatlons Comission.

Esta época representa para la técnica una etapa de rigurosa metodología; prevalece el buscar y establecer normas y reglas de análisis de contenido.

En 1952 aparece la obra denominada "*Content Analysis in Communication Reseach* ", de Bernard Berelson, obra clásica en el empleo del análisis de contenido donde se expone la investigación de esta técnica a través de la

recopilación de una amplia y valiosa bibliografía de los estudios realizados hasta 1950.

El modelo de análisis de contenido desarrollado por Berelson ha cobrado, hasta la fecha, gran difusión y uso por su exigencia de rigor y objetividad que contiene dentro de la búsqueda de una cuantificación del contenido.

El desarrollo de esta técnica de investigación no queda truncada con los estudios y propuestas de aplicación de Berelson; en 1955 el Social Research Council's Committee on Linguistics and Psychology organizó un encuentro sobre análisis de contenido apoyado en la experiencia de especialistas en diversas ramas. Posteriormente, en 1959 se publican las diversas aportaciones realizadas bajo el título de *Trends in Content Analysis* donde "existía una aguda preocupación por los problemas de las inferencias realizadas a partir del material verbal con respecto a sus circunstancias antecedentes, y se insistía en el cómputo de las relaciones internas entre símbolos, y no en el cómputo de las frecuencias de aparición de los mismos símbolos⁵".

El libro titulado *Trends in Content Analysis* de Ilhel de Sola Pool contiene una serie de trabajos sobre nuevos tipos de análisis publicados hasta 1959.

A finales de la década de los sesenta se lleva a cabo una conferencia, también acerca del análisis de contenido, con la participación de numerosos investigadores y apoyada por la Escuela de Comunicaciones de Annenberg. De las aportaciones que tuvo este encuentro, con relación a la técnica de análisis de contenido, fue la de conocer las diversas dificultades para registrar las

⁵Klaus Krippendorff, ob. cit. pág. 25

comunicaciones verbales, la urgencia de establecer "categorías estandarizadas", el problema de las inferencias y el rol de las teorías y construcciones analíticas.

De este encuentro se desprende una publicación aparecida en 1968 donde se cuenta con la colaboración de Gebner, Krippendorff, Holsti, Paistey y Stone.

En 1969, Ole R. Holsti da a conocer su libro *Content Analysis for the Social Science and Humanities* donde propone un modelo para la aplicación del análisis de contenido, integra nuevos conceptos metodológicos con relación a los hechos hasta esa época.

La técnica metodológica del análisis de contenido tuvo gran desarrollo en la década de los cincuenta, donde la objetividad se vuelve más flexible, da paso al enfoque "cualitativo"; que más adelante abordaremos con detenimiento, deja de lado su carácter descriptivo como en sus inicios, y toma en cuenta la inferencia como parte de su función y objetivo.

Con la llegada de nuevas tecnologías como la computación, el estudio de la comunicación no verbal se ve desplazada por el interés acerca del contenido de trabajos lingüísticos en su contenido.

4.2. Hacia una definición de análisis de contenido.

El camino histórico del análisis de contenido ha ido transformándose; y de la misma manera las definiciones en torno a él se han modificado, en la medida

que va desarrollándose la técnica se aplica a nuevos problemas y distintos materiales.

Entre las definiciones de "análisis de contenido" encontramos las siguientes:

Waples y Berelson -1941-

"El análisis de contenido sistemático trata de refinar más las descripciones casuales del contenido, de tal manera que muestra **objetivamente** la naturaleza y fuerza relativa de los estímulos aplicados al lector o a quien escucha⁶".

Kaplan y Godson -1943-

"El análisis de contenido aspira a realizar una clasificación **cuantitativa** de un trozo del contenido, de acuerdo con un sistema de categorías ideado para producir datos apropiados a las hipótesis específicas concernientes a su contenido⁷".

Janis -1943-

"Técnica que sirve para la **clasificación** de los portadores de signos. La técnica depende únicamente de los juicios de un analista o grupo de analistas en relación a tipos de categorías. Dichos juicios pueden variar, **teóricamente**, desde las discriminaciones de la percepción hasta las más puras conjeturas. También debe basarse la técnica de **clasificación** de los portadores de signos, en reglas explícitamente formuladas y con la condición de que los juicios del analista se tomen como el informe de un observador científico⁸"

⁶ Bernard Berelson, Ob. cit. pág. 35

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem pág. 36

Kaplan -1943-

"La técnica conocida con el nombre de análisis de contenido...trata de caracterizar los significados de un trozo de discurso en forma **sistemática y cuantitativa**⁹".

Berelson -1952-

"El análisis de contenido es una técnica de investigación que sirve para la descripción **objetiva, sistemática y cuantitativa** del contenido manifiesto de la comunicación¹⁰".

Cartwright -1953-

"Proponemos que se usen los términos 'análisis de contenido' y 'codificación' alternativamente para referirnos a la descripción **objetiva, sistemática y cuantitativa** de cualquier conducta simbólica¹¹".

Barcus -1959-

"El término 'análisis de contenido' se usa aquí para referirse al análisis científico de los mensajes de la comunicación... El método es hablando en términos amplios, el método científico, y en tanto, en general en su naturaleza requiere que el análisis sea riguroso y **sistemático**¹²".

Paisley -1969-

"El análisis de contenido es una fase del procesamiento de la información en la cual el contenido de la comunicación se transforma, mediante la aplicación

⁹ *ibidem*

¹⁰ *ibidem*.

¹¹ R. Hofsti, Una introducción al análisis de contenido, pág. 3

¹² *ibidem*.

objetiva y sistemática de reglas de categorización, en datos que pueden sintetizarse y compararse¹³".

Holsti -1969-

" El análisis de contenido es una técnica cuyo objetivo consiste en realizar inferencias, con base en la identificación **objetiva y sistemática** de características de los mensajes¹⁴".

Fox -1981-

"Procedimiento para la categorización de datos verbales o de conducta con fines de **clasificación**, resumen y tabulación¹⁵".

Bardin -1986-

"Un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendientes a obtener indicadores (**cuantitativos** o no) por procedimientos **sistemáticos y objetivos** de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (variables o inferidas) de estos mensajes¹⁶".

Como podemos observar, las definiciones aportadas hacia la descripción de la técnica del análisis de contenido han variando a través del tiempo y ajustándose a las necesidades que se le han presentado. Las definiciones del análisis de contenido revelan un acuerdo entre sus requisitos de objetividad, sistematización y generalización.

¹³ Ibidem.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Díaz Villegomez, Ob. cit. pág. 80

¹⁶ Ibidem.

Se entiende por objetividad que cada fase del proceso de investigación se debe llevar a cabo con base en reglas y procedimientos explícitamente formulados, con la finalidad de reducir la posibilidad de "que los descubrimientos reflejen predisposiciones subjetivas del analista en lugar del contenido de los documentos en análisis¹⁷".

Sistemático es definido como "la inclusión de contenido o de categorías se hace de acuerdo con reglas aplicadas en forma consistente¹⁸".

La generalización requiere que los descubrimientos tengan una importancia teórica. La información puramente descriptiva sobre el contenido, no relacionada con otros atributos de los documentos, o con las características del emisor o del receptor del mensaje, es de poco valor.

Una vez aportadas las definiciones de análisis de contenido, y de haber encontrado en ellas un acuerdo entre sus requisitos primordiales, es importante mencionar que aceptamos la definición hecha por Klaus Krippendorff, "el análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto¹⁹".

¹⁷ R. Holsti, ob. cit. pág. 3

¹⁸ *Ibidem*

¹⁹ Klaus Krippendorff ob. cit. pág. 28

Podemos ver que la definición de Krippendorff no deja de lado al contexto social en que se dan los procesos de comunicación. Además los considera objeto de estudio a través del análisis de contenido.

Adelante abordaremos los límites y alcances que puede tener esta técnica pero, hasta el momento observamos claramente cómo el análisis de contenido no es exclusivo de la comunicación; ha ido extendiéndose a otras disciplinas, específicamente hacia el efecto que producen los medios de comunicación.

4.3. Límites y alcances del análisis de contenido.

Es innegable que los estudios realizados por Bernard Berelson han significado un empuje para la investigación de la técnica del análisis de contenido.

Recordemos que Berelson define al análisis de contenido como una técnica que detalla objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido de la comunicación.

Aquí encontramos un elemento más al que no habíamos hecho referencia, la cuantificación. Berelson reconoce los requisitos de objetividad, sistematización y cuantificación además del sintáctico-semántico.

Con relación al requisito de cuantificación lo define como un rasgo distintivo del análisis de contenido, de "primordial importancia para el análisis de contenido

es el grado en que las categorías analíticas aparecen en el contenido, es decir, el énfasis y las omisiones relativas²⁰”.

El requisito sintáctico-semántico lo propone Berelson como exclusivo del análisis de contenido, ya que esta técnica "se limita por lo general al estudio del contenido manifiesto de la comunicación y habitualmente no se aplica en forma directa al análisis de las intenciones latentes que el contenido puede expresar o de las respuestas latentes que puede provocar²¹”.

Debemos de apuntar que el requisito de la cuantificación es más controvertible de lo que parece.

Al análisis de contenido lo podemos caracterizar como el método de investigación que estudia el significado simbólico de los mensajes.

Uno de los rasgos más característicos del mensaje es informar; proporciona al receptor un conocimiento acerca de hechos o sucesos que se producen, o sea datos.

Varios autores han identificado y clasificado el tipo y aplicaciones del análisis de contenido, para poder tener una visión más amplia de ello se ofrece el

Cuadro No 1.

La clasificación y aplicación del análisis de contenido en el que se basa el **Cuadro No. 1** es resultado de los datos proporcionados por Krippendorff en su

²⁰ Bernard Berelson, Ob. cit. pág. 37

²¹ Ibídem.

libro "*Metodología de Análisis de Contenido*". Observamos además, la evolución que ha tenido la técnica y las propuestas hechas por sus múltiples investigadores.

En relación con los mecanismos aplicados al análisis de contenido se ofrece el **Cuadro No. 2** donde se muestra, a manera de síntesis, la diversidad de posibilidades y alcances que puede tener este método.

La trayectoria de la técnica ha rebasado varios obstáculos a través de su historia. Actualmente el análisis de contenido es aplicado a diversos campos de la ciencia, pero siempre destinado a conocer los efectos que causan los medios masivos de comunicación.

EMPLEO DEL ANALISIS DE CONTENIDO.

CLASIFICACION:

JANIS -1965- Pragmático. Designaciones.
Semántico. Atribuciones.
Vehículos- signos. Aseveraciones.

HOLSTI -1969- Descriptivo: averigua que se dice, como se dice y a quién se dice.
Antecedentes: averigua por qué se dice algo.
Efectos: averigua con que efecto se dice algo.

APLICACION:

- BERELSON
-1952-
- *Tendencias en el contenido de las comunicaciones.
 - * Seguimiento del desarrollo de estudios académicos.
 - * Establecer diferencias internacionales en materia del contenido de las comunicaciones.
 - * Comparar los medios o niveles de comunicación.
 - * Verificar los objetivos del contenido de la comunicación.
 - * Construir y aplicar normas relativas a las comunicaciones.
 - * Exponer técnicas de propaganda.
 - * Medir "legibilidad" de los materiales de una comunicación.
 - * Poner de relieve rasgos estilísticos.
 - * Identificar propósitos y otras características de los comunicadores.
 - * Determinar el estado psicológico de personas o grupos.
 - * Detectar la existencia de propaganda.
 - * Obtener información política y militar.
 - * Reflejar actitudes, intereses y valores de grupos de la población.
 - * Describir respuestas actitudinales y conductuales frente a las comunicaciones.

STONE Y DUNPHY
-1966-

Campos empiricos. Psiquiatría.
Psicología.
Historia.
Antropología.
Educación.
Filología y Análisis.
Literario.
Lingüística.

CUADRO No 1

**FORMAS DE INFERENCIAS DEL
ANÁLISIS DE CONTENIDO.**

SISTEMAS: Artificio conceptual que describe una porción de la realidad.

Tendencias: enfoque sistemático del análisis de contenido.

Pautas: identifica las pautas dentro de un género literario.

Diferencias: evalúa diferencias existentes en los mensajes por dos comunicadores o por una misma fuente en situaciones distintas.

NORMAS: Identifica, evalúa y verifica la existencia de una norma o patrón con la que se compara un objeto para establecer su clase.

Evaluaciones: evalúa en qué grado algo se adecúa o se aparta.

Identificaciones: emite juicios sobre los datos con respecto a una norma.

Verificaciones: emiten juicios pero escritos o legitimada por una institución.

INDICES Y SINTOMAS: Índice: es una variable cuya importancia depende del grado en que pueda considerarse como correlato de otros fenómenos.

Síntoma: es una denominación en medicina que se le da a un índice.

-Frecuencia: Número con que aparece un símbolo, idea o tema en el interior del mensaje.

-Orientación

o Tendencia: Equilibrio en la cantidad de atributos favorables o desfavorables de un mensaje.

-Intensidad o

Fuerza: Cantidad de asociaciones y de calificaciones manifestadas en un mensaje.

REPRESENTACIONES

LINGÜÍSTICAS: Analiza el cuerpo del texto como discurso estableciendo relaciones entre dos o más oraciones, siempre y cuando estén vinculadas a la realidad del cuerpo.

Hays -1969- divide los conjuntos de datos lingüísticos de la siguiente manera:

- * Secuencia de artículos editoriales.
- * Intercambios internacionales de carácter oficial.
- * Transcripciones de entrevista.
- * Interacción social.

COMUNICACIONES: Estudia las causas y efectos entre una medición simbólica.

Se encarga también del comportamiento; las consecuencias individuales o colectivas del intercambio de información.

