

27
2 ej.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

EL ACCESO DE LOS PARTIDOS
POLITICOS A LOS MEDIOS DE
COMUNICACION

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

MARIA ANGELICA FLORES FLORES

ASESOR: LIC. RICARDO MAGAÑA FIGUEROA



CIUDAD UNIVERSITARIA

27 1923

1999

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos

A mis padres:

Alberto y América que con su amor, su comprensión y sus consejos han hecho posible lo que yo soy ahora.

A ti mamá porque tú sabes que este logro es tuyo también.

A mis hermanos:

Alberto y Alejandro por su apoyo incondicional y por su amor.

A mi esposo

que con su ternura, apoyo, paciencia y sus comentarios a este trabajo contribuyeron a concluirlo. Gracias Sergio.

A todos y cada uno de mis profesores,
en especial a Ricardo Magaña, porque en él encontré, al maestro, al amigo, al jefe y a un gran ser humano del que día a día aprendo algo nuevo.

A mis amigos y compañeros

que hicieron posible este trabajo con sus comentarios y sugerencias. Gracias Martín

Gracias a todos y cada uno de ellos, sobre todo gracias a tí... Dios

A mi padre, en su memoria...

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO UNO

El fortalecimiento de la competitividad de los partidos políticos para el avance democrático

	<u>PAGINA</u>
1.1 Qué es la democracia	2
1.1.1 Democracia directa y representativa	4
1.1.2 La democracia como método	6
1.1.3 Democracia electoral	7
1.2 Partidos políticos	7
1.3 Clasificación de los partidos políticos	11
1.4 Funciones de los partidos políticos	14
1.5 Competencia y competitividad	18
1.6 Fortalecimiento de la competitividad	22
1.7 Elecciones y partidos políticos en México	23

CAPITULO DOS

Diagnóstico: Procesos Federales Electorales

2.1 Proceso Electoral Federal de 1988	29
2.1.1 Campañas electorales	30
2.1.1.1 El Partido Acción Nacional	30
2.1.1.2 El Partido Revolucionario Institucional	31
2.1.1.3 El Frente Democrático Nacional	32
2.1.2 Medios de Comunicación y Partidos Políticos	34
2.1.2.1 Monitoreo del acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación electrónicos	37
2.1.2.2 La Prensa y el acceso de los Partidos Políticos	40
2.2 Proceso Electoral Federal 1994	43
2.2.1 Las campañas políticas	43

2.2.1.1 El Partido Acción Nacional	45
2.2.1.2 El Partido Revolucionario Institucional	46
2.2.1.3 El Partido de la Revolución Democrática	47
2.2.2 Los Medios de Comunicación	48
2.2.2.1 La equidad en el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación	49
2.2.2.2 Medios impresos	59

CAPITULO TRES

Elección para jefe de Gobierno del D.F. en 1997

3.1 La importancia política del D.F.	62
3.1.1 Reforma a la legislación del D.F.	64
3.2 Los medios de comunicación en el Proceso Electoral	66
3.3 Las campañas electorales	67
3.3.1 Imagen y presencia de los partidos a nivel nacional	68
3.3.1.1 Partido Revolucionario Institucional	68
3.3.1.2 Partido Acción Nacional	70
3.3.1.3 Partido de la Revolución Democrática	71
3.3.1.4 Estrategia de comunicación	73
3.4 Financiamiento y estrategia de medios	75
3.4.1 Estrategia de medios	
3.5 Monitoreos electorales	77
3.5.1 Monitoreo del Instituto Federal Electoral	78
3.5.2 Monitoreo de la Asociación Mexicana de Derechos Humanos	80
3.5.3 Seguimiento electoral en las televisoras	83

CAPITULO CUATRO

Regulación de los tiempos de los partidos políticos en los medios de comunicación

4.1 Marco legal	88
4.2 Principales reformas a las legislaciones electorales	89

4.2.1 Ley Federal Electoral de 1973	89
4.2.2 Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE) de 1977	90
4.2.3 Código Federal Electoral de 1987	91
4.2.4 Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 1990 (COFIPE)	92
4.2.5 La reforma del Artículo 48 del Cofipe en 1993	94
4.3 Acuerdo Político Nacional: Diálogo Nacional para la Reforma Política del Estado	95
4.4 Cuestionamientos sobre la actual ley electoral	100
CONCLUSIONES	107
BIBLIOGRAFIA	111

INTRODUCCION

En las sociedades modernas, los medios de comunicación desempeñan un papel cada vez más destacado en la conformación de visiones colectivas del mundo, dentro de las cuales las preferencias y opciones políticas constituyen una parte fundamental. El uso de los medios, como instrumento político, se inicia en México desde la aparición de la prensa y se acrecienta con el desarrollo de las tecnologías electrónicas. Sin embargo, recientemente los medios se han constituido en arena de lucha política. Esto, debido al funcionamiento que los conforma como herramientas del gobierno y de los grandes grupos empresariales para imponer a la mayoría la información que los medios desean.

En este contexto, los partidos políticos han luchado por tener un mayor espacio en los medios de comunicación. No sólo en los electrónicos, sino también en la prensa escrita, ya que son un vehículo fundamental para difundir sus ideas y puntos de vista, transmitir sus mensajes doctrinarios y dar a conocer sus plataformas y actividades para ganar adeptos y votos. De ahí que este estudio se aboque a mostrar cuáles son los logros hasta ahora obtenidos, y qué propuestas se pueden realizar a fin de alcanzar la equidad y competitividad.

El Capítulo Uno se enfoca al fortalecimiento de la competitividad de los partidos políticos para el avance democrático, no sólo en el papel que desempeñan los medios, sino en todo el panorama electoral, abarca de forma precisa un marco teórico que permite definir y analizar conceptos como democracia y partidos políticos, así como su clasificación, funciones y de manera particular, enfatizar qué es la competencia y la competitividad en los sistemas de

partidos.

Las diferentes concepciones de Sartori, Weber, Duverger y Hermet, entre otros, proporcionan todo el sustento teórico del trabajo de investigación, mismo que, aplicado a la realidad mexicana, permite puntualizar cuáles son los aspectos que permitirían alcanzar mejores niveles de equidad y competencia electoral en los medios de comunicación.

En el Capítulo Dos se señala el manejo de la competitividad que muestra un claro matiz de análisis, donde los procesos electorales de 1988 y de 1994 dejaron elementos muy marcados de la carencia de equidad electoral. Con las elecciones de 1988 se evidenció que los espacios informativos de la televisión mexicana demostraron un claro desequilibrio en el acceso de los partidos políticos a los medios. Cifras, análisis y manejo de las campañas muestran a lo largo del trabajo la desproporción señalada.

A su vez, el proceso federal de 1994 marca, a diferencia de las elecciones del '88, una clara división en el espacio que ocuparon las principales fuerzas políticas de nuestro país. Si bien, hasta este momento todavía no se puede hablar de una competitividad, los logros alcanzados son más consistentes.

El Capítulo Tres demuestra que la elección de 1997 afianzó mejores condiciones de competencia, primero por la reforma electoral, luego por el proceso inédito en cuanto a la participación democrática de todas las fuerzas y después por la realización de campañas en las que privaron, por primera vez, signos más claros de competitividad y equidad.

Los procesos electorales de 1988 y de 1994 pusieron de manifiesto la inequidad entre los partidos políticos, lo cual se reflejó en los recursos económicos que recibieron (financiamiento) y en los tiempos otorgados (prerrogativas). Mientras que el proceso de 1997 marcó un parteaguas en las condiciones de competencia entre las diferentes fuerzas políticas gracias a la mayor apertura informativa que hubo por parte de los medios de comunicación.

La prensa, la radio y la televisión tienen una responsabilidad fundamental en estos tiempos de cambio. Los medios pueden y deben jugar un rol de constructores y, por qué no, de impulsores de la democracia.

Con todo ello la presente investigación pretende señalar las principales propuestas tendientes al incremento de la equidad en el uso de espacios que tienen los partidos políticos en los medios de comunicación durante los periodos electorales, tomando en cuenta su representatividad, competitividad; a la vez de establecer topes más justos.

En suma, los cambios legales y constitucionales que se han dado en materia electoral han permitido abrir cada vez más espacios a los partidos. A pesar de que todavía falta mucho por hacer a fin de lograr un justo equilibrio poco a poco, y con la participación de la sociedad en su conjunto, las condiciones de competencia podrán ser mejores, para arribar a la democracia que día a día demandan los mexicanos.

CAPITULO UNO

El fortalecimiento de la competitividad de los partidos políticos para el avance democrático

Hablar de elecciones auténticas en un régimen democrático, es referirse a sistemas electorales que cumplen las exigencias sustantivas de representación y participación ciudadana.

La democracia es un método sustentado en principios irrenunciables como la soberanía popular, el reconocimiento de las obligaciones políticas de los actores en el proceso electoral, así como las libertades y derechos de los ciudadanos, todo ello enmarcado en el respeto al estado de derecho y la aceptación de la voluntad mayoritaria.

En el mundo de hoy, la democracia es inconcebible sin la presencia de procesos electorales en los que los ciudadanos decidan quiénes serán sus gobernantes y representantes. Es más, la existencia de elecciones se ha constituido en un indicador -no siempre acertado- de que un país es democrático.

La anterior afirmación se establece porque en los procesos electorales deben haber otros factores que sirvan para calificarlos de democráticos. Entre estos factores se encuentran valores como el pluralismo, la tolerancia, el respeto al disenso y la existencia de competitividad entre las fuerzas políticas.

