



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
SISTEMA DE UNIVERSIDAD ABIERTA

EL CONFLICTO REFORMA-UNION DE
VOCEADORES EXAMINADO A TRAVES DEL
PERIODISMO IMPRESO CAPITALINO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
C O M U N I C A C I O N**
P R E S E N T A :
ESPARTACO ROSALES ARROYO



ASESORA: GUADALUPE POLO HERRERA

CIUDAD UNIVERSITARIA.

1997

**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.

**EL CONFLICTO REFORMA-UNION DE VOCEADORES
EXAMINADO A TRAVES DEL PERIODISMO IMPRESO CAPITALINO**

**(ANALISIS DE CONTENIDO DE LOS MENSAJES PUBLICADOS POR
LOS DIARIOS EL UNIVERSAL, EXCELSIOR, EL NACIONAL, EL DIA, EL FINANCIERO
Y LA JORNADA DURANTE EL MES DE NOVIEMBRE DE 1994)**

**Dedico esta tesis a quienes
me apoyaron en su elaboración.
Especialmente a mis padres,
a mi hermano y su familia.
A Carlos, maestro y ejemplo
permanente de mis actos.
A todos, muchas gracias.**

**A Guadalupe, quien cada mañana,
con un beso, me muestra
lo hermosa que es la vida.**

"Sólo el silencio es sabio.
Pero yo estoy labrando, como con cien abejas,
un pequeño panal con mis palabras..."

Rosario Castellanos

INDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCION | 1 |
| 1. ANTECEDENTES | 10 |
| 1.1 ¿Qué es el análisis de contenido? | 11 |
| 1.1.1 Su historia, una constante de fascinación por los números | 19 |
| 1.1.2 Los métodos modernos: la necesidad de vincular texto y contexto | 25 |
| 1.2 El camino elegido para trabajar | 30 |
| 2. EL CONFLICTO Y SUS ACTORES | 35 |
| 2.1 Los actores principales | 35 |
| 2.1.1 El diario Reforma | 36 |
| 2.1.2 La Unión de Voceadores | 46 |
| 2.2 Crónica del conflicto | 52 |
| 2.3 Consideraciones finales | 61 |
| 3. PRIMERA PARTE DEL ANALISIS | |
| Requerimientos previos: en busca de los medios elegidos y del contexto prevaleciente en 1994 | 64 |
| 3.1 El periodismo impreso moderno en México | 65 |
| 3.2 Caracterización de los diarios a revisar | 72 |
| 3.2.1 El Universal | 73 |
| 3.2.2 Excélsior | 78 |
| 3.2.3 El Nacional | 82 |
| 3.2.4 El Día | 86 |
| 3.2.5 El Financiero | 91 |
| 3.2.6 La Jornada | 97 |
| 3.3 Caracterización del contexto político prevaleciente en México durante 1994 | 103 |
| 3.4 A manera de síntesis | 109 |
| 4. SEGUNDA PARTE DEL ANALISIS | |
| La parte cuantitativa y el cruzamiento de datos | 113 |
| 4.1 Diseño de conteo y elementos contextuales a considerar | 113 |
| 4.2 El conteo, periódico a periódico | 117 |
| 4.2.1 El Universal | 117 |
| 4.2.2 Excélsior | 120 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.3 El Nacional | 124 |
| 4.2.4 El Día | 127 |
| 4.2.5 El Financiero | 130 |
| 4.2.6 La Jornada | 133 |
| 4.3 Cruzamiento de datos con el contexto y los emisores | 139 |
| 5. CONCLUSIONES | 147 |
| BIBLIOGRAFIA | 150 |
| HEMEROGRAFIA | 152 |

INTRODUCCION

Durante años, se ha dicho que uno de los problemas políticos de México ha sido la existencia del presidencialismo. Hoy sabemos que una de sus implicaciones, es la necesidad del presidente entrante de fortalecer sus redes de poder, en vías de sacrificar a su antecesor y de construir su propia fuerza institucional.

Lo cierto es que de pronto, ante la llamada opinión pública, surgen una serie de escaramuzas que el ojo común no puede identificar sino como conflictos aislados, pero que encierran trasfondos políticos profundos.

En este contexto, tras las elecciones de 1994 y tras la serie de sucesos que nos conmovieron a todos, durante el mes de noviembre se produjo uno de estos conflictos aparentemente aislados, cuando el diario *Reforma* y la *Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México* se enfrascaron en un problema que se atribuyó a una cuestión de comercialización y distribución, pero que parece implicar mucho más si --con Fátima Fernández (1975)--, aceptamos que la historia de la prensa mexicana es la historia de la expresión de grupos políticos y/o económicos en permanente pugna.

Así, como bien lo expresara Alejandro Ramos en su columna *Redes de poder (El Financiero*, 9 julio de 1995), resulta que "lo que se lee, se ve o se escucha en los medios... es sólo reflejo de las pugnas de los grupos de poder tanto políticos como económicos y la profunda crisis de relación que se da entre las instituciones que concurren a la vida política de la nación".

La cuestión es que aquí se considera que el conflicto *Reforma-Unión de Voceadores* es una manifestación de la lucha que tras la elección del actual presidente de México, Ernesto Zedillo Ponce de León, se está dando en el país

entre los distintos grupos políticos que intentan dirigir los destinos de la nación y que en este caso, han recurrido a un instrumento administrativo lo que indica que "lo que realmente limita el ejercicio del periodismo impreso en el país es la estructura empresarial de los propios medios, lo que abre paso a la existencia de candados administrativos que son los que a fin de cuentas, rigen la relación entre la prensa y el gobierno, lo que es decir entre los grupos políticos-económicos y el gobierno".

Los medios, convertidos en espacio anhelado, son campo de disputa, pero también instrumentos para reflejarla. Es por eso que se considera que a través de los mensajes de los propios medios es posible poner de manifiesto lo que está detrás de lo aparente: detrás de la disputa comercial, la lucha por hacerse del control de la información; detrás de la negativa a distribuir el diario, la decisión cupular de frenar un periódico que se hizo molesto para alguien.

Por esto mismo, para el trabajo se propone estudiar seis diarios que usualmente se ubican en distintos puntos del abanico ideológico nacional. Agrupándolos por cercanía política —aunque esto sea esquemático y quizás apenas ilustrativo—, estos son por un lado, *La Jornada* y *El Financiero*, por otro *Excélsior* y *El Universal* y finalmente, *El Nacional* y *El Día*. La intención es ver cómo desde cada ángulo se reflejó el conflicto, con el fin de identificar a los actores y mediadores que se refirieron al suceso y ver hasta dónde es posible trazar líneas que permitan establecer no sólo qué individuo habla, sino qué segmento del sistema lo hace y con qué propósito.

El interés es examinar cómo un mismo hecho es presentado a los lectores por distintos diarios capitalinos del país, pero tomando en cuenta —como lo dicen

¹Miguel Ángel Hernández, *Apuntes tomados en la clase de Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación en México*, 1993.

Teun A. Van Dijk y Klaus Krippendorff—, que lo que se dice hay que situarlo en un contexto político específico y en un sistema social que hacen pensar que en el manejo de un conflicto de este tipo, intervienen intereses que van más allá de los estrictamente periodísticos.

Ahora bien, para hacer esto, se ha recurrido al **análisis de contenido**, herramienta que se considera la más adecuada para observar lo que está *detrás* de los mensajes, para entender lo que realmente se dice, para ubicar los contextos en que se habla, para identificar a quién realmente se expresa y para sistematizar los datos que se requieren para demostrar la lucha desencadenada.

Utilizar el análisis de contenido como herramienta fundamental de trabajo, exige cubrir una serie de etapas previas. Grosso modo, cabe mencionar las siguientes:

Es necesario establecer un marco conceptual-histórico en torno a lo que es el análisis de contenido y realizar una exposición del método que aquí se utilizará para desarrollar la investigación propuesta.

Según lo anterior, en esta primera parte del trabajo el punto de partida es una exposición crítica donde presenten las diversas maneras cómo los investigadores de la comunicación han concebido el concepto de "análisis de contenido", con la intención de exponer cuál es la noción que mejor se adapta al trabajo que aquí se pretende realizar y por qué las otras visiones no son atendidas o son tomadas en cuenta solo parcialmente.

Por el momento, basta con mencionar que el análisis de contenido, será visto como una herramienta de investigación "destinada a formular a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto" (Klaus Krippendorff, 1990:28).

Aunque el concepto parezca aquí vago —en su momento se desglosará con cuidado—, lo importante es anticipar que en esta investigación se parte de concebir al análisis de contenido como un método que no puede reducirse a la recopilación empírica de ciertos datos cuantificables.

En este sentido, no basta con recopilar datos, clasificarlos de manera más o menos razonable y proceder a establecer ciertos parámetros de medición. Es necesario principiar por revisar los **canales** que transmiten los **mensajes** y los **contextos** en que éstos se producen.

Esto quiere decir que si bien al estudiar los mensajes es necesario analizar cómo es que a través de ellos se presenta un hecho determinado, no hay que olvidar que para lograr esto es menester entender que los mensajes obligan a todo receptor a realizar inferencias más o menos exhaustivas sobre el contenido de la comunicación.

La cuestión es entonces que el analista de contenido —ubicado también como receptor del mensaje—, debe ver más allá de lo que observa el lector común, porque es a través del análisis del canal y el contexto que se podrá diferenciar —por ejemplo—, el contenido manifiesto y latente de la comunicación.

Sin profundizar por el momento en el asunto, hay que señalar que antes de desarrollar la parte cuantitativa del análisis, es indispensable avanzar en cuatro direcciones centrales, mismas que en el camino se bifurcarán.

En este sentido, lo primero es realizar una exposición del conflicto central a examinar, con el fin de conocer a los actores que participaron en este enfrentamiento aparentemente de distribución, pero que aquí se sostiene es eminentemente político y por tanto, una lucha por obtener ciertas cuotas de poder.

Luego, se requiere hacer una rápida revisión histórica que permita señalar el momento en el cual se sientan las bases del periodismo moderno, con el fin de señalar sus características primordiales. El objetivo es entender por qué la prensa mexicana contemporánea actúa como lo hace. Pero esto, a la vez, abre paso para señalar cuáles son los periódicos a revisar con el fin de caracterizarlos.

Con esto, se avanza en dos sentidos: por un lado en el examen del momento en que los diarios se constituyen en empresas periodísticas y por otro, en la relación que guardan desde aquel momento con respecto al poder. La intención es indagar hasta qué punto, estos aspectos tienen que ver con la forma con que actualmente actúan los medios en México. Así, de lo que se trata es de entender que los mensajes que publican los diarios tienen detrás de sí un sistema que hace que estos tengan un contenido determinado.

Esta primera fase histórica de la investigación se cubre con el examen de la prensa durante el porfiriato, período donde se da su virtual transformación de prensa ideológico-partidista-opinativa en prensa empresarial-informativa (Irma Lombardo, 1992).

Cubierta esa fase, es menestra caracterizar a los medios seleccionados. La intención no es agotarse en reseñarlos históricamente, sino más bien ubicarlos en el contexto político mexicano actual, con la intención de establecer las *líneas* políticas a las que cada uno pertenece.

Hay que aclarar que esto no quiere decir que lo que se busque sea *descubrir* los nexos que cada medio guarda con determinados grupos de poder. La intención, por el contrario, es establecer vínculos entre medios para observar si hay dos o más posiciones-bloque respecto a la disputa a la que antes se hizo referencia.

Esto es, el conflicto Reforma-Unión de Voceadores se ve como un problema que más que de distribución, refleja la existencia de una lucha entre los grupos que actualmente pugnan por dirigir los destinos de la información periodística en el país, pero esto no quiere decir que sea el único enfrentamiento existente.

Por el contrario, a partir de ver la posición editorial que cada diario asumió ante determinados hechos específicos --que en su momento se exponen--, se establecen los patrones que permiten ubicar a los diarios como representantes de distintas fuerzas políticas, que pueden o no estar encontradas.

Así, la preconcepción de los distintos medios como de izquierda o derecha, se toma sólo como una caracterización que es descriptiva pero que puede ser modificada.

Con esto, caemos en la cuarta etapa: la necesidad de vincular el análisis de contenido al contexto político previo al conflicto. Esta fase va ligada a la anterior pues para caracterizar a los diarios se han escogido los momentos que se piensa son los cumbres de 1994. Luego, al revisar la visión editorial del medio, se establecen inferencias.

Pero esto mismo, permite la descripción del ambiente político existente, pues se ha partido de la base de que texto y contexto van de la mano, de que para entender el mensaje, hay que ubicarlo en el medio del que se desprende, pero también del ámbito en el que se produce y de la realidad circundante.

La intención con ello es entender que el contexto electoral y postelectoral que prevaleció en 1994, el surgimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional y los asesinatos políticos, caracterizan el período como un año en el que se dio una enconada lucha de grupos que buscaban consolidar, rescatar o resguardar su poder, aun a costa de la eliminación de sus adversarios políticos.

La violencia abierta o los golpes debajo de la mesa que se produjeron, se reflejaron de alguna manera en otros ámbitos. Aquí nos interesó descubrir si fue efectivamente así y si el conflicto *Reforma-Unión de Vocadores* fue parte de esta disputa.

Una vez avanzado en estos puntos, se puede llegar a la parte cuantitativa del análisis. Por cierto que cabe mencionar que el universo que se examina está compuesto por todas las notas informativas, artículos de opinión y cartas abiertas o al director que los seis diarios seleccionados publicaron entre el 1 y el 30 de noviembre de 1994 en torno al conflicto.

Hay que agregar además que el universo se limita a su vez a lo que dijeron quienes de alguna manera se manifestaron en torno al problema y a los titulares que dan pie a esas manifestaciones. Esto es, de las notas informativas no se considera lo que es aporte o visión del reportero, sino solamente lo que alguien expresó directamente en torno al conflicto. En el caso de los artículos de opinión en cambio, se toma en cuenta todo lo que a criterio del autor es lo más importante del mensaje emitido, lo mismo sucede con las cartas abiertas o al director.

Esto implica algo que es obvio pero que vale la pena resaltar: los datos que se observarán tienen un carácter unidireccional. Es decir, parten invariablemente de los medios hacia el público y por tanto, son recogidos directamente de los distintos diarios en que fueron publicados.

Lo anterior hay que mencionarlo porque implica que el fenómeno en análisis no es observado directamente, sino a través de la mediación de los diarios y de las diferencias que pueden establecerse entre los mensajes que éstos publicaron.

Por otro lado, esto quiere decir que hay que acudir al lenguaje escrito como punto de referencia primario. Esto tiene la ventaja de que permite establecer una secuencia de datos para establecer esa pugna que de acuerdo con la hipótesis se sitúa detrás de lo que expresamente se dice.

Dicho lo anterior, hay que señalar que a los periódicos hay que examinarlos a partir de ubicarlos en el papel institucional que cumplen, pues a partir de allí puede entenderse los mensajes que publicaron y el papel que cumplen en la pugna por el control de la información que en este trabajo se hace referencia.

Caemos en la cuenta de que no se puede pasar por alto que los medios están sujetos a regulación gubernamental y que a la larga, los diarios no pueden darse el lujo de desagradar a las élites gobernantes. Así, las pugnas se darán precisamente, en los momentos en que el poder de un grupo se desvanece y otro busca ganar fuerza y consolidarse.

Todo lo apuntado, sirve para explicar que analizar el contenido de los mensajes no significa solamente reunir datos, agruparlos en una tabla y hacer una descripción que explica aquello que para el investigador fue de interés identificar. Es fundamental ver los canales que emiten los mensajes y el entorno en que éstos se producen.

Lo interesante de esto es que al cruzar lo cuantitativo con el contexto (medios-entorno), se pueden establecer inferencias que realmente expliquen aquello que se está estudiando. Con ello, no se deja sólo a la parte cuantitativa el peso para la interpretación sino que a partir de los contextos, se asigna a los actores, mediadores y mensajes el peso específico que les corresponde y que permite diferenciar la importancia de los contenidos que se pretende analizar, con el fin de identificar más allá de lo evidente, aquello que aparentemente está oculto,

pero que puede ser de utilidad para entender un conflicto que hasta hoy sigue confuso y lleno de niebla.

1. ANTECEDENTES

Presentación

Todo trabajo de investigación --por grande o pequeño que sea--, requiere de una serie de **elementos fundamentales** que le sirvan como sostén o marco de referencia, como patrones que guíen aquello que se pretende desarrollar.

En este caso --y para este trabajo específico--, se ha considerado que hay dos columnas de las que hay que partir para sentar las bases de la investigación:

1) el establecimiento de un marco conceptual-histórico en torno a lo que es el **análisis de contenido**; y, 2) la exposición detallada del **método** que aquí se utilizará para desarrollar la investigación propuesta.

Según lo anterior, en esta primera parte del trabajo se partirá al desarrollar una exposición crítica en la que se presenten las diversas maneras como los investigadores de la comunicación y su contenido han concebido el concepto de "análisis de contenido", con la intención de exponer cuál es la noción que mejor se adapta al trabajo que así se pretende realizar y por qué las otras visiones no son atendidas o son tomadas en cuenta solo parcialmente.

Lo interesante de esto, será observar que si bien hay diferencias notables en cuanto a las nociones generales que sobre el tema se tienen, también hay un elemento global aglutinador: la necesidad de la **cuantificación** como elemento guía para fundamentar lo que se entiende de un mensaje.

Sin embargo, aquí se verá que la cuantificación debe verse tan sólo como una parte del trabajo, pues si bien a nivel histórico, ésta ha sido una constante, las tendencias actuales sugieren la necesidad de recurrir también a la observación de

los **contextos** que giran en torno a la comunicación y que ayudan también a entender el contenido de los mensajes.

Así pues, los conceptos abrirán paso a la definición de la noción general que se utilizará. De allí se pasará a una rápida revisión histórica de los trabajos que en torno a esta herramienta de análisis se han desarrollado. Pero claro, la intención será explicar el método específico que aquí se aplicará y que por tanto, será explicado al final de esta primera parte de la tesis.

Los antecedentes estarán cubiertos, una vez que se haya definido el concepto a utilizar, se haya esbozado un panorama histórico general de los trabajos que los investigadores más notables en el campo han desarrollado y se haya establecido una primera explicación de la forma específica como aquí se trabajará.

Cabe mencionar finalmente que en esta sección se recurrirá de modo frecuente al apoyo del profesor Klaus Krippendorff, quien como anteriormente se mencionó, es junto con Teun A. Van Dijk³, portavoz fundamental de la ruta metodológica elegida para desarrollar la tesis.

1.1 ¿Qué es el análisis de contenido?

Lo primero que hay que apuntar respecto del análisis de contenido, es que es un concepto que a decir de Klaus Krippendorff (1990:9), "tiene unos cincuenta años de antigüedad", aún y cuando sus orígenes intelectuales se remonten al inicio

²Klaus Krippendorff es profesor en la Annenberg School of Communications en la Universidad de Pennsylvania y ha colaborado en la edición de *The Analysis of Communication Contents, Developments in Scientific Theories and Computer Techniques: Communication and Control in Society*, etc.

³Teun A. Van Dijk es profesor de estudios del discurso en la Universidad de Amsterdam. Sus investigaciones de los años 80 y hasta la fecha se han centrado en el análisis de las noticias de prensa y especialmente de la reproducción del racismo en el discurso y la comunicación.

mismo "del uso consciente de los símbolos y del lenguaje por parte del ser humano" (Ibid).

Se trata de un concepto **reciente** y que tiene una cualidad fundamental: su origen hay que ligarlo con la **práctica** de trabajos que intentaban demostrar la utilidad de la noción. En este sentido, es obvio que no se trata de un concepto **abstracto**, sino más bien de una herramienta, de un instrumento que ha sido útil para el desarrollo de interesantes trabajos de investigación.

Ahora bien, si se recurre a autores notables en el campo de la comunicación en general y del análisis de contenido en particular, como Ole R. Holsti (1969) o Bernard Berelson (1969), es posible establecer un primer cuadro de definiciones en torno a la materia que aquí es de interés.

La razón de apoyarse en tales investigaciones, es que ambos se empeñaron por recoger distintas definiciones antes de establecer la propia. Por lo mismo, presentaremos aquí una serie de conceptos, mismos que comentaremos conforme lo dicho en la presentación de esta etapa del trabajo.

Así, según cita Holsti (1969:2), Kaplan afirmó en 1943 que el análisis de contenido "es la **semántica estadística del discurso político**".

Lo importante de esta definición es que de entrada, da cabida a dos ramas del saber interesantes en sí mismas: la **semántica** y la **estadística**. Pero además, limita el análisis, al enclaustrarlo en el exclusivo terreno de la política.

Estamos pues ante una definición que restringe el campo de análisis a los mensajes políticos (¿a lo que dicen los políticos?) y con ello resulta demasiado estrecho. Pero además, se limita al estudio de los **significados** de las palabras con la intención de **cuantificarlos** de alguna manera.

La noción de Kaplan, remite a la existencia de estudios que al centrarse en mensajes políticos, buscan entender el significado de lo que se dice a partir de un trabajo cuantitativo determinado. La idea es interesante, pero resulta insuficiente para lo que aquí se pretende, pues de entrada reduce el universo de los mensajes, a aquellos que provienen de un campo específico de la actividad social.

Hacia 1959, según apunta el propio Holsti, el término análisis de contenido intentó ligarse al método científico, cuando Barcus apuntó que se trataba del "análisis científico de los mensajes de la comunicación" (citado por Holsti, 1969:3).

Lo interesante aquí --aunque el concepto sea vago y muy general--, es que a diferencia de Kaplan, Barcus abre el campo de análisis a **cualquier mensaje**, con lo que sale al paso a la restricción hecha por aquél y que limitaba demasiado el terreno de investigación.

Sin embargo, el concepto es vago y por ello, parece demasiado pretencioso hablar del "análisis científico" de los mensajes, sin hacer referencias más precisas o particulares. Como noción general parece bien, pero como concepto deja todo a la imaginación o a lo que cada investigador entienda por "análisis científico".

Para romper esa ambigüedad, en 1969, Paisley apunta que "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 objetiva y sistemática de reglas de caracterización, en datos que pueden sintetizarse y compararse" (citado por Holsti, 1969:3).

De la vaguedad anterior, se ha pasado a un concepto que hay que desmenuzar. Lo primero que se observa es que aquí el análisis se ve como "una fase del procesamiento de la información", lo cual implica que forma parte de un estudio más amplio y que por tanto, no se trata de un estudio en sí mismo.

Pero dejando de lado lo anterior, es importante ver que Paisley dice que el contenido se "transforma mediante la aplicación objetiva y sistemática de reglas de caracterización en datos", es decir, en cifras que pueden **cuantificarse**. Con ello, caemos en la cuenta de que el contenido de un mensaje se ve como un elemento que para entenderse debe ser contabilizado, lo cual se considera parcial, porque deja de lado otros elementos que también intervienen en la elaboración y comprensión de cualquier discurso.

Paisley enriquece la definición, pero mantiene la "fascinación" (Klaus Krippendorff, 1990:8) que durante años han tenido los teóricos del análisis de contenido por la parte numérica del trabajo.

Por cierto que de esta fascinación no pudo librarse el investigador funcionalista, Bernard Berelson, quien hacia 1969 apuntó que "el análisis de contenido es una técnica de investigación que sirve para describir objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido manifiesto de la comunicación (citado por Florence Toussaint, 1975:25).

Hay aquí un elemento nuevo que aporta Berelson, pues él habla de la posibilidad de "describir" el "contenido manifiesto de la comunicación", lo cual significa que lo que puede llegar a establecerse de los mensajes es lo que **explícitamente** se dice, pues es esto y solamente esto, lo que puede contabilizarse objetivamente.

La sentencia del padre del funcionalismo es correcta, pero el problema es que al quedarse en el análisis cuantitativo de lo que explícitamente se dice, deja de lado lo que hay alrededor de los mensajes, los contextos en que éstos se producen, como veremos más adelante.

En este sentido, como bien dice el teórico Moulland, "su limitación se debe a que el analista, al reunir datos totalmente manifiestos, encuentra después de grandes esfuerzos, lo que ya se presenta. No se tiene el sentimiento de haber avanzado hasta estructuras más ocultas, pero más profundas de la información" (citado por Miguel de Moragas, 1982:110).

Ante críticas como la anterior, la noción de Holsti (1969:14) parece conciliadora, aunque deja abiertas ciertas dudas. Este investigador apunta que "el análisis de contenido es una técnica cuyo objetivo consiste en realizar inferencias con base en la identificación objetiva y sistemática de características específicas de los mensajes".

Holsti piensa que como **técnica**, el análisis de contenido permite "realizar inferencias", es decir, ver las consecuencias que pueden tener determinados mensajes, lo cual se consigue a partir de identificar ciertas características de lo que se dice.

La noción, de suyo interesante, abre paso sin embargo, a preguntas como las siguientes: ¿Cómo se pueden medir las consecuencias de la comunicación? o, ¿es posible a partir de lo que se dice o escribe, determinar cómo reaccionará el receptor?

Holsti pues, como Berelson, parece enfocarse más bien a **especificaciones** del análisis que a un concepto aglutinador que sirva para desarrollar una técnica más amplia.

Dicho lo anterior, hay que apuntar que según una tabla que presenta María Dolores Villagómez (1993), a partir del año 1969, las definiciones en torno al análisis de contenido desarrolladas, pueden englobarse en lo apuntado por dos investigadores de la comunicación:

El primero es Travers, quien en 1971, señaló simplemente que el análisis de contenido se refiere a "un grupo de técnicas que han sido diseñadas para (realizar) el análisis de las comunicaciones verbales".

De este retroceso -- que reduce el universo de los mensajes a la "comunicación verbal"--, pasamos al segundo autor, Bardin (1986), quien habla de "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-reproducción (variables inferidas) de estos mensajes".

En cuanto a esta definición, hay dos cuestiones a subrayar: primero, Bardin habla de indicadores "cuantitativos o no", lo cual quiere decir que por primera vez -- según la exposición realizada--, se abre la posibilidad a una parte no cuantitativa del análisis. Lo segundo, es que el investigador afirma que el análisis puede permitir establecer cuáles son las condiciones de producción-reproducción de los mensajes.

Grosso modo, vemos que en la mayoría de los conceptos expuestos, aparece de modo recurrente la necesidad de hacer cuantificaciones que permitan entender los mensajes. Del mismo modo, se habla de la necesidad de trabajar de modo objetivo.

Ambos aspectos deben ser retomados como puntos de referencia y al tomarlos en cuenta, hay que apuntar que Klaus Krippendorff (1990:28) señala que el análisis de contenido "es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto".

Este concepto es el que queremos retomar para trabajar en la investigación, pues hace referencia a la **doble** necesidad de trabajar, por un lado, cuantitativamente (cuando habla de "formular a partir de ciertos datos") produciendo "inferencias reproducibles" (lo que obliga a trabajar de modo objetivo, sistemático y general), y por otro, a partir de un contexto determinado (lo que resulta nuevo en el marco conceptual expuesto).

La novedad —una vez más hay que decirlo—, es que aquí se habla de **contexto**, lo que significa que para analizar un mensaje cualquiera, es menester tener en cuenta que "tanto la producción como la comprensión del discurso como texto y como acto de habla dependen de varios factores cognoscitivos importantes, que incluyen los conocimientos, las creencias, los deseos, los intereses, los objetivos, las actitudes, las normas y los valores de los usuarios de la lengua" (Teun A. Van Dijk, 1993:98).

Es decir, para analizar el contenido de los mensajes, hay que tomar en cuenta la existencia de dos niveles de **contexto**. Por un lado, está aquel al que hace referencia Van Dijk y que tiene que ver con el hecho de que todo acto comunicativo debe ubicarse en un **marco general** (lenguaje, normas sociales, gestos, conocimientos previos, etc.) que permite que la comunicación se produzca merced a un intrincado conjunto de "interacciones sociales, que deben ser continuamente analizadas, comprendidas, recordadas, evaluadas, programadas, ejecutadas y controladas", (Van Dijk, 1993:97). Y por otro, está el entorno **social** en el cual se produce el mensaje que pretende analizarse.

Esto es, cuando se produce un acto comunicativo cualquiera, tanto el emisor como el receptor, deben generar una **dinámica comunicacional** que los obliga a realizar una serie de operaciones mentales que les permiten producir un mensaje

y/o una respuesta adecuada (o acorde a lo esperado), lo cual se consigue tanto a partir del contexto del propio lenguaje (oral o escrito), como del contexto social en el que se produce la comunicación.

Ahora bien, haciendo hincapié en el segundo nivel contextual considerado, hay que decir que éste tiene que ver con lo que el propio Van Dijk (1993:108) define como la "abstracción de la situación social real en la que la gente habla" o escribe.

Esto quiere decir que todo mensaje es emitido en una situación social (contextual) específica, lo que significa que para entender un mensaje, hay que tener la **referencia** de lo que socialmente ocurre en un momento histórico determinado.

Desde luego que esto toma especial importancia cuando los mensajes que deben analizarse parten de un **medio masivo de difusión**, pues en este caso, el contexto social (lo que ocurre en el momento), puede ayudar a que se comprenda el contenido manifiesto y/o latente de un mensaje determinado. En este sentido, vale la pena recordar que "el discurso de los medios ejerce un impacto en los conocimientos, las actitudes e ideologías sociales, a partir de las diferencias sociales o políticas de los lectores" (Van Dijk, 1993:174).

La cuestión entonces es que al cruzar texto y contexto se produce una suerte de contradicción o choque interesantísima: por un lado el contexto social forma necesariamente parte del mensaje que se produce. Pero por la otra, los medios pugnan por dar forma a ese contexto, construyendo muchas veces, realidades que no necesariamente se apegan a los hechos fríos. Para entender el mensaje, hay pues que cruzar ambos elementos, comparándolos.

Así, cuando se analiza cualquier mensaje, hay que tener en cuenta que éste se produce en un contexto específico de comunicación (un idioma o lengua, un tipo de discurso literario o periodístico, etc.) y también en un contexto social único e irrepetible que debe considerarse para entender lo que se dice o lo que se lee.

1.1.1 Su historia, una constante de fascinación por los números

Luego de examinar las distintas maneras como los estudiosos de la comunicación han definido el **análisis de contenido**, es fácil advertir que existe una constante: la necesidad de **cuantificar** ciertos datos, para de allí desprender determinados resultados. La comprensión de los mensajes, iría entonces de la mano con las veces que se repite una palabra, la cantidad de ocasiones que un hablante se refiere a un tema específico o el número de notas que un periódico dedica a un asunto x.

Sin embargo, Klauss Krippendorff (1990:8) sostiene al respecto que "el análisis de contenido podría continuar con este juego de cómputos que quizás sea excitante, pero que no conduce a la comprensión" de los mensajes, pues deja de lado la posibilidad de revisar los **contextos** que giran en torno a cualquier proceso comunicativo.

Ahora bien, antes de intentar reforzar esta idea y de exponer la forma precisa como se desarrollará el análisis de contenido propuesto, se hará una brevisima relación de algunos de los trabajos que han sido pioneros en esta materia.

En este sentido, hay que decir que según Karin Douring (1994), hacia 1640 se realizó en Suecia el primer caso bien documentado de análisis **cuantitativo** de

material impreso, cuando se efectuó un estudio que tenía por objeto conocer cuáles eran los efectos que en los religiosos luteranos ejercían un conjunto de 90 himnos religiosos seleccionados. Para el efecto, se analizaron "los valores, las formas de aparición... y la complejidad estilística" (citado por Klaus Krippendorff, 1990: 15).

Luego, habrá un período en el que no existen documentos que apoyen la realización de otros estudios similares, hasta que en 1888, el francés B. Bourboon inició un trabajo que buscaba analizar las tendencias del lenguaje en uno de los libros de la Biblia, El Exodo (Krippendorff, 1990:16).

Hacia fines del siglo pasado, relata el propio Krippendorff, en Estados Unidos se produjo un **boom** de la producción impresa de material. Pronto, añade, surgió la necesidad de investigar el "fenómeno" denominado **periódico**, en 1893 se realiza el primer análisis **cuantitativo** de periódicos cuando Speed se preguntaba: "¿se ocupan los periódicos de ofrecer noticias?" (1990:17) e intentaba demostrar que las cuestiones religiosas, científicas y literarias habían desaparecido de los principales diarios neoyorquinos para dar paso a la chismografía, los escándalos y el deporte.