Investiga diversas psicopatologías del conflicto y del consenso y la transformación de una cultura material.

PROCESOS

INSTITUCIONALES: Indican y transmiten contenido, consecuencias de las organizaciones e Instituciones sociales.

Las comunicaciones tienden a estar gobernadas por estrategias Institucionales que prescriben las condiciones en que aquellas se difunden y utilizan dentro de una organización. Se dividen en:

Jurídicas: los medios deben contar con una licencia para poder expresarse.

Económicas: alguien debe pagar gastos de producción, transmisión y consumo.

Sociopolíticas: las comunicaciones son sometidas a limitaciones como códigos éticos o juicios de valor informales que afectan los grupos de intereses potencialmente poderosos.

Técnico

estructurales: las comunicaciones deben producirse y transmitirse por los medios existentes.

4.3.1. Enfoque cuantitativo y cualitativo.

Los enfoques "cuantitativo" y "cualitativo" han sido elementos de amplio debate entre los investigadores de este método.

Con relación al aspecto "cuantitativo" del análisis de contenido, Holsti señala que esta postura ha sido resguardada por quienes ven a esta técnica como científica, como por quienes son más críticos de ella.

Laswell, Lerner y Pool en 1952 apuntan que "no existe claramente una razón para justificar el análisis de contenido a menos que la cuestión sea cuantitativa²²". Observamos que en esta definición no hay un acuerdo acerca de lo "cualitativo", lo anterior porque se considera que esta técnica se desarrolla cuando se mide la frecuencia de la aparición de las unidades en cada categoría o en lo numérico.

Alexander L. George define al análisis "cuantitativo" como "una técnica estadística para obtener datos descriptivos acerca de las variables del contenido²³".

El análisis "cuantitativo" representa la técnica que sirve para la obtención de datos descriptivos acerca de las variables del contenido; ofrece la posibilidad de obtener resultados precisos sobre la frecuencia de determinadas características del contenido.

²²R. Holsti, Ob. cit. pág. 6

²³Alexander L. George. Enfoques cuantitativos y cualitativos del Análisis de contenido, pág. 158.

La cuantificación según Berelson, es el rasgo distintivo del análisis de contenido. Debemos de apuntar que considerar la frecuencia como único índice de interés es cuestión válida, pero también existen otros tipos de mediciones que pueden resultar útiles.

Al término "cualitativo" se le ha usado para definir a los diferentes aspectos del procedimiento de investigación como la lectura preeliminar de los materiales para establecer hipótesis y la de un procedimiento que ofrece la posibilidad de hacer observaciones descriptivas sobre el contenido del material.

De las desventajas que presenta el método "cuantitativo", podemos apuntar que se reduce a una mera medición de frecuencias; pierde la posibilidad de realizar inferencias.

Ole R. Holsti apunta que los métodos de análisis "cuantitativo" y "cualitativo" pueden usarse de manera simultánea; es decir, como complementos, mutuamente, porque abren expectativas de las cuales puede alimentarse el otro.

Este autor señala que a pesar de que estos métodos pueden ser complementos, existen teóricos que distinguen los términos "cuantitativo" y "cualitativo"; insiste que los estudios documentales sistemáticos "cualitativos" constituyen una forma de análisis más significativa que únicamente su realización en su carácter de "cuantitativo".

4.3.2. Contenido manifiesto y contenido latente.

La segunda divergencia entre las definiciones de la técnica del análisis de contenido es en torno al contenido "manifiesto" y al contenido "latente".

Entendamos por contenido "manifiesto" al significado que se da de manera superficial en el texto. Holsti lo define como "la etapa en la cual se localizan en el texto y se sitúan dentro de las categorías las palabras, temas, etc.²⁴", es decir, únicamente se realiza el registro de aquellos términos o "items" aparecidos en el texto.

El autor propone que dentro del contenido manifiesto se puede incluir el contenido latente. Lo anterior lo divide en dos etapas, la primera abarca la codificación, que es el registro de los "items", y la segunda es de interpretación.

En la interpretación de los resultados se cuestionan las dimensiones que puedan ser susceptibles de análisis "al principio el análisis de contenido se limitaba a cuestiones de semántica y de sintáctica y se restringiría la dimensión pragmática por la dificultad de realizar inferencias directamente válidas sobre las causas y los efectos de la comunicación de los datos del contenido. En la actualidad... los datos de análisis de contenido se deben comparar, directa o indirectamente, con índices independientes (es decir no contenidos) de los atributos o de la conducta que se infiere de los documentos²⁵".

²⁴ R. Holsti. ob. cit. pág. 14

²⁵ R. Holsti. El análisis de contenido para las ciencias sociales y las humanidades pág. 4

Al igual que con los métodos de análisis "cuantitativos" y "cualitativos", el contenido manifiesto y el contenido latente son dos conceptos que provocaron una serie de reacciones entre los investigadores de la técnica del análisis de contenido.

Actualmente se disfruta una visión más amplia en torno a esta técnica, que no disocia el concepto cuantitativo-cualitativo y manifiesto-latente, al contrario los ubica como bases de cualquier investigación de contenido.

CAPÍTULO V. APLICACION DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO.

Podemos percatarnos, a través del desarrollo de este trabajo, la importancia de los efectos que ejercen los medios de comunicación dentro de cualquier sociedad; particularmente en la mexicana, marcada por la violencia, la desigualdad social y por una búsqueda constante de algunos grupos por el poder.

La participación de los medios de comunicación en esta realidad mexicana cobra aún más importancia cuando sus efectos son susceptibles de investigación. Indagar estos efectos abre la posibilidad de encontrar respuestas a cuestiones que afectan, en el presente y futuro, a cualquier sociedad.

Para conocer algunas de las consecuencias que provocan los medios de comunicación, la técnica del análisis de contenido es una herramienta que ayuda a comprender y desentrañar aspectos que a simple vista resultan difíciles de comprender.

5.1. Objetivo del análisis.

Indiscutiblemente el aspecto político es un factor que determina a otros como el económico y el social; pero en mayor medida en una sociedad como la nuestra, vulnerable en lo económico y desigual en lo social.

Reconocemos lo trascendente del factor político; por ello se ha considerado el tema de la campaña presidencial del partido en el poder, susceptible de ser

analizado y concluir de él la forma en la que dos periódicos; a través de su editorial, dan cuenta de la campaña proselitista del candidato del P.R.I.

Los diarios objeto de análisis con relación al tema son **El Universal** y **La Jornada**; periódicos que gozan dentro de la sociedad mexicana, y de los medios de comunicación nacional, con un antagónico respeto. El Universal cuenta con una larga experiencia dentro del periodismo mexicano; La Jornada nace en 1984 y se define como independiente y no comprometido a ningún grupo político ni social, sólo con sus lectores.

Dentro del segundo capítulo se explica ampliamente como estos diarios se rigen bajo distinto régimen de propiedad; El Universal es una sociedad anónima y La Jornada trabaja bajo el régimen de cooperativa. Lo anterior tiene una estrecha relación con el cómo y quién determina la línea editorial del periódico.

Por los factores antes mencionados, y por la trascendencia de la campaña priísta a la presidencia de la república, se pretende conocer por medio del análisis de contenido, como dos diarios "diferentes" en su política editorial dan cuenta de ello, y más cuando el partido en el poder se encuentra frente a la coyuntura histórica provocada por la muerte de su candidato y la rápida designación de otro a escasos meses de las elecciones federales.

5.2. Elaboración de datos.

Para aplicar la técnica del análisis de contenido al tema, es necesario entender cual será nuestra unidad de análisis, debemos aclarar que en toda

investigación en la que se aplica esta metodología se debe plantear que se ha de observar, registrar y considerar un dato.

Klaus Krippendorff reconoce que todo análisis de contenido debe tener una formulación de datos, entendiendo por este a la "unidad que se distingue de otros datos, puede analizarse mediante técnicas explícitas y es pertinente con respecto a un problema determinado¹".

Con base en lo anterior, tenemos que nuestro dato o unidad de información será la campaña pñlista hacia la presidencia de la república y su tratamiento editorial en los periódicos El Universal y La Jornada.

5.3. Hipótesis del análisis.

1. Se pretende demostrar el apoyo incondicional al candidato del P.R.I. a través de la línea editorial de El Universal y esto se reflejará en el número de editoriales destinados a tratar el tema.
2. La política editorial de La Jornada es más crítica frente a la figura del candidato con relación a El Universal.
3. La política editorial de El Universal trata con mayor frecuencia el tema del candidato; mientras que La Jornada hace más énfasis en temas de aspectos políticos y sociales que son citados por el aspirante.

¹ Klaus Krippendorff. Metodología de análisis de contenido, pág. 76.

5.4. Descripción del Universo.

Los diarios El Universal y La Jornada se tomaron como objeto de estudio por representar diarios de prestigio con claras diferencias en sus posiciones editoriales, además de influir entre la opinión pública mexicana.

El análisis de contenido se aplica a lo que se denomina el editorial en cada uno de los diarios, ya que a través de él se difunden sus puntos de vista.

5.4.1. Muestras.

Las características de los editoriales o muestras de los diarios en estudio son las siguientes:

DIARIO	PAGINA EN QUE APARECE	No DE EDITORIALES POR DIA	DIAS EN QUE APARECE EL EDITORIAL
EL UNIVERSAL	6	3	LUNES- SABADO
LA JORNADA	2	1-2	LUNES- DOMINGO

El número de editoriales a ser sometido a una primera fase de clasificación fue de 965 obtenido de los 67 días de campaña, menos tres días en los que no hay publicación de diarios, dan un total de 264 periódicos.

En el caso de La Jornada existe la variación de uno a dos editoriales de lunes a domingo, quedando el universo en 284 muestras disponibles. El Universal publicó tres editoriales de lunes a sábado arrojando 227, que multiplicados por los tres diarios dan como resultado 681 muestras.

Durante las 37 semanas del periodo en estudio aparece en El Universal todos los domingos un espacio denominado "Los partidos políticos en El Universal", en sustitución de la página editorial.

Este espacio era destinado a darle a los partidos políticos un medio de expresión con relación a sus diversas propuestas políticas. Los doce partidos contendientes en las elecciones hacen hincapié en distintos puntos económicos, políticos y sociales del país en un mismo intervalo.

Del número inicial de 965 muestras, se hizo una primera selección de aquellos que hicieran referencia al candidato priísta quedando desglosado de la siguiente manera:

EL UNIVERSAL (961 editoriales publicados)	LA JORNADA (284 editoriales publicados)
50 editoriales dedicados al candidato priísta.	6 editoriales dedicados al candidato priísta.
37 editoriales que mencionan al candidato priísta.	17 editoriales que mencionan al candidato priísta.
594 editoriales que no tienen ninguna relación con el candidato priísta.	261 editoriales que no tienen ninguna relación con el candidato priísta.
681 total	284 total

Los 56 editoriales dedicados al candidato priísta por ambos diarios, se encuentran desglosados cronológicamente así:

MES	EL UNIVERSAL	LA JORNADA
Noviembre-1993	4	1
Diciembre	5	1
Enero-1994	7	0
Febrero	6	0
Marzo	6	2
Abril	4	0
Mayo	4	1
Junio	7	0
Julio	4	0
Agosto	3	1
	50	6

No de editoriales por los dos diarios= 56

Las muestras por diario de 50 y 6 representan el 100% de los editoriales publicados durante el tiempo de establecido por parte de los diarios, con relación al tema en estudio.

El número de editoriales que mencionan al candidato prfista es de 54 durante todo el período en estudio. El Universal registra 37 y La Jornada 17 editoriales que hacen alusión de alguna manera al tema en estudio.

En la **gráfica No.1** observamos claramente como en El Universal no existe una variación muy importante de porcentajes con relación a los editoriales que hablan del candidato, con los que únicamente lo mencionan. En contraparte

TOTAL DE MUESTRAS
n = 965

El Universal.



La Jornada.



- ▲ **S/R** - editoriales sin relación alguna con el candidato priista.
- ▲ **M/C** - editoriales que mencionan al candidato priista.
- ▲ **D/C** - editoriales dedicados al candidato priista.

GRAFICA No 1

tenemos a La Jornada con un porcentaje mayor de editoriales que aluden al candidato con relación a los que únicamente lo citan.

5.4.2. Tiempo de estudio (cronología).

La cronología quedó comprendida del 29 de noviembre de 1993, al 22 de agosto de 1994, por ser dentro de este período donde se efectúa la campaña priista hacia la presidencia de la república; de esta manera ambos diarios tuvieron oportunidad de abordar el tema dentro de su editorial.

La primera fecha -29 de noviembre de 1993- marca la publicación del primer editorial alusivo a la designación de Luis Donaldo Colosio como precandidato priista, mientras que la segunda fecha -22 de agosto de 1994- da cuenta de lo acontecido en la jornada electoral llevada a cabo el día anterior.

No debemos de olvidar el parteaguas que existe dentro de las fechas señaladas, como fue la muerte de Luis Donaldo Colosio y la rápida designación de Ernesto Zedillo como candidato del Revolucionario Institucional.

A continuación proporcionamos un cuadro cronológico que nos ayuda a tener una visión de los acontecimientos más relevantes que afectan a la campaña priista.

FECHAS Y HECHOS IMPORTANTES EN TORNO A LA CAMPAÑA PRIISTA.