De ahí la importancia que se le reconoce en toda democracia moderna a la evolución del régimen de partidos y, particularmente, al sistema electoral; pues sin su adecuada reglamentación y cabal funcionamiento, un Estado puede proclamarse democrático y ser en realidad una mascarada autoritaria que monopoliza el ejercicio del poder en unos cuantos individuos.

Por ello, y para la instauración de un régimen democrático, se requiere la conformación de un sistema electoral y de partidos políticos que asegure, a través de normas, instituciones y procedimientos eficaces, una forma objetiva e imparcial de consultar la genuina voluntad del pueblo y, sobre todo, fórmulas legales que garanticen su debido acatamiento, tanto por gobernantes como por gobernados.

1.1 Qué es democracia

De acuerdo con su significado original, democracia quiere decir gobierno del pueblo por el pueblo. Etimológicamente democracia proviene del griego "demos" que significa pueblo y "kratos" poder.

La democracia es por lo tanto, una forma de gobierno, un modo de organizar el poder político en el que lo importante es que el pueblo también forma parte en las decisiones que le atañen al poder elegir a sus gobernantes. Sin embargo, a pesar de la sencillez del término, puede tener diferentes acepciones.

Por ejemplo, para Giovanni Sartori, la democracia es la participación del pueblo en las decisiones que norman la actividad del gobierno y que le permite disfrutar en libertad de los beneficios que se generen en la sociedad; es decir, le da un significado primario diciendo que la democracia es el gobierno del pueblo y para el pueblo.¹

Por ello, hay democracia cuando existe una sociedad alerta a la relación entre gobernantes y gobernados, en donde el gobierno está al servicio de los ciudadanos y no los ciudadanos al servicio del gobierno.

Es por esta razón que una democracia ideal busca, entre otras cosas, la creación de mejores circunstancias para que todos los seres humanos se desarrollen y expresen sus distintas cualidades, la participación de los ciudadanos en la determinación de las condiciones de su asociación, la expansión de oportunidades económicas para maximizar los recursos disponibles; es decir, un conjunto de aspiraciones generales que permitan una mejor relación entre el gobierno y el pueblo.

Aunque el ejercicio de la democracia no se circunscribe a las prácticas electorales, la primera es inconcebible sin una estrecha relación con la segunda. A tal grado que el indicador fundamental de las sociedades democráticas es la realización de elecciones libres. Éstas constituyen uno de los elementos fundamentales en la designación de los gobernantes, la participación política de los ciudadanos y la relación entre partidos o grupos políticos.

¹ SARTORI, Giovanni, citado en Gómez Tagle, Silvia, *La frágil democracia mexicana partidos políticos y elecciones*, p 11

Las elecciones en sí mismas -esto es, el hecho de votar- representan mucha importancia para la vida democrática de un país y que lo importante es que existan otras instituciones y prácticas democráticas, como la separación de poderes, la existencia de una prensa libre, etc. Estas condiciones, aunadas a elecciones libres y equitativas, constituyen los elementos más adecuados para cumplir con los fines de la democracia política.

1.1.1 Democracia directa y representativa

La democracia se puede manifestar a través de la democracia directa o de la democracia indirecta y representativa.

La democracia directa consiste en una forma de gobierno en la que la toma de decisiones descansa sobre todo un cuerpo de ciudadanos, sin mediación de organizaciones políticas, tales como partidos o élites políticas.

Durante el siglo V a.C., Grecia fue uno de los más importantes escenarios de la democracia directa. La unidad política era la polis o ciudad-estado, en la que los ciudadanos acudían a la asamblea general a discutir sobre los asuntos de interés general, siendo elegibles para una variedad de cargos judiciales y administrativos. Por lo que se requería de una igualdad relativa de todos los participantes, ya que la democracia se practica como un ejercicio propio y directo del poder.

La concepción de la democracia directa es sostenida posteriormente por Juan Jacobo Rousseau en su *Contrato Social* al señalar que la

soberanía del ciudadano no es enajenable y que la debe ejercer directamente, por lo que rechaza la posibilidad de que se nombren representantes. En este sentido, el ciudadano se constituye en soberano.

En las sociedades contemporáneas no es factible que todos los ciudadanos decidan sobre los asuntos del gobierno, ya que con el tiempo las sociedades han crecido y se han vuelto más complejas. Esto se debe a que la democracia directa se llevó a cabo en aquellos lugares que contaban con un número pequeño de ciudadanos y en la actualidad las modernas naciones tienen millones de ciudadanos repartidos en territorios extensos, por lo que hasta hoy es técnicamente imposible que se puedan reunir en un lugar, como lo hacían los griegos, para discutir y tomar decisiones sobre los asuntos públicos de las naciones.

La solución a este problema fue la elección de representantes; éstos son miembros de la comunidad cuya finalidad es defender los intereses de sus electores. De ahí que a esta forma indirecta se le denomine democracia representativa.

La democracia representativa concede el derecho de adoptar decisiones políticas a los representantes o delegados que son elegidos por los ciudadanos.

Sartori señala que "la democracia indirecta es un sistema de control y delimitación en el poder, en el que un régimen democrático está confinado a los mecanismos representativos de transmisión del poder".²

² SARTORI, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, p.137

Este tipo de democracia supone la existencia de partidos, élites o asociaciones políticas que se encuentran en una constante lucha por el poder y el voto ciudadano. Es así como la elección surge como el acto y efecto de designar o nombrar a alguien para un cargo político.

Por esta razón, la democracia representativa de carácter electoral ha sido reconocida formalmente como indicador de la existencia de la democracia en un país determinado, a pesar de algunas deficiencias tales como: falta de libertades y existencia de represión.

Asimismo, no basta con que varios grupos o partidos políticos compitan en las elecciones, ya que para que exista una verdadera democracia, los partidos además de contender, deben ser competitivos.

1.1.2 La democracia como método

Como hemos señalado, la democracia se define como el sistema de gobierno por el que una comunidad política, a través de la participación igual y libre de los ciudadanos en el marco de sus leyes, decide el contenido de su obligación política, la legitimidad del mandatario y la justificación de la acción estatal.

Cabe apuntar que todas las formas de gobierno requieren de cierto grado de legitimidad frente a los gobernados. La democracia se sustenta en un sistema racional basado en el consenso, es decir, en la voluntad de los ciudadanos.

1.1.3 Democracia electoral

A pesar de que el ejercicio de la democracia no se reduce a las prácticas electorales, ésta es inconcebible sin una íntima asociación con las elecciones, a tal grado que el indicador fundamental de las sociedades democráticas es la realización de elecciones libres.

La democracia electoral implica la existencia de una sociedad plural en la que las diferentes fuerzas políticas pueden presentarse a participar y luchar por el voto popular sin restricción alguna más que la señalada por la ley.

1.2 Partidos políticos

En la actualidad es difícil hablar de democracia sin considerar a los partidos políticos, pues ellos son los principales enlaces y aglutinadores de los intereses sociales.

En las sociedades modernas y democráticas los partidos políticos juegan una serie de funciones relevantes para la sociedad y el Estado.

El pluralismo democrático supone la institucionalización de la diversidad y de la competencia. En efecto, más allá de las reglas constitucionales que distribuyen competencias, hay un arreglo entre competidores, es decir, un sistema de partidos políticos.

En primer término es conveniente averiguar el origen y evolución de la palabra partido, para poder determinar con precisión cuál es su significado moderno. La palabra partido deriva del latino *partire* que significa dividir, sin embargo, no entró en el vocabulario de la política sino hasta el siglo XVII. Otro término con una connotación etimológica similar es el de *secta*, que viene del latín, *secare*, que significa separar, cortar o dividir. En síntesis, el vocablo partido expresa fundamentalmente la idea de parte, que posteriormente surge en el francés como *partager* que significa compartir y en el inglés *partaking* (participación).³

Después, cuando parte se convierte en partido, el término se vuelve ambiguo y significa, de la derivación de *partire*, dividir, pero, también se asocia con participar y compartir. La anterior descripción lingüística se complicó aún más cuando la palabra *secta* fue saliendo del lenguaje político, mientras que partido fue ingresando en él. De esta manera, durante el siglo XVII el vocablo *secta* se vinculó con la religión, adoptando la palabra partido en parte por el significado que anteriormente tenía aquél, lo cual vino a reforzar la asociación del término partido con la idea de división y participación. Bajo estas condiciones partido y facción comenzaron a confundirse.

Sin embargo, según Giovanni Sartori, en términos etimológicos y semánticos "facción" y "partido" no significan lo mismo. La palabra facción viene del verbo latino *facere* (hacer o actuar) y con el tiempo llegó a significar para los autores que escribían en latín, un grupo político dedicado a un *facere* perturbador y nocivo a "actos siniestros".⁴ Estas explicaciones

³SARTORI, Giovanni, *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*, volumen I, pp 20-21

⁴Ibidem, p. 20

aclaran por qué la palabra partido tuvo, casi desde su ingreso al vocabulario político, una connotación más suave y menos peyorativa que facción; sin embargo, autores como Bolingbroke y David Hume utilizaron indistintamente ambos términos.

El pensador político que aclaró la confusión terminológica y conceptual de la palabra fue Edmund Burke, quien estableció que “Un partido es un cuerpo de hombres unidos para promover, mediante su labor conjunta, el interés nacional sobre la base de algún principio particular acerca del cual todos están de acuerdo”.⁵

A partir de esto, un partido político, define Sartori, “es cualquier grupo político que se presenta a elecciones y que puede colocar mediante elecciones a sus candidatos en cargos públicos”.⁶ Esto es, colocar una organización estable y bien estructurada que busca el poder a través de la vía electoral.