Un estudio similar, publicado en 1910 por Mathews, buscó poner de manifiesto el gran espacio que tenían los asuntos desmoralizadores, maisanos y triviales en oposición a aquello que según el investigador, "valía la pena".

En estos casos, apunta Krippendorff, predominó el trabajo cuantitativo, produciéndose resultados valiosos e interesantes como el de Tanney (1912) cuando expuso la necesidad de realizar una especie de encuesta permanente y a gran escala de los **contenidos** de los periódicos a fin de establecer "un sistema de control del clima social" (1990:18) que pudiera parecerse a lo que hacen los

meteorólogos. La novedad era la posibilidad de **predecir** los acontecimientos, a partir de analizar lo dicho sobre el pasado reciente.

Por cierto que de acuerdo con el multicitado profesor de la escuela Annenberg de la Universidad de Pennsylvania, Filadelfia, este tipo de estudios tuvo su culminación con un trabajo titulado *El periódico rural* (Wiley, 1926), que permitió trazar los orígenes de los principales semanarios de Connecticut, tomó en cuenta su tiraje y esbozó una relación de los cambios acaecidos sobre el pasado reciente.

Ahora bien, es bueno apuntar que con el paralelo desarrollo de los otros medios masivos de difusión, termina lo que podría considerarse como el simple análisis cuantitativo de periódicos y se inicia el **análisis de contenido** propiamente dicho, pues este tipo de estudios se interesaron en nuevas problemáticas y desarrollaron formas distintas de trabajar aunque la mayor parte, basadas en la **cuantificación** ya tantas veces señalada.

En otras palabras, el análisis cuantitativo para la comprensión de textos, es la base de lo que con los años será el análisis de contenido, mismo que bajo ese *título*, tiene un pasado relativamente reciente.

En ese contexto, durante los años 30, Woodward buscó establecer la importancia de los "estereotipos sociales" (Krippendorff, 1990:19) a la hora de hacer un análisis de este tipo, con lo que abrió las puertas para que estudios posteriores se centrarán en la necesidad de medir actitudes que se consideraran prototípicas de los mensajes.

Por otro lado —y un poco antes—, Harold Laswell, "primer nombre que ilustra realmente la historia del análisis de contenido" (L. Bardin, 1986:10), publicó un trabajo que sentó las bases para que en el análisis se tomara en cuenta la

importancia de considerar los símbolos que aparecen en los mensajes y aún la mitología que éstos implican.

La consecuencia inmediata de este trabajo fue que hacia 1937, McDiarmid desarrolló un estudio en el que analizó, enumeró y contabilizó los símbolos que en torno a la identidad nacional utilizaron en sus discursos diversos presidentes norteamericanos.

Dicho lo anterior, Krippendorff señala los rasgos que distinguen los primeros análisis de contenido de los medios masivos, al distanciarlos de aquellos que podrían caracterizarse como "análisis cuantitativos de los periódicos":

a) Al análisis se sumaron progresivamente científicos sociales que incorporaron ricos y nuevos marcos teóricos a considerar.

b) Se definieron y se reconocieron como posibles datos cuantificables, conceptos bastante específicos como la actitud, los estereotipos, el estilo, los símbolos, etc.

c) Al análisis se aplicaron herramientas estadísticas más perfectas (basadas en encuestas y experimentos psicológicos).

d) Los datos provenientes del análisis de contenido pasaron a formar parte de trabajos de investigación de mayor envergadura.

Con lo anterior, vemos que se ha producido una suerte de ruptura: el simple análisis cuantitativo de los periódicos, ha dado paso a un análisis que contempla otras formas de comunicación y que sobre todo, recoge la **experiencia** derivada del avance producido en otras ramas de la investigación científica.

Pero hay que añadir que para que esta ruptura se produjera, incidió de manera fundamental el desarrollo de la segunda guerra mundial. Con ello, el

contexto jugó su papel, obligando a los científicos a esforzarse por entender de mejor manera la realidad circundante.

De hecho, "el estudio clásico de las condiciones y los efectos de la comunicación alcanzó su momento máximo después de la segunda guerra mundial a causa de la extrema popularidad del análisis de la propaganda y los rumores" (Teun A. Van Dijk, 1993:98), situación que fue impulsada en gran medida por el ya citado Harold Laswell y su equipo, quienes durante el conflicto bélico progresaron notablemente en sus estudios sobre muestreo, problemas de medición, fiabilidad y validez de las categorías a considerar para ser contabilizadas.

Con esto, como bien lo dice Van Dijk (1993:98-99), se continuó el desarrollo de un análisis de contenido básicamente "cuantitativo" y "conductista", pues éste se fundamentó en el hecho de que "los mensajes y su influencia se analizaron en términos de patrones sencillos de reacción y reproducción..."

Aunque los resultados —a decir del lingüista holandés— son "importantes, no dejaban de ser superficiales" (Van Dijk, 1993:99). La consecuencia, como lo apunta Krippendorff es que desde entonces empieza a vislumbrarse la posibilidad de que para realizar el análisis, no baste con examinar exclusivamente los mensajes emitidos.

Aún más, según el maestro de la Universidad de Pennsylvania, por aquellos años Hans Spier y su equipo, basándose en emisiones radiofónicas enemigas, intentaron comprender y predecir lo que realmente sucedía en Alemania, para estimar los **efectos** que ciertas acciones bélicas tenían en la población. Sin embargo, lo que el estudio realmente arrojó fue la comprensión de que "los indicadores cuantitativos son muy poco sensibles y bastante burdos para suministrar interpretaciones políticas" (Klaus Krippendorff, 1990:22-23).

Después de la guerra, los antropólogos utilizaron la técnica para el examen de mitos, leyendas y acertijos. Los historiadores por su parte, buscaron sistematizar métodos que permitieran revisar con mayor precisión grandes volúmenes de documentos y, los pedagogos y sociólogos se interesaron por convertir el análisis de contenido en "una fuente de datos para realizar inferencias sobre los procesos de lectura" (Krippendorff, 1990:24).

Se produjo un nuevo boom, pero esta vez no de un medio, sino del propio análisis de contenido. La consecuencia de la proliferación de estudios y de estudiosos de diversas áreas del conocimiento que se inclinaron por realizar trabajos de este tipo, a decir de Klaus Krippendorff, fue que se produjo "una pérdida de claridad" (1990:25), pues se llegó al absurdo de que todo parecía susceptible de ser sometido al análisis de contenido.

Tal vez buscando mitigar esto, entre 1940 y 1950, estudiosos de la talla de Bernard Berelson y Paul L. Lazarsfeld buscaron que se reforzara el rigor metodológico, produciendo en sus respectivas obras, normas y reglas para realizar el análisis.

Su esfuerzo, si bien importante, pronto se topó con un nuevo reto: la aparición de las **computadoras**, que hacia fines de los 50 provocaron el desarrollo de lenguajes de computación especialmente apropiados para el procesamiento de datos.

A partir de ese momento y quizás más específicamente a partir de que en 1967 la escuela de comunicación de Annenberg de la Universidad de Pennsylvania, Filadelfia, convocó a diversos investigadores para que reflexionaran en torno a cuestiones como la dificultad para registrar cierto tipo de comunicaciones, la necesidad de establecer categorías no estandarizadas de

análisis o el problema de la obtención de inferencias, se puede hablar de diversas tendencias metodológicas del análisis de contenido.

Ante la imposibilidad de detallar aquí cada una, sólo resta mencionar que en este trabajo se seguirán los trazos de Krippendorff y Van Dijk, para quienes el entendimiento de un mensaje, pasa necesariamente por el involucramiento del texto de que se trate, con el contexto en que aquél se produce. Pero la especificación de esta idea, corresponde hacerla en el siguiente punto de este trabajo.

1.1.2 Los métodos modernos: la necesidad de vincular texto y contexto

Hemos dicho hasta aquí, que los modernos métodos de **análisis de contenido**, van más allá de la añeja "fascinación" que durante años ejercieron los números —la parte cuantitativa del trabajo—, y que por tanto, tienden ahora a concentrarse en otras facetas del proceso, recurriendo preferentemente a la necesidad de vincular el **texto** (el mensaje que se revisa) con el **contexto** (social y comunicativo en el que aquél se produce).

Ahora bien, antes de especificar la metodología que aquí se utilizará para desarrollar el análisis en sí, es necesario precisar lo que aquí se entenderá cuando se hable de los contextos que se tomarán en cuenta para desarrollar las siguientes etapas de la investigación.

En este sentido, es necesario decir de acuerdo con Krippendorff (1990) y Van Dijk (1993), el análisis de un mensaje cualquiera no podrá estar completo si no se toma en cuenta quién es la persona (o institución) que lo ha emitido, qué canal es el que lo reproduce, a qué público está dirigido el mensaje, qué peso le ha sido

asignado socialmente, qué acontecimientos giran en torno a su enunciación y en qué lugar ha emitido su discurso.

La razón de que todos estos elementos **contextuales** sean necesarios para el análisis es que "de la situación social y de su conocimiento del hablante... el oyente puede inferir los verdaderos conocimientos, deseos y evaluaciones del hablante" (Teun A. Van Dijk, 1993:96) y en consecuencia, el **sentido** que quiere dar a su mensaje.

La cuestión es que dado que los mensajes tienen una "naturaleza vicaria" (Krippendorff, 1990:31), es decir, que terminan por hacer momentáneamente las veces de aquello a lo que están haciendo referencia, el receptor que los revisa debe realizar inferencias específicas, a partir de los **datos** que le proporcionan sus sentidos, lo que quiere decir, a partir de los datos **contextuales** que puede recopilar.

Intentando reflexionar en esto último, hay que decir que **Platón** pensaba que los enunciados se producen basados exclusivamente en las reglas gramaticales. Sin embargo, de acuerdo con lo que en repetidas ocasiones nos dijo el maestro Diego Lizarazo, filósofos contemporáneos como Wittgenstein han planteado que "el paradigma platónico es falso, pues los enunciados no sólo refieren (no sólo tratan de cosas), sino que pueden también remitir a acciones, cuando alguien por ejemplo, declara su amor a una persona"⁴.

Pero a reserva de que ante esta cuestión, uno podría por ejemplo preguntarse si hablar de la "reforma del Estado" es hacerla, lo que nos interesa retomar aquí de esta idea es que actualmente, se ha llegado a la conclusión de que en los procesos de producción de mensajes o enunciados, no rigen solamente

⁴Diego Lizarazo, *Apuntes tomados en la materia de Lenguaje y Sociedad*, 1994.

las reglas gramaticales, sino intervienen también reglas discursivas, de campo de enunciación o contextuales.

Basado en lo anterior, el lingüista funcionalista Jakobson postuló que "el lenguaje no puede sustraerse exclusivamente a un nivel referencial, pues en todo proceso de comunicación coexisten: un emisor, un receptor, un canal, un mensaje, un código, un referente (o más) y un contexto"³.

De esto último, se desprende que existen construcciones lingüísticas que se reconocen más bien por el contexto, es decir, por quién lo dice, en dónde lo dice, a través de qué medio lo hace o bajo qué circunstancias sociales.

Pensemos por ejemplo cuando en el seno de las fuerzas de izquierda se ha hablado de "el partido", éste no puede ser sino el comunista. Pero este entendimiento se basaba en un referente contextual que hacía que este fuera el único agrupamiento político que podía nombrarse así, sin necesidad de caracterizarlo más allá. O imaginemos lo que sucede con los chistes: quien no está al tanto del contexto social que favorece el origen del chiste, no lo entenderá en absoluto o sólo captará una parte del mensaje.

Ahora bien, es bueno mencionar que el hecho de que haya mensajes que sólo pueden entenderse en determinado contexto, conlleva también el camino inverso: hay enunciados que se preparan para un contexto (lugar, momento), específico. Esto es parte de lo que también hay que tomar en cuenta al analizar contextualmente un mensaje.

Por otro lado, no hay que pasar por alto que resulta un hecho que el lenguaje nos permite describir el mundo en el que vivimos pero sólo de modo parcial. La consecuencia es que al enunciar, construimos mensajes (orales,

³Ibid.

escritos o pensados) limitados por dos fuerzas: la propia lengua, que rige la corrección gramatical y el campo social, que determina la conveniencia de tal enunciado (Pierre Bourdieu, 1990).

Una de las consecuencias de esta afirmación bourdiana es que los individuos hablan, escriben o piensan desde la perspectiva que les confiere la posición social que ocupan en un determinado campo de la sociedad.

En otras palabras, el análisis contextual requiere de ubicar socialmente al emisor, porque es básico tomar en cuenta que no es lo mismo por ejemplo, que sobre un determinado asunto, hablen al mismo tiempo Fidel Velázquez o Rafael Osorio (el voceador de la esquina de mi casa).

Pierre Bourdieu (1990) habla en este sentido de la existencia de capitales simbólicos, discursivos y lingüísticos, que conllevan la idea de que existe un espacio⁶ en donde se evalúa la competencia lingüística (gramatical social) de quien emite un mensaje. El resultado es que de esta evaluación surgirá un cierto valor que se asigna no sólo al enunciado producido, sino a la persona que lo ha emitido.

Esta idea, significa además, que ciertas ganancias lingüísticas se producirán a partir de la "inversión" que determinados personajes hacen de sus capitales en el espacio simbólico de la comunicación (Bourdieu, 1990).

Aterrizando esto en lo que aquí nos interesa, hay que decir que la cuestión central es que para entender un mensaje no hay que ver nada más lo que éste explícitamente dice sino que hay que ver otros elementos. Dentro de éstos, está el identificar a la persona (o institución, si es el caso), que ha dicho algo. El interés es identificar el capital lingüístico (que según el caso y aplicándolo para abarcar

⁶También conocido como *mercado lingüístico*. Ver Bourdieu Pierre. *Sociología y cultura*. Grijalbo, México, 1990.

otro tipo de contextos, podría transformarse en político, deportivo, artístico, etc.) que éste posee.

Pero siguiendo con Bourdieu (1990), hay que aclarar que no hay que caer tampoco en el error de creer que por el simple hecho de pertenecer a un campo o grupo social determinado, el hablante va a producir un mismo tipo de enunciado siempre. Pueden darse patrones, por eso hay que identificar por ejemplo el partido político al que pertenece, la institución que representa o la empresa para la que trabaja. Pero hay que tomar en cuenta también que los individuos hablan desde lo que Bourdieu (1990:143) llama "habitus", es decir, desde el conjunto de relaciones sociales (con instituciones o sujetos) que han dejado "huella" a lo largo de la vida del hablante.

La cuestión —una vez más—, es que los individuos no hablan sólo impulsados o limitados por la fuerza de una gramática o un campo social preexistente. Lo que expresan es producto también de lo que cada uno es, de su historia, del contexto en el que viven o se han desarrollado, del lugar que socialmente ocupan, etc.

Esto quiere decir que el hecho de identificar a quien habla, implica también relacionarlo con el tema al que se refiere. La competencia lingüística (Bourdieu, 1990: 146) toma una nueva dimensión, pues se ve que no se trata tampoco solamente de que alguien de alto capital hable, sino que lo haga en el campo que le es propicio. Esto hay que tomarlo en cuenta, a la hora de intentar "medir" el capital lingüístico (o de otro tipo) de alguien (cuando se está trabajando en la cuestión contextual).

Es también importante señalar ya para finalizar, que de acuerdo con la visión bourdieana, el enunciado no solamente revela a los individuos como

miembros de un grupo social, político o deportivo, los revela también como sujetos psíquicos y morales.

Así, el análisis de contenido contextual, obliga a ver más allá del mensaje. La razón, como hemos descubierto, es que a fin de cuentas, el mensaje no sólo revela un cierto contenido, sino que pone de manifiesto lo que el enunciante es. Esto es lo que aquí realmente nos interesa, porque de acuerdo con esta visión, en el trabajo será posible identificar datos que van más allá de los propios mensajes y establecer patrones que permitan identificar --por ejemplo--, a personajes que sin ser aparentemente miembros del mismo grupo político, están expresando enunciados que contextualmente los unen o hacen semejantes.

Sin querer añadir más por el momento, es conveniente apuntar por último que este tipo de trabajo obliga a contrastar los datos contextuales que puedan reunirse, con el mensaje emitido, para observar aquello que está oculto, pero que al estar presente de modo latente, debe finalmente identificarse.

1.2 El camino elegido para trabajar

Una vez establecido un marco conceptual para este trabajo, es necesario explicar qué es lo que específicamente se hará para analizar los mensajes que en torno a la pugna Reforma-Unión de Voceadores surgieron de los medios seleccionados (El Universal, Excélsior, El Nacional, El Día, El Financiero y La Jornada).

En tal sentido, queda claro que lo primero es examinar el contexto. Para hacerlo, es necesario avanzar en varios sentidos, pues en todo mensaje emitido (en este caso por un medio impreso), coexisten --al menos-- dos niveles contextuales: uno social que tiene que ver con aquello que rodea la producción de

un mensaje y que aquí se aproxima más bien al terreno **político** y otro de **emisión**, que se relaciona con el medio, la persona, el lugar o el destinatario del mensaje producido.

Así, habrá que comenzar por ubicar al lector en el **conflicto**. No se trata de explicarlo ni de resolver cuál fue el motivo de que éste se produjera, sino más bien de establecer límites al análisis y por tanto, ubicarlo en el mes de noviembre de 1994.

La necesidad de hacer esto es clara, si se toma en cuenta que se trata de un *evento* que ocurrió hace ya algunos meses y que pudo pasar inadvertido para quienes en algún momento, pudieran interesarse en revisar esta tesis.

El método de exposición será sencillo: se recurrirá a las notas informativas realizadas por los medios impresos seleccionados y a partir de ellas, se describirá lo ocurrido. Así, quedará un primer esbozo de lo que cada diario dijo sobre el particular. La intención en ese momento, será solamente sistematizar la información con fines ilustrativos.

A la par, según lo dicho, vendrá un trabajo que buscará caracterizar a los dos grupos en pugna. De un lado, el diario **Reforma** y de otro, la **Unión de Expositores y Vocadores de los Periódicos de México, AC**.

Desde luego, esta última parte no pretenderá agotar todas las dudas que en torno a uno u otro puedan tenerse, se trata más bien de fincar características generales que permitan posteriormente, establecer inferencias.

Hecho lo anterior, habrá que cubrir una nueva fase contextual. La idea es que examinando el surgimiento del periodismo impreso moderno en México (período porfirista), se podrá explicar en términos generales por qué la prensa mexicana funciona como actualmente lo hace.

Esto es, el periodismo no actúa de manera gratuita y ese funcionamiento tiene una explicación histórica que debe tomarse en cuenta porque al hacerlo, será posible tener un **panorama contextual** que explique las diferencias entre los distintos periódicos a revisar.

Hecho esto, se habrá avanzado en dos cosas: el lector estará ubicado en el problema que produjo los mensajes y tendrá una visión general de cómo actúan los medios impresos que los produjeron.

Obviamente entonces, el siguiente paso es caracterizar a cada medio que emitió algún mensaje en torno al conflicto. La intención --ya se ha dicho--, es ver las distancias o cercanías políticas entre estos medios, toda vez que con Fátima Fernández (1972), aquí sostenemos que la historia de la prensa mexicana es la historia de la expresión de grupos políticos y económicos en pugna.

El método para hacer esto lo proporciona Van Dijk, quien en diversos trabajos expone que es posible distinguir a los medios, comparando la manera como a través de sus editoriales **enfocan** un mismo hecho de interés general.

En tal sentido, en este punto se revisarán los editoriales de los diarios seleccionados que se publicaron al día siguiente de los hechos político-sociales más relevantes del año 1994: a) el levantamiento armado en Chiapas (1 de enero); b) el discurso de Luis Donaldo Colosio en ocasión del 65 aniversario del Partido Revolucionario Institucional (6 de marzo); el asesinato del abanderado del partido oficial (23 de marzo); el asesinato del secretario general del PRI, José Francisco Ruiz Massieu (28 de septiembre); y, el quinto informe de gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1 de noviembre).

Con el examen de estos editoriales, se buscará establecer patrones o semejanzas que respondan interrogantes como las siguientes: ¿Qué diarios se

parecen en sus discursos y puntos de vista? ¿Cuáles se distancian? ¿Hay paralelismos?

Ahora bien, este ejercicio que consistirá en recoger fragmentos discursivos que caractericen a los medios, ayudará también a establecer la segunda etapa de esta parte del trabajo, que consiste en describir el contexto político prevaeciente en México en 1994.

Hay pues hasta aquí dos niveles contextuales considerados: el que caracteriza los medios que ofrece el corpus de mensajes a analizar y el político que debe considerarse para tomar en cuenta el tenor de los mensajes emitidos.

A continuación, viene el trabajo de análisis de los mensajes propiamente dicho. Para hacerlo, habrá que considerar un corpus de mensajes que incluya: a) notas informativas (exclusivamente lo que aparezca publicado entre comillas); b) artículos de opinión; y, c) cartas abiertas o al director.

El hecho de considerar estos géneros periodísticos estriba en una necesidad (contextual): la de saber quién está produciendo el mensaje (lo que permitirá, como se explicará en su momento, medir el nivel de acceso de los distintos emisores a los medios seleccionados). En otras palabras, no se trata de analizar absolutamente todo lo que se dijo en torno al conflicto, sino de hacerlo a partir de ubicar al emisor que emitió un determinado punto de vista.

¿Por qué trabajar así? Porque al hacerlo, es como se podrá manejar de mejor manera el nivel contextual-discursivo. Es decir, se podrá establecer: 1) quién habla; 2) qué nivel de acceso tiene en los medios; 3) cuál es el tema que teje con su discurso.

Con todo lo expuesto, se llega a la conclusión de que una vez que existe un marco contextual de medios (general y particular), un contexto político (que explica

el momento en que se producen los mensajes) y un contexto discursivo (que permite analizar el mensaje a partir de su emisor), es posible responder a la hipótesis inicial planteada.

2. EL CONFLICTO Y SUS ACTORES

Presentación

Una vez que se ha descrito la manera como aquí se trabajará el **análisis** de los mensajes a revisar, es necesario ubicar al lector en el **conflicto** que dio pie a que aquéllos surgieran.

No se trata por cierto, de desentrañarlo o de encontrar rasgos desapercibidos. El objetivo es más bien el de **examinar el contexto** la situación y **presentar** a los actores participantes en el conflicto, para tener una base de donde partir para el análisis y para tener los suficientes **antecedentes** como para avanzar en el proceso que aquí se propone.

El método pues, consiste en partir de los **actores** del conflicto, presentando datos generales tanto sobre el periódico **Reforma** como sobre la **Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México**. Posteriormente, se hará una **síntesis** del conflicto que en el mes de noviembre de 1994 se desató entre ambos y finalmente, se sacarán algunas conclusiones preliminares.

2.1 Los actores principales

En todo enfrentamiento, por grande o pequeño que éste sea, siempre existen al menos dos partes que se contraponen. Cada una tiene sus razones, cada cual expone su verdad y lo cierto es que a la larga, la mayor parte de las veces a ambas les asiste un poco de razón.

En este caso, nos encontramos sin embargo, con un enfrentamiento **peculiar** porque de acuerdo con la hipótesis que aquí se ha manejado, el diario **Reforma** y la **Unión de Voceadores**, son sólo la parte **visible** de un conflicto más amplio, son

más bien los **mediadores** de un enfrentamiento de baja intensidad que se libró en el mes de noviembre de 1994.

Pero como desentrañar quiénes son estos actores *ocultos* no es el objetivo de esta tesis y sí lo es ver cómo actúan los medios convertidos en **carne de cañón** de aquellos, es necesario principiar aquí por presentar a las dos partes **visibles** del conflicto, con el fin de exponer más adelante cómo es que éste se desarrolló y luego desembocar en el análisis propiamente dicho.

2.1.1 El diario **Reforma**

Con la aparición el 15 de junio de 1996 del número cero del periódico **Crónica**, dirigido por Pablo Hiriart, el diario **Reforma** dejó de ser el *benjamín* de los rotativos publicados en la capital. Sigue siendo, sin embargo, un medio sumamente **joven** pues su primer ejemplar vio la luz el 20 de noviembre de 1993.

Fundado por un grupo de empresarios regiomontanos (los mismos que actualmente dan vida al prestigiado periódico **El Norte**), **Reforma** es dirigido por Alejandro Junco, quien forma parte de la cuarta generación de una familia de exitosos empresarios periodísticos norteros (**Proceso 940**).

A decir del propio Junco —quien además de director es presidente de la empresa que edita el rotativo—, los ejecutivos que diariamente publican **El Norte** de Monterrey decidieron trasladarse a la Ciudad de México, cuando advirtieron que en el país se estaban produciendo una serie de condiciones que tendían a favorecer el desarrollo de nuevas empresas periodísticas.

Entrevistado por Miguel Angel Granados Chapa en el programa **Plaza Pública** de Radio Universidad el 25 de noviembre de 1995, Alejandro Junco apunta que

dentro de estas condiciones destacan "una serie de cambios estructurales que se estaban dando en la parte de la estructura industrial de las empresas periodísticas y en particular sobre el abastecimiento de materia prima, de papel periódico".

A partir de este hecho —según el director de *Reforma*—, "pensamos que se abría una puerta interesante para tener un diario independiente que no tuviera nexos ni dependencia del gobierno", pues al mismo tiempo se produjo "la desregulación de un importante sector de telecomunicaciones", lo que favoreció la utilización de "herramientas" tan importantes para la comunicación actual como lo es "el uso de la transmisión satelital" (**Plaza Pública**, Radio UNAM, 25 nov. 95).

Así pues, de acuerdo con Alejandro Junco, una serie de cambios estructurales emprendidos por la administración de Carlos Salinas, amén de "una tendencia natural de toda organización exitosa de crecer" (Ibid.), fueron los elementos que impulsaron al grupo regiomontano primero a considerar el proyecto y luego a llevarlo a cabo.

Cabe destacar que según el director de *Reforma*, el proyecto inicial contemplaba una alianza estratégica entre *El Norte* y la empresa norteamericana **Dow Jones**, esa en la que ha colaborado Carlos Salinas. Ambas editarían el nuevo rotativo. Pero este plan no pudo consumarse debido a problemas legales.

Ahora bien, aunque puede considerarse como válido lo dicho por Junco, lo cierto es que el 20 de noviembre de 1993, **justo** cuando más fuerte está la lucha por obtener la candidatura del PRI a la presidencia, es cuando surge este diario, con su moderno diseño y vistosa calidad de impresión.

Este simple hecho, hace que uno sospeche la posibilidad de que el diario surgiera más bien para apoyar el posible *destape*, la posterior candidatura y la

(casi) segura presidencia de alguno de los precandidatos que con insistencia se manejaban ya en aquellos días como posibles elegidos a suceder a Carlos Salinas.

Desde luego, es muy difícil poder confirmar esta aseveración desde fuera, pero vale la pena señalar que de acuerdo con ciertos rumores que circularon en aquel tiempo, el expresidente Salinas apoyó en sus inicios al diario y gracias a esto, éste incluso pudo edificar sus majestuosas instalaciones en la colonia Del Valle.

Sea esto cierto o no, la verdad es que **Reforma** emerge de la mano de una exitosa empresa, esa edita a su hermano mayor, **El Norte**, lo que le da gran experiencia en el campo periodístico y le asegura el respaldo económico y político de un grupo con una importante presencia e influencia en el país, hay quienes afirman que se trata del **Grupo Monterrey**.

Sus primeros números muestran un periódico serio, bien hecho, de impecable presentación. Se trata además, de un diario extenso, con muchas secciones y abundante publicidad. Sin embargo, con el tiempo y la crisis, el rotativo se ha reducido. A mediados de 1995 suprimió los suplementos **Vida, Es viernes y Tiempo**; el suplemento político **Enfoque** se redujo a ocho páginas; se unieron la sección de Espectáculos y Cultura; se prescindió de varios editorialistas; y el suplemento cultural El Angel, de 28 páginas tamaño tabloide fue reducido a cuatro páginas estándar (**Revista Mexicana de Comunicación**, No. 43).

Pero a pesar de este *adelgazamiento*, a decir de Alejandro Junco, actualmente el proyecto que es **Reforma** "no está cuestionado ni amenazado" pues se trata de "una empresa autofinanciable, autosostenible que tiene una estructura sana a nivel financiero, comercial, industrial, de recursos humanos, de administración, de producción" (**Plaza Pública**, Radio UNAM, 25 nov. 1995).

De acuerdo con esto, se trata de una empresa periodística **modelo**. Una empresa que además Alejandro Junco presume como "un nuevo paradigma", como una nueva forma de hacer periodismo. Sobre el particular, en la multitudada entrevista que sirve de ancla a esta parte del trabajo, el periodista regiomontano señala que el éxito alcanzado por el diario parte del "gran equipo que trabaja adentro de la institución".

Desde luego que es discutible la idea de Junco, pero aquí no se trata de valorar la manera como funciona operativamente el periódico. En todo caso, vale apuntar que el rotativo está constituido por un equipo de trabajo que "consta de una parte operativa interna que está siendo manejada directamente por el equipo de ejecutivos de Reforma... y otra que es toda la parte de los Consejos Editoriales" (Ibid.)

Se trata, dice Junco, de "un modelo de periodismo abierto en donde la ciudadanía participa en la hechura del periódico a través de Consejos Editoriales" pues "todas las semanas los editores o cada editor de cada sección se reúne con su Consejo para determinar qué cosas ha hecho bien, qué cosas hemos hecho mal, en qué podemos superar nuestro trabajo, qué temas no se han tratado que se deban tratar.

"Y todo este proceso de hacer equipo –continúa–, primero en lo interno con muchos compañeros de trabajo, segundo con la comunidad a quien servimos, es un trabajo que ha rendido frutos" porque permite ver que "la problemática del país es muy compleja y se necesita ver desde múltiples ángulos, desde muchos puntos de vista" (Ibid)

Vale mencionar aquí que en el directorio de **Reforma** "Corazón de México", diario editado por el Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V.

acompañan a Alejandro Junco (presidente y director general), Rodolfo Junco (director general adjunto), Ramón Alberto Garza (director general editorial), Ricardo Junco Garza (director general comercial), Arturo Galván (director general de informática), Lázaro Ríos (director editorial adjunto) Enrique Quintana (director adjunto de negocios), Homero Fernández (director de operaciones internacionales), René Delgado (subdirector editorial), Héctor Moreno (subdirector editorial), Raymundo Riva Palacio (subdirector editorial), Rosa María Villarreal (subdirectora editorial), Gerardo Lara (director comercial), Miguel González (director de circulación), Emilio Deheza (subdirector de diseño) y Luis Ordoñez (subdirector de operación informática).

Por otro lado —y antes de hacer un brevísimos análisis de la manera como el diario enfoca la realidad—, hay que decir que actualmente en sus páginas escriben personajes tan disímolos como Cecilia Soto (ex abanderada del Partido del Trabajo a la presidencia), Sergio Sarmiento (subdirector de noticias de Televisión Azteca), Miguel Ángel Granados Chapa (periodista, Consejero Ciudadano ante el IFE y accionista del periódico **La Jornada**), Guadalupe Loeza (escritora), Fernando Lerdo de Tejada (Procurador Federal del Consumidor y reconocido priísta), etc.

En el diario hay un abanico interesante de comentaristas. Abanico que intenta dar fundamento a la idea de Junco de que para ser "un buen espejo de lo que sucede en la comunidad" es necesario recurrir "a muchas formas de pensar" (**Plaza Pública**, Radio UNAM, 25 nov. 1995).

A partir de esta noción, **Reforma** no expresa su opinión por medio de un editorial diario que recoja su punto de vista en torno al acontecer nacional e internacional. Recurre en cambio a la publicación de una **página editorial** en la

que a través de diversas plumas —y de lo que éstas dicen o dejan de decir—, el rotativo plasma su sentir.

En este sentido, para caracterizar a **Reforma** es necesario revisar brevemente lo que en su página editorial publicó este medio tras los sucesos trascendentales del año 94 y además —para complementar el trabajo—, recoger lo que el periódico plasmó en las ocho columnas de su primera plana durante esos días.