Noviembre-1993	28	Destape de Luis Donaldo Colosio como precandidato priista.
----------------	----	--

Enero-1994	1	Estalla el movimiento en Chiapas entre la guerrilla denominada Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y el Ejército Mexicano
	10	Es nombrado Manuel Camacho Solís como comisionado para la paz y la reconciliación en Chiapas.
Febrero	20	Inician las Jornadas por la Paz y la reconciliación en Chiapas.
Marzo	2	Terminan las Jornadas por la Paz y la reconciliación en Chiapas.
	22	Renuncia Manuel Camacho a cualquier posibilidad de ser candidato a la Presidencia de la República.
	23	Es asesinado Luis Donaldo Colosio en un mitín en Lomas Taurinas, Tijuana.
	29	Es designado Ernesto Zedillo Ponce de León como nuevo candidato del P.R.I. a la Presidencia de la República.
Junio	16	Renuncia Manuel Camacho Solís como Comisionado para la Paz y la Reconciliación en

Agosto	14	Chiapas. Cierre de la campaña priista.
	22	Día de las elecciones Federales.

Los hechos tomados en cuenta para ser incluidos dentro del cuadro cronológico fueron aquellos que por el número de editoriales, y por su trascendencia dentro del período de estudio, ocupan un espacio constante dentro del editorial de los diarios.

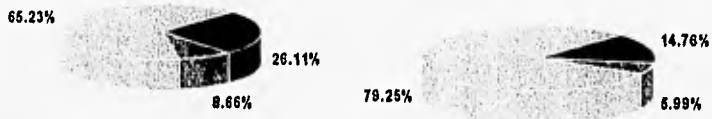
Tenemos que la detonación de una guerrilla en Chiapas el 1o de enero de 1994, a sólo 33 días de haber sido elegido el precandidato priista, captó el esmero de los medios de comunicación, además de afrontar con frecuencia la labor del comisionado para la paz, Manuel Camacho.

Las acciones emprendidas el 10 de enero por Manuel Camacho fueron el foco de atención, aunado a sus funciones de la búsqueda de la paz en el sureste mexicano. Por ello se hizo un conteo de editoriales destinados a la materia con relación al tema en estudio, los resultados se muestran en la **gráfica No.2**.

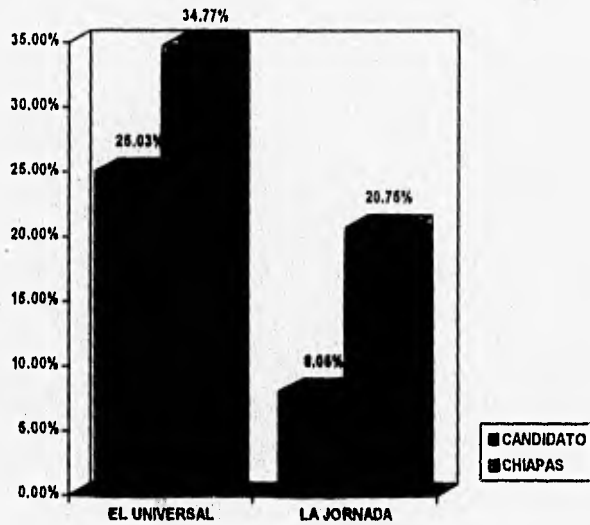
Si comparamos los resultados obtenidos con el número de muestras dedicados al candidato priista en el tiempo de estudio tenemos que, 193 editoriales fueron dedicados; por ambos diarios, a tratar el problema chiapaneco, en cambio, 56 editoriales se centran en el proselitismo priista y 54 mencionan al candidato dentro de los dos periódicos.

EL UNIVERSAL
(con base en 124 editoriales)

LA JORNADA
(con base en 69 editoriales)



26.11%, 14.76% editoriales que tratan exclusivamente el conflicto en Chiapas.
8.66%, 5.99% editoriales que tratan las acciones del Comisionado Manuel Camacho.



GRAFICA No 2

En la **gráfica No.2** advertimos claramente que el tema de la lucha en Chiapas tuvo mayor espacio con relación a la campaña priísta. De lo anterior podemos determinar que ambos diarios muestran mayor interés en él, que en divulgar las propuestas de un partido político que ha gobernado al país durante los últimos 65 años.

5.5. Tipos de Unidades de análisis.

En la presente investigación se tomó en consideración como unidad de análisis a la unidad de contexto ya que no es posible clasificar y codificar ninguna unidad de análisis sin relacionarla con el contexto en que aparece.

El editorial será equivalente a la unidad de contexto dentro del cual se contextualizan a las unidades de análisis.

5.6. Categorías de análisis.

Una de las etapas de mayor complejidad es la de la categorización, ya que representa una correspondencia entre la teoría y el tema en estudio.

Durante esta fase de investigación se fueron superando diferentes obstáculos para llegar a determinar tanto a las categorías como a los indicadores. Para llegar a ello, fue necesario leer todos los editoriales publicados por ambos diarios, reconocer los temas a los que hacía alusión y posteriormente agrupar esos temas (**cuadro No.1**).

La determinación de las categorías de análisis no quedo ahí; como observamos en el cuadro No.1 existen temas que tienen entrada en dos sectores, como en el caso del indicador empleo que es abordado en la política económica pero, también tiene entrada en la categoría de bienestar social.

El cuadro No.1 presenta un desorden de categorías e indicadores; a medida en que se iba revisando cada uno de ellos se fue dando paso a la estructura conceptual definitiva.

La estructura conceptual definitiva (cuadro No.2) tiene como base cuatro categorías de análisis, las cuales son política económica, programa político, política laboral y política social.

PROPUESTA PRIISTA.

1. BIENESTAR SOCIAL.

- 1.1. POBREZA.
- 1.2. REZAGO.
- 1.3. EDUCACION.
- 1.4. SALUD.
- 1.5. SEGURIDAD.
- 1.6. EMPLEO.
- 1.7. SALARIO.
- 1.8. VIVIENDA.
 - 1.8.1. AGUA
 - 1.8.2. DRENAJE
 - 1.8.3. ELECTRICIDAD
- 1.9. CAMPO MEXICANO.

2. DEMOCRACIA.

- 2.1. DEMOCRATIZACION DEL PAIS.
- 2.2. ELECCIONES LIMPIAS.
- 2.3. MODERNIDAD.
- 2.4. CREDIBILIDAD.
- 2.5. LIBERTAD.
- 2.6. JUSTICIA.

3. INDEPENDENCIA P.R.I. - GOBIERNO.

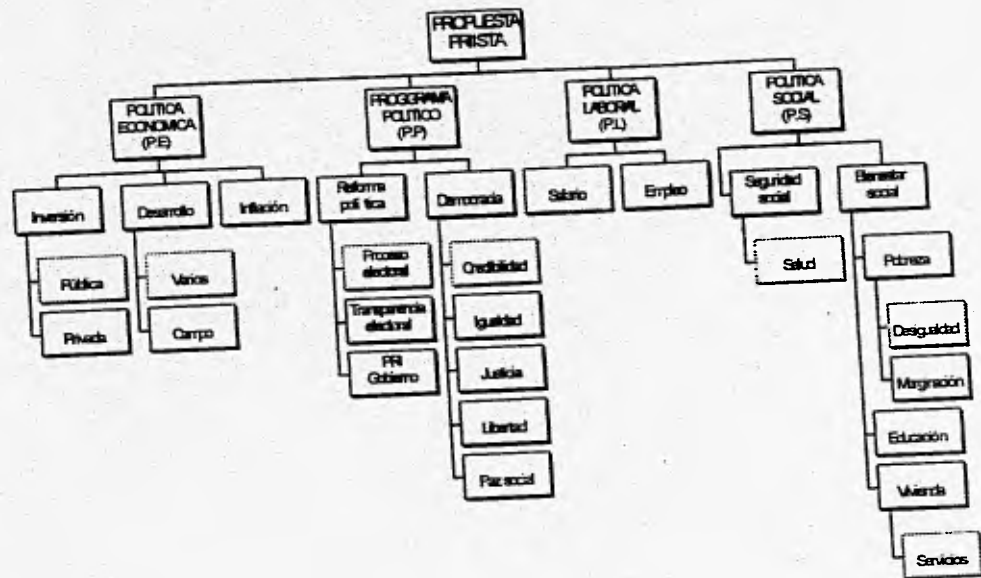
4. POLITICA ECONOMICA.

- 4.1. PRIVATIZACION DE SECTORES GUBERNAMENTALES.
- 4.2. INVERSION PRIVADA.
- 4.3. RENEGOCIACION DE LA DEUDA EXTERNA.
- 4.4. INVERSION PUBLICA.
- 4.5. CREACION DE EMPLEOS.
- 4.6. IMPUESTOS.

5. MEDIO AMBIENTE.

6. OTROS TEMAS.

CUADRO No 1



CUADRO No. 2

Para identificar a cada una de las categorías de análisis se realizó una metodología de abreviaturas que facilitó su registro, quedando de la siguiente manera:

Política Económica	P.E.
Programa Político	P.P.
Política Laboral	P.L.
Política Social	P.S.

De las diferencias que observamos en la primera categorización (**cuadro No 1**) con relación a la segunda (**cuadro No.2**), es que en esta última se encuentran definidas con mayor precisión las categorías, subcategorías e indicadores determinadas por su contenido y adecuados a su categoría correspondiente.

Esta etapa fue compleja por la carencia de editoriales, además de que la estructura conceptual no podía enriquecerse. La estructura conceptual definitiva abarca 52 muestras, quedando excluidas 4 de ellas por no tener entrada dentro de la estructura conceptual definitiva.

5.6.1. Definición de las categorías e indicadores.

La **política económica** "es la ciencia de los fines y de los medios para influir sobre el producto nacional y especialmente de la relación entre estos fines y estos medios²".

²W.Heller, Diccionario de economía política, pág. 358.

Nos referimos a **inversión** al "incremento de los bienes de capital del sistema económico³". Entendamos por **inversión pública** "lo oficial, lo notorio⁴", mientras que por **inversión privada** a una "financiación de una nueva (o más amplia), que se venda después económicamente, es decir, dándole...un excedente⁵".

El **desarrollo económico** es "un proceso continuado cuyo mecanismo esencial consiste en la aplicación reiterada del excedente en nuevas inversiones⁶".

Cuando nos referimos al indicador **varios**, nos referimos al desarrollo económico en varios de sus sectores.

La economía agraria la entendemos dentro de la estructura como **campo** que "presupone dos conocimientos...la economía general; y la realidad agrícola⁷".

La **Inflación** "es una subida general del nivel de los precios que tienen efecto de reducir el poder adquisitivo de una cantidad dada de dinero⁸".

El **programa político** es "el conjunto de objetivos políticos...que un partido político adopta y propone como directrices generales para su comportamiento⁹".

³ *Ibíd.*, pág. 268.

⁴ *Ibíd.*, pág. 147.

⁵ Norberto Bobbio y et. al. Diccionario de política, pág. 123

⁶ Mario Martínez Silva y et. al. Diccionario de política y Administración Pública, pág. 376.

⁷ Mario Martínez Silva y et. al. Diccionario de política y Administración Pública, pág. 376.

⁸ R. Garzaro, Diccionario de política, pág. 192

⁹ Mario Martínez. *ob. cit.* pág. 324

La **reforma política** se define como "el movimiento de democratización del estado¹⁰".

El **proceso electoral** es "el conjunto de decisiones, tareas y actividades que realizan los organismos político-electorales, los partidos políticos y los ciudadanos entre el momento que integran los organismos electorales hasta que se expiden las constancias de adjudicación de los cargos que estuvieron en contienda¹¹".

La **transparencia electoral** entra como un proceso democratizador, al que entendemos como el respeto al número de sufragios ejercidos hacia un partido sin la intención de alterar los resultados.

Al indicador **P.R.I.-gobierno** lo definimos como las relaciones entre el partido en el poder y el gobierno; se refiere a la propuesta que ofrece el candidato en torno al tema, en caso de llegar a la presidencia.

Por **democracia** entendemos "soberanía del pueblo¹²". Este concepto engloba a la igualdad que es el principio político que defiende la ausencia de distinción entre los hombres por razones étnicas, religiosas, sociales, etc., en relación a sus derechos, deberes y oportunidades¹³".

La **credibilidad** es lo que tiene calidad de creíble por lo que se tiene confianza.

¹⁰ Miguel Serrano Gómez. Diccionario de términos socio-políticos, pág. 157.

¹¹ Mario Martínez, ob. cit. pág. 312.

¹² *Ibíd.* pág. 351.

¹³ Roberto Bobbio, ob. cit. pág. 89.

La **justicia** es "la voluntad de entregar a cada uno lo que en derecho le pertenece"¹⁴". La **libertad** es "la facultad de hacer o no hacer presiones de ninguna clase, por lo que la persona humana es plenamente responsable de sus acciones y omisiones"¹⁵".

Paz Social se refiere a la "tranquilidad y sosiego entre los ciudadanos y las relaciones entre los estados"¹⁶".

La **política laboral** y la **política social** se integran a la política económica general del país, y son aspectos trascendentes dentro de cualquier sociedad.

Dentro de la **política laboral** encontramos al **salario** que es "la remuneración del factor trabajo"¹⁷", mientras que el **empleo** es "la posibilidad real de expansión de la actividad económica"¹⁸".

La **seguridad social** es el "sistema que establece o existe en y por la sociedad, cuando ésta ha llegado a un estadio en el cual se considera que a través de un sistema de aseguramiento colectivo, se puede atender y proteger la vida y medios de subsistencia de toda la población"¹⁹".

Salud es el estado donde no se tiene ninguna enfermedad.

¹⁴ *Ibidem*, pág. 103.

¹⁵ *Ibidem*, pág. 97.

¹⁶ Miguel Serrano, ob. cit. pág. 156.

¹⁷ W. Heller, ob. cit. pág. 411.

¹⁸ Mario Martínez, ob. cit. pág. 321.

¹⁹ *Ibidem*, pág. 475.

El **bienestar social** es la "política de prevención física cultural y económica, es decir, se atiende a la población en la prestación no solo de servicios, sino en la mejoría de su calidad de vida. Comprende aspectos tales como educación, vivienda y recreación²⁰".