Sartori considera que los partidos políticos constituyen una parte de la sociedad, cuya función consiste en ser instrumentos para dirigir a la sociedad en su totalidad; sociedad que se caracteriza por su pluralidad. Al representar los partidos una parte de la sociedad, presuponen que en ella exista una diversidad que requiere manifestar, por lo que mediante la participación política en los partidos se canaliza el disenso.⁷

⁵Ibidem, p.28

⁶Ibidem, p. 92

⁷Ibidem, p. 94

A su vez, Max Weber consideró que los partidos son: "...formas de socialización que descansando en un reclutamiento (formalmente) libre, tienen como fin proporcionar poder a sus dirigentes dentro de una asociación y otorgar por ese medio a sus miembros activos determinadas probabilidades ideas materiales.." ⁸

Para Carl J. Fridrich, un partido político es:

"...un grupo de seres humanos que tienen una organización estable con el objetivo de conseguir o mantener para sus líderes el control de un gobierno y con el objeto ulterior de dar a los miembros del partido, por medio de tal control, beneficios y ventajas ideales y materiales". ⁹

Lucio Mendieta y Nuñez sostiene que "el partido político es una agrupación temporal o permanente de ciudadanos guiados por un líder de acuerdo con un programa de principios y mediante la retención o la conquista directa del poder estatal, o ejerciendo influencia en las orientaciones del mismo". ¹⁰

Para Andrés Serra Rojas, "un partido político se constituye por un grupo de hombres y mujeres que son ciudadanos en el pleno ejercicio de sus derechos cívicos y que legalmente se organizan en forma permanente, para representar a una parte de la comunidad social con el propósito de elaborar y ejecutar una plataforma política un programa nacional con un equipo gubernamental". ¹¹

⁸ WEBER, Max, *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, p.228

⁹ FRIDRICH, Carl citado en Montero Zendejas, Daniel, *Estado, democracia y partido*, p.89

¹⁰ MENDIETA y Nuñez, Lucio, *Los partidos políticos*, p 89

¹¹ SERRA, Andrés citado en Montero Sánchez, Eduardo, *Introducción a la ciencia política*, pp.86-87

Según Joseph Schumpeter, "un partido no es (...) un grupo de hombres que se proponen promover el bienestar público, conforme a un principio en el cual todos están de acuerdo.... Un partido es un grupo cuyos miembros se proponen actuar concertadamente en la lucha competitiva por el poder político."

Como se aprecia en cada una de las definiciones, cada autor maneja aspectos fundamentales y representativos para definir a los partidos políticos. Por tanto, se puede señalar que un partido político es una agrupación de individuos que cuenta con una organización estable, que media entre los grupos de una sociedad y el Estado, que participa en la lucha por el poder político y en la formación de la voluntad política del pueblo, principalmente a través de los procesos electorales.

1.3 Clasificación de los partidos políticos

La Ciencia Política contemporánea ha recogido distintas clasificaciones de los partidos. Para estudiar la dinámica de los partidos políticos se han diseñado diversas clasificaciones que pretenden ordenar los sistemas de partidos ¹² en conjuntos coherentes, divididos entre el número de partidos que los conforman.

Los primeros intentos para explicar la estructura de los sistemas de partidos se concentraron en encontrar las causas de la diferencia del

¹² Según Dieter Nohlen, "Por 'sistema de partidos' se entiende la composición estructural de la totalidad de los partidos políticos en un Estado" Nohlen, Dieter. *Sistemas electorales y partidos políticos*, p.38
Por su parte, Leonardo Valdés Zurita, afirma que un sistema de partidos "Es el espacio de competencia leal entre los partidos, orientados hacia la obtención y el ejercicio del poder político". Valdés, Leonardo, *Sistemas electorales y de partidos*, p.29

número de partidos en el sistema de partidos. En esta dirección destaca la clasificación de Maurice Duverger, al distinguir entre sistemas de partido único, que son aquellos en los que existe solamente un partido; bipartidistas, que se fundan en una dualidad de partidos, alrededor de la cual gira toda la mayor parte de la vida política del Estado, y; multipartidistas, basados en la participación activa de una cantidad significativa de partidos políticos en la vida pública del Estado.¹³

Esta clasificación numérica ha sido criticada en investigaciones posteriores sobre el tema. El argumento es que el simple ordenamiento de los sistemas por el número de sus elementos no ayuda más que a reconocer que existen mayores o menores niveles de fragmentación política en cada uno de los Estados. Es decir, determinar el número de partidos resulta significativo cuando se pretende saber qué tan disperso o concentrado está el poder político. Sin embargo, el análisis del número de partidos poco dice de la dinámica real de competencia entre ellos.

Joseph La Palombera y Myron Weimer, en su intento de clasificación de los sistemas de partidos, introdujeron una serie de criterios cualitativos: por un lado, la distinción entre sistemas competitivos y no competitivos, y por el otro, una especie de modelo básico de la orientación o del comportamiento de los partidos entre los aspectos ideológicos y pragmáticos.

¹³ DUVERGER, Maurice, *Los partidos políticos*, p 15

En el ámbito de los sistemas competitivos dichos autores distinguen cuatro subtipos de sistemas de partidos: alternante-ideológico, alternante-pragmático, hegemónico-ideológico y hegemónico-pragmático.

Por lo que hace a los sistemas no competitivos, se dividen en: unipartidista-autoritario, unipartidista-pluralista y unipartidista-totalitario. La deficiencia de esta clasificación radica en su aspecto estático: los sistemas de partidos aparecen definidos de una vez por todas, sin contemplar los mecanismos de cambio que modifican estos sistemas.

Debido a la insuficiencia y deficiencia de este tipo de clasificaciones, se han propuesto otras explicaciones o acercamientos para estudiar los sistemas de partidos. La propuesta más significativa en este ámbito la realizó Giovanni Sartori. En los años setenta, este autor extendió su clasificación en varios aspectos: propuso aumentar el número de clases y el número de criterios para determinar los tipos de sistemas de partidos.

Aunque el criterio básico sigue siendo el número de partidos, Sartori introduce alternativamente otros criterios para determinar cada una de sus clases. Así en virtud de que también trató el aspecto dinámico del cambio en los sistemas de partidos, el politólogo italiano ordenó las clases de la siguiente manera: "de partido único (Albania y la Unión Soviética hasta 1989); partido hegemónico (México hasta 1988); partido predominante (Japón y Suecia hasta antes de la crisis del Partido Liberal Democrático Japonés y del Partido Socialdemócrata Sueco); bipartidismo (los Estados

Unidos y el Reino Unido); pluralismo moderado (Italia, hasta antes de su más reciente reforma electoral); atomización (Malasia).¹⁴

Sin duda, en los trabajos de investigación a nivel internacional sobre los sistemas de partidos, en la mayoría de los casos, se utiliza en la actualidad la clasificación de Giovanni Sartori. Esta aparece lo suficientemente diferenciada como para reducir la múltiple realidad a un punto de partida conveniente para el análisis y para las afirmaciones teóricas.

1.4 Funciones de los partidos políticos

Los partidos son los agentes fundamentales de la representación política y, virtualmente, los únicos actores que tienen acceso a la competencia electoral, a pesar de que su finalidad esencial es lograr el triunfo en las elecciones, lo cierto es que son numerosas las funciones que cumplen los partidos.

Atendiendo a lo anterior, Jaime Cárdenas Gracia establece que en las democracias las funciones de estos organismos se dividen en lo social y en lo institucional.

Las funciones sociales son aquellas que tienen los partidos como instituciones que nacen de la sociedad y ante la cual tienen determinadas responsabilidades, como la socialización política, la movilización de la

¹⁴ SARTORI, Giovanni citado en Cárdenas, Jaime, *Partidos políticos y democracia*, p.24

opinión pública, la representación de intereses y la legitimación del sistema político.

La socialización política representa el deber de los partidos de educar y concientizar a los ciudadanos en la democracia. Los partidos tienen la obligación de promover los valores democráticos, el respeto de los derechos humanos, capacitar no sólo a sus militantes en el conocimiento de principios ideológicos y doctrinas, sino también que éstos sean conocidos por los ciudadanos.

La movilización de la opinión pública significa que los partidos, por lo menos a principios de siglo, fueron los espacios para canalizar la opinión pública. Esto es, corresponde a ellos permitir que se expresen las opiniones, y criterios de la sociedad y posteriormente dirigirlos a una concreción eficaz. Los partidos al contar con los medios materiales y las garantías de permanencia y continuidad, pueden asegurar la generación de movimientos de opinión.

Según Manuel García Pelayo “sólo los partidos pueden cumplir la función de transformar las orientaciones y actitudes generales sentidas por ciertos sectores de la sociedad en programaciones de acción política nacional, y convertir las necesidades expresas o latentes y los deseos más o menos vagos y difusos, de conjuntos de la población, en pretensiones precisas o concretas a satisfacer por los poderes públicos”.¹⁵

¹⁵ GARCIA, Pelayo, Manuel, *El Estado de partidos*, p 77

En síntesis, los partidos políticos son órganos de formación y de expresión de la opinión pública, interpuestos entre el gobierno y la sociedad, cuyo objetivo es el recoger, encauzar y enriquecer las aspiraciones del pueblo para después manifestarlas ante el Estado.

La tercera función social de los partidos es la representación de intereses. Esto es, los partidos son medios de canalización de múltiples intereses, pero lógicamente tienden a predominar unos sobre otros, atendiendo a su origen histórico o ideológico o a una coyuntura política que haga más redituable defender determinados intereses.