Hay que señalar que el 3 de enero de 1994 (el 2 no se publicó el diario), el titular principal apuntó: "Chocan ejército y guerrilla". Lo más significativo de esto es la caracterización que el periódico hace del EZLN. Desde allí y luego en las columnas y artículos de opinión, no se recurre al despectivo "transgresores de la ley" que utilizó el gobierno sino se habla de una "rebelión campesina" (Miguel Angel Granados Chapa), de una "insurrección" (Fricase) o de una "nueva guerrilla chiapaneca" (José Antonio Crespo).

Esta sola caracterización marca una distancia importante con el lenguaje oficial y con algunos de los medios que adelante serán revisados. Pero además está el tratamiento que se da al asunto. Si bien hay matices, lugar común es el hecho de que el levantamiento no es condenado inicialmente por los analistas. Además, se reconoce que la pobreza y la marginación son factores que hicieron "explicable" la violencia (F. Bartolomé). Por otro lado, hay en la mayoría de las opiniones un llamado a la cordura y aún en el caso de Catón (Armando Fuentes), se apunta que el alzamiento "muestra el fracaso de la política económica del régimen actual".

Si bien todos estos puntos de vista no expresan simpatía hacia el EZLN, si se observa un discurso mesurado. Sin embargo, el día 5 esto parece cambiar un

poco pues si bien en las ocho columnas **Reforma** escribe casi a modo de denuncia: "Bombardean a guerrilla", establece también contrapesos cuando Fricase anota que "el EZLN no lucha por ninguna causa noble", F. Bartolome señala que el gobierno debe hacer frente a los alzados pues "ante la amenaza contra una población civil no vale (la) prudencia" y Federico Arreola aprovecha el viaje para ensalzar al entonces presidente Carlos Salinas cuando apunta que "ha sido en nuestra opinión el mejor de los presidentes de los últimos tiempos".

En tan sólo dos días de diferencia hay distintos tipos de discurso. El primero, audaz y contestatario; el segundo plagado de nociones que parecen intentar quedar bien con el gobierno y dirigir la atención de la opinión pública hacia la necesidad de resguardar las instituciones vigentes. La cuestión es que **Reforma dice y no dice** pues al no emitir un editorial propio termina por otorgar cuando calla y por callar cuando aparentemente dice algo importante.

Dando un salto en el tiempo, vale destacar la notoria presencia que Manuel Camacho tiene durante todo este periodo en el diario. Si bien no siempre con comentarios a su favor, la sola mención de su nombre es significativa y marca esa etapa en la que se le vio como posible candidato sustituto de Colosio y aún como "presidente interino", como lo llegó a mencionar Miguel Angel Granados Chapa.

Esto es importante destacarlo porque una hipótesis en torno al grupo político que podría estar detrás de **Reforma**, tendría que ver con una relación de este medio con el ex regente capitalino. Esto explicaría el posterior acoso al diario por parte de los grupos resentidos y de quienes están tomando posiciones ante el gobierno. El ataque sería contra quien se enfrentó al sistema y hasta cierto punto se contrapuso a las instituciones.

Desde luego que el 23 de marzo las ocho columnas se las llevó el ex Comisionado para la Paz en Chiapas cuando anunció que no buscaría ni la presidencia ni una senaduría en las ya muy próximas elecciones. **Reforma** encabezó: "Camacho, siempre no". Las páginas subsecuentes están plagadas de notas en las que se valora positivamente este anuncio y si nos vamos un poco más atrás, hay que mencionar que el día 21 en la página 3, el diario publicó que se había iniciado una cruzada en favor de Manuel Camacho Solís para que asumiera la candidatura priísta.

La presencia del ex regente es notable. Aún tras el asesinato de Luis Donaldo Colosio, el jueves 24 de marzo, quizás lo más significativo de los comentarios publicados por el rotativo es lo que apunta F. Bartolomé cuando dice que "lo peor que puede suceder a esta convulsionada nación es caer en la trampa de generar una cacera de culpables". El mensaje parece tener dedicatoria, parece decir que no se debe buscar el linchamiento político del ex regente capitalino. Los otros comentarios, del mismo modo, son un llamado a la mesura: "no a la barbarie" dice Federico Reyes Heróles y "Tiempo de serenidad" es el encabezado del comentario del panista Carlos Castillo Peraza.

Para el día inmediatamente posterior a las elecciones, es decir el 22 de agosto, las ocho columnas de **Reforma** sitúan a Ernesto Zedillo como virtual triunfador. El diario resalta además la "sorprendente participación" ciudadana. Luego viene el discurso ambivalente de F. Bartolomé en un comentario donde al mismo tiempo habla de los "adelantos" de la elección y de los "prietitos en el arroz" que se produjeron durante la jornada del 21 de agosto.

Dato interesante a considerar aquí es que el día 23 de agosto, debajo de la cabeza del diario en la que puede leerse: "Gana oposición 31 distritos", aparece un

titular que llama mucho la atención porque señala: "Imprime Camacho sus memorias". Otra vez, puede apreciarse la presencia del ex regente en un momento crítico de la vida política del país y nada menos que en la primera plana del periódico.

Algo similar ocurrió tras el asesinato de José Francisco Ruiz Massieu. Aquí una vez más es mencionado Manuel Camacho cuando el 29 de septiembre F. Bartolomé pregunta: "¿Será una coincidencia que Ruiz Massieu haya sido un hombre cercano a Manuel Camacho, tanto que en alguna cena reciente habría admitido sin cortapisas que su proyecto político original era con el ex regente, a quien lo unía la filosofía del diálogo y la concertación"? Aún más, en la página 16 de la sección A de la misma fecha se destaca en una nota sin firma que "la vida política de Ruiz Massieu inició y concluyó al lado del presidente Carlos Salinas de Gortari y de un político más de enlace y amistad: Manuel Camacho Solís. Finalmente, el 30 de septiembre se observa una fotografía en la que el ex Comisionado para la paz en Chiapas monta guardia ante el féretro del exgobernador de Guerrero y dice: "José Francisco y yo nos la jugamos".

En el fondo parece haber un mensaje que intenta reivindicar a Manuel Camacho. Se trata por cierto, de un intento cuidadoso, sin desbocamientos y del que se desprende la posibilidad de interpretar que el ataque contra Ruiz Massieu fue dirigido también contra el ex regente y su equipo político.

Poco después vendría el conflicto de *Reforma y la Unión de Vocadores*. ¿Será coincidencia? Aquí se sostiene que no. Que todo es parte de la lucha política desatada. Pero antes de tocar este punto, vale señalar que el 2 de noviembre el diario anota a ocho columnas: "Informe entre protestas", con lo que es claro que la valoración que hace el rotativo del sexto informe de gobierno de

Carlos Salinas de Gortari no se queda sólo en el elogio fácil, sino que pasa también por un vistazo crítico. Respecto a esto último es ilustrativo que F. Bartolomé haya escrito que al ex presidente le "faltó autocrítica" y que se despidió del poder "en el mismo ambiente de hace seis años: con turbulencia, agitado, diverso, de conflictos".

Estamos hablando de un periódico que no *coquetea* con el ex presidente y que más bien asumió un discurso crítico ante los últimos momentos de aquél en la residencia oficial de Los Pinos. En síntesis, es un diario que tiene tres características fundamentales:

1.- Se considera a sí mismo como una empresa que se dedica a vender noticias. Esto quiere decir, entre otras cosas, que toda su concepción y funcionamiento descansa en el patrón organizacional de una institución que va en pos de la ganancia y la rentabilidad permanentes. Desde luego, a partir de esta noción empresarial básica se da todo el desenvolvimiento, manejo de información o tratamiento de temas del periódico.

2.- A partir de esta noción, *Reforma* maneja un lenguaje diverso y a veces hasta disperso. Esto significa dar cabida a variados puntos de vista en cada edición y no comprometerse directamente con un editorial que recoja el punto de vista institucional de la empresa. En este sentido, son "otros" los que reflejan el pensamiento del periódico, pues éste prefiere ocultarse a la sombra de las plumas de comentaristas que incluso recurren a seudónimos para emitir sus mensajes. Así, el diario produce un discurso de contrapesos, a veces es crítico, a veces es blando, a veces es reflexivo, etc. La ventaja de este manejo es que al final no se compromete en demasía sino que más bien (aparentemente) se resguarda.

3.- Lo apuntado no quiere decir que el tratamiento de las notas y temas que el diario hace, no sirvan para distinguir a un periódico con una filosofía más cercana al norte que al centro o al sur del país, con una búsqueda permanente por aprovechar su excelente calidad de impresión y con un afán continuo por influir en un público que represente a sectores acomodados de la clase media, esos que simpatizan con el sistema de mercado y con las "bondades" de la sociedad de consumo. Esto, a grandes rasgos quiere decir que la crítica que pueda haber en las páginas del rotativo no cuestiona las estructuras del sistema económico vigente y que si algo puede criticarse, la abundante publicidad se encargará de diluir el comentario y a fin de cuentas, mostrar el rostro amable de la sociedad en la que, como si se tratara de algo inevitable, "nos ha tocado vivir".

2.1.2 La Unión de Voceadores

Siendo presidente de la República el general Alvaro Obregón, el 15 de enero de 1923 nació la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del Distrito Federal, embrión de la actual *Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México*, organización que aglutina a por lo menos 17 mil voceadores del país (*Proceso* 940).

Se trata de una organización peculiar pues "no constituye en sentido estricto, una asociación civil, un sindicato, ni, por definición, un monopolio" (*Ibid.*), sino que es más bien "una organización centralizada, en muchos niveles hereditaria y opuesta públicamente a la creación de un canal alternativo de distribución en las calles" (*Revista Mexicana de Comunicación*, No. 39).

Se trata, además, de una organización cuyo funcionamiento descansa como lo señalan Gabriela Aguilar y Ana Cecilia Terrazas en su libro *La prensa, en la calle* (1996:47) en la existencia de tres escalafones que sirven de intermediarios entre el lector y el editor: los despachos, los expendios y los voceadores.

Esto significa que cualquier periódico, revista o comic que publica alguna compañía editorial de la Ciudad de México, debe entrar en contacto con la **Unión** pues para que su producto sea distribuido en las calles, deberá haber establecido previamente un contrato con alguno de los seis **despachos** que actualmente abastecen a toda la Ciudad. Estos a su vez entregarán el producto a alguno de los **43 expendios** en funcionamiento y de allí aquel pasará a los alrededor de 12,500 puntos en los que finalmente será vendido (**Proceso 940**).

Estamos hablando de una organización férrea, cerrada, que de hecho durante años ha controlado de forma casi monopólica la distribución de revistas y periódicos en la capital, pues otras organizaciones similares, como "Voceros UNAM", es muy pequeña, cubre un radio muy restringido y en todo caso, funciona porque aquella lo ha permitido.

Existen, además, otros canales de distribución sobre los que la Unión no tiene injerencia. Se trata de los "locales cerrados", mismos que dependen directamente de empresas distribuidoras tales como Citem, Dimsa, la Compañía Distribuidora de Periódicos, Libros y Revistas (Codiplyrsa), el Grupo Editorial Televisa y Difesa.

El hecho de que se trate de un organismo tan cerrado y centralizado no es desde luego fortuito. Puede ser que en su origen no se haya concebido exactamente así, pero lo cierto es que a la larga esta manera de funcionar sirvió en repetidas ocasiones al gobierno como un mecanismo administrativo eficientísimo para controlar al medio que de alguna manera hubiera *ofendido* al régimen en

turno. El método, sencillo: al cortar el canal de distribución casi único, necesariamente se afecta la circulación y comercialización del producto. Los medios al no resistir esto, tienen que *disciplinarse*.

Quizás el caso más ilustrativo de la utilización de la Unión como mecanismo de control es lo sucedido a la revista *Política*, medio que circuló profusamente en el país entre 1960 y 1968 y que según su director, el perredista Manuel Marcué Pardiñas, llegó al límite de sus posibilidades cuando el entonces presidente de la República, Adolfo López Mateos decidió aniquilarla. Según Marcué, "los propios voceadores nos revelaron que les ordenaron vender uno o dos números y (que) los demás los escondieran" (Aguilar y Terrazas, 1996:106).

Pero desde luego, hay otros casos ilustrativos. Según las autoras de *La prensa en la calle*, *Excelsior* por ejemplo, tuvo una experiencia amarga cuando en junio de 1993 publicó un artículo en el que Ricardo Perete, director de *Últimas Noticias* hablaba de la necesidad de romper con el monopolio que durante 40 años había mantenido la Unión. Inmediatamente, ésta decidió no distribuir el diario durante varias horas.

Otro caso es el de *Impacto*, medio sobre el que el ex presidente Miguel de la Madrid giró la instrucción para que no se distribuyera. La consecuencia fue que el semanario fue retenido en las bodegas de la Unión y desde allí se inició la presión para despojarlo de sus dueños y para cambiar a su cuerpo editorial. Del mismo modo, según Julio Scherer García, director de *Proceso*, el primer número de esta publicación fue bloqueada por los despachadores y distribuidores.

Así como éstas hay muchas historias, algunas no suficientemente documentadas, otras imposibles de comprobar. Pero el caso es que la Unión funciona como un importantísimo medio de presión. Para hacerlo, no tiene que

recurrir necesariamente a embodegar un medio cualquiera, basta con no exhibirlo, con poner pocos ejemplares a la vista o de colocarlos en sitios en donde no llamen la atención del público. Todo esto, lo decide el despachador, quien en última instancia se convierte en una especie de fiscalizador de la información que llegará o no a los lectores

Desde luego que a decir de los líderes de los **voceadores**, ellos no se encargan sino de distribuir el producto y por lo tanto, no cumplen ninguna función política. La verdad parece ser distinta.

En este sentido, no debe llamar la atención la relación que las autoridades mantienen con la **Unión** y el hecho de que cada año durante el "Día del Voceador", el presidente de la República en turno, asiste a la celebración no sólo para acompañarlos, sino para expresarles abiertamente su reconocimiento por la labor que desempeñan.

La relación entre el gobierno y la **Unión** puede caracterizarse como de **mutuo beneficio**. Se trata, además, de una relación longeva pues desde 1953 cuando el presidente Adolfo Ruiz Cortines instituyó el Día del Voceador, éste no ha dejado de celebrarse cada año y no ha habido presidente que no le rinda una suerte de tributo a la organización.

Hay que agregar que la cercanía de la **Unión** no se agota en el gobierno. Por el contrario, ésta se extiende al PRI. De hecho, ha formado parte de este instituto político pues en sus inicios integró la Confederación Regional Obrera Mexicana, CROM, luego la Confederación Nacional de Organizaciones Populares, CNOP y actualmente la Coalición Nacional de Agrupaciones Productivas y de Servicios, CNAPS, instancias todas que emanan del tricolor.

Lo anterior indica claramente que la Unión es parte del sistema y más específicamente, parte del sistema político mexicano. Su fuerza y su efectividad descansan en la alianza estratégica que mantiene con el gobierno y con el PRI, por eso es intocable y cuando es necesario, puede convertirse en un instrumento de control o de freno a la libre circulación de las noticias.

En palabras de Miguel Angel Granados Chapa, "los voceadores son un poder político y económico, su líder es un cacique, su organismo representa uno de los modos de controlar la difusión de los medios y éste, sin que sea evidente es un mecanismo regulador del control informativo" (Gabriela Aguilar y Ana C. Terrazas, 1996:15).

Desde luego que la velada amenaza que ejerce la Unión sobre las revistas y periódicos nacionales es algo que siempre negarán sus líderes. En su momento lo hizo Enrique Gómez Corchado, quien ejerció férreamente la dirección durante 18 años. Actualmente, lo hace Manuel Ramos Rivadeneira.

En torno a este último, hay que decir que asumió el cargo de Secretario General de la Unión el 5 de julio de 1994. Poco antes, había dejado bien claro el papel excluyente de su organización cuando manifestó que uno de los principales problemas que al momento enfrentaba su gremio era la competencia de los locales cerrados, no por el número de ejemplares que llegan a vender, sino porque "estas casas tienen las principales revistas 24 horas antes que el expendio y eso debería ser al contrario" pues la antigüedad de su organización debiera obligar a los editores "a que se respete (a la Unión) en todos los sentidos" (*Excélsior*, 26 de junio de 1994).

Por otro lado, atendiendo a la estrecha relación entre el PRI-gobierno y la Unión, no debe de extrañar que casi como un premio a su labor y como una

manera de prácticamente oficializar el papel fiscalizador de la Unión, el gobierno decidió mediante un decreto publicado en el **Diario Oficial** el 22 de septiembre de 1994 que la organización tiene la atribución de "enviar a la Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas un listado trimestral de los medios impresos que tienen para intermediación y venta al público" y que "... han de constatar lo auténtico y fidedigno de los datos de las publicaciones que acepten canalizar para su venta".

Esto último que podría parecer sólo un detalle, es sin embargo un elemento a considerar seriamente cuando se analiza la función de la **Unión de Voceadores**, pues a partir de dicho decreto, esta agrupación se convierte de hecho en revisora y certificadora de la prensa, como atinadamente lo dice **Proceso** 940.

En este sentido, vale anotar que otro *premio* al desempeño de la Unión es el que le brindó el presidente Ernesto Zedillo el 9 de mayo de 1995, cuando durante la celebración del Día del Voceador no sólo exaltó la labor de los miembros de la Unión, sino que anunció que los apoyaría en todo momento, buscando "respaldar sus esfuerzos y sus demandas". Apenas dos meses después, se conoció un acuerdo por medio del cual la agrupación podría instalar 150 puestos de exhibición y venta de periódicos y revistas en las zonas comerciales del metro (**Revista Mexicana de Comunicación**, No. 43). Actualmente, esos puestos ya están funcionando.

Desde luego, es imposible establecer nexos entre el caso **Reforma-Unión de Voceadores** y esta concesión fabulosa. Pero resulta interesante que a escasos meses de iniciado el conflicto, el presidente se cargara tan marcadamente del lado de la Unión. No hay que olvidar además que poco después vendría la abierta confrontación entre el primer mandatario y el diario **Reforma**, motivado por la

publicación de aquella carta en la que el entonces coordinador de la campaña presidencial, Ernesto Zedillo, recomendaba a Luis Donaldo Colosio, no distanciarse de Carlos Salinas de Gortari. Pero este es sólo un comentario al margen.

Lo cierto, es que la *Unión de Voceadores* -como lo dice Raymundo Riva Palacio en el prólogo de *La prensa, en la calle* (1996:17)-, es un "ariete de presión y represión" contra aquellas publicaciones que se han atrevido a disentir del régimen político en turno, es una herramienta de presión contra los medios y en consecuencia, una amenaza constante a la libre circulación de la información y las ideas.

2.2 Crónica del conflicto

Cuando el 1 de noviembre de 1994, los ya habituales lectores de *Reforma* buscaron su periódico en los puestos callejeros, se toparon con la sorpresa de que éste no era distribuido por los voceadores. Se le encontraba, eso sí, en locales cerrados tales como Sanborns, Vips u Oxxo.

Al día siguiente, el diario de Alejandro Junco de la Vega tituló a ocho columnas: "Monopolio presiona a Reforma" y señaló en su primera plana que "inspectores de la Unión recorrieron ayer los puestos de periódicos e informaron a los expendedores que cualesquiera de sus locales que vendiera Reforma sería clausurado inmediatamente".

La nota destacó además un dato interesante, pues según el rotativo, "los hechos se presentan seis días después de que los dirigentes de la Unión se reunieron con el entonces secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, a quien le expusieron supuestos problemas que dijeron tener con Reforma".

En síntesis, el diario acusó al *monopolio* de los voceadores de boicotear la distribución del periódico e informó que para que esto fuera posible, existía --al menos--, la anuencia de Gobernación.

Un dato interesante es que ante tal hecho, los diarios capitalinos no dijeron nada. Salvo la edición mexicana de *El País* que informó que "el diario Reforma no se vendió ayer", los demás rotativos guardaron silencio.

La disputa se había iniciado y mientras los voceadores alegaron que se oponían a la decisión del hermano menor de *El Norte* a salir a la calle el 20 de noviembre (uno de los cinco días de trabajo al año en que descansan los voceadores), la empresa anunció que buscaría nuevos medios de distribución.

Así las cosas, el 3 de noviembre *Reforma* precisó su posición cuando señaló que exigía respeto al trabajo de sus periodistas, reservándose el derecho de decidir "la forma y tiempos de operar nuestra institución". Al tiempo, en una actitud más bien propagandística los directivos, columnistas y articulistas del periódico salieron a la calle --ataviados con unas vistosas chamarras blancas--, para vocear el rotativo.

Junco de la Vega y los suyos (lo mismo Miguel Angel Granados Chapa que Guadalupe Loeza o Germán Dehesa), transitaron de la avenida Paseo de la Reforma al Zócalo y de éste a la Cámara de Diputados. Allí el director de *El Norte* expresó su problema y exigió que se respetara el derecho consagrado en la Constitución a la libre circulación de los medios impresos.

Ante tal petición, los diputados emitieron un punto de acuerdo en el cual los representantes de los tres principales partidos del país asumieron el compromiso de mantenerse atentos para que el diario *Reforma* recibiera el trato que marca la Constitución en materia de libertad de expresión y circulación de las ideas.

Al mediodía, el líder de la **Unión de Voceadores**, Manuel Ramos Rivadeneira, convocó a una inusitada conferencia de prensa, en la que calificó la disputa como "artificial" y señaló que los voceadores habían decidido no vender el periódico ante la intención de los dueños del diario de violar los cinco días de descanso obligatorio a que aquellos tienen derecho.

Además, el dirigente de los papeleros dijo que no debía olvidarse que en el pasado, el periódico **El Norte** de Monterrey, empresa periodística dirigida por Junco, había asumido prácticas monopólicas de distribución y que su intención era hacerse publicidad gratuita dado sus bajos niveles de venta y crear un sistema alterno de distribución, mismo que a la larga, lesionaría los intereses de los casi 20 mil agremiados de la Unión.

En un solo día los dimes y diretes abundaron. Sólo una vez que los voceadores fijaron su posición, los otros diarios empezaron a referirse al asunto⁷. Así, el día 4, las cabezas de algunos diarios fueron ilustrativas de cómo se empezó a tratar un conflicto que apenas se había iniciado. Veamos algunos ejemplos del manejo de la información en aquel momento: **El Día**: "El conflicto es artificial; Reforma sólo busca publicidad: Manuel Ramos"; **El Financiero**: "En punto muerto, el conflicto entre Reforma y la Unión de Voceadores". **El Nacional**: "Decide la Cámara mediar en el caso Reforma-Voceadores". **Excelsior**: "La Unión de Voceadores no boicotea a nadie ni es monopolio: Manuel Ramos". **La Jornada**: "Protestan directivos y editores de Reforma por boicot de voceadores".

Como una respuesta a lo dicho por Ramos Rivadeneira, Junco señaló en entrevista concedida a Radio Red, que no negociaría con la Unión la venta de su periódico y reiteró —como después lo haría en el programa **Plaza Pública** de

⁷Se extraño, eso sí, el silencio del hoy acosado diario *El Universal* de Juan Francisco Ealy Ortiz.

Miguel Angel Granados Chapa--, que como empresa, **Reforma** no estaba de acuerdo en que fuera la **Unión de Voceadores** quien pusiera candados a la distribución del rotativo, fijara porcentajes de devolución y prácticamente estableciera los patrones de consumo del periódico.

Además --según apuntan Gabriela Aguilar y Ana C. Terrazas, 1996:161--, Junco reiteró que existían acuerdos entre la Unión y la Secretaría de Gobernación, los cuales estaban fundamentados en el papel de revisores y certificadores de prensa que a partir del 22 de septiembre de 1994 habían asumido los voceadores, cuando en el **Diario Oficial de la Federación** se emitió el decreto que les atribuía el derecho de distribuir sólo aquellos medios que publicaran datos "auténticos y fidedignos" en torno al título de la publicación, año, número, edición, responsable, certificado de licitud, etc.

Inmediatamente, Gobernación emitió un escueto boletín en el que negó cualquier acuerdo especial con los Voceadores y aseguró que el problema de fondo, tenía que ver con el hecho de que **Reforma** deseaba circular todos los días del año y los voceadores se negaban a romper su derecho a no trabajar los cinco días que por ley se consideran de descanso obligatorio.

Ante ello, el director de **Reforma** sostuvo en diversos medios que ellos luchaban "por la libertad de comercio, por la libertad de prensa y por la libre circulación de los medios impresos" (Aguilar y Terrazas, 1996: 162).

Haciendo eco a ese llamado, diputados del PAN, PRD y PRI, ratificaron su respeto irrestricto a la libertad de expresión y manifestaron su deseo de fungir como intermediarios en la solución del diferendo.

En los siguientes días, las páginas de **Reforma** estuvieron plagadas de comentarios e información en torno al conflicto. Incluso hubo ediciones en las que

el rotativo publicó un segmento que tituló *Una Reforma en la calle*, en la que aparecieron crónicas, noticias, viñetas y caricaturas que hacían referencia al problema.

En tanto, los demás periódicos optaron por asumir posiciones diversas. *El Nacional* prefirió minimizar el conflicto. *El Día* y *Excelsior* se volcaron del lado de los voceadores, *El Universal* buscó mostrarse neutral aunque al final pareció igualmente inclinarse por la Unión y sólo *La Jornada* y *El Financiero* parecieron simpatizar --al menos-- con la postura asumida por *Reforma*. Sin embargo, éste es un punto que se desarrollará con amplitud en su momento, aquí apenas y se traza un esbozo.

Para el 7 de noviembre el enfrentamiento tomó un nuevo matiz pues Alejandro Junco anunció en el propio periódico que a partir de ese día se iniciaría por parte de la empresa la contratación de aquellas personas que se interesaran en vender el periódico, dándoles el calificativo de *microempresarios*.

El gancho para que este nuevo "ejército" de voceadores saliera a la calle, fue la oferta de obtener 40 centavos por cada número vendido (en aquellos tiempos en que el número costaba dos pesos). Así, pronto se observó a hombres y mujeres --muchos de ellos de clase media--, voceando el diario a todo pulmón. Poco después, serían desplazados por gente humilde que buscó una manera de enfrentar la crisis. Aquéllos, volvieron a sus casas.

Un dato interesante y que debe tenerse presente en este trabajo es que según se dice en *La prensa, en la calle* (1996:165), el secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, luego de un largo silencio en torno al conflicto, llegó a la conclusión de que era necesario "poner fin al monopolio" de los voceadores, pero que

después "inexplicablemente" el titular del despacho de Bucareli "guardó silencio", aparentemente prefiriendo "guardar el caso a la siguiente administración".

Desde luego que ésta es sólo una versión de los hechos. Podrían arriesgarse otras hipótesis, las cuales pasan por el hecho de que los grupos políticos están en pugna y que las relaciones de quienes caen, quienes se sostienen y quienes están obteniendo posiciones no están tan claras todavía. En este sentido, es posible que Gobernación prefiriera no intervenir para no afectar más los intereses políticos en pugna.

Sin embargo, hay que destacar que el martes 8 de noviembre el tono político del conflicto se incrementó cuando el presidente Salinas hizo un llamado a las partes en pugna, para que se sentaran a negociar y vieran en el diálogo el camino que diera luz a la solución de problema⁸. Además, declaró que los editores de periódicos son libres de seleccionar los mecanismos de comercialización que mejor convengan a sus intereses.

Esta última declaración parecería un signo de apoyo a **Reforma**. Sin embargo, tal vez esta sea una conclusión simplista, sobre todo si tomamos en cuenta todo lo que después se desató en torno por ejemplo, al hermano *incómodo* del expresidente.

En todo caso, la declaración presidencial debe quedar registrada y hay que tenerla en cuenta a la hora que sea necesario avanzar en el análisis. Por lo pronto, vale decir que el llamado de Carlos Salinas, lejos de aminorar la confrontación, la incrementó pues inmediatamente los voceadores reaccionaron anunciando que en adelante, **Reforma** no circularía más en las calles de la Ciudad y

⁸Lo curioso de esta declaración es que solamente fue recogida por dos diarios capitalinos: *La Jornada* y *El Financiero*. Los demás medios guardaron silencio. Esto es muy interesante porque de algún modo, refleja las pugnas y reacomodos que se están produciendo en los grupos políticos hacia el final del sexenio salinista.

para el día 11, Manuel Ramos pidió a los voceadores del resto del país que no venderan más **El Norte y Reforma**, obteniendo una respuesta positiva inmediata.

Los participantes visibles del conflicto se hayan enfrascados en un mar de declaraciones. Pero quienes parecen estar detrás, agazapados, no parecen quedarse tampoco en silencio. Podría decirse que el grupo que está perdiendo poder, está presenciado como sus decisiones ya no son acatadas como antes y que los viejos dinosaurios de la política, esos que parecen inamovibles y que se valen de sus añejas estructuras y sus obsoletos mecanismos de control han tomado de alguna manera un nuevo aire y están velando sus armas y amarrando nuevas relaciones.

El 10 de noviembre, **Reforma** publicó un comunicado en el que se anunciaba que los directivos del diario estaban contemplando la posibilidad de dialogar con la **Unión**. Ante esta propuesta, los **Voceadores** manifestaron que para que las conversaciones se produjeran, era necesario que se cubrieran dos prerequisites: que Reforma y El Norte no se refirieran al diferendo mientras las pláticas se desarrollaban y que aquél no se distribuyeran en las calles como ya estaba ocurriendo.

Estos planteamientos hicieron imposible el diálogo y en su lugar el 11 de noviembre se produjeron una serie de trifulcas entre los voceadores y los *micro empresarios* contratados por la empresa periodística, para distribuir sus rotativos en la capital. Sólo durante ese día, hubo al menos diez incidentes menores en los que los vendedores de uno y otro bando, se transformaron en modernos boxeadores del asfalto.

El lunes 14 de noviembre, Junco se reunió en Miami con editores miembros de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP¹, a quienes informó sobre la situación vivida por su diario.

Poco después, en un intento por sesgar el tono político que en determinado momento empezó a tomar el conflicto, el secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, optó por emular a Poncio Pilatos y decidió *lavarse las manos*, dejando la solución del problema a la Comisión Federal de Competencia de la Secretaría de Comercio, la que por cierto, hasta la fecha en que se preparan estas líneas, no ha dictaminado nada.

Conforme transcurrió noviembre, tanto la Unión como Junco guardaron silencio. Sin embargo, este fue roto el sábado 19, cuando el director general de **Reforma** calificó de "tardía" y "aparentemente neutra" la declaración de Carpizo y señaló que "somos los propios editores los que tenemos las facultades de determinar nuestro contenido y no una agrupación externa a nosotros que además no tiene empacho en utilizar su poder monopólico para tratar de imponemos agendas, formas de trabajo, días de descanso... De continuar así, llegaría el momento en que también nos tratarían de imponer nuestra política editorial" (Aguilar y Terrazas, 1996:167).

El mes terminó sin más incidentes. Pero el 14 de diciembre, cuando parecía que el agua había vuelto a su nivel, volvió la tormenta. Ese día, el gremio publicó un desplegado en distintos diarios de la capital, en el cual anunciaba que emprendería una demanda legal contra **Reforma** por un monto de 500 millones de dólares por considerar que el contrato verbal de exclusividad de distribución del

¹La SIP fue acusada durante el conflicto de no haber dicho nada cuando los dictadores Anastasio Somoza de Nicaragua y Augusto Pinochet de Chile, aplicaron la censura, la mordaza y aún la suspensión de la libertad de prensa en sus respectivos países.

periódico, habla sido roto por éste y en razón de los "daños y perjuicios" sufridos por los agremiados al no haber obtenido ingresos merced a la venta del rotativo.

De acuerdo con Gabriela Aguilar y Ana Terrazas (1996:169), el abogado de Reforma, Bernardo Lezama, señaló que "la reclamación es totalmente falsa" y consideró que al no existir un contrato de exclusividad con la Unión, "no hay incumplimiento ni daño moral".

Por su lado, Nestor de Buen, abogado de la Unión, consideró que "los contratos son acuerdos de voluntades y basta que se cumplan para que sean válidos" por tanto, ya que éste había funcionado durante más de un año, "quienes lo violaron tienen que pagar por daño moral". La demanda, por cierto, no ha sido tampoco resuelta.