La **pobreza** es "la falta o escasez de lo necesario para el sustento de la vida²¹". La **desigualdad y marginación** son conceptos que atrae la pobreza y conlleva a una falta de uniformidad en el desarrollo.

El sector servicios o también llamado sector terciario incluye actividades no productivas pero necesarias para el buen funcionamiento de la sociedad y sus necesidades, como son: agua, drenaje y electricidad.

5.7. Cuantificación y expresión de las categorías de análisis.

Para la cuantificación y expresión de las categorías de análisis se recurre a la presentación de sus resultados a través de las gráficas; esto facilita su descripción y proporciona una visión clara de sus diferencias.

El orden a seguir va de lo general a lo particular.

De las cuatro categorías de análisis, el número de muestras obtenidos se encuentran de la siguiente manera:

²⁰ *Ibíd.*

²¹ Miguel Serrano. Ob. Cit. pág. 135

P.E.	6
P.P.	33
P.L.	2
P.S.	<u>11</u>
	52

Podemos percatarnos de un notable interés editorial por tratar el tema del **Programa Político priísta (gráfica No.3)**. Durante el período de estudio esta categoría fue de las más abordadas con relación a las otras, que si bien son de interés, ésta resalta por el número de muestras obtenido.

Se puede explicar su importancia porque a través del programa político se da a conocer los lineamientos a seguir y reconoce la dura crisis de credibilidad producto de la muerte de su candidato.

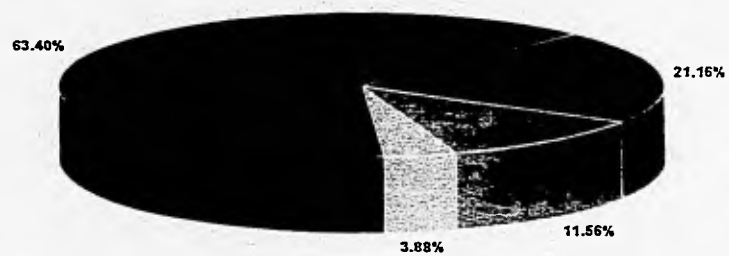
En segundo término tenemos a la categoría **Política Social**. En términos cuantitativos, podemos observar que esta categoría obtuvo mayor número de editoriales con relación a la política económica y la política laboral.

No debemos menospreciar al sector económico y laboral, pero sí es pertinente recordar que el aspecto social cobra mayor importancia porque es precisamente, cuando se desarrolló la campaña, cuando hay crisis social en Chiapas.

No sería incoherente relacionar las exigencias zapatistas con los temas abordados por los editoriales y por las ofertas políticas del candidato. Debemos de

UNIVERSO DE ANALISIS

n= 52



■ P.S. ■ P.E. ■ P.L. ■ P.P.

GRAFICA No 3

apuntar que entre las exigencias de la guerrilla destaca la realización de elecciones limpias.

Más adelante tocaremos el punto de análisis del programa político, donde se ubica el indicador de proceso electoral y transparencia electoral.

Dentro de la categoría de **P.E.** encontramos las subcategorías inversión, desarrollo e inflación. Esta categoría de análisis cuenta con seis editoriales disponibles, o sea el 11.56% del total de las muestras disponibles dentro de la estructura conceptual tratan el tema de política económica.

Las seis muestras disponibles representan el 100% de los editoriales dentro de la categoría de **P.E.**

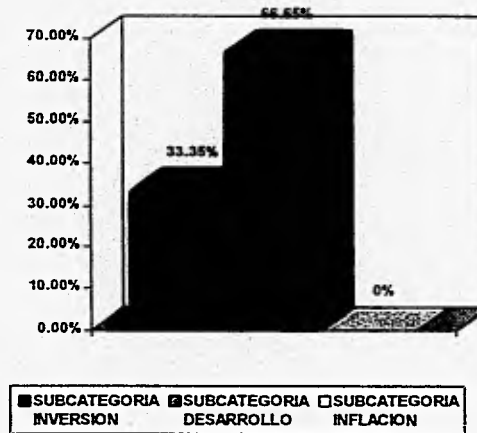
Con base en lo anterior tenemos que la subcategoría inversión cuenta con el 33.35%, la de desarrollo con el 66.65% e inflación con el 0%.

En la **gráfica No.4** vemos los datos arriba señalados destacando en ellos la subcategoría desarrollo. Se nota un claro interés editorial de los diarios en difundir la propuesta económica, en el rubro de su desarrollo, sobre los otros dos restantes.

Para el candidato priísta como para los medios en estudio, el desarrollo económico que puede experimentar el país; dentro de los próximos seis años, llene más importancia que en difundir la propuesta del combate a la inflación y como reactivar a la inversión privada y pública.

CATEGORIA POLITICA ECONOMICA.

(P.E.)



GRAFICA No 4

Dentro de la subcategoría de inversión se ubican los indicadores pública y privada. El 33.35% tratan a la inversión privada, en cambio, la inversión pública no tiene ningún registro.

Dentro de la propuesta de política económica que ofrece el candidato priísta se buscaba reactivar a la inversión privada, sin dar a conocer, tanto los diarios como el candidato, la oferta que tiene con relación a la inversión pública.

Entre los propósitos claros que se asientan en los textos nos percatamos del objetivo de adelgazar a la estructura del gobierno y crear empleos. Estos objetivos serán alcanzados con una política económica de mayor inversión privada; de ahí quizás que se haga tanto hincapié en ella.

La tendencia que presentaron los editoriales referentes al rubro de la inversión privada fueron positivos netamente.

Se concluyó porque a través de su lectura se ve cómo el texto argumenta que la búsqueda de nuevas opciones en la economía son una buena opción además que el programa económico priísta "tiene objetivos claros".

Las muestras de la subcategoría desarrollo representan el 66.65% distribuido de la siguiente manera; en 49.98% tratan el tema del desarrollo económico en diferentes sectores; mientras que el 16.66% lo atiende en el sector agrícola. Los resultados antes citados se representan en la **gráfica No.5**.

Las muestras tratan el desarrollo económico en varios sectores tienen la constante presencia de las micro, pequeñas y medianas empresas; así como del

sector bancario. Notamos cómo los editoriales muestran su preocupación porque exista; dentro de estos sectores, un empuje para la generación de empleos.

Como una de las finalidades del desarrollo económico es el enfocar a las inversiones hacia programas urgentes, a través de los diarios se pulsa la inquietud del desempleo, sobre todo después de la apertura comercial producto de la firma del T.L.C. Los medios de comunicación apuntan que las inversiones deben de canalizarse hacia nuevos programas de empleo.

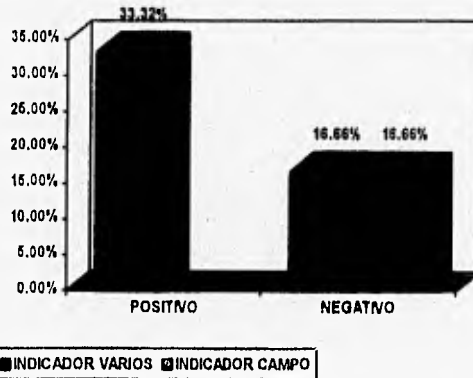
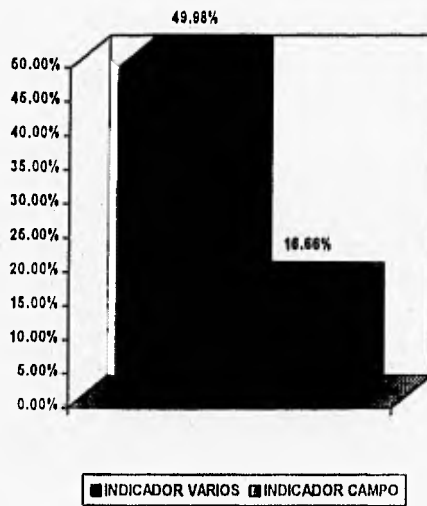
Dentro de la estructura del texto se hace un constante llamado a la modernización; por parte del candidato-diario, dando la idea que ésta sería una de las metas del prisma: impulsar al país hacia la modernización.

Se argumenta que este es un factor que debe ser retomado no solo por el candidato del P.R.I. sino por todos los demás contendientes, crítica que quizás sea porque no ha sido citado por los demás candidatos.

Las muestras analizadas fueron extraídas del diario El Universal, en cambio, La Jornada no tuvo registro de ningún editorial que atendiera la política económica del candidato priísta.

La línea editorial de El Universal en torno al tema del desarrollo económico refleja dos preocupaciones; la guerra contra el desempleo, como un indicador de verdadero desarrollo económico, y del rezago en que se encuentra el campo mexicano.

SUB-CATEGORIA DESARROLLO.



GRAFICA No 5

A pesar que existe una tendencia positiva en torno a los editoriales, esto no quiere decir que dentro de ellos no se reconozca las deficiencias latentes dentro de la economía, aunque éstas no sean muy remarcadas (**gráfica No.5**).

La categoría de **P.P.** tiene dos subcategorías, reforma política y democracia. Dentro de la subcategoría reforma política se ubican los indicadores Proceso Electoral, Transparencia Electoral y las relaciones P.R.I.-Gobierno; en la subcategoría Democracia reconocemos a los indicadores Igualdad, Credibilidad, Justicia, Libertad y Paz Social.

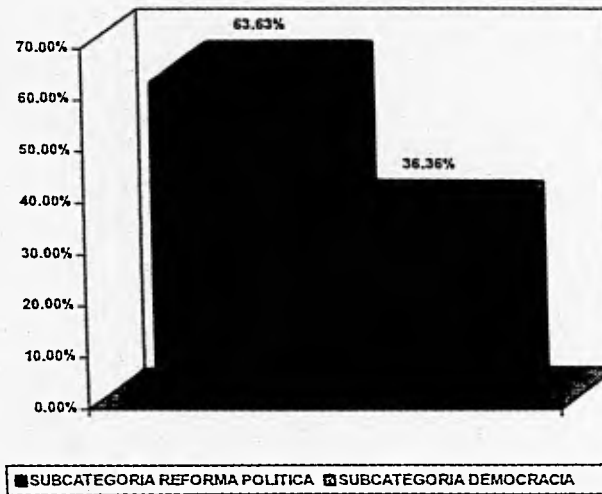
El número de muestras obtenido para está categoría es de 33; o sea el 63.40% del total de las muestras de análisis tienen relación con el P.P. del P.R.I.

Las 33 muestras representan el 100% dentro de la categoría, o sea, cada muestra equivale al 3.03%.

En la subcategoría de Reforma Política se ubica el 65.52% del total de las muestras -21 recortes-, y dentro de la subcategoría Democracia se encuentra el 36.36% -12 recortes-. Se nota un creciente interés por tratar el tema de la reforma política con relación al de democracia (**gráfica No.6**).

En la subcategoría de Reforma Política las 21 muestras obtenidas se encuentran distribuidas de la siguiente manera; el indicador Proceso Electoral cuenta con ocho, Transparencia con siete y las relaciones P.R.I.-Gobierno tiene seis muestras.

CATEGORIA PROGRAMA POLITICO. (P.P.)



GRAFICA No 6

En la **gráfica No.7** observamos que dentro de la línea editorial de los diarios se puso más énfasis en tratar el tema del Proceso Electoral con relación a los otros dos indicadores.

El número de muestras obtenido para el indicador proceso electoral es de ocho; el 24.24% del total de las muestras dentro de la categoría de **P.P.** fue dedicado a tratar aspectos abordados por el candidato respecto al proceso electoral.

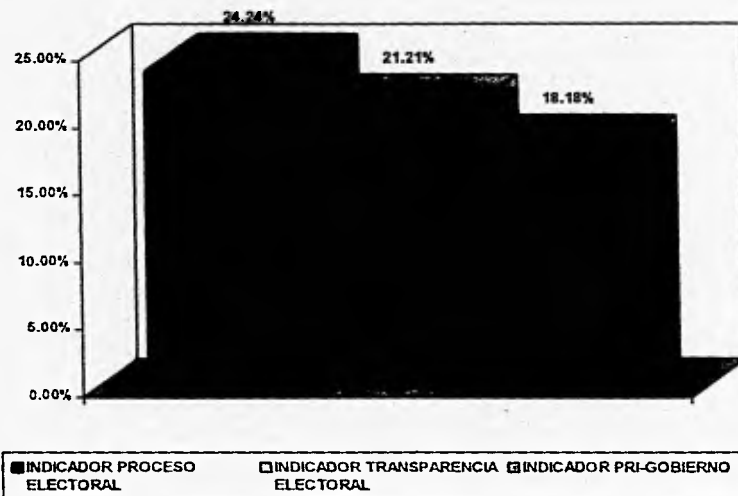
De las muestras extraídas el 21.21% -7 muestras- son de tendencia positiva, mientras que el 3.03% -una muestra- es de tendencia negativa (**gráfica No.8**).

Dentro de este indicador El Universal cuenta con siete editoriales, mientras que La Jornada con uno solo. Todas las muestras positivas se ubican dentro del primer diario, en cambio, la negativa pertenece a La Jornada.

El editorial de La Jornada hace una crítica de la carencia de experiencia política hacia el candidato Zedillo, con relación a Colosio, califica a éste de tecnócrata y no de político, aspectos que señala como determinantes para garantizar su triunfo.