La última de las funciones sociales de los partidos es su papel como legitimadores del sistema político. Es decir, según Jaime F. Cárdenas: "uno de los criterios más aceptados en una democracia para medir la legitimidad del sistema alude a su capacidad para promover en su conjunto los procedimientos y las instituciones democráticas y para garantizar y respetar los derechos fundamentales de los ciudadanos".¹⁶

Esto es, que a través del voto ciudadano los partidos políticos adquieren frente a éste su capacidad legitimadora. En suma, los partidos desempeñan una importante labor en esta función, pues, por un lado, tienen un papel fundamental en la conformación de los órganos del Estado mediante las elecciones y, por el otro, son focos de discusión y de debate.

¹⁶CARDENAS, Jaime, citado en García Manuel, *El Estado de partidos*, p.27

Entre las funciones institucionales se encuentran el reclutamiento y selección de élites; así como la organización y composición de los principales órganos del Estado.

La función institucional de reclutamiento y selección de gobernantes encierra la necesidad de contar con un grupo dirigente que se encargue de la administración de la cosa pública. Internamente, los partidos van formando, instruyendo al grupo que a su criterio podrá ir ocupando los diferentes cargos públicos, con el propósito de seleccionar a los mejores hombres.

La segunda función institucional es la organización de las elecciones. Obedece a la influencia de la legislación electoral, su papel en todas las etapas o procesos electorales y el hecho de ser los principales beneficiarios del resultado electoral.

La última de las funciones institucionales de los partidos es su papel en la organización y composición de los poderes públicos u órganos del Estado, principalmente del Poder Legislativo.

En el caso del Poder Ejecutivo, y más aún en aquellos países donde no existe un servicio civil de carrera, los partidos triunfantes llenan casi en su totalidad los cargos públicos.

1.5 Competencia y competitividad

El criterio más importante a considerar dentro de un régimen democrático es la existencia de un sistema competitivo de partidos. Sartori define un sistema no competitivo como aquel que impide elecciones disputadas. Es decir, como el régimen de partidos en donde no existe la incertidumbre electoral. Ya sea porque existe solamente un partido legalmente reconocido, esto es, sistemas de partido único o porque hay sistemas no competitivos que impiden al votante la última decisión sobre la conformación del gobierno.

Caso contrario sucede en sistemas competitivos. Aquí el escenario partidista le ofrece alternativas reales al voto ciudadano. En la estructuración de un sistema competitivo de partidos pesan mucho las reglas electorales.

Sin profundizar demasiado en esta materia podríamos señalar que las normas que regulan los procesos electorales deben procurar que los participantes compitan en igualdad de condiciones y que las instituciones encargadas de supervisar los procedimientos sean imparciales y equitativas.

Por consiguiente, y a fin de garantizar un régimen democrático estable, es importante la institucionalización del sistema de partidos. Para ello es necesario la estabilidad de las reglas electorales y de los partidos políticos. Esto es, que no podrá garantizarse una institucionalización del sistema de partidos ahí donde existan partidos que van y vienen o partidos que nacen en una elección y mueren en la siguiente.

En los sistemas de partidos está presente de una o de otra forma la idea de democracia y la lucha contra el totalitarismo. Por lo que dentro de la democracia como método, se encuentran de manera más o menos desarrolladas las reglas del juego mediante las cuales se va a establecer un sistema electoral.

Estas reglas del juego se plasman en las legislaciones electorales en las que, por lo menos formalmente, se pueden detectar las características de los sistemas electorales y de partidos que, junto con los factores reales de poder, establece los principios de competencia y competitividad que son tan necesarios para la clasificación de los sistemas de partidos.

Como ya se había señalado, las elecciones consisten en el acto de designar o nombrar a alguien para un cargo político de representación. Sin embargo, las elecciones implican otra serie de cuestiones como las de que para que efectivamente se pueda hablar de que una elección se lleva a cabo, el ciudadano debe poder elegir o escoger entre dos o más posibilidades. En otras palabras, la elección implica opción.

Al ser las elecciones un proceso de decisión política fundamental para la vida de una nación y para la permanencia de determinados grupos en el poder, su control o intento de control estará presente en dichos grupos. De ahí que Guy Hermet señala la existencia de elecciones libres en las que "El cuerpo electoral no está diseñado 'a la medida' por el poder o por los notables locales, en que los electores no se sienten amenazados cuando depositan sus papeletas y donde los resultados oficiales corresponden verdaderamente, salvo errores mínimos o distorsiones puramente locales a

los sufragios emitidos. Las elecciones no libres son aquellas que no corresponden a una o a varias de estas exigencias".¹⁷

Guy Hermet no satisfecho con la anterior distinción entre elecciones libres y no libres, propone la noción de competencia electoral, según la cual no solamente se permita escoger entre dos o más candidatos sino que también posibilita la existencia de elecciones competitivas y plurales. A pesar de lo cual Hermet considera que el hecho de que varios partidos participen con sus candidatos en comicios, no significa necesariamente que dichas elecciones sean libres y competitivas, ya que existen casos en diferentes países, en los que la competencia está dirigida y controlada por los grupos en el poder y por el propio gobierno, por lo que la competencia se encuentra falseada y hasta suprimida.

Por su parte, Giovanni Sartori elabora una propuesta de clasificación y análisis de los sistemas de partidos de una manera parecida a la del autor anterior. De esta forma, Sartori menciona que lo ideal es la existencia de una "competencia óptima", que no caiga a los extremos de la competencia excesiva en la que la lucha por el poder se oriente a la pulverización de las fuerzas y a una competencia reducida que concentre el poder en pocas manos.

En la competencia óptima los partidos pequeños deben ser antagonistas verdaderamente independientes del partido principal y disputar las elecciones en igualdad de circunstancias.

¹⁷ Hermet, Guy. *¿Para qué sirven las elecciones?*, p.23

El aporte central de Sartori se encuentra en su propuesta de utilización de los conceptos de competencia y competitividad. Señala que la competencia establece una estructura o regla del juego y la competitividad es un estado concreto del juego, por lo que la competencia abarca en realidad la existencia de competitividad y no competitividad en una elección.

La competencia es competitiva “cuando dos o más partes consiguen resultados aproximados y ganan por escasos márgenes. Además se dice que una comunidad política es competitiva cuando a los enfrentamientos electorales no se les ponen límites y se disputan hasta el final (...) no cabe duda de un choque feroz en las elecciones demuestra que las normas de la competencia funcionan pluralmente, pero los resultados son los únicos que demuestran hasta que punto es competitivo un sistema dado, en el sentido de acercarse a una distribución igual de fuerzas entre los partidos principales”.¹⁸

La existencia de la competencia y la competitividad en las elecciones se constituye en elemento vital que contribuye y garantiza el desarrollo y fortalecimiento de la democracia. Para algunos, la democracia electoral es insuficiente para que se dé una democracia plena, como se vio en las definiciones de Hermet y Sartori en las que la participación de los ciudadanos se da en aspectos que rebasan lo meramente electoral, pero el avance en este ámbito influye necesariamente en la democracia de un país.

¹⁸SARTORI, Giovanni. *op.cit.*, p.260

1.6 Fortalecimiento de la competitividad

Las elecciones democráticas permiten, al menos de manera más clara y continua que en los regímenes no democráticos, el fortalecimiento de la competitividad. En suma, las condiciones de las elecciones democráticas son las siguientes:

- Las oportunidades formales de triunfo deben ser iguales para todos los contendientes, de modo que sean sus propios méritos políticos los que decidan el resultado. Esto lógicamente debería ser lo ideal; sin embargo, es posible determinar si las ventajas de que goza "x" partido son decisivas o inciden en el resultado final de la elección.
- El partido en el poder no podrá echar mano de los recursos del Estado para promover su reelección en la siguiente ronda electoral, es decir, el financiamiento de los partidos políticos deberá ser más equitativo a fin de regular su transparencia en el uso de los mismos recursos.
- El ganador en cada ronda electoral no tendrá derecho a ocupar los puestos y niveles del poder, sino algunos de los más importantes, entre los que se encuentra el gobierno.

Quando las elecciones cumplen con las condiciones señaladas en el apartado anterior, podemos hablar de un sistema competitivo de partidos. Si una o más de estas condiciones no se cumplen, independientemente de que existan partidos de oposición, se da un sistema no competitivo de partidos.

En tal caso, la posibilidad de alternancia del poder exige la transformación del sistema en uno competitivo a través del cambio de las leyes electorales.

La competencia entre partidos es, pues, una condición irrefutable para que un régimen democrático funcione de manera eficaz. Para que la competencia sea real es necesario un sistema electoral equitativo, limpio e imparcial. Por todo ello, la nueva democracia también debe garantizar la competitividad de las normas y la apertura del juego democrático.