El año 1995 transcurrió prácticamente sin incidentes. Si acaso, vale destacar que a mediados de enero, la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal "designó a un funcionario para dar respuesta unitaria a las demandas legales presentadas contra afiliados a la Unión" (*Revista Mexicana de Comunicación*, No. 43:19). Luego, el 22 de enero, Alejandro Junco, en un foro organizado por The Freedom Forum —grupo que en Estados Unidos promueve la libertad de prensa—, acusó a la agrupación de hacer uso de un "cuasi terrorismo en el periodismo mexicano" (*Reforma*, 23 de enero de 1995). Finalmente, el 9 de mayo, durante la celebración del Día del Voceador, el presidente Zedillo exaltó la labor de los miembros de la Unión y reiteró su aprecio por la agrupación que durante tanto tiempo "ha defendido sus intereses".

Actualmente, es fácil advertir a los voceadores de la *Unión* y a los *microempresarios* de *Reforma* coexistiendo en diversos rumbos de la capital. A no ser por las gorras y chalecos que los distinguen, puede decirse que se parecen,

son gente trabajadora, curtida por el sol y dispuesta a esquivar carros toda la mañana, con tal de obtener lo apenas indispensable para subsistir.

2.3 Consideraciones finales

En este capítulo se ha caracterizado a la *Unión de Voceadores* y al diario *Reforma*. Con ello, se logra una visión de los actores principales del conflicto que se analizará más adelante. Además, se ha trazado una síntesis del problema y con ello se ha podido observar que ambas partes intentaron minimizar el tono político del problema.

Ahora bien, la intervención de Gobernación al afirmar que todo se reducía a un problema derivado de la negativa de los voceadores a trabajar en los días de descanso obligatorio y al deseo de *Reforma* de circular precisamente en esas fechas y luego, la declaración del ex presidente Salinas, en el sentido de que cada medio es libre de seleccionar el canal de distribución que considere más conveniente, ejemplifican claramente el tono precisamente político que tiene el problema.

No se trata por cierto de quedarse en el mensaje emitido. Esto no es lo significativo, pues como puede comprobarse en las ediciones correspondientes a los días 25 de diciembre y 1 de enero de 1994 y 1995 respectivamente, *Reforma* terminó por *anunciar* a sus lectores que los periodistas del diario descansarían esos días y los *microempresarios* lo harían al siguiente. Es decir, dejó de circular dos de los cinco días por los que supuestamente *luchó* con tanto ahínco el rotativo.

El problema de la distribución es pues --según la hipótesis planteada--, sólo una parte del conflicto. Pero detrás de la disputa de los grupos políticos y

económicos que están intentando adueñarse del poder, están las relaciones políticas afectadas, debilitadas o consolidadas.

Incluso, si se quisiera ir un poco más allá, detrás de la disputa, está la defensa de dos proyectos de nación que han terminado por contraponerse (a pesar de emanar ambas del propio PRI): Uno, el de los tecnócratas *modernizadores*, aquellos que ven en las empresas eficientes y en los modelos neoliberales ligados al capital transnacional, la solución a los males nacionales. Dos, el de la antigua *nomenklatura*, aquella que se siente desplazada, pero que aún resguarda ciertos cotos de poder, que le permiten mantener estructuras añejas que le han servido para resguardar un sistema de privilegios, compadrazgos, amiguísimo y nepotismo y que ve en ese sistema de privilegios la implantación de proyectos más o menos ligados a la intervención estatal y a la corrupción.

Trasladando esto al conflicto en análisis, resultaría entonces que **Reforma** se acerca a la visión empresarial-neoliberal que intentó implantar Carlos Salinas de Gortari y la **Unión de Voceadores** formaría parte del viejo sistema dinosaurio del PRI¹⁰.

Ahora, esto no quiere decir que uno u otro bando no pueda a la larga convivir con el otro. El problema aquí es que cuando el poder de Carlos Salinas se ha debilitado y el de Ernesto Zedillo no se ha consolidado todavía y de hecho —siguiendo a Daniel Cosío Villegas—, no se conoce aún su *estilo personal de gobernar*, hay espacio para el enfrentamiento, para tratar de ganar posiciones y "quedar bien". Después habrá tiempo de acomodarse y reencontrarse, de negar

¹⁰ La culminación de la 17 Asamblea del PRI el 22 de septiembre de 1996 y las resoluciones que de ella emanaron (señaladamente los "candados" impuestos a los aspirantes a puestos de elección popular, al menos confirmaría la existencia de esta disputa *dinosaurios-tecnócratas*).

lo que se ha dicho e incluso de estar de acuerdo con el proyecto neoliberal aún y cuando se diga defender a los trabajadores a través de la CTM --por ejemplo--.

Por otro lado, el apoyo de *La Jornada*, y *El Financiero a Reforma* y del resto de los diarios revisados a la *Unión de Vocadores*, cuestión que se examinará con más detalle adelante, no puede traducirse mecánicamente en un apoyo de los distintos grupos a los intereses que defiende cada diario (en favor del neoliberalismo o la nomenklatura). La cuestión no es tan sencilla porque hay que ver que más bien puede reflejar en el primer caso, la contraposición al viejo sistema de privilegios y en el segundo, el afán por continuar manteniendo una serie de prevendas que le han permitido a ciertos medios, respirar con soltura durante años.

3. PRIMERA PARTE DEL ANALISIS:

Requerimientos previos

Presentación

Una vez que se ha conceptualizado, que se ha esbozado el camino que se seguirá para trabajar y se ha hablado de los actores que participaron en el conflicto motivo de este examen, es momento de iniciar la parte contextual del análisis de contenido.

Para alcanzar este objetivo, habrá que principiar por realizar una **caracterización general** de la prensa capitalina contemporánea. Más adelante —y a partir de la caracterización—, se particularizará el examen de los seis diarios que se ha propuesto examinar, con el fin de describir a grandes rasgos a cada uno de los emisores institucionales de los mensajes que posteriormente se revisarán. Es decir, se avanzará de lo general a lo particular: de la prensa mexicana a *El Universal, Excélsior, El Nacional, El Día, El Financiero y La Jornada*.

Para hacer esto último, se abordarán elementos históricos mínimos. Luego, se diferenciará la forma de propiedad que rige a cada uno y se enlistarán sus directorios. La intención no será desenmascarar a propietarios o desmenuzar sus ligas políticas, sino simplemente esbozar los nombres de quienes dirigen a la llamada *prensa nacional*.

Cubierta esta etapa, nos apoyaremos en Van Dijk para establecer a través de los editoriales que estos seis diarios publicaron en momentos muy específicos de 1994 y que ya fueron señalados, patrones que permitan ver la semejanza o distanciamiento en que estos medios plasmaron la turbulenta realidad política de ese año.

Con esto, se tendrá una mejor idea en torno a quiénes son los emisores que institucionalmente publicaron algo en torno al conflicto Reforma-Unión de Voceadores. Se trata pues, de tener un criterio que permita evaluar los mensajes en la siguiente fase del trabajo.

Pero al tiempo y como segunda parte de esta etapa de la investigación, se delinearán a partir del estudio hemerográfico anterior, las características políticas contextuales del año en examen. Con ello se completará el círculo: se conocerá a los emisores, en general y en particular, pero también el contexto en el que se produjeron los mensajes que más adelante serán analizados.

3.1 El periodismo impreso moderno en México

Para poder delinear las características generales del periodismo impreso mexicano de la actualidad, resulta útil comenzar situándose en el momento histórico en el que la prensa del país sufrió una serie de cambios significativos: los finales del porfiriato y los primeros años de la revolución de 1910. La razón principal radica en que es en este período cuando se establecieron las bases de lo que es hasta hoy el periodismo que conocemos. En palabras de Fátima Fernández, (1975) "la prensa que hoy tiene el país es el resultado de un proceso iniciado al término del movimiento armado que estalló en 1910".

Esto es, a fines del porfiriato se inició --como bien lo describe Irma Lombardo (1992:8)--, un tránsito decisivo en la prensa mexicana, pues al ser muchos periodistas reprimidos y perseguidos y al producirse avances tecnológicos tan importantes como la invención del telégrafo, se favoreció el surgimiento de una prensa centrada en lo **noticioso**, más que en lo **opinativo**.

En otros términos, la prensa liberal del siglo XIX, esa prensa cuestionadora y doctrinaria que había heredado Porfirio Díaz fue perseguida de tal modo, que muchos de sus impulsores —no todos desde luego—, prefirieron refugiarse no en la crítica y el análisis sino en la noticia, en la fría descripción "objetiva" de hechos algunas veces irrelevantes.

Ahora bien, la importancia del surgimiento de una prensa centrada en la noticia, para evitar la represión o merced a los avances tecnológicos que favorecían que hechos distantes se conocieran de modo prácticamente inmediato en casi cualquier punto del país, radica en que esto favoreció el que algunos periódicos dejaran poco a poco su carácter artesanal y promovieran nuevas formas de hacer periodismo, alimentando a su vez, nuevas necesidades entre sus lectores. La consecuencia inmediata es que por aquellos años surgieron los primeros **anuncios comerciales** y se da la transformación de los formatos de los rotativos.

Por otro lado, hay que señalar —citando al licenciado Miguel Angel Hernández —, que estas modificaciones "contribuyeron a generar la aparición de las primeras **empresas periodísticas**. Con ellas, sus directores entendieron que debían llegar a más gente (la prensa de debate interesaba realmente a grupos reducidos y muy específicos) y que en consecuencia, debían hacer medios atractivos"¹¹ que "fueran accesibles a una mayoría" (Lombardo 1991:51) para que pudieran venderse ampliamente y para que los anunciantes se sintieran cómodos. Es éste el primer gran rasgo de la prensa moderna en México: su carácter de **empresa periodística**.

¹¹Miguel Angel Hernández, *Apuntes tomados en la materia de Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación en México*, 1993.

Aunque Irma Lombardo (1992) no lo dice explícitamente, es importante señalar que esta transición opinión-noticia (que de algún modo da origen a las empresas periodísticas), debió contar con el beneplácito de Díaz, pues al gobierno lo favoreció el hecho de que emergiera un periodismo que no se dedicara a cuestionar sino a informar sobre asuntos que a la postre, distraerían la atención de los verdaderos problemas políticos nacionales.

Ahora bien, el citado licenciado Hernández insistió una y otra vez durante su clase, que además del surgimiento de las empresas periodísticas, no hay que descuidar el hecho de que en aquellos años, la prensa está fragmentada: la que lucha aparece y desaparece, es perseguida y surge casi de modo clandestino; la que se adaptó al régimen se va consolidando y prefiere no causar *molestias* sino circular y desarrollarse. Tenemos aquí un segundo rasgo del periodismo moderno mexicano: la autocensura que permea las páginas de los diarios.

Al final, el régimen de Díaz termina, la prensa continúa. Se trata de una prensa más fragmentada que nunca. María del Carmen Ruiz Castañeda (1980:263-282) la describe exhaustivamente y concluye que tras la revolución triunfante, existe una prensa adicta al pasado, otra eminentemente noticiosa y una más, rebelde pero muy restringida.

A la larga, según la cronología de Ruiz Castañeda, las empresas periodísticas o bien crecieron o bien desaparecieron. Mientras muchos de los medios antes clandestinos (no todos), se convirtieron en voceros de determinados caudillos revolucionarios.

Con esto salta otra característica que aún afecta al periodismo mexicano moderno: los medios impresos suelen surgir amparados a la sombra de un grupo político o sector político que los utiliza con fines específicos.

Aún más, como lo señalan diversos investigadores de la historia de la prensa mexicana, tras la caída de Madero y Huerta, Venustiano Carranza fomentó una prensa que no sólo le era adicta ideológicamente, sino que fue subvencionada desde su gobierno, convirtiéndose en un "elemento primordial de campaña" (Ruiz Castañeda, 1980:258). Aparece pues, una característica más: el financiamiento -- vía subvención-- de determinados medios y su aprovechamiento como voceros oficiosos.

Ahora bien, todo lo dicho nos sirve para ver que es en el período anterior e inmediatamente posterior al triunfo de la revolución de 1910 cuando se perfila el periodismo que actualmente conocemos. A partir de allí, lo que ha habido es una suerte de refinamiento de los medios.

El periodismo actual lo que ha hecho a partir de entonces es consolidarse, pero estos rasgos característicos básicos que nacen hacia 1910, en términos generales, se mantienen. Sin embargo, vale apoyarse en destacados investigadores contemporáneos para fundamentar el hecho de que aquello que nació en 1910, continúa.

Según lo dicho, el periodismo actual nace en una empresa, la cual se encuentra ligada a los intereses de ciertos grupos políticos y económicos que guarda una relación especial con el gobierno, llegando hasta donde no lesione los intereses reales del grupo en el poder.

Esto significa --siguiendo una afortunada frase acuñada por Miguel Angel Granados Chapa (1972:9), que "las empresas periodísticas son, centralmente lo primero, es decir, empresas, y sólo lateralmente periodísticas". Con ello --continúa el columnista de *Reforma*--, se ha conformado una prensa que busca fundamentalmente el lucro y en aras de éste, es capaz de autocensurarse de

modo permanente, porque a fin de cuentas lo que le interesa a sus dueños es aparecer cada día y publicar lo que ciertos sectores quieren leer.

Por cierto que hay que añadir que este fenómeno se da aún y cuando varios de los periódicos capitalinos funcionan como sociedades cooperativas, lo que legalmente significa que no persiguen exclusivamente el lucro.

Pero dejando de lado ese paréntesis, vale la pena matizar, pues como ya se ha dicho esa búsqueda por alcanzar ganancias, no significa que éstas sean sólo de tipo económico, también está la búsqueda por obtener ganancias políticas. De allí que algunos periódicos pueden ser calificados de Delamadristas, del mismo modo que algunos otros pueden tildarse de Salinistas o Zedillistas. Aún más, existen rotativos que surgen para cumplir un fin político específico como apoyar a algún candidato presidencial, para luego permanecer o desaparecer, según sean las conveniencias del momento.

Por otro lado, no puede dejar de apuntarse que Daniel Cosío Villegas señaló en cierta ocasión los diversos fines que persiguen los propietarios de los periódicos en México. El destacado pensador señaló en ese sentido: "no faltan los propietarios que sostienen a pérdida publicaciones periódicas porque les sirven como medios de obtener del gobierno apoyo para empresas de otra índole", ni periódicos "cuya supervivencia reposa enteramente en la ayuda oficial, que toma desde la forma inocente de la compra de un número considerable de suscripciones o de anuncios innecesarios... hasta la más insidiosa del subsidio (citado por Granados Chapa: 1972:11).

Siguiendo el patrón establecido hacia 1910, estamos hablando de empresas dedicadas al periodismo, empresas que tienen fuertes ligas con grupos políticos y económicos, que para mantener buenas relaciones con el gobierno y para circular

cotidianamente recurren a la autocensura, pues ésta les permite funcionar como voceras oficiosas del grupo que les dio vida y con ello, obtener ganancias económicas y políticas.

Ahora bien, resta por mencionar que para que la relación gobierno-prensa funcione *adecuadamente*, aquél se vale de varios niveles de control. Uno es el que tiene que ver con el hecho de que el poder político es el que rige a fin de cuentas lo que puede o no decirse y para ello, se ampara en los artículos **Sexto y Séptimo de la Constitución Política**, en los cuales se establece la existencia de la libertad de expresión y sus límites: imposibilidad de subvertir el orden y la moral pública o realizar ataques contra terceros.

Pero lo cierto es que estos límites se quedan más bien en el papel, pues son otros los mecanismos de que se vale el poder político para controlar a la prensa desafecta y a los grupos que la conducen. Así, el diario-empresa está obligado a cumplir ciertos requisitos administrativos que terminan por convertirse en poderosos instrumentos de sujeción pues, por ejemplo, la falta de pagos a Hacienda, el Infonavit o el Seguro Social puede ser utilizado en su momento para exigir un determinado comportamiento.

Esto es interesante sobre manera porque no cuando Reforma dejó de circular, fue porque la Unión de Voceadores se negó a distribuir el diario. Se convirtió así en un mecanismo de freno a la libre circulación de noticias.

De allí que Granados Chapa (1972) en otra acertada observación señala que otra característica de la prensa moderna es que rara vez cuenta con una real independencia financiera y por ello depende en mucho de sus anunciantes. Por tanto, debe establecer pactos, tácitos o no, tanto con empresarios como con el propio gobierno. En consecuencia, la libertad de expresión es tan frágil como la

salud financiera del medio en cuestión, pues si existen suficientes recursos se puede ser crítico e independiente. De lo contrario, habrá que escribir lo que alguien con recursos, desea leer.

Para finalizar vale señalar que según lo aquí apuntado, las características generales básicas que se establecieron hacia 1910, siguen estando vigentes en la actual prensa mexicana. Estas características --una vez más--, son:

- a) Su carácter empresarial.
- b) Su estrecha liga con diversos grupos políticos y económicos.
- c) Su necesidad de autocensurarse para sobrevivir.
- d) Su aceptación tácita para que el gobierno la controle a través de mecanismos administrativos.
- e) Su recurrente fragilidad financiera.

Ahora bien, lo apuntado esboza las características generales de la prensa mexicana moderna. Esto no debe, sin embargo, negar el hecho de que a últimas fechas, los diarios han gozado de una importante apertura en sus páginas. Esto se debe sin duda a varios factores, vale destacar el hecho de que sus lectores están conformados cada vez más por un público demandante y desconfiado que incluso ha conducido a que la rentabilidad de los periódicos se relacione con la información fidedigna, equilibrada e incluso crítica de la realidad. En todo caso, es evidente que los medios impresos, unos más que otros, le llevan una gran delantera a la televisión y aún en algunos casos, a la radio en materia de credibilidad. Esto claro, lo explica incluso los alcances que tiene cada medio, sus niveles de audiencia y el tipo de personas que los utiliza, pero ese ya es otro cantar.

Finalmente hay que decir que las características generales descritas, abren paso a la necesidad de presentar la especificidad de cada uno de los medios que más adelante serán analizados en esta tesis. Este es el paso que toca dar en este trabajo.

3.2 Caracterización de los diarios a revisar

Las características generales apuntadas, permiten hacer un esbozo de cómo es la prensa mexicana moderna. Pero entre uno y otro periódico que se revisará –los emisores de los mensajes que interesan–, existen sin duda diferencias y distanciamientos, coincidencias y acercamientos.

Esto es, si bien se cree que el patrón general reúne elementos como los descritos, también es cierto que no es lo mismo hablar de La Jornada, El Universal o El Nacional.

Pero no se trata aquí de marcar sólo las distancias ideológicas o políticas, de lo que se trata es de establecer patrones de comportamiento ante hechos concretos. Es por eso que para analizar por separado cada uno de los diarios, se recurrirá a lo que éstos dijeron al día siguiente de los sucesos que a criterio del autor de la tesis, fueron los principales de 1994.

Con esto, se tendrá la posibilidad de diferenciar a unos medios de otros y de caracterizarlos a partir de ciertos elementos que se enmarcan en los rasgos generales anotados. Lo que viene es pues la diferenciación entre periódicos, para buscar coincidencias y distancias institucionales a partir de sus editoriales.

3.2.1 EL UNIVERSAL

De los diarios que actualmente se publican en la Ciudad de México, *El Universal* es el más antiguo. Su primer número apareció el 1o. de octubre de 1916 y su fundador fue Félix F. Palavicini, un "miembro del Constituyente de 1917" (Fátima Fernández, 1975:30) quien contó con la participación de "un ciudadano francés, un inglés, un español y un belga" (Ibid) en el primer Consejo Administrativo del rotativo.

Esto último explica el apoyo abierto del diario hacia los aliados durante la primera guerra mundial, aunque según se dice, el diario contó además con el respaldo de la embajada norteamericana en México. Pero ante la imposibilidad de comprobar esto, vale mencionar que hacia 1927 el presidente Calles implantó un régimen de censura en la prensa y llega al extremo de deportar a varios periodistas, entre ellos a Felix F. Palavicini.

Después de esto, la familia Lanz Duret se hace cargo del periódico aunque a partir de 1974 los accionistas principales del mismo son Juan Francisco Ealy Ortiz, Daniel López Barroso y Gaspar Rivera Barrios, que se desprende al comparar la integración de la asamblea de accionistas de aquel año y el directorio del periódico de cualquier día de 1996.

Bajo el nombre de Compañía Periodística Nacional, S.A. de C.V., el directorio completo del diario es el siguiente: Juan Francisco Ealy Ortiz, presidente y director general. Daniel López Barroso, gerente general. Gaspar Rivera Barrios, vicepresidente. Luis Sevillano U., subdirector general. Enrique Aranda Pedroza, subdirector. Roberto Rock Lechon, subdirector. Guillermo Fabela, subdirector editorial. Guillermo Valencia R., jefe de información. Rubén Velasco de Lira,

gerente general adjunto. Benjamín Meneses, subdirector general. Eduardo Vorhaver Inhausser, gerente comercial. Y José Luis Grosvenor Ibarra, gerente de ventas.

Hay que añadir que hacia 1975 —y según Fátima Fernández afirma—, *El Universal* tuvo un fuerte endeudamiento con el gobierno, mismo que seguramente lo obligó a contraer compromisos diversos con éste. Vendrá después un período de cierta estabilidad que derivará en acuerdos tácitos o directos establecidos entre la compañía editorial y el gobierno en turno.

Sin embargo, no hay luna de miel que dure más allá de cierto tiempo. En este sentido, al examinar los editoriales publicados por el diario en los días que siguieron a los trágicos sucesos que conmovieron al país en 1994, hay algunas cosas que vale la pena resaltar.

En primer lugar, hay que señalar que parece existir una identificación entre el pensamiento colosista y el rotativo en cuestión. Esto queda claro el 7 de marzo, cuando tras el discurso que en ocasión del 65 aniversario del PRI pronunció el malogrado candidato presidencial, el diario publicó que "los vientos esperanzadores que recorren la política mexicana, llegaron ayer al partido mayoritario".

Aún más, el rotativo señala como positivo el hecho de que Colosio notificara a los priistas reunidos frente al Monumento a la Revolución, su "disposición a aceptar la participación de observadores internacionales en los futuros comicios", idea ésta que generó un sin fin de comentarios negativos en los medios de difusión y entre los propios militantes del tricolor.

El *Universal* sin embargo, acepta la idea colosista y además remarca que con el discurso del 6 de marzo, el candidato del PRI dio a su campaña "la riqueza

de contenido que no pocos observadores políticos llegaron a echar de menos" (7 de marzo).

Aunque reservado, se observa un mensaje que no rehuye el elogio hacia Colosio. Es más, el rotativo parece identificado con el candidato (claro que hay que decir que esta noción puede ser parcial, si se toma en cuenta que a la larga, igualmente apoyará la candidatura de Ernesto Zedillo). Después vendrá el golpe demoleedor, las palabras no vale la pena repetir las, pero las páginas del diario el 24 de marzo están plagadas de dolor y de rabia.

Por cierto que el 29 de septiembre, tras el asesinato de José Francisco Ruiz Massieu, *El Universal* anotó que "como nunca, México está requerido de una férrea decisión para no abandonar la vía del cambio y la democratización que Ruiz Massieu representaba dentro de su partido".

El mensaje, es un serio reclamo a quienes dentro de las filas del tricolor se oponían al cambio dentro del partido y a aquéllos que al oponerse a las transformaciones de este instituto político o bien fueron coautores o bien de algún modo solaparon el asesinato de Colosio.

El Universal es un diario que ve la necesidad del cambio político, pero al mismo tiempo parece creer en el sistema económico que se impulsó durante el salinismo. Es, además, un periódico que reconoce —como todos lo hicieron entonces y lo niegan ahora—, los cambios emprendidos por Carlos Salinas durante su sexenio, aunque señalando tanto los "saldos positivos" de la política económica, como las "insuficiencias" que impidieron la "consecución de un desarrollo sostenido" (2 de noviembre de 1994).

En síntesis, puede decirse que se trata de un periódico que en el terreno político estuvo cercano a la visión colosista y que en el campo económico llegó a

identificarse con la política de modernización emprendida por Carlos Salinas. Es, en todo caso, un diario cercano a grupos ligados con la gran empresa pero no aquella que se ha quedado anquilosada sino la que se da cuenta que para desarrollarse es necesario reducir la brecha entre quienes lo tienen todo y quienes no se tienen sino a sí mismos para sobrevivir.

El Universal es además un diario que abrió sus páginas a la oposición, marcadamente al PAN y al PRD, lo que parece haberle granjeado algunas antipatías dentro de la *nomenklatura* priista y más concretamente dentro del grupo que actualmente conduce los destinos del país.

Por otro lado, recientemente se han incorporado a sus páginas algunas de las mejores y más críticas plumas del periodismo nacional, como lo son Carlos Ramírez y Ricardo Alemán.

Esta doble configuración, mayor espacio para la oposición y para el pensamiento crítico, parece haber sido el detonante de lo que sucedió el 12 de septiembre de 1996, cuando en un impresionante dispositivo impulsado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se anunció que el director del rotativo, Juan Francisco Ealy Ortiz había defraudado al fisco por 41 millones de pesos y que en consecuencia, sería detenido.

Aquí no se duda que Ealy Ortiz pueda tener ese adeudo fiscal, pero la manera en que la Procuraduría de Justicia capitalina intentó cumplir con el requerimiento elaborado desde Hacienda, hacen pensar que se trató más bien de la aplicación de otro de los canales a través de los cuales es posible indicar a un medio que su línea editorial no gusta o que el manejo de la información que realiza no le agrada a las autoridades.

Por cierto que al contrario que **Reforma**, quien nunca habló de una persecución del sistema, Ealy Ortiz inició su defensa con un lenguaje belicoso a través del cual acusó directamente al Secretario de Gobernación, Emilio Chuayffet de haberlo conminado a cambiar su línea editorial.

Curiosamente, poco a poco ese tono de **El Universal** y su director se fue mitigando y continuó en cambio la campaña en la que se acusaba a Ealy de ser uno de los más grandes defraudadores fiscales en la historia del país. ¿Qué pasó realmente? Este podría ser el tema de otra tesis. Aquí sólo se aventura que el diario tuvo diferencias con el gobierno de Zedillo --diferencias que pueden provenir desde mucho antes-- y que por eso se atacó el "lado flaco" de esta empresa editorial.

Cabe mencionar finalmente --y casi a manera de anexo--, que una rápida revisión de las primeras planas de los diarios que se analizarán en esta tesis, permite ver que los "colegas" de **El Universal** prefirieron mantenerse al margen de la disputa.

Así, el día 13 de septiembre de 1996 (acaso el momento más ilustrativo del conflicto), todos los diarios capitalinos hablaron en sus titulares principales de la orden de aprehensión contra Ealy Ortiz y del monto del supuesto fraude que cometió. Pero sólo **El Día**, **La Jornada** y **Reforma** destacaron --aunque en planos mucho menores--, el hecho de que a decir de **El Universal**, se trataba de un acto de presión oficial que frenaba el ejercicio de la libre expresión del pensamiento de la empresa editora del diario.

Aún más, sólo **La Jornada** deslizó un dato interesante: cuatro de los consejeros del periódico tienen o tuvieron nexos con Carlos Salinas o con su hermano Raúl. ¿No será entonces por allí la represión desatada? Todo esto

queda para un análisis futuro y para una reflexión posterior. Los hechos están allí y los diarios se manifestaron, sería interesante seguir este nuevo problema de la prensa nacional. Ya habrá quien lo haga y nos de luz al respecto.

3.2.2 EXCELSIOR

El 18 de marzo de 1917, Rafael Alducin funda el periódico el que funciona como Sociedad Anónima durante 15 años, para luego —y tras un conflicto obrero-patronal—, convertirse **nominalmente** en Sociedad Cooperativa, pues de acuerdo con Fátima Fernández (1975:31), el diario ha funcionado más bien como una sociedad anónima en la que "algunos de sus socios manejan al mismo tiempo otro tipo de empresas".

Una característica básica de *Excelsior* es el hecho de que se presenta ante la sociedad como una cooperativa —con las características ya apuntadas—, cuando en realidad es una empresa comercial como hay muchas.

Ahora bien, la historia de este periódico puede dividirse en cinco etapas (a tres de ellas se refiere Fátima Fernández en su tesis). La primera, que encabeza Rafael Alducin como propietario y director de la Sociedad Anónima encargada de publicar *Excelsior*. La segunda, que se inicia cuando el rotativo se transforma en cooperativa, asumiendo la dirección Rodrigo de Llano, quien fallece en 1963, tras haber ejercido un mando central férreo.

A la muerte de de Llano, y siguiendo con algunos de los datos que aporta Fátima Fernández, se produjo un acomodamiento en el periódico, mismo que dio como resultado el nombramiento de Manuel Becerra Acosta como director general y de Enrique Borrego como presidente del Consejo de Administración, personajes

que tenían serias diferencias políticas e ideológicas, hasta el punto que Borrego abandona en 1965 el diario, junto con un grupo de directivos.

Al producirse la escisión, se da una pugna legal y administrativa que durará hasta 1968. Se inicia entonces la tercera etapa (según Fátima Fernández), que se caracterizaría inicialmente por la dependencia económica que el periódico adquirió con respecto al gobierno y posteriormente por el ascenso de Julio Scherer García a la dirección del rotativo.

Se propicia entonces, una cuarta etapa, *Excélsior* florece y desde sus páginas se producen algunos de los mejores momentos de la historia del periodismo nacional. Crítico y mordaz el diario termina por sufrir las presiones del gobierno de Luis Echeverría quien valiéndose de los espacios publicitarios adquiridos y de su liga con la clase empresarial, presiona al rotativo hasta casi asfixiarlo económicamente.

En *Los presidentes*, (1986), Scherer habla de esta etapa del diario y apunta que para entonces, a través de múltiples candados administrativos, el gobierno terminó por limitar la **libertad de expresión**, obligándolo a él y a los suyos a salir del diario (surgiendo *Proceso y Unomásuno*).

Se da origen entonces a la quinta etapa de *Excélsior*, cuando asciende a la dirección de la "cooperativa" Regino Díaz Redondo, quien cuenta con el beneplácito del gobierno. Desde entonces a la fecha, la relación de este diario con el poder ha sido una especie de luna de miel con altibajos.

Por otro lado, vale señalar que el 9 de noviembre de 1994, el propio diario apuntó que "el Consejo de Administración de esta cooperativa aprobó ayer la designación de Regino Díaz Redondo como presidente de *Excélsior* Cia. Editorial

S.C. de R.L., además del cargo de director general que desempeña desde hace 18 años".

El diario agrega que "también en el curso de los trabajos del Consejo, se aprobaron las designaciones de José Andrés Berrenechea Álvarez como director de **Excelsior**, de Roberto Flores Rivera como gerente y de Ricardo Perete como subdirector general".

Ahora, al examinar los editoriales de las fechas propuestas, hay un primer elemento que llama poderosamente la atención: la **lentitud** (premeditada, creo yo), con que **Excelsior** reacciona ante los hechos. Tal pareciera que **espera línea**, que desea ver primero la reacción de los otros, para sólo entonces proporcionar la suya. Esto se hace evidente en los dos hechos que sobresalen del año 1994, el levantamiento armado en Chiapas y el asesinato de Luis Donaldo Colosio.

En este sentido, es hasta el 3 de enero cuando el rotativo habla del movimiento zapatista, rechazando abiertamente el levantamiento: "de ningún modo puede aceptarse --dice **Excelsior**--, que haya gente armada que, alegando cualquier causa, quiera obligar así a las autoridades a aceptar sus demandas".

Más adelante, el periódico parece desbocarse cuando anota que "se necesita que las autoridades procedan con energía para establecer el orden en Chiapas" y retoma la añeja y gastada noción de la necesidad de que se "restablezca de inmediato la paz social".

Al casi incitar al aniquilamiento del EZLN, **Excelsior** pareció sin embargo rebasar la prudencia. Prueba de ello, es que el día 4 y como intentando corregir el exabrupto, optó por reproducir el prudente y "justo" mensaje del presidente Salinas en el que expresaba que "sólo mediante el diálogo y la ley podremos encontrar puntos de acuerdo y soluciones a todo reclamo". Con ello, el diario se plegó al

discurso oficial y como si esto no fuera suficiente, aludió al hecho de que el levantamiento --como lo diría el presidente--, demostraba que "los esfuerzos desarrollados, por medio sobre todo de PRONASOL, no bastaban".