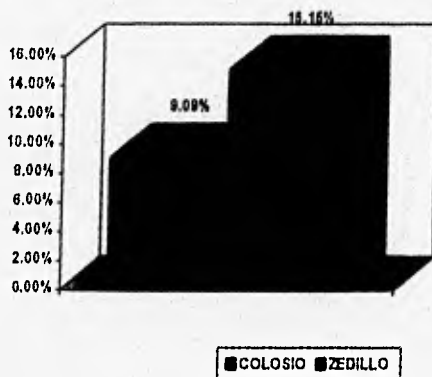
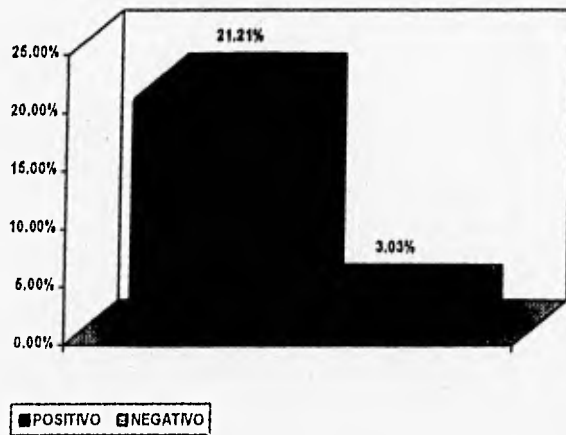
Al candidato Zedillo se le destina el 15.15% dentro de este indicador, y al candidato Colosio el 9.09% del total de las muestras en esta categoría (**gráfica No 8**).

SUB- CATEGORIA REFORMA POLITICA.



GRAFICA No 7

INDICADOR PROCESO ELECTORAL.



GRAFICA No 8

En los textos se denota la preocupación, tanto por parte del diario-candidato, de la manera en que se llevarían a cabo las elecciones incitando al análisis del tema.

Dentro de los temas que surgen, resalta el origen de los recursos de campaña, el fortalecimiento del P.R.I., el llamado a la no violencia y el derecho al voto.

La palabra democracia surge como un elemento constante dentro de los editoriales, su frecuencia va de dos a ocho menciones por muestra.

El indicador Proceso Electoral cobra su importancia por ser dentro de la campaña proselitista del P.R.I. un tema presente después de las pasadas elecciones federales, donde hubo un supuesto fraude que beneficio al P.R.I.

A esto hay que sumar el escenario político del país; la segunda fuerza partidista -el P.A.N.- había ganado algunas gobernaturas cobrando fuerza como partido político, aspecto que debía de tomar en cuenta el P.R.I. para incluir el tema del proceso electoral como parte de su campaña proselitista.

Los editoriales arrojan la reflexión que tiene, no sólo para el partido en el poder, unas elecciones democráticas, además de formar entre la población una cultura electoral.

El siguiente indicador es el de Transparencia Electoral; el número de muestras es de siete, o sea, el 21.21% del total de la categoría se ubica en este renglón.

La tendencia que registra este indicador fue el siguiente; el 15.15% fue positivo y el 6.06% negativo. Los resultados se representan en la gráfica No.9.

Dentro de los diarios con tendencia positiva se nota que la línea editorial apoya al candidato acerca de que el partido no desea un voto al margen de la ley, de la presencia de observadores en la contienda electoral, de auditar el padrón electoral e informar acerca de los recursos de campaña.

Dichas propuestas son abordadas, contribuyendo a crear una buena imagen del candidato priísta, al ser un contendiente que desea a toda costa una limpieza electoral en todos sus aspectos, y ganar adeptos de esta manera.

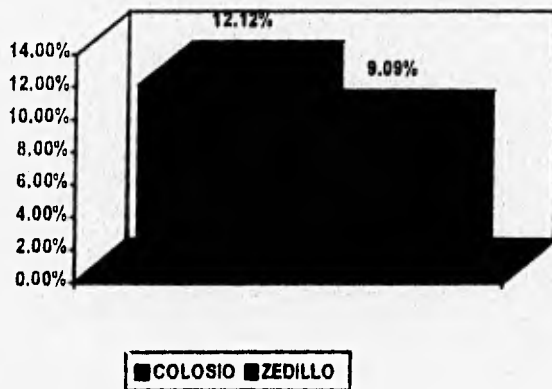
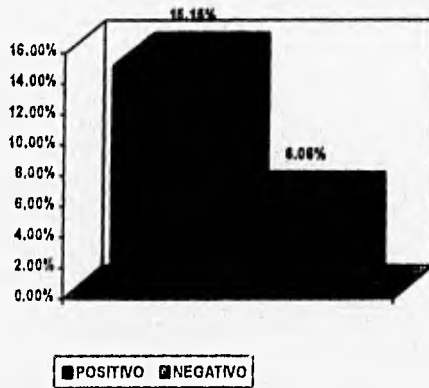
En los editoriales con tendencia negativa estos comparan dichas propuestas con argumentos emitidos por otros partidos, concluyendo que únicamente lo que hace el candidato es retomar viejas exigencias políticas y hacerlas suyas.

El diario La Jornada cuenta con un editorial, en cambio, El Universal registra seis muestras que entran dentro del indicador Transparencia Electoral.

No debemos de olvidar que uno de los factores de interés periodístico es el conflicto, que se refiere a la diferencia que pueda existir entre las distintas fuerzas, y el tema de la transparencia electoral tiene inmerso este factor.

Siempre va a ser de interés conocer la posición editorial de los medios de comunicación frente a temas que guardan controversia entre los diferentes sectores de la sociedad, y el proceso electoral es uno de ellos.

INDICADOR TRANSPARENCIA ELECTORAL.



GRAFICA No 9

La personalidad del medio frente a los lectores se da a conocer a través del editorial, y frente a este indicador se puede concluir que El Universal y La Jornada lo califican como relevante dentro de la campaña priista.

Este indicador no es un elemento que aparece de repente dentro de las muestras analizadas, al contrario, es tema de análisis durante todo el tiempo de estudio.

De la misma manera que con el indicador Proceso Electoral, los editoriales citan con cierta intensidad al término democracia. A diferencia del anterior indicador, su frecuencia es menor, aproximadamente tres menciones por muestra, factor presente dentro del editorial de ambos medios.

Los términos que fueron identificados para calificar al candidato son los siguientes: inteligencia, positivo, altamente aplusible, reconfortante, mesura y como bien lo dijo. Estas palabras ayudaron a determinar la tendencia de dichos editoriales.

Del porcentaje total de muestras dentro de este indicador, el 21.21%; el 12.12% fue dedicado al candidato Colosio, y el 9.09% al candidato Zedillo. Estos resultados nos acercan a la idea que para el candidato Colosio tuvo más importancia abordar el tema que para el candidato Zedillo (**gráfica No.9**)

Desde su nominación como precandidato, Luis Donald Colosio dio a su campaña un toque de distinción al hablar de las relaciones que guardaba y guardaría el P.R.I. con relación al gobierno.

Cuando abordamos el marco político previo a la candidatura Colosio-Zedillo se mencionó como la nominación del candidato del P.R.I. acapara la atención del sector político mexicano. Aunque es una regla no explícita, el presidente influye en la designación del candidato, representando una concentración de poder.

La finalidad de incluir a este indicador es medir la frecuencia con que era mencionado por parte del medio-candidato este tema, y concluir que tanta importancia reviste dentro de la campaña.

El indicador cuenta con seis muestras disponibles; el 18.18% del total de las editoriales analizadas hablan de las relaciones P.R.I.-gobierno.

Vemos que no cuenta con un número considerable de muestras, lo que hace pensar que a pesar de tener un impacto dentro de la campaña al hablar en cuanto al tema, éste no revistió mayor importancia.

A diferencia de los pasados indicadores, La Jornada registra dos editoriales dentro del indicador, mientras que El Universal cuatro.

La **gráfica No.10** arroja los resultados en cuanto al porcentaje que cada candidato obtuvo dentro del indicador; se observa que Colosio obtuvo mayor número de editoriales que Zedillo, interpretándose que para el primer candidato este tema tuvo mayor importancia dentro de su pequeño tiempo de campaña que para el segundo con mayor tiempo de hacer proselitismo.

En las muestras analizadas no se registró ninguna con tendencia negativa, todas obtienen factores para determinar su tendencia positiva y esto puede

encontrar su explicación porque a través del texto se vislumbra que el candidato tiene la intención de entablar un poco de desarraigo del gobierno frente al instituto político (gráfica No.10).

A pesar de lo anterior, este tema fue también una constante a tratar dentro de los editoriales de ambos medios, aparece desde el principio y hasta el final del período en estudio.

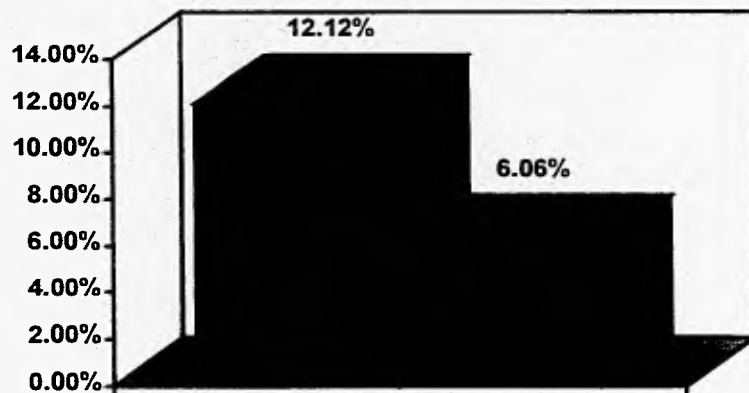
En esencia los editoriales enmarcan a las relaciones del partido con el gobierno como un mecanismo con una severa concentración de poder. Desarrollan lo anterior y refuerzan sus argumentos con el reconocimiento hacia el candidato acerca de su intención de cambiar dicho esquema.

Se asoma aquí el término modernización, ambos diarios coinciden que para que el país entre a un proceso modernizador es necesario cambiar este tipo de relaciones dentro de la práctica política.

La aportación que deja el texto es hacer reflexionar al lector de la importancia que reviste; que desde la cúpula partidista, se quiera cambiar el esquema político mexicano, con la finalidad de que México ejerza la democracia y la modernización.

Se identifican algunas palabras hacia el candidato como plausibles, como bien lo señalo y dignas de análisis. Estas fueron de manera constante, y determinaron por si mismas la tendencia del editorial.

INDICADOR PRI-GOBIERNO



■ COLOSIO ■ ZEDILLO

GRAFICA No 10

Dentro de la subcategoría democracia se ubican a los indicadores Credibilidad, Igualdad, Justicia, Libertad y Paz Social. Este grupo de indicadores fueron agrupados por conceptos que se desprenden del ejercicio democrático.

Podemos observar dentro de la **gráfica No.11** como los indicadores Igualdad y Justicia registran un porcentaje de 9.09%, mientras que Credibilidad, Libertad y Paz Social les siguen con el 6.06%.

Con relación a su tendencia en general fue positiva; únicamente dos editoriales dentro de la sub-categoría democracia registran una tendencia negativa. Los textos con carácter negativo se encuentran distribuidos así, uno al candidato Colosio y otro al candidato Zedillo (**gráfica No.12**).

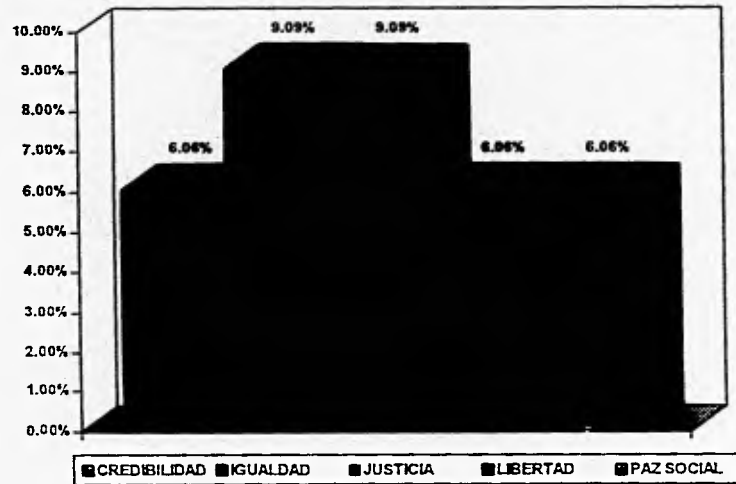
De los resultados obtenidos vemos que el candidato Zedillo obtuvo un mayor número de muestras que el candidato Colosio (**gráfica No. 12**), aspecto que resultó más importante para el primer candidato que otros temas.

Cabe apuntar que La Jornada no registra ninguna muestra dentro de esta subcategoría, todas pertenecen a El Universal.

El indicador Credibilidad registra el 6.06% -2 muestras- y se habla acerca de la confianza que pretende inyectar el candidato hacia su oferta política, como hacia su partido.

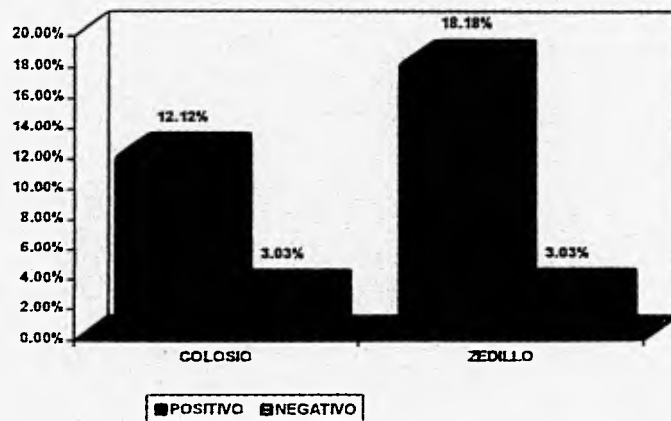
El factor de credibilidad ha sido uno de los obstáculos a vencer; tanto en la campaña de Colosio como en la de Zedillo. Dentro de los editoriales se muestra la exigencia del medio acerca de que las propuestas hechas deben de

SUB-CATEGORIA DEMOCRACIA.



GRAFICA No 11

SUB-CATEGORIA DEMOCRACIA.



GRAFICA No 12

convertirse en hechos, si el partido en el poder no quiere que el escepticismo reine hacia ellos.