1.7 Elecciones y partidos políticos en México

En el periodo comprendido entre 1946 y 1976, la participación electoral llevada a cabo en México tendió a ajustarse a las instancias ya establecidas y dejar un poco de lado las manifestaciones abiertas de los diferentes grupos y organizaciones. Uno de los factores que provocó en gran medida lo anterior fue la reestructuración del partido oficial efectuada en 1946, año en que el Partido de la Revolución Mexicana (PRM), se convirtió en el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

“El PRI representó una versión nueva del partido oficial. Si bien, como su antecesor, conserva la estructura sectorial, hay dos rasgos que lo diferencian de éste: el primero es que se acentúa su capacidad de designar, de manera más centralizada, a sus candidatos a los puestos de representación popular (con la notoria excepción de la Presidencia de la República) y el segundo, relacionado con el anterior, es una disminución notoria de la participación de los distintos grupos y sectores del partido en el tipo de designación mencionada”.¹⁹

¹⁹ GONZALEZ Casanova, Pablo (Coord), *Las elecciones en México, evolución y perspectivas*, p.103

Quizás el mayor problema de la representación política en México tendría que verse en el contexto del predominio del PRI y de esas contradicciones tan arraigadas entre lo democrático de un proyecto heredado de la Revolución y lo antidemocrático de permanecer más de 50 años en el ejercicio continuo del poder. "La permanencia en el poder de un partido no implica por sí misma que el sistema sea antidemocrático pero el hecho de que el PRI haya usado los recursos del Estado con el fin de cerrar el paso a los demás partidos políticos, si lo es; y también el hecho de que la ausencia de competitividad en la lucha político-electoral, impida el ejercicio efectivo de la crítica de la gestión gubernamental y anule la posibilidad de elegir gobernantes y representantes ante el poder legislativo".²⁰

Así bien, el hecho de que el PRI se haya "mantenido" por muchos años como el único partido, limitó en muchos aspectos el desarrollo de un sistema de partidos vigoroso. Sin embargo, tampoco hubo una competencia real por parte de los partidos de oposición. Partidos como el Popular Socialista, el Auténtico de la Revolución Mexicana, el Social Demócrata, entre otros que finalmente perdieron su registro no representaron peligro para el partido tricolor.

La oposición más constante en el tiempo de existencia del PRI ha sido el Partido Acción Nacional (PAN) el cual se constituyó en el año de 1939. Algunos de los grupos que le dieron origen fueron grupos católicos en general, empresarios, miembros del sector financiero, clases medias y altas de las ciudades, ex funcionarios e intelectuales; la orientación política que manifestaba este partido era de corte conservador. Acción Nacional surge

²⁰ GOMEZ Tagle, Silvia, *La frágil democracia mexicana: partidos políticos y elecciones*. p.29

como una coalición de fuerzas unidas con el fin de contrarrestar "el régimen de reivindicaciones sociales de Lázaro Cárdenas y frenar así el desarrollo 'socialista' del país".²¹

El éxito más importante del PAN no sólo en los últimos años sino en toda su historia ha sido, sin lugar a dudas, el triunfo de Ernesto Ruffo Appel en su lucha por la gubernatura de Baja California en 1989. El triunfo de Ruffo Appel permitió impulsar la presencia de Acción Nacional en la esfera político-electoral del país, a la vez que se reafirmó como la segunda fuerza política en la escena nacional.

En el caso particular del Partido de la Revolución Democrática (PRD) sus orígenes se remontan al Frente Democrático Nacional (FDN), donde la Corriente Democrática del PRI se transforma en coalición electoral que postula a Cuauhtémoc Cárdenas a la presidencia de la República integrada por el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM), el Partido Popular Socialista (PPS) y el Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN), además de que el Partido Mexicano Socialista (PMS) declina su candidatura y se suma al FDN. Posteriormente en 1989, se fundó el PRD utilizando la base del PMS.

La finalidad manifiesta, según el propio PRD, era terminar con el régimen de partido de Estado imperante en México y abrir camino hacia un sistema democrático y de plena vigencia constitucional.

²¹ Departamento de Estudios Comparados de Sistemas de Políticos, *Monografía sobre el Partido Acción Nacional*, febrero de 1991

Si bien el PRD ha logrado afianzarse poco a poco como competencia política durante las últimas elecciones, su gran problema a lo largo de su existencia ha sido el de la unidad; en la izquierda no cesan los movimientos de acercamiento o de distanciamiento entre los diferentes grupos que lo conforman, lo que ha provocado en el electorado una imagen confusa. Su evolución como partido ha tenido que pasar por una decantación de los diversos grupos que lo conforman y, por lo mismo, los resultados han sido un descuido en su organización, así como una indefinición ideológica que se traduce en un programa político ambiguo.

Como se verá en los capítulos siguientes, a partir de 1988 y de la presencia más sólida del PAN en el nivel estatal, el reclamo por la equidad en la competencia (en lo relativo a los medios de comunicación por ejemplo) fue cada vez más fuerte.

Concretizando, en el caso de la competencia electoral en México se presenta una situación particular que será analizada a lo largo del presente trabajo. Por ejemplo, y de acuerdo a Sartori, se puede hablar de que ha habido competencia entre los partidos en tanto que han participado en procesos electorales, pero lo que no habido es competitividad, esto es, no se ha dado la situación en la que dos o más partidos consigan resultados aproximados y el triunfador gane por escasos márgenes tal y como sucede en las elecciones federales.

Si bien es cierto que en las últimas elecciones presidenciales, el margen de diferencia de votos se redujo considerablemente, además de que en las diferentes elecciones estatales, y más recientemente en las del

Distrito Federal ya podemos ver una situación más clara de competitividad, lo cierto es que todavía existen muchos puntos de discusión al respecto que se verán en los siguientes capítulos.

En suma, el fortalecer la competitividad implica lograr mejores condiciones de equidad, no de igualdad, puesto que el trato igualitario implicaría que todos los partidos políticos obtuvieran las mismas prerrogativas por parte del Estado. En cambio, la equidad implica que cada uno de los partidos recibe conforme a su fuerza electoral y a fin de evitar grandes diferencias la ley establece topes de campaña no sólo en los recursos que se otorgan a cada partido sino también en el acceso a los medios. Como veremos más adelante todavía rige la demanda de más y mejores condiciones de competencia en el acceso de los partidos a los medios de comunicación.

La competitividad se presenta en México todavía como un ideal al que hay que encontrarle una mecánica y propuestas para llevarlo a cabo. Entre las principales razones de la diferencia existente, entre el PRI y los demás partidos todavía son materia de discusión el financiamiento y el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación -tema de investigación de la presente tesis.

Sin embargo, todavía falta mucho por hacer en esta materia, pero el avance de la democracia y de la pluralidad requieren cambios de este tipo para que pueda ser una realidad.

CAPITULO DOS

Diagnóstico: Procesos Federales Electorales

La sucesión presidencial de 1976 expresó el agotamiento del sistema de partidos que operó durante más de tres décadas.

En ese entonces el PRI no tenía competencia electoral peligrosa. Esto se debe a que por primera vez en la historia del partido del estado, su candidato fue el único que se presentó a disputar la presidencia de la República. José López Portillo, además de ser el abanderado del PRI, es apoyado por el PPS y el PARM, lo que convertía al PAN en el único partido de oposición que podía postular candidato. Sin embargo, este partido venía de una división interna que se reflejó en el momento de decidir quién iba a ser su candidato, el conflicto termina con la decisión de no presentarse a las elecciones de primer mandatario y participar exclusivamente en la disputa de diputaciones y senadurías.

Ante este panorama, fue necesario modificar el sistema por la ausencia total por parte de la oposición. De ahí que se incluyera a los grupos que en un principio habían sido excluidos y de ofrecer a todos los partidos políticos y grupos políticos oportunidades de participación electoral. Con lo que el PCM, el PST y el PDM obtienen su registro con la reforma electoral de 1977.

Dicha reforma recogió las aspiraciones democráticas de muchos sectores sociales al abrir cauces a la participación electoral a nuevas

organizaciones políticas, pero se mantuvieron los mecanismos de control del Poder Ejecutivo sobre el proceso electoral, de tal suerte que los partidos de oposición encontraron todavía varios obstáculos para su desarrollo.

La sucesión de 1982 tuvo dos novedades que llevó a cabo dentro de la Reforma Política: fue el primer ensayo de elecciones pluripartidistas y tuvo como referente la más grande crisis económica del México "moderno".

La votación de julio de 1982 constituyó la gran prueba de los alcances y limitaciones de la Reforma Política, ya que fue evidente el contraste con las elecciones del '76. Para los comicios de 1982 se presentaron siete candidatos. En este caso el PRI obtuvo un porcentaje menor al de las elecciones anteriores, aunque ganó con una notable ventaja sobre los partidos de oposición. Miguel de la Madrid ganó las elecciones con amplio margen y, además de ser postulado por el PRI, recibió el apoyo del PPS y del PARM.

A todo esto hay que agregar que la oposición seguía al margen. Una de las más importantes limitaciones de la Reforma Política radica en que estuvo creada para que el PRI continuara ganando sin grandes problemas a un conjunto de partidos pequeños y muy fraccionados. Empero, existían grandes vacíos legales para que la oposición, perteneciera a la línea que perteneciera, no pudiera crecer.

2.1 Proceso Electoral Federal de 1988

A partir de la Reforma Política, las características de las campañas

electorales por la presidencia propiciaron que la vida política en México cobrara una nueva dinámica. Las incompatibilidades dentro del partido oficial se manifestaron hasta el punto de generar otras fuerzas que comenzaron a tratar de desplazarlo. La falta de opciones políticas y la crisis económica estimularon a fuerzas sociales descontentas y cada vez más activas, con mayores demandas y resentimientos acumulados.

La campaña electoral de 1988 mostró un panorama electoral diversificado, con distintas concepciones, propuestas y alternativas. En términos generales, estuvieron presentes dos elementos constantes en los pronunciamientos de los contendientes: las críticas sobre el sabotaje informativo de las campañas de oposición y las advertencias acerca de los riesgos que podría producir un fraude electoral en los comicios presidenciales.

2.1.1 Campañas Electorales

2.1.1.1 El Partido Acción Nacional

Dentro del PAN se han mantenido, fundamentalmente, dos grandes tendencias. “Por un lado, una que podría considerarse tradicionalmente formada por dirigentes más propensos a la conciliación para afianzar posiciones, otra, que empezó a desplegarse en 1986 impulsada por nuevos militantes y por líderes menos avezados en el discurso de derecha.”¹ Esta última conocida como neopanista.