Hay pues un discurso que se repite. *Excelsior* y el gobierno hablan el mismo lenguaje, el primero reproduce al segundo, queda bien y con ello parece aproximarse al presidente en turno. Sólo así se explica la alusión al programa social consentido del ex presidente Salinas.

Pero más curioso resulta lo sucedido tras el asesinato de Luis Donaldo Colosio. Al día siguiente de ocurrido el atentado, *Excelsior* no dijo nada al respecto, prefirió hablar sobre las reformas al artículo 41 de la Constitución. Es hasta el 25 de marzo cuando se refiere al hecho pero curiosamente lo hace, reproduciendo las palabras del embajador norteamericano James Jones ante lo ocurrido. Si bien el periódico habla de la "tragedia que vive México", más parece preocuparle la **imagen** que ante el mundo pueda proyectar el país. Es tal vez por esto que parece respirar aliviado cuando Jones dice que México "podrá salir adelante de este difícil trance".

Una vez más, *Excelsior* parece rebasado por los hechos, es como si quisiera resguardar el orden afectado, como si quisiera que la "paz social" prevaleciera, el orden se mantuviera y la **imagen** (presidencial) no se alterara ni viera afectada. La tragedia puede superarse, es el mensaje de un periódico que quiere borrar los vestigios de la cruenta lucha que por el poder se está librando en el país.

Para este análisis vale la pena resaltar también el **tono** con el que *Excelsior* "evalúa" el sexto informe de gobierno de Carlos Salinas de Gortari. Los títulos del editorial (éste sí publicado al día siguiente del acontecimiento), dejan muy claro esto cuando rezan: "Vigorouso mensaje", "País con futuro" y "Sexenio del cambio".

Se ve pues, la influencia del mensaje salinista que ha calado plenamente en el diario. Por eso, lo que hace es producir un alud de loas al mensaje presidencial: "fue un documento vigoroso, cálido y emotivo", que muestra que "Salinas cumplió en sus seis años y lo hizo también al rendir su último Informe".

Rayando en la cursilería, *Excelsior* dice incluso al final de su editorial con motivo del sexto informe de gobierno de Carlos Salinas: "misión cumplida, pudieron ser sus últimas palabras". Con esto, queda claro que se trata de un diario progubernista y más precisamente pro salinista. Esta es su característica fundamental en el período examinado.

3.2.3 EL NACIONAL

Con el fin de constituirse en el órgano oficial del recién fundado Partido Nacional Revolucionario, PNR, y al amparo del presidente Plutarco Elías Calles, surge en 1929 el periódico *El Nacional*.

Diario partidista, muy pronto se convirtió más bien en vocero del gobierno, aprovechando esa rara simbiosis que hasta la fecha existe entre el ahora PRI y el residente en turno de Los Pinos.

Aunque tuvo cierta importancia en sus inicios y cumplió una función importante durante algún tiempo, diversos historiadores de la prensa mexicana coinciden que con el tiempo el rotativo fue languidiendo. Después, fue la necesidad del presidente en turno la que lo hizo resurgir o al menos mantenerse.

Un dato curioso de este periódico es que aunque aparece como una Sociedad Anónima, no opera como tal pues "jurídicamente no tiene régimen de propiedad definido" (Fátima Fernández, 1975:57).

Su directora general actual es Enriqueta Cabrera y el Consejo de Administración está integrado por Héctor Manuel Ezeta (director de ediciones); Mario Valencia Pinto (coordinador editorial); Javier Martín Miranda (subdirector de redacción); Gabriela Ortega (subdirectora de información); Francisco Salgado (director de edición); y, David Guzmán (jefe de redacción).

El Nacional es un diario que depende económicamente de la Secretaría de Gobernación (el subsidio es claro si se observa que su precio de portada sigue siendo de tres pesos, cuando la mayoría de los rotativos cuesta cuatro).

Durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, se anunció que el diario sería vendido¹². Hubo ofertas e interés. Sin embargo, a la larga el periódico se mantuvo al amparo del gobierno aunque se desarrolló toda una campaña que anunciaba que los subsidios serían suprimidos y que se llevaría a cabo una "audaz" política publicitaria que permitiría que el periódico gozara de autonomía y estabilidad financiera.

Lo cierto es que el periódico continuó siendo el vocero del gobierno y en ello contribuyó su director, José Carreño Carlón quien luego se convertiría en Director de Comunicación Social de la presidencia, cuando Otto Granados Roldán optó por la gubernatura de Aguascalientes. Ante ello, no es de extrañar que en el sexenio pasado, varias de las notas y editoriales que se publicaron en sus páginas, surgieran desde Los Pinos. De hecho, uno de los más cercanos colaboradores de Carreño, Anibal Gutiérrez, fue todos los lunes un comentarista infaltable en la primera plana del rotativo.

¹² En 1993 el periódico fue puesto por primera vez a la venta. La operación no prosperó como tampoco lo hizo el proyecto de un grupo de trabajadores del propio rotativo de adquirir el diario. A la larga, el gobierno decidió sanear sus finanzas y fragmentó la empresa en cinco unidades distintas, las cuales tampoco pudieron ser vendidas.

Pero el mantenido apoyo gubernamental también ha permitido que *El Nacional* haya sido el primer medio que se imprime "simultáneamente en diversas ciudades de los estados de la República a muy temprana hora" (Ana Ma. Menéndez y Florence Toussaint, 1989:30) gracias a la utilización del Satélite Morelos.

Ahora bien, en cuanto a la caracterización del diario durante 1994, hay que decir que un primer aspecto que llama la atención es el hecho de que el grupo Televisa participa mayoritariamente en la publicidad que aparece en el diario. Así, en dos días revisados al azar, resulta que la empresa de televisiva produce —en ambos casos—, casi el 40 por ciento de la publicidad pagada (cinco de trece desplegados el 26 de abril de 1996 y 6 de 13 el 7 de mayo del mismo año).

Como se verá más adelante en el caso de *El Día*, este resultado no es sino un indicador difuso. Pero resulta interesante destacar la notoria **presencia** que tiene la publicidad de Televisa en los dos diarios que más fácilmente pueden ligarse con el gobierno priista. Vale añadir además que en las páginas de *El Día* suelen publicarse artículos de la actual directora de *El Nacional*, lo que habla del estrecho nexo que se observa en la manera en que ambos periódicos reflejan la realidad mexicana y desde luego, porque Enriqueta Cabrera fue hace algunos años, subdirectora de *El Día*.

Ahora bien, al enfocarnos a los mensajes editoriales que en torno a los sucesos políticos más trascendentales de 1994 publicó *El Nacional*, destaca el hecho de que se trata de un medio que se encarga de **reproducir** el discurso oficial. Esto se manifiesta de dos formas: una, citando y coincidiendo con algún funcionario público de alto nivel. Y dos, repitiendo trozos del mensaje oficial o utilizando los adjetivos de que éste se ha valido.

Así, tras los sucesos del levantamiento armado en Chiapas, tal como lo hizo el discurso oficial, *El Nacional* comenzó por **minimizar** el alzamiento al señalar que la violencia apareció "en cuatro de los 110 municipios chiapanecos" (2 de enero de 1994). Tras esto, el periódico habla de la "prudente respuesta del gobierno de la República para (reproduce el discurso oficial) "contribuir a la rápida normalización de la situación".

Finalmente, el diario califica positivamente la actuación del ejecutivo cuando apunta que "el Gobierno de la República ha actuado en congruencia a los principios nacionales, prudente y responsablemente".

Al calificar así la actuación del ejecutivo, descalifica también al EZLN, al que por cierto no identifica el día 2 de enero de 1994. Es hasta el 3 cuando retomando la jerga oficial habla de quienes causaron "la transgresión a la ley" (3 de enero de 1994), con lo que empieza a perfilarse el discurso que después se utilizó en contra de los zapatistas chiapanecos.

Otra prueba de la función de reproductor del lenguaje oficial de *El Nacional* es el hecho de que tras el discurso de Luis Donald Colosio con motivo del 65 aniversario del PRI, el periódico prefiere no calificarlo sino presentar lo que considera son las partes medulares del mismo. Es como si dudara en torno al mensaje emitido, a su contenido, pero estuviera cierto de que quien lo producía era el casi seguro futuro presidente. No había entonces que opinar sobre él, pero sí era imperativo reproducirlo.

Ahora bien, después del asesinato de Colosio, *El Nacional* sí emite un juicio, pues califica el hecho como "uno de los agravios más grandes que ha recibido la nación mexicana a lo largo de su historia" (24 de marzo de 1994). Aquí se nota

indignación. Sólo después viene la reproducción del discurso oficial, cuando señala la necesidad de que "detengamos la apología de la violencia".

En estos ejemplos, lo que más se quiere destacar es el hecho de que *El Nacional* genera y reproduce un discurso que en algún momento utiliza el gobierno o que ha sido emitido por éste. Allí está lo de "transgresión a la ley" o "apología de la violencia". Basta recordar que estos términos fueron acuñados y utilizados en repetidas ocasiones por el expresidente Salinas y que incluso es parte de lo que retoma el PRI para enfilarse la campaña electoral de su candidato emergente, Ernesto Zedillo.

3.2.4 EL DÍA

El 26 de junio de 1962, apareció el primer número de este periódico -que funciona bajo el régimen cooperativista y bajo la razón social de Publicaciones Mexicanas S.C.L.-, siendo Enrique Ramírez y Ramírez su fundador y director general.

De acuerdo con Fátima Fernández (1975), la simpatía de *El Día* hacia el gobierno se debió durante muchos años, al hecho de que Ramírez y Ramírez, luego de romper con el Partido Popular Socialista de Vicente Lombardo Toledano, se incorporó a las filas del PRI, del que llegó a ser incluso miembro de su Comité Ejecutivo Nacional.

Finiquitado el mando de Ramírez y Ramírez en 1980, Socorro Díaz tomó las riendas del periódico, conduciéndolo a lo largo de esa década y hasta principios de los años 90. Durante este período, el periódico mantuvo sus estrechos lazos con el gobierno, Díaz llegó a ser diputada por el PRI mientras era directora general,

pero a la vez una postura que puede calificarse como **progresista** en cuestiones que tenían que ver con la realidad internacional.

En ese período se produjo una suerte de paradoja: hacia el interior, el diario examinó la realidad nacional desde el lado de un aparato gubernamental que se negaba a cambiar (para permanecer en el poder), mientras hacia el exterior, pareció identificarse incluso con el cambio que significaba la lucha de liberación nacional en Nicaragua, El Salvador y Guatemala.

Merced a esta paradoja, puede decirse que *El Día* representó durante muchos años a la corriente "izquierdista" del PRI, que se interesó por fortalecer la lucha por mejorar las condiciones de vida de la población y por satisfacer en alguna medida sus demandas sociales. El lado populista, dirían hoy los tecnócratas de moda.

El Día languidece —su sección internacional ha perdido mucho del prestigio que tenía—, a raíz de los problemas que conducen a la salida de Socorro Díaz del rotativo. La historia puede resumirse así: la directoría del diario creyó hacia mediados del sexenio pasado que la democratización del PRI era una realidad. Confiada, decidió lanzarse a la precandidatura por la gubernatura de su estado natal. Dejó el periódico —si bien primero sólo parcialmente— y esperó ser electa por las bases. Pero el gran elector no la escogió, se inconformó por un tiempo y a la larga, salió del diario para refugiarse en alguna dependencia gubernamental y esperar una nueva oportunidad.

Desde entonces, el director general de *El Día* es José Luis Camacho López. Los demás miembros de su directorio son actualmente: Alberto Beltrán (presidente del Consejo Editorial); Angel Trejo Raygadas (subdirector); Enrique Ramírez (coordinador de información) y, Angel Aguilar Pérez (jefe de redacción).

La historia de *El Día* es una historia de estrechos nexos con el gobierno y su partido. El precio actual de portada, hace evidente que el medio es subsidiado pues su tiraje es escaso (basta con buscarlo en algunos puestos de revistas para comprobar esto) y su publicidad limitada.

En cuanto a esto último hay, sin embargo, que resaltar un hecho que llama la atención del actual periódico. En una muestra al azar, se revisó la publicidad que publicó el diario el domingo 21 de abril de 1996. El resultado es, al menos, curioso. A lo largo de sus páginas hay once anuncios. De estos, dos se refieren a programas, eventos culturales y cursos que ofrece el Instituto Politécnico Nacional. Uno reseña el número ganador del sorteo Tris de la Lotería Nacional. Otro es del Consejo Nacional de la Publicidad. Y uno más corresponde a Multivisión. Pero lo que interesa destacar es que todos los demás anuncios comerciales son del grupo **Televisa** (Cablevisión, Festival Acapulco 96, Siempre en Domingo...).

Sin llegar a una conclusión fatal —la muestra no es representativa, si acaso ilustrativa—, lo que sí puede decirse es que la pregonada modernización llegó a *El Día* no sólo a través del cambio de su formato —que se produjo a mediados de 1994—, sino principalmente por medio de una publicidad-subsidio que emerge del principal vocero gubernamental: Televisa.

Cómo se da este fenómeno y bajo que presiones, es difícil de saber. Pero una hipótesis es que el gobierno le "solicita" a empresas como la de Azcárraga que compren publicidad para medios como *El Día* y después les "paga el favor", según el ámbito en el que se desenvuelvan (en este caso, con concesiones por ejemplo).

Ahora bien, al revisar los editoriales que *El Día* publicó inmediatamente después de los hechos políticos que aquí se manejan como los más trascendentales para el país en el año 94, resulta notoria la semejanza que éstos

tienen respecto a *El Nacional*. En este sentido, lo que más destaca es que este periódico funciona también como **reproductor** del discurso oficial.

Una vez más hay que decir que esto significa no sólo recoger y repetir las afirmaciones gubernamentales, sino coincidir plenamente con ellas. Así, el 3 de enero de 1994, tras el levantamiento armado en Chiapas, *El Día* publicó que "a nuestro juicio es imperativo insistir en el llamado a la cordura hecho por el gobierno... y establecer un diálogo político con todos los sectores y fuerzas sociales de Chiapas".

Pero más significativo resulta que en la misma fecha, este periódico apunta — repitiendo las palabras que emergieron desde el gobierno—, que en Chiapas se estaba produciendo una "abominable manipulación", pues los indígenas que forman el "autodenominado Ejército Zapatista de Liberación Nacional... han sido engañados y dirigidos a una confrontación disparatada".

Esto es, si bien aquí no se califica al EZLN como "transgresores de la ley" (lo que si hizo *El Nacional* desde el principio), si se recurre a la noción que utilizó el gobierno de la imposibilidad de la existencia de un movimiento auténticamente indígena. Para deslegitimarlo, discurso de *El Día* como el del poder, recurrió a hablar de una población manipulada por fuerzas "externas".

Algo parecido ocurrió el 4 de enero, cuando el periódico reforzó su liga con el gobierno al decir: "coincidimos plenamente con lo expresado... por el presidente de la República en el sentido de que en ninguna región de México existe diferencia superior a nuestra capacidad de diálogo, ni distancia capaz de afectar nuestra unidad fundamental. Las acciones violentas retrasan la verdadera solución de las necesidades sociales".

No hay pues distancias, no hay deslindes. Lo que existe es una plena coincidencia. Esto se refuerza con un editorial que aunque no entra dentro de la categoría propuesta aquí, si deja clara la proximidad de *El Día* y Salinas. El hecho es que el 1 de marzo de 1994, el periódico publicó una amplia entrevista con Diego Fernández de Cevallos, a la sazón candidato panista a la presidencia de la República y en el editorial correspondiente a dicha edición, afirmó que el PAN "es una fuerza de oposición con probada viabilidad política" y en consecuencia, con posibilidades de generar la "alternancia en el poder".

Esto no dejaría de ser sino una afirmación interesante y que incluso desbancaría la estrecha liga gobierno-PRI-*El Día*, si no fuera por el hecho de que al examinar el contexto, hay que recordar la especial vinculación que en el sexenio pasado hubo entre el blanquiazul y el inquilino de Los Pinos. Aquí lo que parece reafirmarse es pues esa liga: había que abrirle espacios a Fernández de Cevallos para cerrárselos a Cuauhtémoc Cárdenas.

Un punto más para reafirmar la liga de Salinas y *El Día* es que después del discurso de Luis Donaldo Colosio con motivo del 65 aniversario del tricolor, el periódico afirmó tajante que "las victorias del PRI, cuestionadas y todo, se han cimentado más sobre la fuerza del gobierno salinista y la desorganización política y electoral de sus adversarios que en avances del partido ante la sociedad" (7 de marzo de 1994). El mensaje es claro: si el PRI ganaba las elecciones del 21 de agosto, se lo debería a Salinas y su obra "modernizadora".

Una vez más, no hay deslindes. Hay más bien una política editorial de abierto apoyo al salinismo. Esto se ve una vez más tras el asesinato de Luis Donaldo Colosio. Tras calificarlo de "un acto de barbarie" (24 de agosto de 1994), *El Día*

enfila sus baterías no sólo al hecho en sí, sino en general a la necesidad de "cerrar el paso a la violencia sea cual sea la forma que adopte y venga de donde viniera".

Con esto, el periódico refuerza la posición gubernamental, esa que *aprovechó el viaje* y diseñó un discurso anti violencia que a la larga caló en el electorado clasemediero que le otorgó su voto a Ernesto Zedillo.

Finalmente, vale apuntar que el 2 de noviembre --y tras el sexto informe de gobierno de Carlos Salinas--, *El Día* no tuvo sino elogios para el mandatario saliente. "Un sexenio de hechos" es la cabeza del editorial. Después el mensaje: "en nuestra opinión, un juicio valorativo inmediato nos lleva a reconocer que el sexenio del presidente Salinas tiene en los hechos su manifestación más relevante como obra de gobierno". Aún más, *El Día* remata señalando que "uno de los méritos de la administración pública que concluye es haber dirigido y coordinado transformaciones de la magnitud de las reformas emprendidas, sin costosas e insalvables rupturas sociales".

Tenemos pues un periódico que puede calificarse como progubernista y que a la vez cumple el papel de reproductor del discurso oficial. Claro que esto no quiere decir que todo en sus páginas sea igual, pero sí se refleja en los editoriales examinados. *El Día* no se ha podido quitar el estereotipo de periódico (extra) oficial y por el contrario, durante el año 94, esto se fortaleció.

3.2.5 El Financiero

Este periódico fue fundado el 14 de octubre de 1981 por Rogelio Cárdenas Pérez Redondo, quien es su actual director general. Funciona como una Sociedad Anónima de Capital Variable, cuyo directorio lo conforman Alejandro Ramos

(director), Alejandro Zorrilla (director comercial), Rosario Cárdenas de Zorrilla (subdirectora de difusión y promoción), José Luis Barrientos (subdirector de administración), Luis Sarmiento (subdirector de operación), Gustavo Lomellín (coordinador de editores), Javier Ibarrold (coordinador de redacción), Alfonso Barranco (coordinador de Análisis) y Humberto Galdós (encargado de circulación).

La historia de *El Financiero* es una historia corta. Pero vale la pena destacar algunas cosas. Hay que decir por ejemplo que es un periódico que originalmente sólo circuló de lunes a viernes y que en cierta medida era difícil de localizar en los puestos de voceadores.

Paulatinamente, el rotativo se fue consolidando y llegó un momento en el que contó con algunas de las plumas más reconocidas del medio nacional: Miguel Ángel Granados Chapa, Raymundo Riva Palacio, Sergio Sarmiento, Carlos Ramírez.

Esto permitió al diario desarrollar una imagen que lo caracterizó como un periódico crítico pero bien fundamentado y dirigido hacia un lector que podría ubicarse en un estrato social medio-alto. Su misión, llegar a pequeños empresarios, ejecutivos de nivel medio y alto o profesionistas.

La publicidad que aparece diariamente en *El Financiero* permite ver esto último. No se trata de cualquier publicidad, sobresalen los carros lujosos, los equipos de cómputo más sofisticados, las joyas finas, los bienes raíces en sitios exclusivos, los paquetes turísticos a los mejores hoteles, etc.

Ahora bien, el hecho de contar con tal calidad y cantidad de publicidad (el formato del diario en tramos es semejante al de una revista en blanco y negro y papel rústico), parece haber consolidado económicamente al diario, permitiéndole

actuar con relativa independencia y en consecuencia, mantener el tono **crítico** hacia el gobierno que lo ha caracterizado a lo largo al menos del último sexenio.

Hay sin embargo, una suerte de paradoja en el periódico: se dirige hacia un sector social **acomodado**, pero a la vez critica acremente al sistema que de alguna manera ha permitido (o favorecido) esto.

Pero dado que no se trata aquí de solucionar esta cuestión, vale destacar que a últimas fechas **El Financiero** se ha ampliado y crecido notablemente. Prueba de ello es que con motivo de su XIV aniversario, anunciaba que se había convertido ya en "un auténtico periódico nacional, que cuenta con ediciones regionales a lo largo y ancho del país, así como con una importante presencia en Estados Unidos y Canadá mediante El Financiero International Weekly Edition" (16 de octubre de 1995).

Aún más, en la misma nota el rotativo establece que ha redoblado esfuerzos "para hacer de **El Financiero** una empresa informativa que responda a las necesidades de los tiempos... por medio de **El Financiero** Satélite News Service (Finsat) y el desarrollo del moderno banco de datos que constituye El Financiero CD Room" (Ibid).

Adicionalmente --concluye la citada nota--, el diario ha ampliado su "presencia en el terreno de la información con sistemas de alta tecnología" al realizar "alianzas estratégicas con prestigiosas empresas como Reuter, Bridge Information System, Attis y Knight Rider". lo que ha hecho posible "el crecimiento de **El Financiero** y que su contenido se globalice y sea colocado en tiempo real en miles de terminales de computadora de más de 150 países".

Estamos hablando pues de una empresa periodística en **auge** aún en tiempos de crisis. Pero lo que más llama la atención a últimas fechas es que luego de

mantener durante casi un año su precio de portada en cuatro pesos, el lunes 22 de abril del presente año, el diario anunció que gracias a un "acuerdo social" y al apoyo de los anunciantes y la confianza de sus lectores, reduciría su precio de adquisición a dos pesos con cincuenta centavos por número.

En una época en la que todo tiende a subir, realmente ha llamado la atención este hecho. En sí mismo es difícil de explicar, pero vale aquí aventurar unas hipótesis en torno a la baja del precio de portada del rotativo:

a) La cantidad-calidad de la publicidad le ha permitido consolidar una independencia financiera tal que cuenta con recursos suficientes como para absorber la baja de su precio de portada.

b) Ha establecido nexos con algún sector (gubernamental o privado) que le proporciona recursos suficientes como para tomar esta medida.

c) Ha empezado a recibir un subsidio gubernamental.

Por el momento todas las hipótesis son aventuradas y quizás la más descabellada sea la última. Pero hay que señalar que durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, en los resúmenes informativos de prensa que diariamente se preparaban para el presidente y sus principales colaboradores, nunca se incluyó a *El Financiero*, por considerarlo un diario dañino al que no había que revisar. ¿No habrá sido esta postura motivo de algún premio del régimen actual, supuestamente enfrentado al salinismo?

Ahora bien, quizás antes de tiempo se ha dicho aquí que se trata de un periódico crítico. Pero también hay que decir que es **mesurado**. Esto es, sabe llegar hasta donde no afecta realmente al sistema vigente. Podría decirse que su crítica es coyuntural, no estructural.

Con motivo del alzamiento armado en Chiapas, el rotativo publicó el lunes 3 de enero de 1994 que "los hechos de violencia... son un anticipo de que el presente es un año difícil, un año de transición para el país". Con ello, el diario minimizó el conflicto ("que seguramente encontrará una solución en el diálogo") y prefirió enfocarse hacia las "buenas oportunidades pero también los serios desafíos" que implicaba la entrada en vigencia del TLC de Norteamérica.

En otras palabras, el levantamiento del EZLN es visto como una *pedra en el camino*, como un reto más a enfrentar ante el *gran desafío*: la puesta en marcha del TLC. Es esto lo que *El Financiero* ve como estratégico, es allí hacia donde hay que volcar la atención de los lectores, pues en "el plano interno, el camino está definido".

Esta visión es reforzada el 10 de enero, cuando el periódico anota que es necesario "lograr dentro de la ley, una pacificación total que de lugar al diálogo y a la solución civilizada de las querellas", para no dar al traste con el hecho de que "el país logró reordenar sus finanzas e insertarse en los flujos internacionales de comercio y capitales", obteniendo un "amplio reconocimiento en otras latitudes".

Por otro lado, siendo un diario esencialmente para empresarios, *El Financiero* se preocupa más por la cuestión económica que por la política. Esto sucede al menos a nivel institucional, según se observa en los editoriales que el rotativo publica invariablemente cada lunes.

En este sentido, no debe de llamar la atención que tras el discurso de Luis Donaldo Colosio con motivo del aniversario del PRI, el diario prefiriera hacer un comentario en torno a la problemática que para las empresas mexicanas implica la llamada "tramitología", el burocratismo y la corrupción. Nada dice de la autocrítica

colosista y nada comenta en torno a lo que muchos consideraron el mensaje de ruptura con el presidente Salinas.

Sin embargo, llama la atención que el 21 de marzo, cuando la *Caja de Pandora* aún no había sido abierta, *El Financiero* publicó un editorial que tituló "Tiempo nublado", en el que anticipándose a todos los sucesos y actuando con voz de profeta, escribió que "acontecimientos de orden político, económico y social, se han conjugado en las últimas semanas para crear un ambiente de enorme complejidad en cuanto a la evolución del país, donde se ha comenzado a sentir la inestabilidad".

¿Se trató de una obra maestra de **prospección** o fue quizás el canto de alguna sirena que alertó al rotativo? Es difícil establecerlo. Lo cierto es que el 23 de marzo fue asesinado Colosio y que el 24, bajo la esquila de Carlos Salinas de Gortari en la segunda página, *El Financiero* expresaba "su consternación por la muerte del licenciado Luis Donald Colosio Murrieta" y externaba su "más enérgica condena al criminal atentado de que fue objeto".

Para la ocasión no hubo un editorial extraordinario. Fue hasta el siguiente lunes (28 de marzo), cuando el diario invocó a la "racionalidad", señalando que el asesinato prueba "que el país se encuentra en una situación de riesgo" y que para superarla "la nominación del sustituto de Colosio alcanza una dimensión que rebasa, por sus efectos, el ámbito partidista".

En el fondo, este último editorial muestra nuevamente el sello de *El Financiero*: hay que superar el riesgo de la coyuntura (el asesinato de Colosio) para atajar el riesgo del colapso estratégico (la caída del sistema). Por eso, el diario habla de la "dimensión" que alcanza la nominación, porque sabe que de allí depende la confianza, la certidumbre y en dos palabras, el futuro económico del país.

Se trata pues, de un periódico que mantiene su atención fija en las cuestiones económicas, que critica aquello que superficialmente está mal, pero que en el fondo desea la permanencia (y el perfeccionamiento) del sistema económico vigente, es decir de la llamada economía de mercado. En otro ámbito no tendría espacio, no sabría respirar, se quedaría sin fuerzas y sin razón.

Es además, un periódico que cuenta con mucha y muy diversa **opinión** no institucional. Es decir, de columnistas y articulistas. Pero tiene escasa voz propia. Toda la semana prefiere callar para sólo alzar la voz los lunes, tal vez esperando que los vendavales decrezcan, muy probablemente deseando que las aguas vuelvan a su nivel y hagan de su comentario una reflexión que no queme ni congele a nadie, sino que sirve para afianzar el **pragmatismo** de quienes a fin de cuentas ven en busca del dinero y sus beneficios.

3.2.6 LA JORNADA

A diferencia de *El Financiero*, cuya corta vida parte de sí mismo y del desarrollo actual alcanzado, *La Jornada* tiene antecedentes que se remontan al diario *Excelsior* de Julio Scherer y a la salida en tropel de varios de sus principales colaboradores, para fundar el diario *UnomásUno* de Manuel Becerra Acosta.

Periódico crítico, mordaz y de gran calidad, *UnomásUno* llegó sin embargo a un límite cuando Becerra Acosta se vio obligado a abandonar el país.

Para entonces, un grupo encabezado por Carlos Payán y Miguel Angel Granados Chapa, dejaron aquel rotativo y se encaminan a fundar uno nuevo. Es este el origen de *La Jornada*, cuya convocatoria de conformación se efectuó el 29

de febrero de 1984 en el Hotel de México; su primer número salió a las calles el 19 de septiembre de ese mismo año.

Editado por Desarrollo de Medios S.A. de C.V. , una empresa privada de interés público, el directorio del periódico lo conforman Carmen Lira Saade¹³ (directora general), Jorge Farías (gerente general), Julio Hernández y Manuel Meneses (asistentes de dirección), Josexto Zaldúa (coordinador general de edición), Guillermo Baltazar (jefe de redacción), David Gutierrez (jefe de edición), Pedro Miguel (coordinador editorial), Miguel Luna (coordinador de producción) y Marco A. Hinojosa (coordinador de publicidad).

Rápidamente, vale añadir que el diario ha sufrido a lo largo de su corta vida al menos dos momentos críticos. Uno, cuando mediando el sexenio pasado, Granados Chapa (en ese entonces subdirector general y columnista del diario) intentó —sin éxito—, alcanzar el puesto de Payán, lo que lo condujo a salir del rotativo (y con él a algunos de sus seguidores) y otro, cuando la insolvencia económica estuvo a punto de causar crisis a finales de 1993. Miguel Angel Hernández dijo al respecto que de no ser por el levantamiento en Chiapas y los niveles de venta y credibilidad que alcanzó el diario "muy probablemente hubiera desaparecido".

Después, ha habido uno que otro conflicto con el sindicato, lo que condujo a que en abril de 1997 y por primera vez desde que sucedió en *Novedades* por los años 50, un periódico de circulación nacional dejara de salir a las calles debido al estallamiento de una huelga (misma que se resolvió en un día).

¹³ El 6 de junio de 1996 *La Jornada* informó que tras una junta de accionistas convocada para el efecto, Carmen Lira fue electa directora general del diario en sustitución de Carlos Payán, quien hasta esa fecha, había ocupado ese cargo.

Ahora bien, en cuanto al perfil de sus lectores, de acuerdo con la agencia de investigación de mercados IMOP-Gallup México y un estudio que realizó en enero-febrero de 1994, "**La Jornada** llega a un segmento influyente de la generación de los 90: hombres y mujeres jóvenes, con poder adquisitivo, excelente preparación profesional y un profundo interés en las manifestaciones de la cultura".

"**La Jornada** --continúa el estudio--, cuenta con varios miles de lectores entre los líderes de opinión: representantes de la iniciativa privada, funcionarios públicos, miembros de la oposición e intelectuales que toman muy en cuenta la objetividad de la información como el comentario de los editorialistas y articulistas".

En cuanto a la publicidad que aparece en sus páginas, es **escasa** con respecto a **El Financiero**, **El Universal** o **Excélsior**, aunque no tanto como sucede con **El Día**. Resalta la presencia diaria de Multivisión, Canal 11, 22 y Televisa y eventualmente de Gigante, Marlboro o VW.

Además, debe considerarse importante fuente de ingresos para el periódico la gran cantidad de desplegados de agrupaciones políticas, civiles, culturales o no gubernamentales que a diario aparecen en sus páginas. Para dar un ejemplo, el martes 30 de abril de 1996 se publicaron a lo largo de las 63 páginas del rotativo, quince desplegados. De éstos, dos son planas completas con motivo del día del trabajo y cinco firmadas por el Partido de la Revolución Democrática, PRD.

Ahora, al examinar los editoriales de las fechas propuestas, puede observarse que **La Jornada** mantiene una línea crítica hacia el sistema político que representa el PRI-gobierno. Pero lo curioso es que esto en nuestro país significa no quedarse sólo con el lado "amable" de las cosas (que es lo que parece hacer los reproductores del discurso oficial), sino resaltar además el perfil negativo.