Dentro de este indicador las muestras que se registraron fueron tres, dos de las cuales son de tendencia positiva y una de tendencia negativa.

La muestra negativa es hacia el candidato Zedillo, tomando en cuenta para determinarla frases tales como "no se refirió de manera más puntual" y "nuevamente de manera general".

El candidato Colosio tiene destinado un solo editorial, en cambio, el candidato Zedillo tiene dos registros.

Al igual que en el indicador anterior; el indicador Justicia tiene tres muestras, dos de tendencia positiva y una de tendencia negativa.

Los editoriales de tendencia positiva son destinados al candidato Zedillo, en contraste, Colosio tiene un editorial negativo; el único editorial de dicha tendencia para este candidato dentro de la subcategoría Democracia.

Podemos notar que el tema de justicia no es un tema que sea abordado con mucha frecuencia. Por el número de muestras obtenido este desinterés es compartido también por los medios de comunicación en estudio.

Los argumentos que se exponen dejan entrever una preocupación en este rubro, pero no existe una opinión por parte de los diarios, en proponer mecanismos para desarraigar al problema.

No se niega el problema, se reconocen los esfuerzos gubernamentales pero, estos no han sido suficientes, se argumenta que el candidato debe dejar de lado las intenciones y de llegar al poder realizar acciones inmediatas.

La oferta política que difunden los editoriales dentro del indicador Justicia es que ésta debe llegar a todos los mexicanos y es saludable que el candidato lo tome en cuenta como parte de su discurso político.

El indicador Paz Social lo podemos relacionar con el anterior de Justicia. La paz social es un tema que tuvo que ser más abordado por el candidato, ya que el marco social en Chiapas así lo exigía.

Uno de los reclamos de la lucha en Chiapas era precisamente la injusticia reinante en el estado. Lo anterior conlleva a que el candidato garantice paz social y justicia a todos los mexicanos, para que de esta manera no se llegue a las armas.

El indicador registra una sola muestra con tendencia positiva hacia el candidato Zedillo, el candidato Colosio no tiene registro dentro de este indicador, al igual que el diario La Jornada.

El siguiente indicador es Libertad. Este cuenta con dos muestras destinadas al candidato Colosio exclusivamente y extraídas de El Universal.

En esencia ambos editoriales tratan el tema de la participación ciudadana dentro de las decisiones gubernamentales. Colosio propone que ésta debe

aumentar ya que sin una verdadera comunicación ciudadano-gobierno el país no avanza hacia el ejercicio democrático.

Como la libertad es un término relacionado con la democracia, dentro del documento se observa una frecuencia de 2 a 7 menciones del término dentro del editorial.

La siguiente categoría se refiere a la **P.L.** y a sus indicadores salario y empleo.

Esta categoría de análisis no cuenta con ninguna subcategoría, ya que por el número tan carente de muestras esto no fue necesario.

Esta categoría cuenta con dos editoriales únicamente, el 3.88% esta destinado a la **P.L.** priísta.

El candidato Colosio como el candidato Zedillo cuentan con una muestra cada uno, con una tendencia positiva en ambos extraídos del diario El Universal; La Jornada no registra editorial alguno.

El indicador Salario cuenta con una muestra dedicada al candidato Zedillo. Dentro del texto se hace alusión a la principal propuesta hecha por el candidato en este rubro, salario digno para el trabajador mexicano.

El argumento tanto del diario-candidato es que cuando el trabajador recibe un salario suficiente se combate la pobreza, la desigualdad y la marginación. De las soluciones que se proponen para ello, es un incentivo a las inversiones.

El diario reconoce el problema tan ancestral que significa, para nuestro país, crear empleos y aumentar los salarios; es por ello, que desde mi particular punto de vista era necesario que se abundara más en este tema, tanto por parte del candidato como de los periódicos en estudio, para ofrecer una visión más amplia del problema y conocer la propuesta en este rubro por parte del candidato.

Con relación al empleo, la muestra enmarca como candidato a Colosio, con una tendencia positiva.

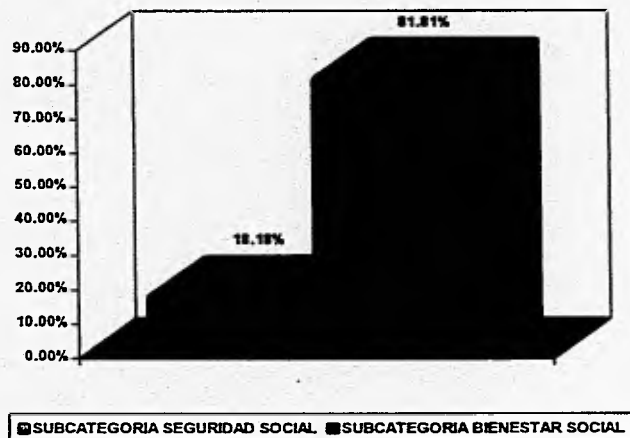
Se relaciona este indicador con el combate a la pobreza y con una mayor justicia social. Esta categoría no puede calificarse como de los puntos importantes para la campaña priísta y por lo tanto a tratar por los medios de comunicación. Las muestras no dejan ver propuestas concretas, únicamente contextualiza las palabras del candidato y al problema.

La siguiente categoría de análisis es la referente a la **P.S.** Dentro de esta categoría se ubican las subcategorías Seguridad Social y Bienestar Social.

Esta categoría cuenta con once muestras distribuidas en ambas subcategorías. La de Seguridad Social registra el 18.18% y la de Bienestar Social en 81.81%. Los resultados muestran como la segunda subcategoría obtuvo mayor atención tanto para los medios de comunicación en estudio como para el candidato, claramente se representa lo anterior en la **gráfica No. 13**.

Al igual que en todas las categorías anteriores, el número de editoriales obtenidos representa el 100% dentro de la misma, o sea, cada editorial dentro de la categoría de política social equivale a 9.09%.

CATEGORIA POLITICA SOCIAL. (P.S.)



GRAFICA No 13

Se reconoce como indicador, dentro de la subcategoría de Seguridad Social, a Salud. Este es ubicado dentro de este renglón, porque una de las metas a seguir dentro de la seguridad social es proteger y atender la subsistencia y vida de la población.

Dos muestras registró el indicador Salud, o sea el 18.18% del total hablan de este tema. Una muestra es destinada al candidato Colosio con tendencia positiva y otra al candidato Zedillo con tendencia negativa (gráfica No.14). Ambas muestras pertenecen al periódico El Universal.

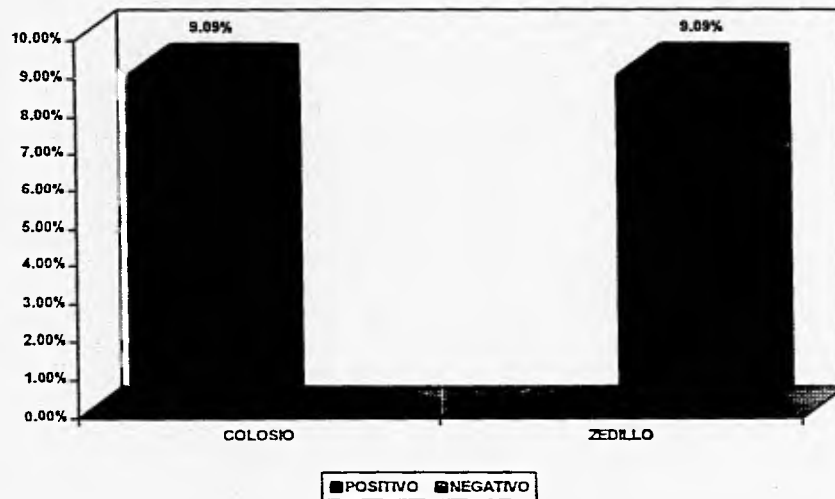
Dentro de los textos editoriales se vislumbra cómo se relaciona la propuesta en política de salud con otros casos como el de pobreza, educación, vivienda y empleo. Lo anterior se debe a que estos rubros pertenecen al Bienestar Social y éste guarda una estrecha relación con la Seguridad Social.

Algunos teóricos de la ciencia política mencionan que con frecuencia se confunden los términos seguridad social con bienestar social, ya que ambos salvaguardan a la población.

Para explicar sus diferencias, podemos referirnos a las definiciones dentro del punto 5.7. del citado capítulo y así determinar las discrepancias entre ambos términos.

Indiscutiblemente el renglón de la salud es relevante dentro de cualquier sociedad, ya que sin una población sana se reduce la productividad en el trabajo, que repercute en la economía del país.

**SUB-CATEGORIA SEGURIDAD SOCIAL
INDICADOR SALUD.**



GRAFICA No.14

El candidato priísta hace alusión al tema dentro del período de su campaña de manera carente en términos cuantitativos, lo que imposibilita realizar un seguimiento de sus propuestas, aunque cabe mencionar que dentro de las obtenidas, en este renglón, si precisa su proyecto en este sector.

La posición editorial dentro de este tema es clara, ya que se refuta por un mejoramiento en la calidad de salud hacia los mexicanos, para así abatir insuficiencias y rezagos.

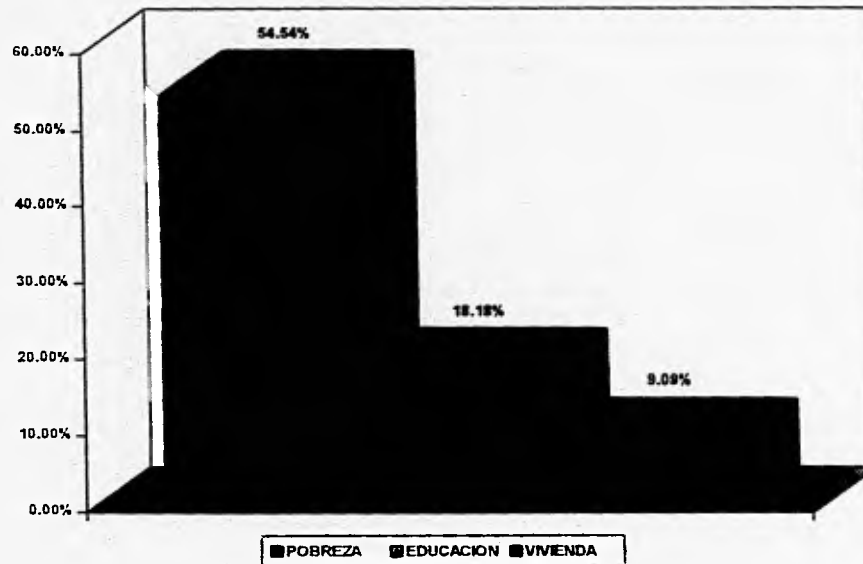
Dentro del editorial con tendencia negativa se hace sentir que a pesar de que la oferta zedillista propone una reforma al sistema de salud, ésta ya existía; se remarca que dentro de ella no hay elementos nuevos que aportar, ya que son viejas exigencias del sector salud.

A diferencia del anterior, el editorial positivo recalca que la propuesta de Colosio, en materia de salud, da un gran paso con el reconocimiento de elementos ineficientes que abre la posibilidad de fortalecer lo que ha funcionado y desechar lo infructuoso.

La subcategoría de Bienestar Social agrupa a los indicadores Pobreza, Educación y Vivienda. Esta parte de la categoría aglutina el 81.81% de las muestras obtenidas dentro de esta categoría.

En la **gráfica No.15** nos percatamos cómo el indicador Pobreza tiene mayor número de muestras que el de Educación y Vivienda. Cabe señalar que este indicador tiene una incesante presencia dentro de todo el período en estudio, convirtiéndose en una constante en el discurso priísta.

CATEGORIA BIENESTRAR SOCIAL.



GRAFICA No 15

El indicador Pobreza tiene, dentro de sus muestras, como candidato a Colosio únicamente; no registra ningún editorial para el candidato Zedillo. La Jornada tampoco tiene registro alguno, todos provienen de El Universal.

Dentro del indicador Pobreza se hizo una diferencia entre los temas que pueden hablar de ella; estos son Desigualdad y Marginación. Dichos términos son citados frecuentemente dentro de los textos, su frecuencia está representada dentro de la **gráfica No.16**.

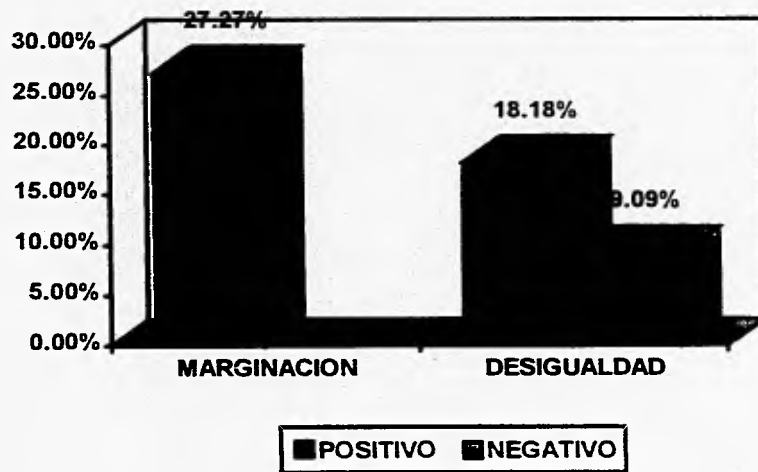
Tanto el asunto de marginación, como el de desigualdad, tienen el mismo número de editoriales; su diferencia radica en que el primero registra una muestra negativa y el tema de marginación todas son de tendencia positiva.

Dentro de la campaña de Colosio, la proposición de pobreza ocupó un sitio preponderante desde el principio, esto quizás porque desde su nominación el país tiene una situación grave en este renglón, así se deja ver dentro del capítulo III.