¹ CANDANO, Fierro Mónica, “Las campañas electorales”, en González Graf, Jaime, *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, p.60

Dentro de esta última corriente surge Manuel J. Clouthier, quien llevó a cabo una activa y controvertida campaña. La técnica de sus pronunciamientos se fijó en un tratamiento de crítica y rebeldía civil: cierres de puentes, ocupación de plazas y bloqueos de carreteras, entre otros.

Al criticar la alianza entre el PMS y el FDN (ex priistas y socialistas), subestimó sus alcances y la consecuencia fue el desplazamiento del PAN hasta la tercera posición como fuerza política ante el fuerte asenso del cardenismo.

2.1.1.2 El Partido Revolucionario Institucional

La Reforma Política de 1977 permitió la presencia de nuevos partidos y con ello se multiplicó el abanico de opciones que se ha ofrecido a los electores, y a pesar de que se puede hablar de cómo los votos que antes recibían cuatro partidos se fueron subdividiendo entre otros nuevos y se han redistribuido en diversas formas, la tendencia general ha sido la disminución del porcentaje de votos priistas.

Según los resultados oficiales, el PRI sufrió una sensible caída; comparando las cifras, en las elecciones de 1982 los priistas ganaron el 71.63 %; en las elecciones para diputados de 1985, el partido tricolor obtuvo el 64.81 %; esta tendencia continuó a la baja y se convirtió en el 50.74% que consiguió el candidato priista el 6 de julio de 1988. ²

La elección de Carlos Salinas tuvo que enfrentar una serie de

²Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A.C., *Elecciones 1988, ¿Qué pasó?*, p.20

obstáculos que no se habían visto antes en las tradicionales campañas priistas. Como lo señala Mónica Cándano "...la ausencia de los sectores partidistas en su usual tarea de organizar grandes movilizaciones en favor de su candidato, llevó a Salinas a utilizar otras instancias (...) de su partido para promover y delinear sus recorridos por el país."³

Sin embargo, y no obstante las muestras de adhesión en varios círculos que compartían el proyecto salinista, a lo largo de todo su recorrido por el país, Salinas se esforzó en recuperar la confianza y la credibilidad ciudadanas. Su mayor reto fue revertir esa desconfianza y convencer acerca de la legitimidad de su investidura y de la validez de su proyecto generando con ello las condiciones más favorables para poder gobernar.

2.1.1.3 El Frente Democrático Nacional

Una de las principales novedades del proceso político en 1988 fue la coalición en torno al ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas. El FDN, a pesar de tener una notable diversidad interna y carecer de estructura organizativa, pudo hacer lo que hasta ese momento resultaba imposible: competir frente al PRI.

A lo largo de la campaña cardenista se hicieron cada vez más claros los errores que cometió la dirigencia priista. Por ende, las causas del auge cardenista se pueden encontrar fácilmente en el desgaste del partido oficial y el aumento de las pugnas internas; así como la pérdida de credibilidad del gobierno. Además de la gran importancia que representaba la figura del ex

³CANDANO, Fierro, Mónica, *Op. Cit.*, p.55

presidente Lázaro Cárdenas en amplios sectores de la sociedad mexicana.

De manera notable y continua ascendió poco a poco la campaña cardenista e incrementó su influencia con distintos sectores sociales; el concurrido recibimiento de Cárdenas en la UNAM es una muestra de ello. Sin embargo, si bien fue notorio el fortalecimiento de la campaña de Cárdenas, tampoco se puede negar el carácter regional del arraigo cardenista y de la influencia de los partidos que lo apoyaron. Así lo evidencian las grandes manifestaciones de apoyo en Michoacán, Guerrero y Coahuila, en contraste con la campaña desangelada en Guadalajara y la muy exigua capacidad de convocatoria en Chihuahua.

En la etapa final de su campaña, y a partir de su asistencia a Ciudad Universitaria, el trato que recibió por parte de los medios de comunicación se modificó, en comparación con los otros partidos de oposición, debido a la capacidad de convocatoria que obtuvo en el lugar. Se le dio amplia difusión a la imagen de Cárdenas en los programas oficiales de los partidos políticos. "Tal vez la presencia de uno de los antiguos colaboradores en la Comisión de Radiodifusión (Diódoro Guerra, ex secretario de educación del Gobierno de Michoacán con Cárdenas), ayude a explicar el fenómeno".⁴

En suma, el ex gobernador michoacano candidato del FDN, insistió en un discurso que se enfocaba más al pasado que al desarrollo nacional. A su vez, Clouthier privilegió la retórica y las medidas agresivas por encima de la campaña de las propuestas.

⁴ Ibidem. p.62

2.1.2 Medios de Comunicación y Partidos Políticos

Durante el proceso de 1988, el acceso a los medios de comunicación electrónicos representó una total desigualdad en la asignación de tiempo. “El país sufrió un bombardeo masivo de propaganda electoral entre febrero y junio de 1988. De ella la de mayor peso fue, sin duda, la del PRI en lo que a número de horas se refiere. La televisión estatal llegó a desconocer prácticamente a los partidos de oposición y reservó sus espacios informativos a promover la candidatura de Carlos Salinas”.⁵

Sin embargo, el PRI desplegó su propaganda a través de todos los medios de comunicación utilizando de manera adecuada algunos de los principios de la publicidad; mientras que la oposición volvió a caer en los errores de siempre: desconocimiento del lenguaje específico de la radio y la televisión, improvisación de los contenidos, etc.

Al respecto, Raúl Trejo Delarbre señala: “Los medios electrónicos contribuyeron a una serie de ensimismamiento priísta que acabó por perjudicar tanto a ese partido como a los propios órganos de difusión: al aparentar que casi no había presencia nacional de la oposición, la televisión y la radio (...) perdían credibilidad y no eran útiles ni siquiera para propalar y reforzar los mensajes del partido gubernamental”.⁶

Por vez primera en un proceso electoral, los medios de comunicación ocuparon un lugar, si no relevante, por lo menos se hicieron presentes.

⁵ DE LA GARZA, Luis. “El papel de los medios de comunicación en los procesos electorales”, citado en *Las elecciones federales de 1988*, p.237

⁶ TREJO, Raúl. “El proceso electoral de 1988”, en Arredondo Pablo, et. al., *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, p.33

Antes de 1988, el PRI ocupaba la radio y la televisión para beneficio propio, fomentar su imagen, difundir mensajes, pero nunca confrontar ideas con otros partidos. A pesar de ello, durante el '88 continuó el manejo parcial de la información.

Ante este panorama, en el primer semestre de 1988 los partidos de oposición reclamaron de maneras muy variadas ante lo que consideraban inequidad en la televisión. La protesta más eficaz y sonada fue la que llevó a cabo Manuel J. Clouthier en contra del consorcio Televisa.

En un mitin celebrado el 17 de enero de ese año, el candidato panista declaró boicot a la televisión privada señalando: "no he tenido ni un segundo en televisión... Actualmente no hay igualdad de oportunidades como debiera en unas elecciones democráticas les quiero pedir que envíen cartas, telegramas y llamen a la avenida Chapultepec 18 (...) busquen a Jacobo Zabloudovsky o a quien se les pegue la gana, pero exijan a la televisión mexicana que ustedes quieren ver y escuchar lo que piensan los candidatos de oposición..."⁷

A raíz de este problema, se amplió un poco más el espacio a los partidos de oposición, pero siguieron sin espacio en noticieros ni acceso a la publicidad pagada.

Si algo queda claro, en el tiempo que duró la campaña electoral, es que la prensa sólo operaba como un "canal" privado al servicio del Estado. Claro está que los medios de comunicación siempre fueron cuestionados

⁷ *La Jornada*, 18 de enero de 1988

por los candidatos opositores. Cada uno, a su manera, criticó la falta de información, mínima cobertura de las campañas, parcialidad en el número de actividades, etc.

Los principales reclamos de los partidos de oposición eran que un gran número de directivos de los medios más importantes del país daban su apoyo incondicional al candidato del PRI. Por ejemplo: a pocos días del destape del candidato tricolor, los representantes de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) en su tradicional semana se declararon abiertos a Carlos Salinas de Gortari:

Como radiodifusores y como mexicanos estaremos con usted porque estamos convencidos que sus ideales y sus objetivos coinciden con los nuestros que son México, y por esa razón apoyamos se precandidatura para ocupar la Presidencia de la República ⁸

A partir de entonces, la apertura de los medios para el partido oficial fue total y amplia; contrario a lo que sucedió con los candidatos de oposición. Sin embargo, la oposición tampoco supo canalizar las ventajas que tuvo, con su acceso a los tiempos que por ley le correspondían para difundir sus plataformas o programas. "Aquí también fue triste el papel desempeñado por los medios, ante la falta de capacidad y originalidad de quienes se encargaron de realizar los programas televisivos de los partidos de oposición. La mayoría de estos programas, señalaron Irene Herner y Olga Durán, resultaron tradicionales, ideologizados, manipuladores y, las

⁸ *Excélsior*, 10 de octubre de 1987.

más de las veces aburridos. No hubo, en la mayor parte de ellos, más credibilidad o verosimilitud que en los realizados por el PRI..."⁹

2.1.2.1 Monitoreo del acceso de los partidos políticos a los medios electrónicos

Durante la campaña para la elección presidencial de 1988, diversas investigaciones dieron cuenta de la abrumadora presencia del candidato priísta en la radio y la televisión. Por ejemplo, un estudio efectuado por el Centro Internacional de Investigación y Desarrollo, A.C., entre octubre de 1987 y mayo de 1988, arrojó los siguientes resultados: mientras que la actividad proselitista del candidato Carlos Salinas de Gortari ocupó el 69 por ciento del tiempo total destinado en los noticiarios radiofónicos a cubrir las campañas electorales, los otros candidatos, en conjunto, ocuparon sólo el 30.6 por ciento. En la televisión la desproporción fue mayor: el 90.7 por ciento del tiempo dedicado por los noticiarios a las campañas electorales correspondió al candidato del PRI, en tanto que un raquíto 9.3 por ciento se dedicó a los otros aspirantes presidenciales.