Esto, que podría traducirse como *objetividad* (porque se ven las cosas desde el espejo claro y el oscuro), refleja más bien la forma como la intelectualidad de izquierda que publica **La Jornada** ha entendido que puede sobrevivir: criticando pero sin demoler; dando espacios a quien está en contra, pero también a quien está a favor. En pocas palabras, abriendo brecha al manoseado concepto de pluralidad, ese que casi se ha hecho sinónimo de democracia.

En este contexto, es importante resaltar la manera como el diario manejó el conflicto de Chiapas. Al principio (2 de enero de 1994), su voz fue de protesta: "No a los violentos" se titula el editorial y en él se apunta que la "situación es condenable, entendible y delicadísima".

Hay un tono de preocupación en el editorial. Pero hay además calificativos que aparecerán sólo una vez en el diario. Calificativos que pueden deberse a lo inesperado del evento, a que las fiestas decembrinas provocaron que el editorial saliera sin el consenso debido, a la envidia del **izquierdista** que nunca pudo empuñar un fusil para decir su verdad o de plano, al temor de que otro tipo de adjetivos provocaran la ira gubernamental.

Lo cierto es que en ese único editorial, el diario habla de que el lenguaje utilizado por "quienes encabezan el alzamiento" (no les da nombre), encierra los "propósitos... irracionales" y "el delirio (de un grupo) de aventureros" a los que hay que "aislar".

Ya para el 3 de enero el lenguaje de **La Jornada** cambia. Primero, porque identifica a los "rebeldes" como "efectivos del llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional, EZLN". Y segundo, porque hace un llamado para que el conflicto sea canalizado "con la voluntad de todos los actores por la vía de las acciones pacíficas".

Ha habido pues una readecuación en el lenguaje del rotativo, readecuación que se irá profundizando y que lo lleva a que el 7 de enero al comentar el mensaje presidencial del día anterior, diga que "es saludable el propósito gubernamental de brindar protección eficaz a la población civil" y solicite el cese de "los bombardeos que hasta ayer continuaban registrándose en algunas áreas de Chiapas".

Amparada en la sociedad civil y seducida por el subcomandante Marcos, a la larga **La Jornada** irá acercándose cada vez más a las posiciones del EZLN. Esto se reforzará cuando las hostilidades se suspenden y cuando los comunicados del *Sup* proliferan.

Aquí no toca resolver por qué se dio esta situación. Pero lo más evidente es que el gobierno lo permitió, bien porque a final de cuentas los diarios deben reflejar lo que los lectores quieren leer, bien porque en definitiva con esto, se creó un clima de violencia que sirvió para relacionar a los zapatistas con el PRD (a través de la propia *Jornada*) y con ello se perfiló la campaña presidencial del PRI.

Más adelante, en los editoriales revisados no hay cambios sino más bien estabilidad: se presentan los dos lados de la moneda. Así es como se critica. El 7 de marzo del 94, tras el aniversario del Revolucionario Institucional, el diario calificó las afirmaciones de Colosio como "explícitamente autocríticas, tan inusuales como plausibles" y señaló que se trató de un "saludable ejercicio de deslinde" que podía suscitar "resistencias... (e) inercias de las porciones más anquilosadas del partido oficial, de sus sectores y de la burocracia estatal".

Es decir, se remarca la importancia del mensaje, pero se advierten peligros. Para el 24 de marzo, tras calificar el asesinato de Colosio como un hecho que debe ser "inequívocamente condenado", el diario señala que el mismo "constituye

una agresión contra todo el proceso democratizador" y "contra las aspiraciones de paz de la población".

Una vez más, hay un lenguaje **mesurado**. No hay presuposiciones descabelladas, pero sí se dirige la atención hacia la necesidad de consolidar la paz. Esto mismo ocurre tras el asesinato de José Francisco Ruiz Massieu cuando **La Jornada** señaló que el "condenable homicidio" es reflejo de "una violencia desestabilizadora y ominosa", pero que "no proviene de Chiapas... sino de ámbitos todavía indeterminados" (29 de septiembre 1994).

La última parte del editorial citado es fundamental porque marca una distancia extraordinaria con respecto a los demás periódicos consultados: **La Jornada** es el único medio que busca deslindar los hechos, que busca matizar la violencia, que intenta en fin, proteger al EZLN.

El diario fija una postura claramente distinta de *El Día*, *El Nacional* y *Excelsior*. Esto se remarca cuando tras las elecciones del 21 de agosto, sin echar las campanas al vuelo, señaló que si bien los comicios "arrojaron elementos alentadores... también abren interrogantes, incertidumbres y riesgos para el futuro inmediato".

Pero más claro es cuando el 2 de noviembre tras el "informe del fin de sexenio", el rotativo apunta que "la evaluación presidencial de la gestión que llevó a cabo... fue presentado en un ambiente en que la inconformidad de la oposición se manifestó con una intensidad sin precedentes".

Así, mientras los demás diarios reproducen las bondades de lo realizado durante el sexenio, **La Jornada** prefiere si bien reconocer logros macroeconómicos "dificilmente discutibles", también destacar el hecho de que durante el mensaje

hubo "ásperas impugnaciones" que reflejan "los costos sociales" que demandó conseguir lo que Carlos Salinas presentó como éxitos de su mandato.

La Jornada se caracteriza por ser un diario que hace de la crítica un medio para sobrevivir: no ataca por atacar, no molesta por molestar. Prefiere colocar en la balanza lo *bueno* y lo *malo* de un hecho, lo que le ha permitido hacerse de prestigio entre un determinado sector de la población del país.

3.3 Caracterización del contexto político durante 1994

Según se señaló ya en varias ocasiones, cuando se pretende hacer un **análisis de contenido** es preciso tener claro el **contexto** en el que los mensajes a revisar fueron emitidos, pues éste permite entender realmente el significado de lo que en determinado momento se ha dicho. Más concretamente, en este caso, es necesario revisar el contexto **político** que prevaleció a lo largo de 1994.

En este sentido, hay que mencionar aquí que el año se inició con el sorpresivo surgimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, EZLN, del estallamiento del conflicto chiapaneco y con ellos del Sub Comandante Marcos.

Esto vino a alterar radicalmente el calendario político-económico del gobierno: la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de Norte América (TLC), programada justamente para aquellos días, no fue el tema principal, no fue el asunto que ocupara la tinta y el pensamiento de los analistas políticos ni del ciudadano común.

Así, el segundo día del año, los diarios aparecieron plagados con las fotografías de los insurgentes del sur y de titulares que durante mucho tiempo fueron referencias que parecían distantes. "Sublevación en Chiapas" reza la nota

principal de **La Jornada** del 2 de enero y para el 3 escribe, "Chocan alzados y militares".

Se trata de un momento de mucha tensión en el país y de una guerra que muy pronto dejó de ser militar para convertirse en una intensa batalla de **declaraciones** y **comunicados**. Una guerra que para el 10 de enero había provocado un **sisma** en el sistema político. El martes 11, **La Jornada** anunciaba: "Cayó González Garrido; Carpizo a Gobernación" y además: "Manuel Tello a la SRE; Camacho, mediador".

Con este último anuncio, una **escaramuza** se produjo en el país pues al hacerse cargo el exregente capitalino Manuel Camacho Solís del proceso negociador con los zapatistas, muchos analistas hablaron de que prácticamente se estaba auto destacando como candidato sustituto del PRI a la presidencia de la República, toda vez que la candidatura de Luis Donaldo Colosio no parecía terminar de cuajar.

De hecho, a partir del día 12 de enero, los titulares de los diarios tienden a citar insistentemente las declaraciones de Camacho o su actuar como Comisionado para la paz. La situación llegó a ser tal que el día 28 de enero, **La Jornada** publicó que ante priistas destacados, el entonces presidente Salinas manifestó que "Colosio (es) el candidato del PRI" y asentó la ahora célebre frase de "¡que no se haga bolas nadie!", añadiendo que el trabajo de Camacho era "leal y eficaz".

Pero lo cierto es que los grupos políticos están en abierta pugna: Colosio haciendo lo posible por amarrar relaciones y establecer compromisos. Salinas intentando conservar parcelas de poder que pronto perdería. Y Camacho, buscando un escaparate que le diera la posibilidad de estar otra vez en los reflectores políticos.

En adelante todo marchará dentro de una cierta normalidad (se produjo la primera fase del diálogo para la paz entre el gobierno y el EZLN del 21 de febrero al 2 de marzo; fue registrado oficialmente Luis Donaldo Colosio como candidato del PRI el 4 de marzo; planteó el propio Colosio la necesidad de "independizar al PRI" en la ceremonia con motivo del 65 aniversario del tricolor; fue inscrito Diego Fernández de Cevallos como candidato presidencial del PAN el 12 de marzo, etc.). Sin embargo, la hecatombe se produjo cuando fue asesinado Luis Donaldo Colosio, la tarde del miércoles 23 de marzo de 1994.

La mañana del jueves 24, todos los diarios se vistieron de luto. *El Nacional* publicó junto a una fotografía del malogrado candidato: "Mataron a Colosio; dolor e indignación". A partir de ese momento, nuevos **golpes bajos** volverán a producirse bajo la mesa política. La consecuencia será el linchamiento político contra Camacho, al ser acusado informalmente por un sector poderoso del PRI de ser el promotor del asesinato. Además, se produjo el resurgimiento prácticamente de la nada de Ernesto Zedillo Ponce de León, quien el 28 de marzo es *videodestapado* como candidato emergente del tricolor.

Ante este hecho, evidentemente, nuevos **reacomodos** de los grupos políticos se produjeron, hubo nuevas pugnas, quienes surgieron de la obscuridad y quienes desaparecieron para siempre.

Por cierto que en una columna publicada el 6 de diciembre de 1995 en *El Financiero* y en la que Jorge Fernández Menéndez hace referencia al período inmediatamente posterior al asesinato de Colosio, el periodista afirma que las **disputas** llegaron a tal grado que la "noche del viernes (25 de marzo de 1994)... Augusto Gómez Villanueva envió cartas a distintos comités estatales del PRI para que impulsaran la candidatura de (Fernando) Ortiz Arana" y que un día después,

"el sábado 26 en la mañana, Carlos Salinas visitó a Diana Laura Riojas de Colosio y le llevó aquella carta en la que pedía que exculpara a Manuel Camacho y que Diana Laura se negó a firmar en los términos propuestos por Salinas".

Después de varios días de luto, la *normalidad* volvió poco a poco al país y pronto, los nueve candidatos a la presidencia reiniciaron sus campañas políticas, mismas que llegaron a un punto inusitado cuando el 12 de mayo se produjo por primera vez en la historia política del país un **debate** televisivo entre los tres principales candidatos a la presidencia (los abanderados del PRD, PAN y PRI)¹⁴.

La campaña electoral siguió su curso y prácticamente no habrá sobresaltos hasta que el 12 de junio, después de una consulta que duró varios meses, el EZLN anunció que no le satisfacían los Compromisos por una paz justa y duradera que le fueron planteados a principios de año por la Comisión de Paz. Ese mismo día, Manuel Camacho Solís se retiró de la vida política pública (aunque de hecho su participación se había reducido desde el asesinato de Colosio) y anunció que renunciaba a su puesto de Comisionado, siendo nombrado en su lugar Jorge Madrazo Cuellar. En Lomas Taurinas, una misma bala había acabado con las aspiraciones presidenciales de dos hombres.

Sin embargo, la salida de Camacho no dio fin a las **escaramuzas**. Hacia mediados del mes de junio, diversos analistas políticos y los miembros del llamado Grupo San Angel, coincidieron en que existían riesgos de **ingobernabilidad** y de una crisis de **credibilidad** en el país. Sólo el inicio del Mundial de fútbol el 28 de junio, pareció dar pie a un respiro, en realidad fue aprovechado como una **cortina de humo**, pues la lucha por el poder continuó de diversas formas.

¹⁴ Según diversas encuestas, el "vencedor" del debate televisivo fue el panista Diego Fernández de Cevallos. Lo curioso es que cuando su campaña más repuntaba, hubo un período en el que prácticamente desapareció del escenario político. Hubo rumores sobre una posible enfermedad incurable. Hay quien dijo que fue para no entorpecer la campaña de Ernesto Zedillo. La verdad, pocos la conocen.

Pasado el campeonato mundial, las campañas políticas entraron en la recta final. Proliferaron las encuestas y a escasas horas de la votación, se transmitieron por televisión y en vivo, los cierres de campaña de los candidatos del PRD, PAN y PRI.

El 21 de agosto se efectuó la jornada electoral. Cerca del 77 por ciento de los mexicanos empadronados acudieron a las urnas. Al margen de algunos hechos aislados de violencia provocados por la falta de boletas en las casillas llamadas especiales, la jornada se desarrolló con tranquilidad. Diversos conteos rápidos efectuados a la salida de los lugares de votación, dieron esa misma noche como vencedor a Ernesto Zedillo. Días después el resultado se haría oficial. Como segunda fuerza se ubicó el PAN de Diego Fernández. El tercer sitio fue para Cuauhtémoc Cárdenas y el cuarto para Cecilia Soto, abanderada del Partido del Trabajo.

El voto por la paz y la continuidad que ofreció Zedillo resultaron recompensados y el exsecretario de Educación se convirtió en presidente electo. Sin embargo, pronto habrá un nuevo suceso trágico, pues el 28 de septiembre fue asesinado José Francisco Ruiz Massieu, quien apenas dos días antes había sido designado coordinador de la diputación priísta y en consecuencia, seguro líder de la Cámara de Diputados.

Como bien lo apunta Ignacio Rodríguez Reina (1995:36), "los mexicanos escuchaban, sin creer, paralizados y alarmados, que por segunda vez en este año las rivalidades y los rencores entre políticos se saldaban a balazo limpio". Las pugnas que caracterizaron al año, tomaron una vez más su rostro más dramático y más crudo: el enfrentamiento directo, cruento, abierto y cruel.

Contrario a lo sucedido en el caso Colosio, esta vez fueron acusadas varias personas. Se habló de un complot y se involucró a dos priistas de segundo nivel, Manuel Muñoz Rocha y Abraham Rubio Canales. Sólo mucho después —una vez que Zedillo ha tomado el poder y establecido su distancia con Carlos Salinas—, Raúl Salinas de Gortari será acusado formalmente como autor intelectual del asesinato y conducido al Penal de Máxima Seguridad de Almoloya.

Antes, los enfrentamientos y escaramuzas entre políticos siguieron. El subprocurador de Justicia Mario Ruiz Massieu, hermano del exgobernador guerrerense, luego de tomar las riendas de la investigación en torno al asesinato, terminará por abandonarlas y lanzará aquel famoso "yo acuso", en el que implicó a los líderes del PRI, Ignacio Pichardo Pagaza y María de los Angeles Moreno en el asesinato del 28 de septiembre.

Se trató de un nuevo reacomodo de fuerzas, de un nuevo campo de disputa que se abrió. Los políticos ávidos de poder hicieron casi cualquier cosa por alcanzar algún puesto o por no perderlo. Hubo múltiples declaraciones, reclamos y respuestas, todas son reflejo de las distancias abiertas y de las heridas que no dejaron de supurar.

A la postre, Mario Ruiz Massieu abandonará el PRI. Lo hará en medio del escándalo, acusando al tricolor de ser un partido que traicionó sus principios. Pronto, él mismo pagará la afrenta, al ser arrestado en los Estados Unidos y producirse aquel conflicto que no viene al caso desglosar aquí.

La **turbulencia política** fue el marco que dominó 1994. Y esta turbulencia alcanzará inclusive el mes de noviembre. Sin embargo, también hay que reconocer que fue un mes que más bien pareció propicio para el reacomodo de fuerzas, para tomar un respiro y prepararse para los embates que se produjeron en

1995. Por ello, en ese periodo, las baterías parecieron enfocarse hacia la posibilidad de que fuera aprobada en California la Ley anti inmigración 187. Los medios de difusión buscaron en esta nota un respiro, una bocanada de aire fresco.

Pero la lucha siguió, las disputas continuaron. Es en ese momento cuando se produce el conflicto Reforma-Unión de Voceadores. Los políticos entraron a la disputa de los medios y utilizaron a éstos como un nuevo campo en el cual medir sus fuerzas. En el fondo, una vez más, lo que este enfrentamiento refleja, es la lucha incesante que por el poder se dio a lo largo de todo el año.

3.4 A manera de síntesis

Intentando sintetizar todo lo que a lo largo de este capítulo se ha trabajado, es necesario afirmar lo siguiente:

1) La prensa mexicana contemporánea (cuyas bases se establecieron hacia 1910) se caracteriza por:

- a) El hecho de estar constituida por **empresas** que se dedican al periodismo.
- b) La estrecha **liga** que mantiene con grupos políticos y económicos que la utilizan como vocero para alcanzar ciertos fines específicos.
- c) La necesidad de **autocensurarse** para poder circular sin problemas.
- d) Su **aceptación tácita** de que el gobierno la **controla** a través de mecanismos administrativos.
- e) Una **fragilidad financiera** que le resta independencia y la obliga a depender de subsidios o anunciantes.

f) La existencia de medios **subvencionados** que se convierten en voceros oficiosos del gobierno.

II) Dentro de la prensa mexicana (vista ahora como emisor de los mensajes que más adelante se analizarán) existen sin embargo, diferencias. No todo es parejo, hay **matices** a los rasgos generales apuntados. Esto quiere decir lo siguiente:

a) *El Nacional, El Día y Excelsior* pueden catalogarse como periódicos progubernistas que tienen la función de ser **reproductores** del discurso oficial.

b) *La Jornada, El Financiero y El Universal*, son diarios que gozan de cierta independencia con respecto al poder y en virtud de ésta, lo critican cada uno a su modo.

c) Se trata de un periodismo en el que prevalecen dos corrientes encontradas: los diarios que se atreven a hablar aunque sea con limitaciones y los que prefieren ampararse durante --al menos-- cinco años, en el *facilismo* de la reproducción del discurso oficial.

d) Lo anterior no quiere decir que cada periódico sea totalmente crítico o totalmente progubernista. Esta es la característica fundamental que se ha desprendido del análisis de sus editoriales y es la que sirve para catalogarlos como emisores de los mensajes que más adelante se revisarán. Pero por el contrario, en las páginas de todos (aunque con matices), se le da actualmente cabida a comentaristas, articulistas y columnistas que critican en las páginas de los diarios progubernistas y que están del lado gubernamental en los medios que gozan de cierta independencia. Esto se debe a que los diarios han optado por la pluralidad en sus páginas, no sólo como medio para acercarse a más lectores, sino para aparentar en unos casos y para sobrevivir en otros.

III) Finalmente, el año 1994 se caracteriza por generar un contexto político en el que sobresale:

a) La **enconada lucha** de grupos políticos y/o económicos que se enfrentan buscando consolidar, restaurar, reacomodar, realinear o dar origen a importantes cuotas de poder.

b) La **incertidumbre** que genera para el futuro del país no sólo el levantamiento armado en Chiapas, sino los asesinatos de Luis Donald Colosio y Francisco Ruiz Massieu. A la larga, esto significa, ni más ni menos el resquebrajamiento de las leyes no escritas del sistema político mexicano.

c) La **fragilidad** con la que surge la figura de Ernesto Zedillo como candidato a la presidencia, no teniendo grupo político y sin contar con el pleno respaldo de su partido.

d) La **emergencia** de actores políticos que enrarecen la elección presidencial y aún la toma de posesión de Zedillo. Marcadamente, el subcomandante Marcos, el ex regente Manuel Camacho y el propio ex presidente Carlos Salinas.

e) El **clima de violencia** prevaleciente, mismo que luego fue utilizado para afirmar que la única garantía de paz para el país era el PRI.

f) La **carencia** hacia el final del sexenio salinista de un liderazgo que garantizara una transición sin rupturas en el poder y que por el contrario, generó las disputas apuntadas.

g) La **movilización** de la sociedad civil para evitar una salida violenta en el conflicto chiapaneco.

Todos estos puntos, son considerados como **premisas** para el análisis, como **puntos de referencia** que serán utilizados una y otra vez para tratar de entender

en su justa dimensión, no solo lo que explícitamente se dice, sino sobre todo, lo que está detrás de lo aparente.

4. SEGUNDA PARTE DEL ANALISIS

La parte cuantitativa y el cruzamiento de datos

Presentación

Todo lo que hasta aquí se ha realizado, debe considerarse la base, el sustento de esta etapa final del trabajo. En este sentido, la fundamentación teórica e histórica, la descripción del conflicto y sus actores y la caracterización de los medios y el entorno político existente, no son más que los elementos que servirán de base para la realización de lo que podría calificarse como el informe final del análisis de contenido propuesto.

Por cierto que aunque en el capítulo 1 se expuso "El camino elegido para trabajar", hay precisiones que aún es necesario realizar, toda vez que entonces se trazaron las líneas generales de **todo el trabajo**, en tanto que aquí se abordarán particularidades que definen la última etapa del mismo.

4.1 Diseño de conteo y elementos contextuales a considerar

Cuando se eligió a Klaus Krippendorff como guía metodológico principal del trabajo a desarrollar, se hizo partiendo de la idea de que la relación texto-contexto que este autor maneja en su libro *Metodología de análisis de contenido*, se prestaba no sólo para explicar el fenómeno planteado, sino para analizar a los diarios en su rol de mediadores entre los hechos y la sociedad mexicana.

Ahora bien, al avanzar en el trabajo, se hizo evidente la necesidad de acudir a otro tipo de autores que respetando la idea básica de la relación texto-contexto, aportaran otros elementos que ayudaran al trabajo de análisis propiamente dicho.

En el camino y gracias a las recomendaciones de Guadalupe Polo, surgieron Pierre Bourdieu y sobre todo, Teun A. Van Dijk.

El lingüista holandés fue adquiriendo importancia conforme avanzó el proyecto, pues aunque él maneja más bien el concepto de *Análisis crítico del discurso*¹⁵, al comparar parte de su obra con el aspecto general manejado por Krippendorff se vio que era el autor idóneo para apoyar el análisis, pues nadie como él para aportar los elementos que sirvieran para establecer parámetros de conteo y para reflexionar en torno a la relación medios-poder que es lo que en el fondo subyace en esta tesis.

Así las cosas, este capítulo avanzará en dos direcciones centrales. La primera, será la realización de un **conteo** que permitirá establecer inferencias iniciales básicas. La segunda consistirá en la reflexión que se desprenderá del cruzamiento de esa parte cuantitativa con el contexto vigente, la "calidad" de los emisores (institucionales y particulares) y la presencia del poder político.

Antes de explicar un poco más esto último, vale añadir que el universo que se examinó está compuesto por todas las notas informativas, artículos de opinión y cartas abiertas al director que los diarios *El Universal*, *Excélsior*, *El Nacional*, *El Día*, *El Financiero* y *La Jornada* publicaron entre el 1 y el 30 de noviembre de 1994 en torno al conflicto suscitado por aquellos días entre el diario *Reforma* y la **Unión de Expendedores y Vocadores de los Periódicos de México, AC**.

Hay que agregar además que el universo se limita a su vez a lo que **dijeron** quienes de alguna manera se manifestaron en torno al problema y a los titulares que dan pie a esas manifestaciones. Esto es, de las notas informativas no se considera lo que es aporte o visión del reportero, sino solamente lo que alguien

¹⁵ Para Van Dijk, el análisis crítico del discurso sugiere asumir una posición sociopolítica explícita ante el análisis, buscando entender que las relaciones de predominio se sustentan en los actos del habla o del texto.

expresó directamente en torno al conflicto. En el caso de los artículos de opinión en cambio, se toma en cuenta todo lo que a criterio del autor es lo más importante del mensaje emitido, lo mismo sucede con las cartas abiertas o al director.

El hecho de trabajar de esta manera, parte de una noción central: los medios de difusión en general --y el periodismo escrito en particular--, cuentan con un **poder social** muy importante, lo cual significa, siguiendo a Van Dijk, tener el acceso privilegiado a ciertos recursos que son altamente valorados por la sociedad (la riqueza, el nivel social, la fuerza, la educación, etc.).

Esto es, en la sociedad existe la creencia de que los medios cuentan con todos esos recursos --y con muchos otros-- y que además, son capaces de otorgarlos o quitarlos a quienes ellos lo deseen. Aunque esto no es del todo así, lo que sí es cierto es que los medios gozan de cierto poder entre su público, poder que es más bien de tipo simbólico o persuasivo ya que rara vez incide realmente sobre las acciones de la gente.

Pero todo esto viene al caso porque en un artículo elaborado por Teun A. Van Dijk¹⁶, el lingüista holandés señala que por lo general el poder se asocia precisamente al **acceso** a esos recursos que se consideran privilegiados. En consecuencia, **acceder** a los medios es un signo de **poder** porque a los diversos grupos se les puede atribuir mayor o menor poder en tanto el nivel de acceso que tengan a los canales que servirán para presentar su discurso.

A partir de lo anterior, la cuantificación inicial propuesta, servirá para medir los niveles de **acceso**, es decir los niveles de poder que tuvieron durante el conflicto quienes participaron en él.

¹⁶ "Principles of critical discourse analysis", en *Discourse and society* (1993): Copias.

en su justa dimensión, no solo lo que explícitamente se dice, sino sobre todo, lo que está detrás de lo aparente.

4. SEGUNDA PARTE DEL ANALISIS

La parte cuantitativa y el cruzamiento de datos

Presentación

Todo lo que hasta aquí se ha realizado, debe considerarse la base, el sustento de esta etapa final del trabajo. En este sentido, la fundamentación teórica e histórica, la descripción del conflicto y sus actores y la caracterización de los medios y el entorno político existente, no son más que los elementos que servirán de raíz para la realización de lo que podría calificarse como el informe final del análisis de contenido propuesto.

Por cierto que aunque en el capítulo 1 se expuso "El camino elegido para trabajar", hay **precisiones** que aún es necesario realizar, toda vez que entonces se trazaron las líneas generales de **todo el trabajo**, en tanto que aquí se abordarán particularidades que definen la última etapa del mismo.

4.1 Diseño de conteo y elementos contextuales a considerar

Cuando se eligió a Klaus Krippendorff como guía metodológico principal del trabajo a desarrollar, se hizo partiendo de la idea de que la relación texto-contexto que este autor maneja en su libro *Metodología de análisis de contenido*, se prestaba no sólo para explicar el fenómeno planteado, sino para analizar a los diatípos en su rol de mediadores entre los hechos y la sociedad mexicana.

Ahora bien, al avanzar en el trabajo, se hizo evidente la necesidad de acudir a otro tipo de autores que respetando la idea básica de la relación texto-contexto, aportaran otros elementos que ayudaran al trabajo de análisis propiamente dicho.

En el camino y gracias a las recomendaciones de Guadalupe Polo, surgieron Pierre Bourdieu y sobre todo, Teum A. Van Dijk.

El lingüista holandés fue adquiriendo importancia conforme avanzó el proyecto, pues aunque él maneja más bien el concepto de *Análisis crítico del discurso*¹⁵, al comparar parte de su obra con el aspecto general manejado por Krippendorff se vio que era el autor idóneo para apoyar el análisis, pues nadie como él para aportar los elementos que sirvieran para establecer parámetros de conteo y para reflexionar en torno a la relación medios-poder que es lo que en el fondo subyace en esta tesis.

Así las cosas, este capítulo avanzará en dos direcciones centrales. La primera, será la realización de un **conteo** que permitirá establecer inferencias iniciales básicas. La segunda consistirá en la reflexión que se desprenderá del cruzamiento de esa parte cuantitativa con el contexto vigente, la "calidad" de los emisores (institucionales y particulares) y la presencia del poder político.

Antes de explicar un poco más esto último, vale añadir que el universo que se examinó está compuesto por todas las notas informativas, artículos de opinión y cartas abiertas al director que los diarios *El Universal*, *Excelsior*, *El Nacional*, *El Día*, *El Financiero* y *La Jornada* publicaron entre el 1 y el 30 de noviembre de 1994 en torno al conflicto suscitado por aquellos días entre el diario **Reforma** y la **Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México, AC**.

Hay que agregar además que el universo se limita a su vez a lo que **dijeron** quienes de alguna manera se manifestaron en torno al problema y a los titulares que dan pie a esas manifestaciones. Esto es, de las notas informativas no se considera lo que es aporte o visión del reportero, sino solamente lo que alguien

¹⁵ Para Van Dijk, el análisis crítico del discurso sugiere asumir una posición sociopolítica explícita ante el análisis, buscando entender que las relaciones de predominio se sustentan en los actos del habla o del texto.

expresó directamente en torno al conflicto. En el caso de los artículos de opinión en cambio, se toma en cuenta todo lo que a criterio del autor es lo más importante del mensaje emitido, lo mismo sucede con las cartas abiertas o al director.

El hecho de trabajar de esta manera, parte de una noción central: los medios de difusión en general --y el periodismo escrito en particular--, cuentan con un **poder social** muy importante, lo cual significa, siguiendo a Van Dijk, tener el acceso privilegiado a ciertos recursos que son altamente valorados por la sociedad (la riqueza, el nivel social, la fuerza, la educación, etc.).

Esto es, en la sociedad existe la creencia de que los medios cuentan con todos esos recursos --y con muchos otros-- y que además, son capaces de otorgarlos o quitarlos a quienes ellos lo deseen. Aunque esto no es del todo así, lo que sí es cierto es que los medios gozan de cierto poder entre su público, poder que es más bien de tipo simbólico o persuasivo ya que rara vez incide realmente sobre las acciones de la gente.

Pero todo esto viene al caso porque en un artículo elaborado por Teun A. Van Dijk¹⁶, el lingüista holandés señala que por lo general el poder se asocia precisamente al **acceso** a esos recursos que se consideran privilegiados. En consecuencia, **acceder** a los medios es un signo de **poder** porque a los diversos grupos se les puede atribuir mayor o menor poder en tanto el nivel de acceso que tengan a los canales que servirán para presentar su discurso.

A partir de lo anterior, la cuantificación inicial propuesta, servirá para medir los niveles de **acceso**, es decir los niveles de poder que tuvieron durante el conflicto quienes participaron en él.

¹⁶ "Principles of critical discourse analysis", en *Discourse and society* (1993): Copias.

Ahora bien, aquí hay que matizar pues esto será sólo un indicador. No hay que olvidar que junto a la cuantificación, hay que identificar a quien habla, a quien emite el mensaje. En palabras de Pierre Bourdieu, es necesario medir el capital lingüístico del emisor. Esto ayudará también a entender lo que aquí se estudia.

Pero siguiendo con Van Dijk, hay que resaltar que aún y cuando el aspecto de acceso es fundamental, es necesario también hacer un examen de los **titulares** que se manejaron a lo largo de todo el conflicto en los distintos medios examinados. La razón es que el peso específico de estos no radica tanto en su cantidad, sino en el hecho de que a través de ellos es que se maneja el sentido de la información pues muchas veces, el lector se queda tan solo en el titular de la nota. A partir de allí, puede existir una manipulación sobre el lector o al menos, sobre la importancia que cada diario le asigna a determinados hechos o hablantes.

En el trabajo, se recurrirá a todos los titulares porque a través de ellos se refleja el acceso que los medios dieron a los grupos en pugna durante el conflicto y en consecuencia, a los actores que están ocultos pero que se ven reflejados en la manera en que los diarios enfocaron la información.

Hemos visto entonces, tres elementos a contabilizar:

- 1) Las personas que se refirieron al conflicto (medición del acceso).
- 2) El rol dentro del sistema de quienes hablaron de problema (capital lingüístico).
- 3) Los titulares publicados durante el mes de noviembre (clasificación de la información de acuerdo al punto de vista de los medios).

Como se ha dicho, lo fundamental será medir el nivel de acceso y en consecuencia, describir las cuotas de poder que se manejaron en los mensajes emitidos.

La cuestión entonces es, ¿hay pugna entre grupos? ¿Cómo se maneja la accesibilidad de los distintos grupos en los diferentes medios? ¿Los emisores particulares tienen el peso específico suficiente como para considerar que sus mensajes son significativos? ¿Y qué pasa con los medios, reflejan su sentir a partir de los titulares y los artículos de opinión?

A estas interrogantes responderá el análisis cuantitativo. Pero este no tendrá sentido si no se realiza después su cruce con el contexto político que ya se examinó y con los elementos que se manejan a partir de la caracterización de los distintos diarios a revisar y de los actores en pugna. Lo cuantitativo desembocará pues en la reflexión de todos estos elementos. Sólo entonces podrán sacarse conclusiones y para llegar a éstas, habrá que empezar por analizar uno a uno los diarios seleccionados, describiendo los elementos que aquí se han expuesto.