Las muestras analizadas con tendencia positiva, difunden el carácter efectivo que tiene el candidato por combatir la pobreza, además dentro de ellas no puede pasar inadvertido el citar al candidato Colosio como uno de los conocedores de los problemas nacionales dentro del rubro de la política social.

Constantemente se liga el proyecto social colosista con la continuidad del Programa Nacional de Solidaridad y el fortalecimiento de Procampo. Estos programas fueron iniciados cuando Colosio era secretario de Desarrollo Social.

INDICADOR POBREZA.



GRAFICA No 16

Los editoriales no dejan pasar por alto algunos datos estadísticos acerca del número de mexicanos que viven en la pobreza y en la extrema pobreza en México. Tales datos asoman la gravedad del conflicto y la importancia que el candidato del P.R.I. reconozca al problema, ya que el primer paso hacia una solución es conocer la magnitud de la dificultad.

Los textos reflejan una realidad pero, a medida en que se desarrolla la idea, cambia la magnitud de las consecuencias que traería una P.S. que no afrontara el problema de la pobreza. Con ello se determina que los editoriales no aportan elementos que vayan en contra del proyecto social priísta.

El indicador Educación se hace presente en el discurso colosista con dos muestras; en este sector el candidato Zedillo no tiene registro.

Ambos editoriales tienen tendencia positiva, ya que se ve al problema de la educación como la base de muchos vicios de la sociedad mexicana, y es ahí donde se debe combatir.

Dentro de los textos editoriales se rescata la idea compartida; tanto por el diario-candidato, que con una educación de calidad en todos los niveles, se abren nuevas oportunidades para la población en busca de un mejor trabajo, que además permitirá un combate a la pobreza y marginación.

La línea editorial de El Universal frente a la propuesta educativa priísta es positiva, aunque dentro de sus textos existen tintes de una cruel realidad, estos sirven para reforzar las propuestas y no dudar que ellas son el mejor camino a seguir.

La única muestra que registra el candidato Zedillo, dentro de la subcategoría de Bienestar Social es dentro del indicador Vivienda.

Con frases como "de magnitud extraordinaria", "la precepción es esencialmente justa" o "la virtud de su justicia, el mérito de su valentía del reconocimiento franco y honrado" hacen encuadrar al editorial con tendencia positiva.

El giro que le da al tema de la vivienda el editorial de El Universal es el de relacionarlo con la pobreza. El texto dice que el candidato reconoce la magnitud de la miseria en el país, y es por ello que ofrece combatirlo a través de la construcción de viviendas y dotar de servicios -agua, drenaje y electricidad- a miles de mexicanos que no cuentan con ellos.

Cabe preguntar de donde se pretende sacar tales recursos para construir las viviendas prometidas. El texto no hace referencia de la forma de financiar dicho proyecto, solo enmarca la propuesta zedillista de crear empleos, viviendas y dotar de servicios.

Dentro del documento se hace un llamado a la participación ciudadana; se deja de lado el relacionar el Programa Nacional de Solidaridad con la propuesta del partido oficial.

Se observa que el rubro de la P.S. es la segunda categoría de análisis que obtuvo mayor número de muestras, pero esta aún es carente en términos cuantitativos, para realizar un análisis más profundo de dichas propuestas.

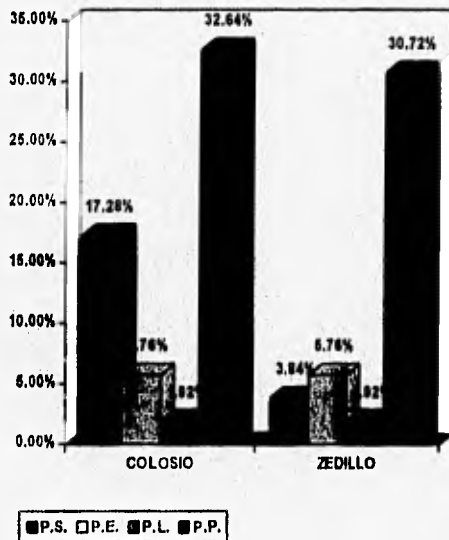
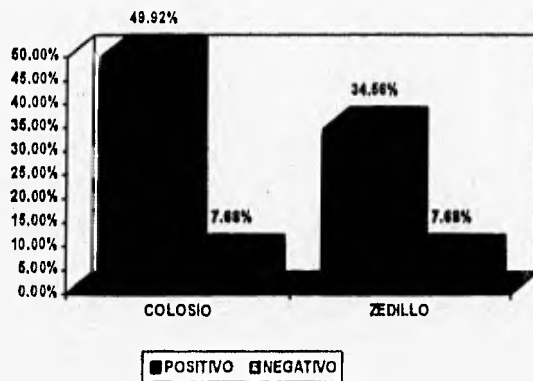
En la **gráfica No.17** se observa que el candidato Colosio acaparó el 57.60% del total de las muestras, y el candidato Zedillo el 42.24%, un número inferior de editoriales con relación al primer candidato. Este dato resulta de suma importancia ya que Zedillo tuvo 146 días de proselitismo y Colosio 115 jornadas de campaña.

Dentro del período en estudio la tendencia que registraron las muestras fue positiva en un 84.48% y negativa en un 15.68%. Estos resultados demuestran que para los diarios en estudio la mayoría de las propuestas fueron positivas, encontrando no favorables una pequeña minoría.

Ambos candidatos tienen su mayor número de editoriales dentro de la categoría de **P.P.**, seguidas por las otras tres categorías en un número no considerable como en la ya mencionada. Tomando en cuenta el tiempo de proselitismo, vemos que definitivamente el candidato Colosio tuvo mayor espacio editorial que Zedillo a pesar del conflicto en Chiapas.

Desgraciadamente el número de muestras obtenido no pudo enriquecer el análisis, concluyendo que para los diarios en estudio no resultó atractiva la campaña con relación a otros temas.

TOTAL DE MUESTRAS
n= 52



GRAFICA No 17

CONCLUSIONES.

A lo largo de este trabajo se pudo observar cómo los medios de comunicación en estudio son testigos de la realidad que acontece dentro de nuestra sociedad, pero son ellos mismos quiénes les suman o restan relevancia a esos hechos.

Cuando se eligió el tema de investigación se tomó en consideración lo siguiente; las elecciones presidenciales representan un hecho sobresaliente dentro de cualquier sociedad democrática, pero si centramos nuestra atención al proselitismo de un partido que ha mantenido el poder en los últimos 65 años, el interés aumenta, y más cuando se busca determinar la posición institucional de dos medios de comunicación frente al asunto, como El Universal y La Jornada, que gozan con un prestigio e influencia dentro de la opinión pública mexicana.

Para poder determinar la posición de ambos medios frente al candidato priísta, se tomó en consideración el editorial como el texto periodístico susceptible de ser examinado a través de la técnica e análisis de contenido.

A medida en que se iba revisando el período en estudio, aparece el factor numérico. Desgraciadamente entre el mundo de textos editoriales solo una mínima parte sería extraído para la presente investigación.

En términos cuantitativos El Universal fue el diario que más muestras obtuvo y La Jornada en cambio, aportó un número mínimo de ellas. Lo anterior nos lleva a deducir que dentro de la línea institucional de pensamiento, el primer diario fue más constante en divulgar y hacer del conocimiento de sus lectores, las

propuestas y su punto de vista frente a las propuestas del candidato priista que para La Jornada.

Como podemos darnos cuenta la prensa no solo tiene la obligación de dar a conocer los hechos; en este caso la campaña política del P.R.I., sino de ofrecer una visión de ellos como instituciones relevantes dentro de una sociedad para que sus receptores los entiendan esos hechos y creen su propio punto de vista.

El género periodístico editorial tiene la característica de difundir la posición del medio frente a los acontecimientos que acechan a cualquier sociedad. Dentro de la presente investigación el editorial marcó la pauta para diferenciar entre lo que es la información y la opinión, además de ser la base periodística del presente trabajo.

Se pudo observar que de las definiciones aportadas en cuanto al género, tanto los editoriales de El Universal y La Jornada se apegan a las características y objetivos que en teoría le corresponden. Podemos afirmar con lo anterior que dentro de la construcción de un editorial existe una correspondencia entre la teoría y la práctica.

El número carente de muestras no influyó de manera decisiva para observar la correspondencia teoría-práctica en la elaboración del texto editorial, pero sí en realizar un análisis más profundo del tema en cuestión.

La frecuencia con que fue abordada la campaña del candidato priista resultó contraria de lo que se pensó al principio. Quizás se concluía que la permanencia del proselitismo Colosio-Zedillo iba a tener más presencia por ser el

partido que ha mantenido el poder, ya que desde su nacimiento no ha perdido una elección presidencial.

Lo anterior supone debió llamar la atención de los medios en estudio, porque a través de sus páginas, divulgan y opinan de los esfuerzos que llevaría a cabo seguramente, el próximo presidente de México.

En cuanto al número mayor de editoriales por parte de El Universal se puede encontrar una explicación basada en que históricamente el medio se ha visto comprometido financieramente con el gobierno. Identificamos a la línea editorial de El Universal no crítica frente a las acciones del partido en el gobierno, pero si interesada, en mayor escala que La Jornada en difundir sus acciones.

La Jornada se define como un diario no comprometido a ningún grupo político, sólo con sus lectores. Por el número de editoriales extraídos dentro de un largo período de estudio, este diario claramente no se encuentra comprometido con el P.R.I., pero tampoco con los lectores.

Este medio puede no estar de acuerdo con las ofertas y lineamientos priístas pero, no puede negar el papel preponderante del partido en la historia política de México y de que seguramente sería el ganador en las elecciones presidenciales, así que tenía la obligación social de opinar más del tema, positiva o negativamente para ofrecer a su público su particular punto de vista.

A La Jornada se le identifica como un medio que ofrece diversidad de opiniones entre sus páginas, pero en este caso la campaña priísta rompió la regla.

Tampoco se puede situar como un medio crítico frente al proselitismo del P.R.I.; dentro de los editoriales alusivos proporciona su argumento del tema no destacando en ellos la crítica precisamente, sólo emite un punto de vista y de vez en cuando se suman términos positivos hacia el candidato.

Diferencia que hay con El Universal ya que este diario a pesar de contar con un número más significativo de muestras, a través de ellas se pulsó que la línea editorial del medio defendía la tesis priísta con claros apoyos hacia ella.

No sólo sobresalía la oferta política en El Universal, también el candidato cobra auge con una inclinación en general positiva. Hablando en términos de tendencia, la negativa no se hizo muy patente dentro de los textos lo que imposibilita una comparación más definida dentro del pensamiento de los diarios.

En los editoriales de La Jornada el proyecto priísta ocupa mayor espacio que el manejo de la figura del candidato en sus actos proselitistas. Existen editoriales que manejan la imagen del político pero, éstas no son significativas, únicamente hacen referencia de la trayectoria política del personaje y lo hilan con sus propuestas.

La finalidad de hacer referencia al marco social que existía previo a la elección del candidato fue con el objeto de relacionar el contexto existente con los temas que debía abordar el aspirante priísta; esta pretensión efectivamente sí tuvo una influencia dentro de los temas de campaña aunque, definitivamente no fue preponderante porque los problemas del país tienen rezagos históricos.

En cuanto a esto, se pudo percibir lo relevante que resultó a partir del primer día de enero de 1994 el factor Chiapas. El tema cobró importancia que a lo

largo de la campaña de Colosio tuvo excesivos tintes políticos. Definitivamente este aspecto marcó una pauta significativa para que la campaña priísta fuera abordada dentro del editorial de los medios.

No debemos de olvidar que otros elementos también afectaron el proselitismo político del Revolucionario Institucional, como la ola de secuestros, actos violentos y de inseguridad reinante en el país.

Indiscutiblemente el proselitismo de Colosio fue más severamente afectado por los hechos antes mencionados que la campaña de Zedillo. También dentro de los editoriales que hacían alusión al candidato Colosio, se asoma la presencia de dos temas constantes característicos del político: combate a la pobreza y mayor justicia social.

Dentro de los textos editoriales se asienta dicha tesis, aunque también se incluyen otras ofertas pero, estas dos fueron de especial importancia en su discurso.

En cambio, el candidato Zedillo, a pesar de retomar la propuesta colosista, la posición editorial frente a su figura fue la de manejar positivamente su imagen política y propuestas que oscilaban más en otros campos, como el económico y político.

Para el estudio editorial se determinaron cuatro categorías de análisis, resaltando el aspecto político, por ser en este rubro donde más abundó la cantidad de editoriales en el período de la campaña.

Lo anterior se explica porque el principal propósito del gobierno, y por lo tanto del candidato, era llevar a cabo unas elecciones que no pusieran en duda el triunfo del Revolucionario Institucional; además que en este período se gestan múltiples mecanismos que supuestamente garantizarían unas elecciones limpias.

Concluimos también que este tema cobró más relevancia que los anteriores porque el partido en el poder atravesaba una seria crisis de credibilidad que se recrudeció con la muerte de su candidato. Esto fue determinado por el contenido del mensaje político del candidato referente a las relaciones del partido y el gobierno, y por el factor del proceso electoral, temas que fueron tocados dentro del editorial de los diarios.

La campaña zedillista se centro en el porvenir, no en el pasado; dentro de los editoriales analizados se palpó la inexistencia de cuestionamientos que explicaran cómo se enfrentaría su gobierno, en caso de llegar al poder, a grandes disyuntivas que se presentarían en el país como el crecimiento económico, ahorro interno, apertura comercial, democracia y perpetuidad del P.R.I. en el poder.

A diferencia de lo que se había pensado al principio de la investigación, Colosio tuvo un mayor número de editoriales en su corto tiempo de gestión que el candidato Zedillo.