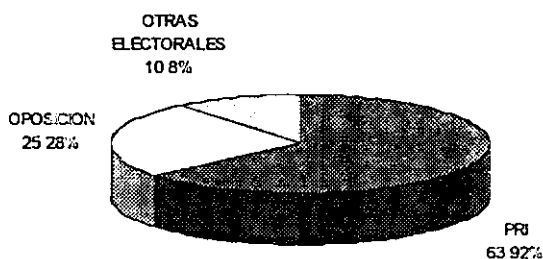
A su vez, el análisis que realizó Pablo Arredondo Ramírez en torno a los espacios que ocuparon los partidos políticos en la radio y la televisión coincide de alguna manera en estas cifras dejando en claro la disparidad en los tiempos otorgados a cada uno de los partidos políticos.

De dicho análisis se concluyó que del total del número de noticias que se analizaron en los noticiarios de las dos televisoras más importantes de

⁹DE LA GARZA, Luis A., "El papel de los medios de comunicación en los procesos electorales", en *Las elecciones federales de 1988 en México*, p. 239

ese entonces -Televisa e Imevisión- con los noticiarios *24 Horas* y *Día a Día*, respectivamente, "el 63.91% correspondieron al PRI y tan sólo el 25.27 al total de los partidos de oposición (PAN, FDN-PMS, PRT y PDM); y el 10.8 % correspondió a otras notas electorales".¹⁰

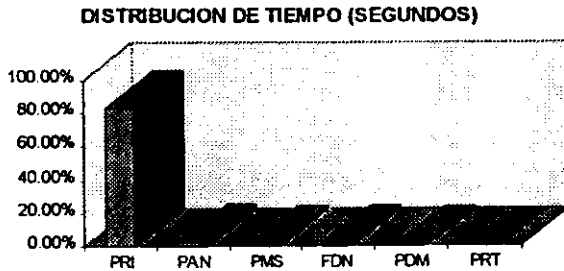
DISTRIBUCION DE NOTAS ELECTORALES



El mayor tiempo otorgado al PRI, en el Caso de la televisión, fue superior en el noticiario *Día a Día* que en *24 Horas*; de tal manera que en el primer caso el partido tricolor acaparó el 67% de las noticias electorales y casi el 90% del tiempo dedicado; en el noticiario de Televisa, el partido oficial ocupó el 60% de las notas y destinó aproximadamente el 70% del tiempo asignado a las cuestiones electorales. Esto no significa que la televisión privada haya actuado con mayor responsabilidad. La diferencia entre uno y otro noticiario radicó en la actitud que asumieron los responsables de la información ante el crecimiento y la magnitud de algunas de las corrientes opositoras. "Para la televisión gubernamental...la mejor forma de reaccionar ante el fenómeno opositor fue asumiendo la 'política de avestruz', es decir, ignorando en forma radical la existencia de los partidos y candidatos que contendieran contra el aspirante oficial".¹¹

¹⁰ ARREDONDO R. Pablo, "Los monitorcos en las elecciones de 1988", en semanario *Política* de *El Nacional*, N 25, 26 de octubre de 1989

¹¹ ARREDONDO R. Pablo, "Opacidad en la ventana electrónica: el proceso electoral de 1988 en los noticieros televisivos", en *Así se cayó el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, p 156



Fuente: ARREDONDO, Pablo, *Opacidad en la ventana electrónica: El Proceso electoral de 1988 en los noticieros televisivos*, en *Así se calló en sistema. Comunicación y elecciones*, UdeG, México, 1991, p.157

En este cuadro se demuestra claramente la poca atención que tuvieron los partidos de oposición en comparación con el PRI. Para el noticiero *Día a Día*, la mejor forma de retomar la participación de los partidos opositores fue prácticamente ignorándolos. Según lo señala el periodista Pablo Arredondo "En lo que se refiere al número de noticias el espacio informativo de Imevisión dedicó el 25% de las noticias electorales a cubrir actividades de las cinco corrientes de oposición, lo que en promedio significa que a cada uno de los candidatos le correspondió el 5% de las notas, frente al 67% del candidato oficial. Pero todavía más impactante fue el hecho de que en términos de tiempo todos los partidos opositores apenas aparecieron en el 4.89% del espacio asignado a los temas de la campaña política, lo que contrastó con el casi 90% del tiempo asignado al PRI".¹²

En general, el discurso de la negación o el de minimizar las noticias generadas por la oposición prevaleció como una constante en el noticiero

¹² ARREDONDO, Pablo. "Opacidad en la ventana electrónica: el proceso electoral de 1988 en los noticieros televisivos". en *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, p.166

de Imevisión; un discurso en el que los protagonistas apenas aparecieron; un discurso que reportó actividades carentes de significado; un discurso que nunca dio oportunidad a los actores políticos de dar a conocer en propia voz sus plataformas y programas políticos. "La televisión oficial estructuró el discurso de los partidos opositores, de manera tal que su tesis, su verdadera presencia en las regiones y su influencia en los diversos segmentos de la población fuesen literalmente irreconocibles".¹³

2.1.2.2 La Prensa y el acceso de los Partidos Políticos

El periodismo es el acto de socializar, rápida y efectivamente la información.¹⁴ Es decir, la información que se pretende dar a conocer debe - o debería sustentarse en la realidad-. El periodista tiene la obligación con el lector de transmitir un hecho real en el momento que se suscita.

La anterior definición viene a colación ya que esto no siempre es así. El periodismo, ya sea por intereses partidarios, políticas de la empresa informativa, etc., tiende a transmitir sólo lo que le conviene. En el caso particular de la prensa, durante las elecciones de 1988, fue el medio con mayor número de confrontaciones. En contraposición con la radio y la televisión, la prensa expresó la información lo más apegado a la realidad lo que sucedía en las elecciones antes y después de éstas.

Durante los comicios de 1988 dichos intereses determinaban que la información fuera soslayada o de plano ocultada. Con lo cual se vislumbra que no se alcanzó el objetivo que deben cumplir los medios.

¹³ Ibidem, p. 170

¹⁴ DALLAL, Alberto, *Lenguajes periodísticos*, p33

Del análisis sobre prensa que se realizó durante el primer monitoreo en las elecciones del '88 se retomaron seis diarios de los 25 que en ese entonces tenían mayor circulación.

En el análisis, de los 10 días de la muestra escogida alternadamente, el periodista Raúl Trejo señala que había una extrema disparidad en la información que los periódicos destinaban a la cobertura de las campañas para la Presidencia de la República. Del total de los centímetros-columna y comparativamente en porcentajes, las notas informativas de los diarios fueron, en su mayoría, priistas.

Porcentajes por partido y por periódico con respecto al total de cada diario
(23 de marzo al 1° de julio)

	Unomásuno	Excélsior	El Universal	La Jornada	Novedades	El Nacional
PRI	43.4	59.5	49.3	39.3	83.9	89.4
PAN	13.0	8.1	11.9	13.0	5.7	0.7
FDN	14.1	11.4	11.3	14.0	3.0	5.4
PMS	18.2	6.8	10.3	16.7	3.7	2.7
PDM	6.9	6.7	9.7	7.0	0.0	0.9
PRT	4.4	7.5	7.5	10.0	3.7	0.9
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Estos datos arrojan que de los diarios analizados, *Uno mas uno* y *La Jornada* fueron los "más equilibrados", con menos del 45% de información destinada al PRI sobre el total de sus notas relativas a las campañas. *Excélsior* destinó aproximadamente poco más de la mitad del espacio y *El Universal* con casi el 50%; *Novedades* y *El Nacional* fueron casi totalmente priistas ya que otorgaron a este partido el 83.9% y 89.4% respectivamente.

La coyuntura política de 1988 permitió de manera más clara, que en anteriores procesos electorales, apreciar la relevancia y la verdadera capacidad

profesional de los noticieros de la televisión, radio y prensa mexicana.

Los grandes concesionarios de los medios otorgaron abiertamente sus espacios al candidato del PRI. La oposición, en cambio, estuvo relegada no sólo a un acceso limitado, sino también al tratamiento informativo con que fueron señalados.

En los incisos anteriores se aprecia el trato inequitativo en el acceso a los medios de comunicación. En el caso concreto de la televisión, desconoció o ignoró completamente los reclamos de los diferentes sectores de la política y de la sociedad: reclamos de democracia y pluralidad política.

Es a partir del proceso electoral de 1988 cuando por primera vez diversos analistas deciden indagar sobre la cobertura de algunos de los órganos informativos. El momento político se prestaba para ello, tomando en cuenta su calidad de actores en la vida política nacional.

En un contexto de efectiva competencia política y en condiciones electorales equitativas no habría nada de extraordinario el que un candidato expusiera sus ideas. En nuestro sistema político y por ende en los medios, la tolerancia termina en donde comienza la posibilidad real de alternancia en el poder.