4.2 El conteo, periódico a periódico

4.2.1 El Universal

De los medios examinados, "El gran diario de México" es uno de los que menos información manejó en torno al conflicto. Podría decirse que lo ignoró. Sin embargo, como se verá más adelante, el *silencio* también debe interpretarse.

Lo cierto es que el primer dato interesante es que a diferencia de los demás medios —que publicaron algo en torno al incipiente enfrentamiento el día 4—, **El Universal** no lo hizo, sino hasta el 7 de noviembre. Y curiosamente no se trató de una nota informativa, sino del único artículo de opinión que a lo largo del mes publicó el rotativo.

El comentario, firmado por Alfredo Gutiérrez Kirchner se titula "Idiosincrasias de un periódico" y en él hay un abierto apoyo a la Unión de Voceadores, cuando el periodista apunta: "Los dueños de **Reforma** han tomado un derrotero peligroso... se trata de un enfrentamiento pírrico contra las 21 mil familias cuyos miembros se dedican a esa actividad" y que han "sido honrados reiteradamente por el presidente de la República" (El Universal, 7 de noviembre de 1994).

El día 10, el diario publicó también la única carta abierta que a lo largo del mes presentó en sus páginas. Se trata de un comunicado firmado por el Comité Ejecutivo de la Unión de Voceadores, en el que estos afirman que ellos no acostumbran ser noticia, pues sólo saben venderlas.

Después de diez días de iniciado el conflicto, el periódico en cuestión sólo publicó un artículo de opinión y una carta abierta de la Unión de Voceadores. Posteriormente, a partir del día once, habrá 4 notas informativas.

En cuanto al nivel de **acceso** de que *gozaron* los involucrados, hay que decir que el artículo de opinión y la carta abierta, son dos puntos a favor de la Unión, pues tienen la significación de que a través de éstas, los voceadores se *dan a conocer* a los lectores de **El Universal**, una vez iniciado el enfrentamiento.

En las notas hay además 6 voces de la Unión (todas ellas de personas con cargos directivos dentro del gremio) que acceden al medio y emiten un mensaje, en tanto que una sola vez lo hacen Jorge Carpizo (Secretario de Gobernación) y Alejandro Junco de la Vega (director de **Reforma**).

Si se observa a los emisores de los mensajes publicados, es posible ver que la Unión de Voceadores tuvo un acceso de 6 a 1 con relación al que tuvo el diario **Reforma** y el "mediador" del problema (la Secretaría de Gobernación).

En cuanto a los roles que desempeñan los emisores, hay que decir que hablaron 4 directivos o consejeros de la Unión, un Secretario del Gabinete y un director de periódico (**Reforma**).

Por otro lado, al examinar los titulares que dan pie a las notas y que son importantes porque son éstas las que dirigen la manera como el lector se enfrenta a la información, hay que decir que dos de ellas recogen directamente la visión de los voceadores ("Acuerdan voceadores nacionales no vender, exhibir o vocear **Reforma y El Norte**" y "Pretende El Norte sustituir a voceadores por máquinas, señalan"). Uno más podría considerarse neutral ("Sólo por la vía legal la solución a la pugna Reforma-Voceadores: Carpizo) y el último, parece cuestionar el accionar de la Unión ("Agreden Voceadores de la Unión a repartidores de **Reforma**"). Como se ve, la relación Unión-Reforma se ha reducido dos a uno.

Ahora bien, es importante señalar que los temas que reflejan las notas, denotan que para la Unión de Voceadores y sus emisores es importante destacar tres cuestiones principales:

- 1) El carácter empresarial del diario Reforma ("... no aceptamos que ningún empresario periodístico...").
- 2) El objetivo del periódico de crear un sistema alternativo de distribución ("...la pretensión de los señores Junco de la Vega es imponer un sistema de distribución como el de Monterrey"; "...ahora quieren sustituirnos por máquinas").
- 3) Su disposición a dialogar para resolver el problema ("Las palabras clave son la conciliación y la concertación").

Por su lado, en el único mensaje emitido y luego publicado, Alejandro Junco hizo referencia a la imposibilidad de que **Reforma** dejara de circular para facilitar

un posible diálogo con los Voceadores y aceptó revisar el sistema de distribución en Monterrey (ante los reclamos de la Unión). En este caso, no se puede hablar de temas definidos, sino de mensajes aislados.

Finalmente y como un elemento importante para el cruzamiento que se hará después, hay que decir que la ubicación de las notas, es decir el lugar desde donde fueron emitidos los mensajes son: la casa del voceador (2); la Secretaría de Gobernación (3); y, frente a las instalaciones de El Norte de Monterrey (1).

4.2.2 *Excelsior*

A diferencia de *El Universal*, que se tardó siete días en publicar algo que se relacionara al conflicto Reforma-Unión de Voceadores, el diario *Excelsior* se refirió al mismo desde el día 4 y hasta el 23 de noviembre de 1994. Su cobertura, en consecuencia, fue mucho más extensa aunque al igual que aquél, en "El periódico de la vida nacional", sólo fue publicado un artículo de opinión en torno al conflicto.

Desmenuzando los datos numéricos, hay que decir que en noviembre hubo 12 notas informativas en torno al conflicto. Como ya se mencionó, un solo artículo de opinión y una carta dirigida al director del medio, Regino Díaz Redondo.

En cuanto al nivel de **acceso** al medio, vale destacar que en las 12 notas hay una presencia notoriamente superior de la Unión de Voceadores con respecto a **Reforma**. En números, esto quiere decir que hay 12 mensajes que son emitidos por alguien que representa al gremio (desde su Secretario General, Manuel Ramos Rivadeneira, quien en ese período habló 6 veces del asunto, pasando por su asesor legal, Néstor de Buen y llegando hasta uno que otro representante estatal) y sólo 3 en que son recogidos los puntos de vista de algún directivo o funcionario

de **Reforma**. La relación en este caso, es de 4 mensajes (publicados) que provienen de la Unión por 1 de **Reforma**.

Hay además otros emisores que participan del *diálogo* y cuyos roles vale la pena resaltar: Oscar Levin Coppel (diputado del PRI); Ricardo Perete (presidente de la Asociación de Editores de Periódicos de México); la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP); y, Jorge Carpizo, Secretario de Gobernación.

Ahora bien, los titulares de las notas, al igual que su contenido, dan un matiz que al menos en el aspecto numérico favorecen notablemente a la Unión. En este sentido 7 de las 12 cabezas destacan lo expresado por los dirigentes del gremio ("La Unión no boicotea a nadie ni es monopolio: Manuel Ramos"; "No habrá distribución del diario **Reforma**: Unión de Voceadores"; "Las buenas relaciones con los diarios no se deformarán por una persona: UVEPM"; etc.). Sólo 2 recogen el punto de vista de **Reforma** ("El diario dispuesto a aceptar el diálogo con la UEVPM" y "Piden directivos del diario Reforma la opinión de la SIP"). Las tres restantes se refieren a fórmulas negociadoras para solucionar el diferendo ("Las puertas de AERDIMEX abiertas a ambas partes; "Ayudar a una relación de equidad, ofrecen diputados"; y, "Dialogar, pide Carpizo a diario **Reforma** y a los Voceadores").

Nuevamente, existe una notoria presencia de la Unión de Voceadores, mientras aparece discretamente la voz de **Reforma**. Los demás hablantes (como es el caso del Secretario de Gobernación, Jorge Carpizo), participan también de modo sólo marginal.

Por otra parte, las notas publicadas por **Excelsior** dejan claro que los voceadores al emitir sus mensajes buscaron:

- 1) Calificar al conflicto como una creación de **Reforma** para implantar nuevos canales de distribución en la capital ("... el conflicto con **Reforma** es artificial..."; "... todo el show que ha montado **Reforma**..."; "... se ha creado un conflicto totalmente artificial. Nadie se ha negado a vender ese periódico..."; "... los diputados han sido engañados por Reforma").
- 2) Establecer la diferencia de intereses que ambas partes representan: de un lado el grupo empresarial familiar y del otro un gremio de trabajadores ("Los dueños de **El Norte y Reforma** se han transformado en un monopolio y constituyen un factor de control y opresión sobre los trabajadores"; "Tenemos las manos sucias por la tinta, no de dinero mal habido"; "Los demás periódicos han impulsado las relaciones laborales y comerciales que se tienen con la organización"; "... los dueños de **Reforma** nos quieren presentar como los malos del problema, somos simples trabajadores que empiezan a laborar todos los días a las tres de la mañana"; "... no aceptaremos que **Reforma** trate de venir a oprimir a los compañeros de México").
- 3) Dejar claro que el problema es por la distribución y no político ("No estamos contra la modernidad pero hasta los avances en los sistemas de distribución debe hacerse de manera disciplinada"; "No es un problema de derecho a la información, sino un error de planteamiento"; "Los Junco de la Vega mienten al tratar de aparecer un problema comercial como uno de respeto a la libertad de circulación de ideas"; "La pretensión de la familia Junco de la Vega

es implementar un sistema de distribución como el que prevalece en la región noroeste este del país..."; "El problema es comercial, no político...").

Por su lado, Alejandro Junco de la Vega, director de **Reforma**, apenas alcanzó a articular un discurso enfocado a remarcar que el conflicto no se reduce al ámbito mercantil ("Este es una lucha que va más allá de un asunto mercantil: es una lucha en favor de las libertades que son de toda la ciudadanía").

Al igual que en **El Universal**, los otros mensajes reflejan tonos conciliadores, excepción hecha el de la SIP que desde Miami solicita "la intervención del Secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, por cuanto la Unión de Voceadores de prensa está violando la libertad de expresión al interferir sobre la libre distribución de **Reforma**".

En cuanto a la ubicación desde la cual fueron emitidos los mensajes, destaca la diversidad de sitios desde los que se habló del tema, lo mismo la Casa del Voceador que el Teatro del Congreso del Trabajo; el Palacio Legislativo de San Lázaro que la Secretaría de Gobernación.

Ya para finalizar, debe mencionarse que el artículo de opinión publicado por Raúl Trejo Delarbre está escrito claramente a favor de **Reforma**. En él, el periodista señala que "la libertad de expresión no puede ser sometida a intereses gremiales" y apunta que la reforma del Estado debe pasar necesariamente por la actualización de "los medios y sus vínculos con sus públicos" (**Excélsior**, 6 de noviembre de 1994).

Lo contrario ocurre con la única carta abierta que publica el rotativo y que éste presenta el 23 de noviembre de 1994. En ella, el doctor Manuel Campuzano Fernández escribe a Regino Díaz Redondo que "los mexicanos sabemos que

existen dos países diferentes: uno más rico, que tiende a la modernidad. Otro pobre. La Unión de Voceadores pertenece al México pobre. Pero según la modernidad, su trabajo debe hacerlo el México rico... ¿Podemos sospechar una consigna para que el corporativismo arrase al cooperativismo y atropelle los intereses de 20 mil familias humildes?”.

Como se verá, *Excelsior* da mucho material para la reflexión que más adelante habrá que hacer, cuando se examinen estos datos numéricos y fríos, con un contexto caliente y complejo.

4.2.3 El Nacional

Al hacer el **conteo** de lo que *El Nacional* publicó en torno al conflicto Reforma-Unión de Voceadores, el primer dato que salta es que en este rotativo no hay un solo artículo de opinión que se refiera al asunto. Hay en cambio, 5 notas informativas (las cuales fueron publicadas entre el 4 y el 16 de noviembre) y una carta abierta (la que el Comité Ejecutivo de la Unión envió a los medios impresos *nacionales*).

Otro elemento que es interesante destacar, es que se trata de notas breves y que están ubicadas discretamente a lo largo de las ediciones respectivas. Una vez más, parece haber la intención de ignorar (¿ocultar?) el problema.

Ahora bien, al examinar el nivel de **acceso** que tuvieron las partes, destaca el hecho de que en las 5 notas informativas, aparecen publicadas 6 voces que representan a la Unión (su dirigente, Manuel Ramos destaca con 2 apariciones), por 2 que expresan el sentir de *Reforma* (Germán Dehesa, articulista y Alejandro Junco, director). La relación de los mensajes publicados es entonces de 3 que

surgen de la Unión, por 1 que es impulsado desde **Reforma** y luego publicado por **El Nacional**.

Vale destacar además que al asunto también se refirieron (según lo que se desprende de lo que publicó el rotativo en cuestión), los diputados R. Sosamontes (PRD), H. Escudero (PAN) y O. Levin (PRI); Mariano Palacios Alcocer (dirigente nacional de la CNOP); y Jorge Carpizo, Secretario de Gobernación. La voz de todos, aparece una vez en las páginas del periódico del gobierno.

En cuanto a los roles de quienes hablaron de alguna manera del conflicto, hay evidentemente mayor diversidad de lo que recogieron **Excelsior** y **El Universal**. Aquí se observa mayor participación de la LVI legislatura, la presencia del líder de uno de los sectores del PRI y la de un secretario de Estado.

En **El Nacional**, el nivel de **acceso** al medio sigue siendo un dato que establece una presencia fuerte de la Unión de Voceadores, por una discreta de **Reforma**. Esto sin embargo, no es tan claro cuando se revisan los titulares publicados.

En este sentido, hay que apuntar que lo más notorio en las cabezas es que éstas hablan en dos ocasiones de la necesidad de alcanzar una solución negociada al diferendo ("Decide la Cámara mediar en el Caso Reforma-Voceadores" y "Dirimir diferencias demanda Carpizo a la Unión y al **Reforma**"). Una más habla de los enfrentamientos derivados del problema ("Riña de voceadores contra vendedores de Reforma) y otras dos recogen disposiciones adoptadas por la Unión ("Deciden voceadores no distribuir **Reforma**" y "Los diputados locales no deben intervenir en el caso Reforma: voceadores de Nuevo León").

Hay que añadir que *El Nacional* publicó el día 10 en su página 32 el desplegado de la Unión titulado "Los voceadores no acostumbramos ser noticia... sólo sabemos venderlas".

Los datos arrojan entonces una nueva presencia mayoritaria de la Unión de Voceadores sobre *Reforma*, lo cual será analizado cuando se confronten los datos numéricos y los contextuales.

Por el momento, falta referirse a los temas que arroja la lectura global de las notas. Al respecto, hay que decir que los líderes de la Unión de Voceadores (según lo que publicó *El Nacional*), enfocaron sus mensajes de tal manera que intentaron reflejar el trato hostil que recibieron de la empresa periodística que es *Reforma*, hasta el punto de pedirle una disculpa para reiniciar la distribución del rotativo ("Lo que pretende la empresa es humillar a los compañeros voceadores"; "La Unión decidió no manejar *Reforma* hasta que esa casa editorial le pida una disculpa a la Unión por todo el show que ha montado y las mentiras que ha dicho").

Por su parte, de acuerdo a lo publicado, *Reforma* intentó remarcar el papel monopólico del gremio ("La Unión de voceadores se ha convertido en un monopolio y quiere marcar las pautas...") y la naturaleza del conflicto ("... Junco de la Vega rechazó cualquier condicionante que limite su derecho a la libertad de expresión y circulación").

Finalmente, hay que apuntar que de acuerdo con *El Nacional*, los lugares desde donde se emitieron los mensajes fueron: La Cámara de Diputados (3) y la Secretaría de Gobernación (2).

4.2.4 El Día

De los periódicos revisados hasta ahora, *El Día* es sin duda, el medio que más cobertura dio al conflicto. Esto se refleja tanto en las 8 notas informativas, como en los 7 artículos de opinión y las 3 cartas que el rotativo publicó entre el 4 y el 25 de noviembre de 1994.

Hay además, un aspecto fundamental a destacar: el 11 de noviembre, cuando más fuerte estaba el diferendo, el periódico en cuestión publicó por primera vez un cintillo que hasta hoy aparece en cada una de sus ediciones: "El Día está con los voceadores" es el doble mensaje que el periódico desplegó inicialmente en páginas centrales y que hoy aparece en su contraportada cada mañana. La intención es clara, manifestar tanto que el rotativo puede conseguirse con los voceadores, como --y sobre todo--, que los apoya.

Este apoyo se refleja en el hecho de que de las 20 ocasiones en que alguien se refirió al conflicto, 8 veces hablan dirigentes de la Unión de Voceadores; sólo 2 ocasiones lo hace Alejandro Junco, director de *Reforma*; y, en 10 oportunidades se expresan diputados de las tres principales fuerzas políticas del país (H. Roque Villanueva, PRI; Ofelia Casillas, PRI; Manuel Marcué, PRD; Teresa Gómez Montt, PAN; y, Adolfo Aguilar Z.) y el Secretario de Gobernación, Jorge Carpizo.

Pero el apoyo a *El Día* se refleja además en el hecho de que de los 7 artículos de opinión publicados, 5 están totalmente a favor de la Unión y sólo 2 (publicados ambos por Marco Levario Turcott) reflejan una posición que se aproxima a la del diario *Reforma*.

Por cierto que vale la pena añadir a este respecto que *El Día* se esfuerza por erigir un discurso en el que busca:

- 1) Remarcar el carácter gremial de la Unión y el empresarial de **Reforma** ("El pleito está colocado en materia laboral. Los voceadores tienen razón en defender sus bases de trabajo..."; "**Reforma** defiende intereses corporativos y empresariales"; "Ni **Reforma** ni nadie tiene derecho a la impunidad en clara agresión a la clase trabajadora...").
- 2) Negar el papel monopólico de la Unión ("Lejos de que pueda considerarse un monopolio, los voceadores de México han garantizado el derecho a la información de la sociedad mexicana...").
- 3) Exaltar la labor de los voceadores ("Los voceadores aseguran el libre flujo plural informativo y de opinión").

Por otro lado, es interesante observar que de los titulares que dan pie a las notas, 6 recogen expresiones de algún representante de la Unión de Voceadores ("El conflicto es artificial, **Reforma** sólo busca publicidad: Manuel Ramos"; "Exigen voceadores una disculpa de Reforma"; "Los voceadores sólo defienden los derechos laborales ante **Reforma**"; etc.), 2 cabezas retoman posiciones neutrales ("Protagonizaron riña voceadores y vendedores"; y "Exhorta Carpizo a un diálogo entre los Voceadores y Reforma") y ni una sola vez aparece publicado un titular que refleje el sentir del hermano menor de *El Norte de Monterrey*.

El nivel de acceso a *El Día* está muy claro: por cada 4 ocasiones que habló algún dirigente de los Voceadores, lo hizo una sola vez Alejandro Junco, director de **Reforma**. Aún más, de cada 6 titulares que dan pie a las notas informativas y en las que se recoge la voz de algún miembro del gremio de los voceadores, no aparece una sola que recoja lo expresado por algún directivo del diario de

Alejandro Junco. Y, finalmente, por cada 2.5 artículos de opinión de *El Día* que apoyan a la Unión, hay sólo uno que está escrito a favor de **Reforma**.

Ahora bien, al examinar los mensajes emitidos por los líderes de la Unión y que fueron recogidos por *El Día* durante el mes de noviembre de 1994, puede observarse que en ellos, la directiva de los Voceadores buscó:

- 1) **Negar su carácter de monopolio**, atribuyéndole este rol al propio **Reforma** ("La Unión no es un monopolio porque la Constitución es clara en el sentido de que las asociaciones de trabajadores no pueden incurrir en monopolios"; "El periódico *El Norte*, filial de Reforma, es un verdadero monopolio"; "No hay monopolios, no hay violación constitucional ni a las garantías porque se trata de un conflicto entre particulares").
- 2) **Acusar a Reforma de intentar implantar un nuevo sistema de distribución** que acabara con el gremio de los voceadores ("El trasfondo del conflicto es la fundación de una distribuidora de periódicos y revistas a través de máquinas expendedoras..."; "*El Norte* ha violentado durante largos años el derecho a los voceadores de asociarse... ahora pretende sustituirlos por máquinas").

Por su lado, Alejandro Junco, apenas pudo articular un par de mensajes en los que señala que los legisladores recibieron bien a los directivos de **Reforma**, lo que lleva a pensar que "hay total acuerdo entre todas las fracciones parlamentarias de que el pueblo de México se merece una nueva visión..." y acusa a la Unión de haber generado "actos violentos en contra e los microempresarios de su diario".

Hay en *El Día*, otro dato cuantitativo importante. A este medio la Unión lo *privilegió* con una carta en la que Manuel Ramos Rivadeneira, su secretario

general, agradece "la valiente y decidida actitud de apoyo (del periódico) a quienes tenemos el privilegio de distribuir esa prestigiosa publicación". Los comentarios por ahora sobran, pero este es un elemento fundamental a la hora de hacer la reflexión.

Finalmente, cabe mencionar que según el diario del gallito, la ubicación desde la cual se emitieron los mensajes en torno al conflicto pasa por la Cámara de diputados (5), el Auditorio del edificio del Congreso del Trabajo (2), la Casa del Voceador (1), la Secretaría de Gobernación (1) y frente a las oficinas de **El Norte** de Monterrey (1).

4.2.5 El Financiero

Entre el 4 y el 15 de noviembre de 1994, **El Financiero** publicó 7 notas informativas, 4 artículos de opinión y una carta abierta en torno al conflicto **Reforma**-Unión de Voceadores. Esto es, se trató de un diario cuya cobertura en torno al caso examinado, fue más bien escasa.

Al examinar el nivel de **acceso** de los participantes, hay un hecho que llama mucho la atención. Un conteo inicial indica que en torno al asunto hablaron 6 voces que representan a la Unión de Voceadores por tres que defienden la posición de **Reforma**. La relación es de 2 a 1. Sin embargo, al ver con más detalle, resulta que en las notas informativas examinadas se exponen voces aparentemente neutrales, pero que envían mensajes que pueden interpretarse como de apoyo al diario *rebelde*.

Así, **El Financiero** recoge las voces de Jesús Cantú (propietario del diario **El Porvenir**) y José López (jefe de circulación del **Diario de Monterrey**) quienes

coincidieron en que "es positivo que se rompan los monopolios en la distribución de los periódicos"; Manuel Marcué (diputado de PRD) señaló que es necesario "que se investigue si hay algún móvil político instrumentado por otras empresas periodísticas en contra del diario **Reforma**"; y, Carlos Salinas (entonces presidente de México) reiteró su respeto "a los derechos constitucionales que asisten a los editores de periódicos para definir y decidir libremente sus mecanismos de comercialización y venta".

A parte de que el peso específico del último de los hablantes habría que examinarlo por separado, vale destacar que estas voces hacen que el nivel de acceso que se refleja en las páginas de **El Financiero** sea prácticamente igual.

Con esto, se tiene que a diferencia de los otros diarios examinados, **El Financiero** dio mucho más espacio a aquellas expresiones que de alguna manera apoyan a **Reforma**. Dentro de éstas —como ya se dijo—, está la voz del ex presidente Carlos Salinas. Lo curioso aquí es que sólo este diario y **La Jornada** recogieron su expresión, lo cual quiere decir que como hablante, el mandatario está perdiendo el capital lingüístico de que dispuso a lo largo de todo el sexenio que encabezó.

En cuanto a los temas que abordan las partes, es posible decir que con los mensajes emitidos, la Unión de Voceadores buscó:

- a) Presentar el conflicto como algo fabricado por **Reforma** con fines publicitarios (el periódico "armó un conflicto artificial por una cuestión meramente publicitaria"; "la Unión dejará de vender el periódico **Reforma** hasta que su presidente se disculpe públicamente del show publicitario que ha montado y las mentiras que ha dicho").

b) Destacar el carácter gremial de la agrupación ("se trata de un problema laboral... los trabajadores tienen derecho a no trabajar en los días de descanso obligatorio").

Por su lado, Junco de la Vega y los suyos generaron un discurso encaminado a caracterizar el enfrentamiento como una lucha por "la libertad de comercio, por la libertad de prensa y por la libre circulación de los medios impresos".

Ahora bien, al examinar los artículos de opinión que publicó *El Financiero*, es claro el apoyo que este rotativo dio a Reforma. En este sentido, 3 de los 4 comentarios publicados están escritos a favor del hermano menor de *El Norte* de Monterrey. Aquí, basta con mencionar que Emilio Rabasa Gamboa escribió el 7 de noviembre que "no es problema de cantidad de asuetos lo que está en juego sino el principio de la libre manifestación y circulación de las ideas consagrado en el artículo 4to. constitucional". Y añadió: "hay que apoyar a quienes intentan sepultar al autoritarismo laboral".

Por su lado, Luis Pazos apuntó en la misma fecha que "el boicot que los voceadores le hacen a Reforma resulta inconstitucional" y que ante "monopolios" como el que representa la Unión, él prefiere seguir apoyando "el salinismo, el libre mercado y la libre distribución".

Finalmente, hay que decir que *El Financiero* publicó su última nota referente al conflicto el día 15 de noviembre. Lo curioso es que ésta recoge la expresión de Jorge Carpizo (entonces Secretario de Gobernación), quien expresó que "el diferendo debe ser superado con la aplicación estricta del derecho". Tal pareciera que el mensaje fue interpretado por el rotativo como la necesidad de no

ahondar más en el problema, de dejarlo hasta allí y de no "importunar" a la opinión pública con este asunto.

Nos encontramos pues ante un diario que en los artículos de opinión apoyó abiertamente a **Reforma**, que dio un notorio espacio a voces afines a este rotativo y que prefirió tratar el asunto apenas durante 11 días.

4.2.6 La Jornada

Si bien **La Jornada** publicó tan sólo 2 artículos de opinión y una carta al director en torno al conflicto **Reforma**-Unión de Voceadores, publicó 12 notas informativas en torno al diferendo suscitado en noviembre de 1994.

Dato interesante es también que de los 6 periódicos revisados, es el único rotativo que el 10 de noviembre no hizo alusión y mucho menos publicó el desplegado del Comité Ejecutivo de la Unión de Voceadores titulado "Los voceadores no acostumbramos ser noticia..." Esto es importante porque refleja que este diario no se puso alegremente --como si lo hicieron algunos otros--, al servicio del canal de distribución por excelencia de los medios impresos capitalinos.

Ahora bien, al examinar el nivel de acceso que los protagonistas del conflicto tuvieron a las páginas de **La Jornada**, hay que decir que entre el 4 y el 29 de noviembre hubo 20 voces que en las notas informativas publicadas, se refirieron al problema. De estas, 6 reflejan el sentir de **Reforma**, 8 recogen lo expresado por algún dirigente del gremio y 6 son manifestaciones de diversas figuras políticas nacionales.

Lo primero que salta con estos datos es la práctica paridad que tuvieron los dos grupos que abiertamente se manifestaron en pugna. Este equilibrio (que no se manifestó más que en otro rotativo) parece acentuarse si se toma en cuenta que dentro de las figuras de la política nacional que dijeron algo en torno a la pugna, está la voz del expresidente Carlos Salinas, quien en un práctico apoyo al hermano menor de *El Norte* de Monterrey --y según se lee el 9 de noviembre en una nota sin firma--, manifestó que "el gobierno afirma en la práctica y reitera su respeto a los derechos constitucionales que asisten a los editores de periódicos y revistas para definir y decidir libremente sus mecanismos de comercialización y venta".

Si se interpreta la voz presidencial como apoyo a *Reforma*, resultaría entonces que este diario tuvo un nivel de acceso (práctico) con relación a la Unión de Voceadores de 1 a 1. El periódico capitalino tuvo pues espacio para manifestarse, no hubo cortapisas ni frenos.

Vale agregar que las otras voces que se manifestaron corresponden a 3 diputados (Manuel Marcué, PRD; Hiram Escudero, PAN; y, Oscar Levin, PRI), uno más es de la Comisión Federal de Competencia de la SECOFI y la última del Secretario de Gobernación, Jorge Carpizo.

Ahora bien, antes de continuar hay que decir que *El Financiero* y *La Jornada* son los únicos dos medios revisados que recogieron el mensaje del expresidente Salinas. ¿Por qué ocurrió esto? Creo que aquí está parte de la clave de todo: el capital lingüístico del expresidente estaba a noviembre de 1994 prácticamente agotado. Además, su poder real se estaba reduciendo notablemente. Al combinarse esta doble pérdida con el ascenso paulatino del nuevo *Tlatoani* (Ernesto Zedillo), los grupos políticos a los que representan los medios examinados se encuentran desubicados, intentando quedar bien con el

grupo que viene (y que estará en el poder al menos seis años) o de plano intentando distanciarse de la figura que con los meses caerá en desgracia.

En la prensa como en los grupos políticos hay incertidumbre. Pero mientras unos (*La Jornada* y *El Financiero*) apuestan al avance de nuevas formas en las relaciones políticas y sociales, los restantes se ciñen a los viejos modos, con la esperanza de que estos los libren del peligro que acarrea la duda. Por eso dan tanto espacio a la Unión de Voceadores (la tradición que permanece) y por ello se lo niegan al propio ex presidente (el poder agotado).

Ahora bien, para poder fundamentar esto, hay que añadir que al examinar los titulares publicados por *La Jornada*, se nota igualmente, una mayor presencia del grupo al que representa Alejandro Junco y el periódico *Reforma*.

Esto quiere decir –por ejemplo– que el diario que dirige Carmen Lira es el único que inicia el seguimiento informativo del enfrentamiento destacando lo hecho por los directivos de *Reforma* y no lo manifestado por los voceadores. Así, el 4 de noviembre, *La Jornada* cabeceó: "Protestan directivos y editores del diario *Reforma* por boicot de voceadores".

Aún más, el día 5, no hay aún una voz de los voceadores que resalte en los titulares y no es sino hasta el siguiente día, cuando la cabeza de la nota respectiva manifiesta: "Busca *Reforma* crear un sistema alterno en el reparto: voceadores".

En adelante, prácticamente hay una relación de 1 a 1 en cuanto a la manera como este periódico titula las 12 notas que publicó a lo largo del mes de noviembre. Así, un día dice: "Voceadores: *Reforma* no circulará en las calles" y otro: "SIP: inaceptables las condiciones de la Unión a *Reforma*".

Cabe destacar además que 5 de los titulares publicados, pueden considerarse neutrales ("Intervendrá Gobernación en el conflicto *Reforma*-Unión

de Voceadores"; "A la Comisión de Competencia el caso **Reforma**-Unión de Voceadores"; "Llama Salinas al diálogo en el caso **Reforma**-Unión de Voceadores"; y, "Se margina Gobernación del caso **Reforma**".

Por otro lado, al detenerse en los temas que se desprenden de lo dicho por las partes, resulta que la Unión de Voceadores (según lo publicado por **La Jornada**), buscó:

1) Destacar su papel de organismo defensor de los derechos de sus agremiados ("El objetivo de **Reforma** es crear un sistema alterno de distribución... y eventualmente desplazar a 20 mil personas agrupadas en la Unión"; "No aceptaremos las reglas que pretenden imponer los empresarios de **Reforma** en perjuicio de más de 20 mil distribuidores de periódicos en la capital"; "La Unión de Voceadores tiene una posición que defenderá hasta sus últimas consecuencias: las calles de la Ciudad de México son exclusividad de nuestros agremiados").

2) Explicar su versión en torno a lo que impulsó a **Reforma** a iniciar la disputa ("**Reforma** ha establecido una gran campaña publicitaria debido a que sus ventas son muy bajas..."; "El origen del problema está en la pretensión de **Reforma** de trabajar los 5 días de descanso obligatorio...").

De su lado (y siempre según **La Jornada**) los temas abordados por Junco de la Vega y los suyos buscaron:

1) Ubicar el conflicto como un diferendo que va más allá de un problema de distribución ("... exigimos que se respete el derecho constitucional en materia de circulación informativa y criticamos toda forma de monopolio"; "... debe terminarse con la costumbre de varias décadas... que implica una situación de control emanada del poder político o del acaparamiento de

recursos..."; "... están en juego derechos como el que tiene el lector de determinar con su pago cuál es el periódico que desea leer...").

2) Manifiestar que dialogarán con los voceadores siempre y cuando no existan condiciones previas ("Es necesario que la Unión de Voceadores retire sus prerequisites para dialogar pues a priori no nos obligará a renunciar a los derechos que defiende **Reforma**..."; "Las dos exigencias presentadas por la Unión de Voceadores para el inicio de las conversaciones son inaceptables y una flagrante violación a la libertad de prensa").