Esto nos lleva afirmar que a pesar de que los medios de comunicación representaban una buena opción para difundir las propuestas e imagen del candidato Zedillo, por la cercanía de las elecciones, estos medios no hicieron tanto hincapié en el segundo candidato, lo que significa un obstáculo en su propaganda partidista.

De ahí como se mencionó al principio, se concluye que los medios de comunicación son quienes manipulan la realidad social, porque deciden la relevancia de un hecho de interés general.

El principal propósito de la investigación, además de acercarnos al papel que juegan los medios en la sociedad, era la de identificar la tendencia de los diarios en estudio frente a la campaña priísta. El Universal sí enfocó más su atención al tema, apoyó la propuesta política que manejaba el candidato oficial, porque dentro de su pensamiento editorial no hubo serios cuestionamientos frente a él, sin dejar de lado los problemas palpables en México como la pobreza y el desempleo.

El diario La Jornada no significó un medio con el suficiente interés por abordar el tema dentro de su editorial. Dicho diario lo identificamos como indiferente o desinteresado en propagar, juzgar y opinar ante el proselitismo priísta, pero a pesar de ello, dentro de las pocas muestras extraídas se siente un notable interés por los temas políticos y por los que hablan de la reforma interna del Revolucionario Institucional.

Al igual que El Universal, La Jornada se preocupa más por el proselitismo de Colosio que por el de Zedillo, lo anterior se afirma por el número de editoriales que se destinaron a cada candidato, además que este factor fue una de las intenciones que se perseguían con la presente investigación.

En un principio se pensó que el proselitismo de Zedillo iba a tener mayor difusión dentro del género editorial con relación al de Colosio, por el período de su

campana y porque debía enfocarse a propagar su oferta e imagen politica por todos los medios, cuestion que resulto adversa.

En el diario El Universal los resultados favorecieron en numero a Colosio, muy al contrario de lo que se podia pensar por su corta gestion como candidato. La Jornada no se inclinó tajantemente por favorecer a alguno de los dos candidatos, pero dedicó más espacio a Colosio en cuanto a editoriales alusivos.

El proselitismo de Zedillo no tuvo mayor trascendencia dentro de los diarios en estudio, quizás porque fue llamado como candidato emergente sin ninguna preparaci6n politica para ocupar dicho puesto, además que la imagen de mártir que se pretendía dar a Colosio, se veía día a día engrandecida.

De los supuestos resultados que serían obtenidos con la investigaci6n, se pensó que El Universal haría más alusi6n a la imagen del candidato que en su propuesta politica, y que La Jornada sería más crítico frente a los temas políticos con relaci6n a sus cualidades como candidato.

En el caso de El Universal se asomaron ciertos términos positivos hacia el aspirante como "oportuna y significativa", "como bien lo apunta", "dignas de análisis", "altamente plausibles", "fue muy preciso", etcétera, que ubican al texto como positivo frente al discurso priísta.

La Jornada, muy al contrario de lo que se creyó también recurrió a algunos términos para calificar de manera positiva al candidato, aunque con Zedillo sí realizó un análisis más crítico cuando toma la batuta de candidato.

Como podemos darnos cuenta la técnica de análisis de contenido nos permitió determinar la manera en que ambos candidatos abordaron su campaña; al igual que identificar la tendencia editorial de los medios en estudio y la preferencia que mostraron hacia determinado personaje.

Con el auxilio del análisis de contenido se pudo conocer como lo anterior está inherente dentro de los mensajes comunicativos, ya que esta herramienta de investigación tiene como requisito la objetividad y la cuantificación sistemática.

Es interesante conocer desde las características propias del género editorial y su diferencia dentro de otros instrumentos periodísticos, pero lo es más cuando estos mensajes transmiten una opinión que influye en la creación del juicio de sus receptores.

No debemos olvidar lo importante que es para un medio de comunicación; como emisor de mensajes, el difundir su carácter frente a las propuestas de un partido oficial, porque nos damos cuenta cómo el poder de la prensa ha ido creciendo, además de contar con el privilegio de difundir lo que se apegue a sus intereses políticos y sociales.

La prensa siempre ha estado influida por distintos intereses; pero el beneficio político resalta más cuando el cambio de gobierno está en puerta. Esto no debiera ser así, la prensa tiene una obligación con la sociedad: llevar información y proporcionar su punto de vista frente a determinadas situaciones.

Parece que esto no se ha hecho palpable dentro del tema en estudio, a través de su desarrollo observamos el poco interés que se tenía, no sólo por

enjuiciar la campaña priísta, sino otros proselitismos, lo que hace pensar que los medios de comunicación, en estudio, no manifestaron afecto por hacer saber a sus lectores el significado que guardaba cada propuesta hecha por el P.R.I. u otro partido contendiente.

Debemos de tener claro que estas elecciones no resultaron un ejercicio democrático únicamente, ya que existía un antecedente que hizo que el P.R.I. fuera afectado en el número de simpatizantes; el argumento de fraude electoral en la elecciones de 1988 y el recurso de matar, afectando con ello al país exclusivamente.

No solo por los elementos citados anteriormente, la contienda electoral del 21 de agosto resultaba un buen intento por recobrar credibilidad en el sistema político mexicano, sino que es un tema que tiene un amplio campo de análisis, y más aún cuando lo podemos relacionar con el partido en el poder y sus acciones y deficiencias presentadas en los últimos 65 años.

El proselitismo priísta en sí reunía muchas características para que, no sólo los diarios en estudio, todos los medios de comunicación fijaran su atención en este hecho; desgraciadamente se observó que dentro de los temas editoriales abundaban otros aspectos diferentes que las propuestas del candidato quién seguramente tomaría las riendas del país en los próximos seis años.

BIBLIOGRAFIA.

- ASENCIO Méndez, Luis. et. al. La condición de periodista. Ed. Pangea. U.A.M. México, 1988, 127 pp.
- ACEVEDO Alvear, Carlos. Breve historia del periodismo. Ed. Jus, México, 1982, 2a ed. 230 pp.
- BARDIN, L. El análisis de contenido. Ed. Akal, Madrid, España, 1986
- BERELSON, Bernard, et. al. Análisis de Contenido. Cuadernos de extensión universitaria. UNAM, México, 1984, 242 pp.
- BOBBIO, Norberto y et. al. Diccionario de política (suplemento). Ed. Siglo XXI México, 1988, 483 pp.
- BOBBIO, Norberto y et. al. Diccionario de política. Ed. Siglo XXI 7a. ed., México, 1991, 2 tomos, 1698 pp.
- BOHMANN, Karin. Medios de Comunicación y sistemas informativos en México. Alianza Editorial Mexicana, CONACULTA, México, 1989, 399 pp.
- BOND, Fraser F. Introducción al periodismo. Ed. Limusa. México, 1985, 412 pp.
- BORRAS, Leopoldo. Historia del periodismo mexicano. Ed. U.N.A.M. Dirección General de Información, México, 1983, 215 pp.
- CALVIMONTES, Jorge. El Periódico. Ed. Trillas. 3a ed. México, 1990, 131 pp.
- CAMPOS Ochoa, Moises. Reseña histórica del periodismo mexicano. Ed. Porrúa. México, 1968, 179 pp.
- CASTAÑEDA, Jorge. Sorpresas te da la vida. Ed. Nuevo Siglo, México, 1994, 173 pp.
- CASTAÑO, Luis. El régimen legal de la prensa en México. Ed. Porrúa, México, 1987, 382 pp.
- DALLAL, Alberto. Lenguajes Periodísticos. Ed. UNAM, México, 1989, 110 pp.
- Diccionario Enciclopédico Quillet. Ed. Cumbre. 12a ed. México, 1983. XII Tomos

- Diccionario Enciclopédico Exito. Ed. Océano. s.e.Barcelona s.f. 5 Tomos.
- DORIGA López, Joaquín. Crónicas del Poder. Ed. Rayuela. México, 1994, 477 pp
- DURAND, Mercedes. Cuadernos de trabajo de Géneros Periodísticos de Opinión. F.C.P. y S. UNAM, México, 170 pp.
- GARZARO, R. Diccionario de política. Ed. Tecnos, Salamanca, 1977, 389 pp.
- GOMIS, Lorenzo. Teoría del periodismo. Ed. Paidós. México, 1991, 210 pp.
- GUAJARDO, Horacio. Elementos de periodismo. Ediciones Gernika. 2a.ed México, 1982, 129 pp.
- HELLER, W. Diccionario de economía política. Ed. Labor, 3a. ed., México, 1965, 470 pp.
- HOLSTI, R. El análisis de contenido para las ciencias sociales y las humanidades, en Revista Mexicana de Ciencias Políticas. F.C.P. y S. UNAM, México, 1972, núm. 69, 10 pp.
- JOHNSON, Stanley y Julian Harris. El reportero profesional. Ed. Trillas. México, 1985, 306 pp.
- KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Ed. Paidós. Barcelona, España, 1990.
- LEÑERO, Vicente y Carlos Marín. Manual de periodismo. Ed. Grijalbo. México, 1986, 315 pp.
- MARTINEZ Albertos, José Luis. Redacción Periodística. Ed. A.T.E. Barcelona, 1974, 254 pp.
- MARTINEZ Silva, Mario y et. al. Diccionario de Política y Administración Pública. Ed. Colegio de Licenciados en Administración Pública A.C., México, tomos, s//, 596 pp.
- NEWSON, Earl D. El periódico. Ed. Publigráficos. México, 1987, 266 pp.
- PADILLA, Remberto. Historia de la política mexicana. Ed. Edamex. 3a ed. México, 1994.
- PAZOS, Luis. ¿ Por qué Chiapas?. Ed. Diana, México, 1994, 156 pp.

- PRADA Rivadeneira, Raúl. Periodismo. Ed. Trillas. México, 1991. 320 pp.
- QUINTERO, Laura e Ignacio Rodríguez. Colosio...Zedillo ¿por la reforma del poder?. Ed. Planeta, México, 1994, 217 pp.
- ROMERO, César y Héctor Zamarrón de León. El poder tras el crimen. Ed. Planeta, México, 1994, 206 pp.
- RUCKER W., Frank y Herbert Lee Williams. Organización y Administración de periódicos. Ediciones MaryMar. Argentina, 1977, 554 pp.
- RUIZ Castañeda, María del Carmen. La prensa, pasado y presente. Ed. U.N.A.M., México, 1987, 237 pp.
- SAMANIEGO, Fidel. En las entrañas del poder. Ed. Rayuela, México, 1995, 620 pp.
- SERRANO Gómez, Miguel. Diccionario de términos socio-políticos. Ed. Everest, Salamanca, 1977, 210 pp.
- VALDES Velasco, Miguel. Historia del periodismo mexicano. Ed. Porrúa. México, 1955, 256 pp.
- VIVALDI Martín, Gonzalo. Géneros Periodísticos. Ed. Prisma. México, 394 pp.

HEMEROGRAFIA.

- La Jornada. Carlos Payán Vélver. Diario, México, D.F., DEMOS. 29 de Febrero de 1984, 6 pág. Año Cero Número Bajo Cero.
- La Jornada. 19 de Septiembre de 1984. Secc. editorial. "El Deber y la vocación". Año 1 Número 1.
- La Jornada. 2 de Noviembre de 1991. Secc. editorial. "Recapitulación y Convocatoria". Año 8, Número 2565.
- La Jornada. 2 de Noviembre de 1992. Secc. editorial. "Compromiso por la Democracia". Año 9 Número 2927.

La Jornada. 2 de Noviembre de 1993. Secc. editorial. "De cara a las elecciones". Año 10. Número 3287.

La Jornada. 2 de Noviembre de 1994. Secc. editorial. "Informe de fin de sexenio". Año 11. Número 3647.

La Jornada, del 29 de Noviembre de 1993, al 22 de Agosto de 1994.

El Universal. 2 de Noviembre de 1989. Secc. Editoriales. "Cambios por más democracia", "Recuperar crecimiento y confianza", "Bienestar, prioridad fundamental". Número 26,358, Año LXXIV, Tomo CCXCI.

El Universal. 1o de Noviembre de 1990. Secc. Editoriales. "Esencial un informe realista". Número 26,357. Año LXXIV, Tomo CCXCI.

El Universal. 2 de Noviembre de 1990. Secc. Editoriales. "La batalla por la Justicia", "Reforma económica y estabilidad", "Oportunidad de una nueva sociedad". Número 26,718. Año LXXV. Tomo CCXCV.

El Universal. 1o de Noviembre de 1991. Secc. Editoriales. "Para el cambio, estrategia acertada", Número 27,077, Año LXXVI, Tomo CCXCIX.

El Universal. 2 de Noviembre de 1991. Secc. Editoriales. "Cambios sin abandonar principios", "Crecimiento estable y orientador", "Generación digna de su historia". Número 27,078, Año LXXVI, Tomo CCXCIX.

El Universal. 4 de Noviembre de 1991. Secc. Editoriales. "Reconocimiento a la Recuperación", "El P.R.I. ante el tercer informe", "El clero rechaza cargos políticos". Número 27,080, Año LXXVI, Tomo CCXCIX.

El Universal. 2 de Noviembre de 1992. Secc. Editoriales. "Compromiso Democrático", "Estabilidad con crecimiento", "Promoción de la justicia social". Número 27,439. Año LXXVII, Tomo CCCIII.

El Universal. 2 de Noviembre de 1993. Secc. Editoriales. "Democracia, prioridad irrenunciable", "Trascendente propuesta económica", "Modernizar con justicia social". Número 27,799. Año LXXVIII. Tomo CCCVIII.

El Universal. 2 de Noviembre de 1994. Secc. Editoriales. "La política justa, en los principios", "Los avances y retos económicos", "En el interío, dos reformas sociales". Número 28,159. Año LXXXIX, Tomo CCCXI.

El Universal del 29 de Noviembre de 1993, al 22 de Agosto de 1994.