Por si no fuera suficiente el espacio que **La Jornada** otorgó a **Reforma** y la manera como manejó los titulares, el diario publicó además dos artículos de opinión claramente a favor del periódico de Junco. El primero, firmado por José Blanco y titulado *Vicios privados* apunta que "el diferendo ha sacado a flote un deplorable e inadmisibles estado de cosas en la distribución de los diarios y las revistas en la Ciudad de México: el privilegio monopolizado de un grupo cerrado y la coalición con fines vedados al resto de los mortales..."

El periodista añade que "la conformación de una sociedad moderna, abierta y democrática, exige la eliminación de los privilegios" (11 de noviembre de 1994).

El segundo comentario es de Ruy Pérez Tamayo. *En torno al periódico Reforma* es el encabezado. En él, el autor señala que "a finales de 1994 pretender seguir controlado las políticas de publicación y distribución de los diarios en función de los intereses mezquinos del poder político es anacrónico y absurdo".

Los dos comentarios son evidentemente, favorables a **Reforma** y adversos a la Unión de Voceadores. Sin embargo, hay que señalar que además de argumentos razonables, el segundo comentario está cargado de aspectos que van

más allá de lo entendible y que caen en la descalificación barata de la Unión, al apuntar aspectos banales como que los "nuevos" vendedores eran "muchachos y muchachas bien, muchos de ellos portando una chamarra blanca y muy limpia... caballeros sonrientes, pulcros y amables, señoras de la mejor sociedad..." (28 de noviembre de 1994).

¿Por qué recurrir a ese lenguaje? ¿Por qué hablar de muchachos "bien", de "señoras de la mejor sociedad". Esto no tiene nada que ver con el problema y es parte de lo que desató la molestia de los voceadores. Por eso en su desplegado dijeron tener las manos sucias, "pero de tinta" y por eso una y otra vez reclamaron la disculpa de **Reforma**. Pérez Tamayo utilizó un discurso que no venía al caso y en mucho, parece representar la voz de quienes quisieran que lo "feo" se ocultara y lo bonito reluciera, que el maquillaje tapara la miseria o que la pintura borrara de un brochazo lo que el tiempo ha afejado.

Hay en el fondo, un mensaje discriminador extraño. Lo curioso es que es **La Jornada** la que le da cabida. Claro que no hay que olvidar que todos los periódicos tienen que dar su *cuota* y no sería raro que este hubiera sido el precio que le tocó pagar a este diario por estar en el fondo, contra del grupo de los voceadores.

Pero para no meternos en honduras, hay que decir finalmente que la única carta abierta que **La Jornada** publicó (29 de noviembre), es el reclamo de un lector ante el hecho de que el diario "que enarboia desde hace años la bandera de la sociedad civil", haya apoyado "a la mafia corporativista" y haya "incurrido en falta de solidaridad con sus colegas".

La carta es cuestionable por lo dicho. Comparativamente, **La Jornada** es quien más espacio dio a **Reforma** y eso ya es un signo de apertura hacia este

diario. Por otro lado, los titulares y artículos de opinión hablan de la simpatía del rotativo dirigido entonces por Carlos Payán hacia el de Alejandro Junco.

La Jornada es finalmente, un diario que apostó por el cambio. Y los grupos políticos a los que representa, creyeron que el futuro era la época de la transición, por eso hicieron por desenmascarar el papel de los voceadores aunque para ello hayan caído en la crítica a veces barata y de mal gusto.

4.2.7 Cruzamiento de datos con el contexto y los emisores

Para poder entender los datos que se han obtenido y sobre todo, para interpretarlos, hay que empezar por señalar que los mensajes emitidos y luego publicados, se produjeron en un **contexto** caracterizado por la enconada lucha de grupos políticos y económicos que buscan consolidar, restaurar, reacomodar, realinear o dar origen a importantes cuotas de poder; por la incertidumbre ante el levantamiento en Chiapas y los asesinatos políticos; por la fragilidad con que emerge la figura del futuro presidente, Ernesto Zedillo; por el clima de violencia imperante; por la carencia de un liderazgo que garantice una transición sin rupturas en los grupos de poder; y, por la movilización y beligerancia de la sociedad civil.

Se trata de un contexto político tormentoso. El fin del sexenio no parece sino plantear dudas e interrogantes. La fuerza que a lo largo del sexenio acumuló el salinismo parece reducirse cada día y no se ve quien asuma el timón de ese barco que se llama México.

Analizar si esta pérdida de sentido fue maquiavélicamente calculada, ya es tema de otro trabajo. Lo que aquí debe rescatarse es que ese clima político es el que enmarca los mensajes emitidos en noviembre de 1994. En consecuencia, su

examen debe partir por entender que en país hay incertidumbre, golpes bajos y falta de dirección política.

¿Cómo se refleja esto en los mensajes? En primer lugar, en la manera como los diarios reaccionarán ante el conflicto Unión de Voceadores-*Reforma*. Punto común es el desconcierto inicial.

En el caso de *El Universal*, este desconcierto --que se explica si se parte de la idea de que inicialmente apoyó abiertamente la candidatura de Colosio y luego tuvo que buscar el reacomodo político--, lo condujo a manejar discretamente la información. Sin embargo, una vez que publicó el artículo de opinión a favor de la Unión de Voceadores, su apoyo hacia esta fue total.

El Universal abrió de par en par sus puertas al gremio de los voceadores y prácticamente se las negó a Alejandro Junco. Con ello, pareció percibir que la coyuntura política exigía prudencia, que era necesario mantener la calma y que valía más acercarse a los mecanismos del sistema que arriesgarse. Por esto y quizás también por las dudas en torno al asesinato de Colosio, este periódico anuló a Carlos Salinas, lo borró de sus páginas en este tema y prefirió dárselas a quienes representaban la estabilidad dentro de la incertidumbre.

El gran diario de México al sentirse traicionado por una parte del sistema, optó por guareserse en el rincón añejo de otra parte de éste, esperando la llegada de tiempos mejores y de aires más frescos.

Excelsior tuvo una conducta distinta. Su primera reacción fue favorecer los vientos de cambio en la distribución impulsados por *Reforma*. Esto se ve claramente en el artículo de primera plana en el que Raúl Trejo apoya la decisión de Junco de la Vega y los suyos y critica abiertamente al (casi) monopolio de los voceadores.

Con este mensaje, *El periódico de la vida nacional* parece acercarse a lo que pocos días después será el lenguaje presidencial. Hay una cercanía que lo mantiene dentro del rango de reproductor del discurso oficial con que fue caracterizado en su momento este rotativo. Sin embargo, al medir los niveles de acceso, los titulares y como recogió los temas abordados por las partes, es fácil advertir la preferencia que al final tuvo el diario por la Unión de Voceadores.

Aquí habría que añadir un elemento más: en *Excelsior* está fresca la memoria de aquella mañana cuando los voceadores prefirieron no distribuirlo (ante supuestos ataques recibidos desde sus páginas). La edición de un día, casi se perdió. Esto ayudó sin duda a que el diario estableciera distancia con respecto a *Reforma* y que se acercara a quienes a través de la Unión ejercen presiones sobre los medios.

Tal vez sin identificar a estos grupos, como en el caso de *El Universal*, *Excelsior* comprendió que era momento de evadir los problemas, que el grupo al que apoyó a lo largo de todo el sexenio seguramente se desmembraría y que al plantearse un futuro incierto, lo mejor era atarse al redil de la costumbre y la tradición. Por todo ello, *Excelsior* al final incluso ignoró lo que antes hubiera sido su oráculo: el mensaje presidencial en el que se está de acuerdo con que cada empresa elija libremente sus canales de distribución.

En el caso de *El Nacional*, lo que vale interpretar es el silencio. Ni un solo artículo de opinión y apenas seis notas informativas breves. No cabe duda que no es lo mismo estar en los alrededores del sistema que formar parte de él. La cuestión es que cuando la correlación de fuerzas y la línea son claras, este diario no ha tenido empacho en lanzarse en favor de una *causa* (la que sea). Sin

embargo, cuando lo que hay en el ambiente político y en la realidad inmediata son dudas, para este periódico fue preferible guardar silencio, no comprometerse.

No hay que olvidar que quienes trabajan en él esperan quedarse o trascender. Por ello se volvieron cautelosos, porque no querían quemarse, porque no es inteligente tentar a lo desconocido.

Desde luego, aquí no hay que dejar pasar tampoco que este diario es del gobierno y que depende de Gobernación. Esto, eso sí, concuerda con el hecho de que en sus titulares se privilegió la necesidad de negociar para buscar la salida al problema. Pero una vez más la pregunta salta: ¿Por qué se ignoró el mensaje de Salinas? Porque éste ya no da respuestas, porque la línea que se espera debe venir de otro lado, porque a la hora de la transición, se privilegia al sistema por sobre el presidente.

Ahora bien, al examinar a *El Día* hay una diferencia: su más que apoyo, entrega hacia la Unión, habla de un periódico muy cercano a las prácticas más añejas del aparato oficial. En este diario no parece plantearse la duda en ningún momento, sino que inmediatamente se lanzó a defender a la Unión y lo que representa (aunque escudándose una y otra vez en su función de defensora de los trabajadores).

Su papel de diario reproductor del lenguaje oficial toma en este caso el matiz de un periódico que reproduce algo más fuerte todavía: el poder de un sistema que ha sabido permanecer por más de 70 años. Es a éste a lo que se acerca *El Día*, a esas prácticas que han hecho viable al partido oficial independientemente de quien ocupe Los Pinos. En aras de la continuidad, los hombres se sacrifican.

Desde luego que como ya se ha visto, cada diario tuvo su manera de enfocar las cosas. No es lo mismo hablar de cada uno. *El Día* por ejemplo buscó argumentaciones enfrentando a la gran empresa con el gremio casi desamparado. Se trató de un discurso efectivo por el enfoque aunque débil cuando ya se convirtió en práctica propaganda.

Los otros dos diarios que se examinaron son la contraparte. Ellos prefirieron no quedarse del lado de esa parte oscura del sistema que lucha por permanecer. Esa es la esencia de sus mensajes. No se trata de apoyar en sí a *Reforma* y Alejandro Junco, sino de señalar que hay formas diferentes de hacer las cosas, que el corporativismo del partido oficial no es la única salida.

Es por esto que se da ese extraño caso en que los diarios más críticos al salinismo, son los dos únicos que recogen el mensaje que emitió el ex presidente cuando se refirió a este caso. Ellos vieron allí una oportunidad de abrir un espacio, una rendija contra el gastado sistema de distribución. A lo mejor también con fines expansionistas, eso nunca lo sabremos. Lo cierto es que tanto *La Jornada* como *El Financiero* le dieron acceso a *Reforma* y en sus comentarios la emprendieron duro y seco contra los voceadores, que era decir contra el sistema anquilosado.

Con esto, demostraron que representan una opción al periodismo que se acomoda cada sexenio. Dejaron claro que la lucha hay que hacerla y que no hay que mantener un miedo crónico, sino confiar y creer en sí mismos, para servir a sus lectores.

Resumiendo, el desconcierto que priva condujo a *El Universal*, *El Nacional*, *El Día* y *Excelsior* (aunque éste en menor medida) a optar por separar su hasta ese momento indeclinable apoyo al salinismo, acercándose a los viejos engranes del sistema. Esto es, alguna parte de ese sistema pudo ser el que

buscara bloquear a *Reforma* y su intento por establecer un nuevo canal de distribución en la capital. Pero al ser a la vez ese sistema el que ha permitido privilegios y ha asegurado no sólo la permanencia sino la trascendencia de los diarios, era el momento de refugiarse en él y de esperar que la tormenta de un período de transición sexenal siempre difícil transcurriera.

Estos cuatro diarios se cobijaron en la estabilidad que creyeron les ofrecía el sistema y prefirieron incluso desestimar la creación de un sistema de distribución que muy probablemente en cualquier otro momento del sexenio hubieran apoyado con entusiasmo en cuanto el presidente Salinas hubiera emitido un mensaje como el que sólo publicaron *La Jornada* y *El Financiero*.

Así pues, esto nos mostraría una prensa que a pesar de los avances innegables que ha tenido en los últimos años, es institucionalmente timorata, se acomoda al sentido del viento, prefiere no arriesgarse sino permanecer y supeditarse a lo que le garantiza transitar a un nuevo ciclo de vida en el que habrá de establecer nuevas alianzas para circular. Cuando llegue el momento, podrán desplegar el sentir de los grupos a los que representan. Cuando hay riesgos, es mejor plegarse al sistema y sus formas.

Ahora bien, ya antes se planteó que además y en el fondo de todo, está la lucha por la construcción de dos proyectos de México: uno el que habló de modernidad, cambios (no siempre positivos) y apertura, el otro que prefiere la continuidad de los viejos mecanismos de control político y social.

Se trata de proyectos encontrados, pero que encuentran cruce en el hecho de que se bien durante el sexenio salinista se dio paso a la apertura económica, el avance político pareció relegarse. ¿Cuál es la consecuencia? En este caso, que los diarios por un lado le temieron a la libre competencia y por el otro, no fueron

capaces de impulsar para sí una reforma política interna plena. Por eso emitieron mensajes a favor de la Unión de Voceadores porque ésta les garantiza llegar a quienes ellos necesitan que políticamente los lean, porque les asegura continuar viviendo y en consecuencia, continuar funcionando como empresas periodísticas más o menos rentables pero que a fin de cuentas, siempre obtienen beneficios (económicos o políticos).

Así, el riesgo solo lo tomaron **La Jornada** y **El Financiero**. Curiosamente, los diarios que más criticaron al salinismo, parecen haber entendido que la lucha de **Reforma** (aunque este diario en el fondo lo que quisiera era desarrollarse como empresa) era la coyuntura para asentar el carácter controlador que sobre la prensa ejerce la Unión de Voceadores sobre el periodismo impreso moderno en México.

Estos diarios creyeron en la necesidad de la apertura y por ello le hicieron eco a **Reforma**. Sin embargo, a la postre —como todos—, callaron. El conflicto pareció resolverse más bien debajo de la mesa y por tanto de manera turbia.

Las notas, los artículos de opinión y en general lo que presentaron los diarios, nos muestra que los medios actúan movidos por el *sagrado* interés de circular. Que en aras de éste, son capaces aún de ignorar las alianzas que antes tuvieron. Sólo así se explica que excepción hecha de **La Jornada** y **El Financiero**, todos los demás diarios no hayan recogido la voz de Carlos Salinas de Gortari.

¿Cómo puede romperse una alianza como la que se vio cuando se analizó cada diario por separado? Al final, se ve que el presidencialismo es también parte del sistema, que los medios son un engrane más y que los mensajes y el enfoque que dan éstos, se supeditan a la necesidad de permanecer en ese sistema.

La cuestión que queda flotando es si *La Jornada* y *El Financiero* desafiaron al sistema o si el propio *Reforma* lo hizo. Creo que de cierto modo, pero tampoco de un modo que lo hiciera tambalearse porque en el último caso, esto fue tolerado y quien sabe si no propiciado por el propio sistema. En todo caso, los mensajes de los dos primeros diarios, son el contrapeso a una prensa que prefiere acomodarse y sobrevivir. Estos periódicos, saben además que cuentan con el respaldo de lectores críticos y perceptivos, que a su vez representan a una sociedad cada vez más abierta, plural y participativa.

5. Conclusiones

Lo primero que hay que señalar al finalizar esta tesis, es que la hipótesis planteada al principio de la misma, resulta **escasa** ante el problema examinado. En este sentido, puede decirse que los mensajes publicados por los diarios revisados (al situarlos en el contexto que se produjeron), manifiestan sólo de modo latente la lucha que en todos los niveles de la sociedad se están produciendo por el poder.

En consecuencia, si bien el conflicto pudo originarse por un intento de crear un sistema alternativo de distribución, las consecuencias políticas fueron inmediatas. Por eso, parte del sistema (acéfalo) recurrió al viejo mecanismo controlador, la Unión de Voceadores, para bloquear a **Reforma**. Después, los diarios expresaron la voz de otros grupos. Lo interesante es que la mayoría de ellos, entonces aliados con fuerzas que tendían a desaparecer, prefirieron acercarse a la estabilidad que les ofrecía el propio sistema: produjeron mensajes que no reflejan una lucha por controlar la difusión de la información sino que en el fondo buscan dar **estabilidad** a una realidad que lo que demuestra es todo lo contrario.

El Universal, Excelsior, El Nacional y El Día desarrollaron un discurso que al situarlo en el contexto busca la estabilidad, recrimina a quienes quieren salirse del redil y pugna por la continuidad de un sistema que muchos creen agotado. Los mensajes emitidos nos hablan de una pugna que quiere hacerse pasar como artificial, que no hay que ligar con un problema político y del que más bien habría que prescindir.

Sin embargo, *La Jornada y El Financiero* prefirieron hablar de la necesidad de avanzar en nuevas formas de relaciones políticas y sociales. El espacio que dan a **Reforma** y los artículos de opinión que emitieron hablan de la necesidad de

ser tolerantes y de no quedarse en las viejas prácticas corporativas que dañan a una sociedad cada vez más abierta y participativa.

Los grupos políticos —el contexto lo dice—, se enfrentaron y luego se descubrieron desconcertados. Los diarios reflejan esas dos situaciones. En sus mensajes no se habla específicamente de cómo dirigir la difusión de la información periodística en el país, pero en sus silencios, en sus complicidades y en las alianzas que realizaron, sí se refleja la existencia de corrientes que representan al menos dos proyectos de desarrollo: uno modernizador y diverso, el otro corporativista y tradicional.

Esto es lo que en general nos dice el resultado de los datos obtenidos. Pero si particularizamos, se podrá ver que la principal consideración que condujo a esta conclusión es que el capital lingüístico de todo personaje es cambiante y que la movilidad que adquiere, puede llevar incluso a que cuando el poder del grupo gobernante se está reduciendo, la mayoría de los medios (impresos en este caso), prefieran refugiarse en la estabilidad que les ofreció esa parte del sistema a la que representa la Unión de Voceadores.

Así, al atornillarse a las viejas prácticas, aquellas que han *servido* durante 70 años, diarios como *El Universal*, *Excélsior*, *El Nacional* y *El Día*, sienten que será posible sobrevivir. Después vendrán las maniobras, la búsqueda de un mejor lugar y al final, el acomodamiento.

Es esto lo que explica el silencio con el que todos estos medios respondieron al mensaje presidencial de Salinas en torno al conflicto. Si éste hubiera estado respaldado aún por el poder del que gozó durante cinco años y medio al menos, es casi seguro que la actitud de todos los medios hubiera cambiado. Al ignorarlo lo borraron. A partir de ese momento, establecieron su

alianza con el nuevo grupo en ascenso y con ello, confiaron que el futuro sería promisorio.

En suma y en tanto que la realización del poder político no se limita sólo a las decisiones que éste toma, sino a la forma como las justifica y legitima a través de los medios, el examen de los mensajes revisados y del contexto vigente en 1994, deja claro que queda mucho por hacer en la democratización del país y que ésta pasa necesariamente por la transformación de los medios para que sean más que empresas dedicadas a vender noticias y a obtener beneficios políticos, agentes comprometidos con sus lectores y en consecuencia, con el desarrollo y la transformación social.

BIBLIOGRAFIA

- AGUILAR, Gabriela y Ana Cecilia Terrazas. *La prensa, en la calle*. México: Grijalbo-Uta. 1996.
- AGUILAR PLATA, Blanca. "Aproximación al estudio de la prensa diaria mexicana" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. México: UNAM. 1977.
- BARDIN, L.,. *El análisis de contenido*. Madrid: Akal. 1986.
- BOURDIEU, Pierre. *Sociología y cultura*. México: Grijalbo-Conaculta. 1990.
- CALVIMONTES, Jorge. *El periódico*. México: Trillas. 1983.
- CASTAÑO, Luis. *Régimen legal de la prensa en México*. México: Porrúa. 1962.
- COSIO VILLEGAS, Daniel. *Labor periodística*. México: ERA. 1972.
- COSIO VILLEGAS, Daniel. *El estilo personal de gobernar*. México: Joaquín Mortiz. 1976.
- ESTEVA, Gustavo. "Prensa, derecho a la información y democratización de la sociedad mexicana" en *Foro internacional de comunicación social*. México: El Día. 1982.
- FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima. "Prensa y poder en México" en *Estudios políticos*. México: UNAM. 1975.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Angel. "Aproximaciones a la prensa mexicana" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*. México: UNAM. 1972.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Angel. *Examen de la comunicación en México*. México: El Caballito. 1981.
- GRANADOS ROLDAN, Otto. *Medios públicos y democracia*. México: SG-RTC, Colección Intermedios. 1992.
- HOLSTI R., Ole. *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. EUA: Addison Wesley Publishing. 1969.

- KRIPPENDORFF, Klaus. *Metodología de análisis de contenido*. México: Paidós. 1990.
- LOMBARDO, Irma. *De la opinión a la noticia*. México: Kiosco. 1992.
- LOZANO, Jorge, Cristina Peña y Gonzalo Abril. *Análisis del discurso*. México: REI. 1993.
- MENENDEZ MARCIN, Ana María y Florence Toussaint. *Prensa y nueva tecnología*. México: Trillas. 1989.
- MORAGAS, Miguel de. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili. 1982.
- PAOLI, J. Antonio. *Comunicación*. México: Edicol. 1980.
- RODRIGUEZ REYNA, Ignacio. *Ruiz Massieu: los crímenes del poder*. México: Planeta. 1995.
- RUIZ CASTAÑEDA, Ma. del Carmen. *La prensa, pasado y presente de México: catálogo selectivo de publicaciones periódicas*. México: UNAM. 1980.
- SCHERER GARCIA, Julio. *Los presidentes*. México: Grijalbo. 1986.
- TREJO DELARBRE, Raul, Miguel Angel Granados Chapa y Florence Toussaint . *La prensa en México, la comunicación social en México*. México: UAM-Xochimilco. 1985.
- TREJO DELARBRE, Raúl. "Periódicos: ¿quién tira la primera cifra?" en *Cuadernos de Nexos*. México: Nexos. 1990.
- TOUSSAINT, Florence. *Crítica de la información de masas*. México: Anules. 1975.
- VAN DIJK, Teun A. *La ciencia del texto*. México: Paidós. 1989.
- VAN DIJK, Teun A. *Texto y contexto*. México: Rei. 1993.
- VERON, Eliseo. *La semiosis social*. Argentina: GEDISA. 1987.

HEMEROGRAFIA

Periódicos:

El Día.

Fechas Consultadas para caracterización:

2-4 de enero de 1994. 1, 7 y 24 de marzo de 1994. 22 de agosto de 1994. 29 de septiembre de 1994. 26 de abril y 7 de mayo de 1996.

Notas informativas en torno al conflicto:

4 de Noviembre de 1994. *El conflicto es artificial; Reforma solo busca publicidad: Manuel Ramos. p. 13.*

6 de Noviembre de 1994. *Exigen voceadores una disculpa de Reforma. p. 4.*

8 de Noviembre de 1994. *Los voceadores sólo defienden sus derechos laborales ante Reforma. p. 13*

11 de Noviembre de 1994. *Voceadores dejarán de distribuir El Norte y Reforma. p. 11.*

12 de Noviembre de 1994. *Protagonizan niña voceadores y vendedores de Reforma: SGPYV. p. 5*

15 de Noviembre de 1994. *Exhorta Carpizo a un diálogo entre los voceadores y Reforma. p. 11*

18 de Noviembre de 1994. *Procederán los voceadores a demandar a Reforma: Nestor de Buen. p. 14*

23 de Noviembre de 1994. *El Norte pretende cambiamos por máquinas expendedoras: Voceadores. p. 19*

Artículos de opinión en torno al conflicto:

ALTAMIRANO, Francisco. *Prensa en crisis.* 6 de Noviembre de 1994. p. 4.

ALTAMIRANO, Francisco. *Monopolio de pobres.* 13 de Noviembre de 1994. p. 4.

LEVARIO Turcott, Marco. *Reforma-Unión de Voceadores.* 12 de Noviembre de 1994. p. 9.

LEVARIO Turcott, Marco. *Reforma-Unión de Voceadores II.* 13 de Noviembre de 1994. p. 13.

OROZCO Gómez, Javier. *Reforma: Torpezas personales.* 12 de Noviembre de 1994. p. 10.

RODRIGUEZ Baños, Roberto. *Los voceadores como promotores culturales.* 14 de Noviembre de 1994. p. 6.

Excélsior.

Fechas consultadas para caracterización:

2 y 3 de enero de 1994. 7-8 y 25 de marzo de 1994. 22 de agosto de 1994. 29 de septiembre de 1994.

Notas informativas en torno al conflicto:

4 de Noviembre de 1994. *La Unión de Voceadores no boicotea a nadie ni es monopolio: Manuel Ramos. p. 5A*
6 de Noviembre de 1994. *No habrá distribución del Diario Reforma: UEyVPM. p. 5A.*
10 de Noviembre de 1994. *Las buenas relaciones con los diarios no se deformarán por una persona: UVEPM. p. 5A*
11 de Noviembre de 1994. *No se distribuirán Reforma y El Norte en todo el país: Manuel Ramos. p. 4A.*
11 de Noviembre de 1994. *El diario dispuesto a aceptar el diálogo con la UEVPM: Santiago Levy. p. 4A.*
12 de Noviembre de 1994. *Piden directivos de Reforma la opinión de la SIP. p. 4A.*
15 de Noviembre de 1994. *Dialogar, pide Carpizo al diario Reforma y los Voceadores. p. 4A.*
18 de Noviembre de 1994. *La concertación deberá resolver el conflicto con Reforma: De Buen. p. 5A.*
22 de Noviembre de 1994. *Problema comercial con Reforma; no es nada político: Manuel Ramos. p. 1.*

Artículos de opinión en torno al diferendo:

TREJO Delarbre, Raúl. *El diario Reforma y los voceadores. 6 de Noviembre de 1994. p. 1.*

El Financiero.

Fechas consultadas para caracterización:

2-3 y 10 de enero de 1994. 7, 21, 24 y 28 de marzo de 1994. 22 de agosto de 1994. 29 de septiembre de 1994. 6 de diciembre de 1995. 21 de abril de 1996. 13 de septiembre de 1996.

Notas informativas publicadas en torno al conflicto:

4 de Noviembre de 1994. *En punto muerto el conflicto entre Reforma y la Unión de Voceadores.* p. 31.
6 de Noviembre de 1994. *Voceadores impedirán la distribución del Reforma en las calles de la ciudad.* p. 24.
9 de Noviembre de 1994. *Problemas entre particulares el de Reforma y los Voceadores: Salinas.* p. 19.
10 de Noviembre de 1994. *Voceadores de Monterrey denuncian explotación del Monopolio El Norte-Reforma.* p. 44.
11 de Noviembre de 1994. *Entrampado el conflicto entre Reforma y la Unión de Voceadores.* p. 37.
12 de Noviembre de 1994. *Choque entre voceadores y expendedores de Reforma.* p. 36.
15 de Noviembre de 1994. *Con apego a derecho debe resolverse el diferendo Reforma-Unión de Voceadores: Carpizo.* p. 25.

Artículos de Opinión sobre el Conflicto:

PAZOS, Luis. *Libertad de elegir.* 7 de Noviembre de 1994. p. 66.
RABASA Gamboa, Emilio. *Días de muertos.* 7 de Noviembre de 1994. p. 66.
RAMIREZ, Carlos. *Indicador Político.* 6 de Noviembre de 1994. p. 27.
RAMIREZ, Carlos. *Indicador Político.* 13 de Noviembre de 1994. p. 29.

La Jornada. *

Fechas consultadas para caracterización:

2-3 y 11-12 de enero de 1994. 7 de marzo de 1994. 24 de marzo de 1994. 21 y 22 de agosto de 1994. 29 de septiembre de 1994. 6 de junio de 1996. 13 de septiembre de 1996.

Notas informativas revisadas en torno al conflicto:

4 de Noviembre de 1994. *Protestan directivos y editores del diario Reforma por boicot de voceadores.*
5 de Noviembre de 1994. *No presentó Reforma queja sobre prácticas monopólicas.*
6 de Noviembre de 1994. *Busca Reforma crear un sistema alterno en el reparto: Voceadores.*
7 de Noviembre de 1994. *Intervendrá Gubernación en el conflicto Reforma-Unión de Voceadores.*

* En el caso de La Jornada, se consultaron recortes de prensa en los que no se especificaban las página en que las notas o los artículos fueron publicados.

8 de Noviembre de 1994. *A la Comisión de Competencia el caso Reforma-Voceadores.*
9 de Noviembre de 1994. *Llama Salinas al diálogo en el caso Reforma-Unión de Voceadores.*
10 de Noviembre de 1994. *Voceadores: Reforma no circulará en las calles.*
11 de Noviembre de 1994. *Acuerdan suspender la distribución de Reforma y El Norte.*
12 de Noviembre de 1994. *Chocan Voceadores de la Unión y vendedores de Reforma.*
15 de Noviembre de 1994. *Se margina Gobernación del caso Reforma-Unión de Voceadores.*
22 de Noviembre de 1994. *SIP: Inaceptables las condiciones de la Unión a Reforma.*
23 de Noviembre de 1994. *Protestan voceadores de Nuevo León frente al diario El Norte.*

Artículos de opinión publicados sobre el conflicto:

BLANCO, José. *Vicios privados.* 11 de Noviembre de 1994.
PEREZ Tamayo, Ruy. *En torno al periódico Reforma.* 28 de Noviembre de 1994.

El Nacional.

Números consultados para caracterización:

2 de enero de 1994. 7 y 24 de marzo de 1994. 22 de agosto de 1994. 29 de septiembre de 1994.

Notas informativas referentes al diferendo:

4 de Noviembre de 1994. *Decide la Cámara mediar en el caso Reforma-Voceadores.* p. 13.
6 de Noviembre de 1994. *Deciden voceadores no distribuir Reforma.* p. 7.
12 de Noviembre de 1994. *Riña de voceadores contra vendedores de Reforma.* p. 19.
15 de Noviembre de 1994. *Dirimir diferencias demanda Carpizo a la Unión y al Reforma.* p. 11.
16 de Noviembre de 1994. *No intervenir en el caso Reforma: Voceadores de Nuevo León.* p. 16.

Reforma.

Fechas consultadas para caracterización:

3 y 5 de enero de 1994. 7, 21 y 24 de marzo de 1994. 22 y 23 de agosto de 1994. 29 y 30 de septiembre de 1994. 1-30 de noviembre de 1994. 23 de enero de 1995.

El Universal.

Números consultados para caracterización:

2 de enero de 1994. 7 y 24 de marzo de 1994. 22 de agosto de 1994. 29 de septiembre de 1994. 1-30 de noviembre de 1994.

Notas informativas en torno al conflicto:

11 de Noviembre de 1994. *Acuerdan voceadores no vender, exhibir o vocear Reforma y El Norte.* p. 19.
12 de Noviembre de 1994. *Agreden voceadores de la Unión a dos repartidores de Reforma.* p. 4.
15 de Noviembre de 1994. *Solo por la vía legal la solución a la pugna Reforma-Unión de Voceadores: Carpizo.* p. 23.
23 de Noviembre de 1994. *Predente El Norte sustituir a voceadores por máquinas.* p. 27.

Artículos de opinión sobre el diferendo:

GUTIERREZ Kirchner, Alfredo. *Idiosincrasias de un periódico.* 7 de Noviembre de 1994. p. 7.

Revistas:

RODRIGUEZ Castañeda, Rafael. *Vamos a luchar, saldremos a la calle y pagaremos el costo; ningún monopolio podrá imponernos condiciones: Junco de la Vega.* **Proceso.** No. 940. 7 de noviembre de 1994.

MAYOLO López, Fernando. *Reporteros, colaboradores y directivos de Reforma se pusieron la chamarra de voceadores y salieron a vender.* **Proceso.** No. 940. 7 de noviembre de 1994.

GUTIERREZ Espindola, José Luis y Efrén Arellano. *Conflictos y crisis entre líneas de papel periódico*. **Revista Mexicana de Comunicación**. No. 39. Febrero-abril de 1995.

Revista Mexicana de Comunicación. No. 43. Febrero-abril de 1996.