2.2 Proceso Federal Electoral 1994

Las elecciones de 1994 ayudaron a marcar los rasgos definitivos de nuestro sistema electoral. A partir de este proceso se conocieron las deficiencias, las lagunas y los problemas reales para tener elecciones con normas y reglas legales y justas.

A partir de la experiencia de agosto, las condiciones que envolvían el sistema electoral, de manera específica el financiamiento y gastos de los partidos, así como los medios de comunicación y la cultura política, todavía eran considerados como tela de juicio y de múltiples cuestionamientos.

Estas elecciones fueron diferentes a las anteriores por varias razones. No sólo se trató de un proceso mucho más competido con relación a resultados electorales, sino que además se presentaron situaciones diversas que incluyeron desde la muerte de uno de los candidatos hasta una reforma electoral cuando el proceso ya estaba muy adelantado.

2.2.1 Las campañas políticas

A partir del destape del candidato del PRI y una vez iniciadas las campañas de los tres principales partidos, éstas mostraron durante el mes de diciembre un perfil muy bajo. Posteriormente, los partidos se preparaban para iniciar con mayor fuerza sus campañas; sin embargo, tomarían un nuevo giro ya que en los primeros días de enero, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional irrumpió violentamente con un movimiento armado en el estado de Chiapas, alterando completamente las condiciones políticas del país.

Las campañas quedaron atrapadas en un contexto político muy complejo señalado por los efectos en la opinión pública del conflicto chiapaneco y la negociación de una nueva reforma electoral.

Por otra parte, el 23 de marzo, el Congreso aprobó el paquete de reformas constitucionales preparatorias de la reforma del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) y, por la tarde, Luis Donaldo Colosio fue asesinado en la colonia Lomas Taurinas de Tijuana, al finalizar un mitin. A raíz de esto, las campañas electorales, al igual que la vida política del país, sufrían de un momento a otro un nuevo y drástico cambio.

Con la muerte de Colosio había que buscar a un nuevo candidato, quedando finalmente Ernesto Zedillo, que el 29 de marzo pronunció su discurso de aceptación de la candidatura del PRI a la Presidencia de la República, con lo que las campañas electorales entraron en una nueva fase.

Desde ese momento en adelante, y a cuatro meses y medio del día de la elección, las campañas electorales adquirieron una nueva dinámica. En los siguientes meses, las campañas electorales coparon los medios de comunicación entre múltiples especulaciones sobre el o los asesinos de Colosio. Al mismo tiempo, con la ciudadanización del Consejo General del IFE, se desató la polémica respecto a las condiciones de la competencia entre los partidos, la confiabilidad del padrón electoral, la creación y funciones de una Fiscalía Especial para Delitos Electorales y el papel de los medios de comunicación. Fue entonces cuando las encuestas empezaron a tener un importante lugar en las campañas y los partidos modificaron sus

estrategias para luchar más eficientemente por los votos.

2.2.1.1 El Partido Acción Nacional

El Partido Acción Nacional desarrolló una campaña de altibajos. En un principio criticó con dureza las condiciones económicas, políticas y sociales que vivía el país en ese entonces. “El candidato del PAN supo enunciar acertadamente estas críticas gracias a sus considerables habilidades como orador y polemista. El suyo fue un discurso eficiente en múltiples foros”.¹⁵

Para estos momentos el PAN tenía mejores condiciones que hacia seis años, el partido blanquiazul ya contaba con tres gobernadores y más de 100 presidentes municipales. En las elecciones de 1988 obtuvo más de 3 millones de votos, en 1991 su base creció a los 4 millones y para la jornada del 21 de agosto mostraron que sumaban más de 5 millones de electores.

Las campañas políticas tuvieron su momento más importante el día del debate televisivo (12 de mayo de 1994) y a raíz del mismo las campañas tomaron un nuevo giro. Fueron 90 minutos de propuestas, ataques y defensas.

En el caso de Diego Fernández desde el principio su estrategia política la enfocó al ataque y su agravio al candidato perredista fue directo: “Usted es un hombre que tiene una cara en la oposición y otra en el gobierno. Usted hoy sostiene que el gobierno debe poner manos fuera de los procesos electorales, pero usted hizo esta ley electoral en Michoacán

¹⁵ Sánchez Gutiérrez, Arturo. “Las campañas electorales”, citado en, *La voz de los votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994*, p.33

cuando tenía el control de las elecciones”.¹⁶

Se menciona que el partido tuvo sus mejores momentos las semanas siguientes al debate que se dio por televisión. Sin embargo, el éxito que tuvo a raíz del mismo se fue minimizando en los últimos meses de campaña; motivo por el cual su presencia perdió peso no sólo en los espacios informativos, sino también en la preferencia electoral.

2.2.1.2 El Partido Revolucionario Institucional

Algunos medios mencionaban que el abanderado del PRI, Ernesto Zedillo, a diferencia de los otros candidatos, “fue el único que pudo articular y ofrecer, de manera seria, el verdadero sentir de lo que demandaba la sociedad civil a través de sus discursos políticos. Además se desempeñaba con el auxilio de una maquinaria enorme, cuyas dimensiones y experiencia compensaron y elevaron su campaña”.¹⁷

La campaña del candidato del partido tricolor tuvo como principales enunciados propagandistas aquellos que reflejaban por encima de todo una promesa económica y una política: “Por el bienestar de tu familia” y “Voto por la paz”. “Por encima de los contenidos de su campaña, Zedillo utilizó estrategias de efecto incierto, como la distribución de un refresco de sabores con su nombre y el envío a sectores seleccionados de la población de videos que mostraban su vida familiar y los contenidos básicos de su campaña”.¹⁸

¹⁶ MORENO, Martín, et.al., “Diego, brillante; Zedillo, profesional; Cárdenas, indócenso”, en Revista *Epoca*, 16 de mayo de 1994

¹⁷ DIAZ Abrego, Carlos, “El valor de un compromiso”, en Revista *Epoca*, 13 de junio de 1994, p.27

¹⁸ *Ibidem* p.32

A lo largo de su campaña, Zedillo enunció sus propuestas en varias líneas estratégicas sobre los problemas básicos por los que atravesaba el país, temas tales como: seguridad, combate a la pobreza, salud, política exterior, medio ambiente, trabajo, entre otros, pusieron de relieve el discurso de Zedillo en contraparte con el de los otros candidatos.

2.2.1.3 El Partido de la Revolución Democrática

La campaña perredista se caracterizó por una confrontación al interior del partido. Independientemente del discurso de Cuauhtémoc Cárdenas, su campaña siempre estuvo marcada por las diversas posiciones que tomaban sus militantes de partido en el proceso electoral.

“Uno de los ejemplos más elocuentes de las dificultades que experimentó el PRD fue el enfrentamiento entre Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo al final de las negociaciones que dieron origen a la reforma electoral de 1994”.¹⁹ Este enfrentamiento provocó que la bancada perredista en la Cámara de Diputados se dividiera y que la lucha cardenista se propagara en el marco de una lucha interna, quienes veían, por un lado, el diálogo con el gobierno como una oportunidad para ampliar sus márgenes de competencia y, por el otro lado, quienes creían que las críticas al gobierno eran una táctica efectiva para atraer votos. Lo cierto es que todo ello resultó contraproducente para el candidato del PRD.

Por otra parte, el gran equívoco de Cárdenas en 1994 fue precisamente el uso de los medios. En 1988 se benefició paradójicamente

¹⁹Ibidem p.34

de la barrera que los mismos medios establecieron a su alrededor, lo cual impidió que la gente percibiera sus debilidades. Para 1994, pesó mucho la derrota que le impuso Diego Fernández en el debate televisivo.

Cárdenas desaprovechó segundos vitales con largas pausas en los que perdió el hilo conductor de su discurso. Por lo que a pesar del giro que le dio a su campaña no logró repuntar y se mantuvo hasta el día de las elecciones en la tercera posición.

En aras de la credibilidad en el proceso electoral, se debe insistir en el esfuerzo de convencimiento hacia los concesionarios de la radio y la televisión y los dueños de periódicos para que realicen un mayor esfuerzo tendiente a otorgar tiempos, espacios y tratamiento informativo más equilibrados y justos.

2.2.2 Los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación poseen la característica de tener un desempeño corporativo y participativo que representa determinados intereses y poderes. En nuestro país, los medios han sido parte de un juego de presiones no siempre definido, en gran parte, porque no se encuentra sujeto a leyes capaces de normar las relaciones entre el gobierno y las empresas de comunicación.

En este mismo sentido, la carencia de una legislación actual, tanto en términos tecnológicos como políticos, ha dado como resultado que el gobierno federal mantenga un juego de favores con los medios de

comunicación y que éstos no sean accesibles a todos, ya sea cualquier institución o partidos políticos.

En el México actual se difunde una gran cantidad de información que en muchos casos ya comienza la búsqueda de una reflexión intelectual. Consecuentemente, quienes tienen como dilema el incorporar o no esa información y los análisis respecto a lo que se va a difundir. En contraparte, hay determinados elementos que algunos sectores no quieren que se difundan, ya que van en contra de sus intereses. Es decir, aquí se marca la línea divisoria entre qué información transmitir y cuál no.

2.2.2.1 La equidad en el acceso de los partidos a los medios de comunicación

En 1994, los medios electrónicos cambiaron paulatinamente su comportamiento, rumbo a la equidad, después de un inicio incierto en las campañas de aquel año. Sin embargo, la equidad en esta contienda electoral no resultó tan bien revalorada por el Instituto Federal Electoral (IFE), quien de manera explícita sólo le dedicó dos de sus lineamientos; puesto que le pidió a los medios, por un lado, "Procurar alcanzar equidad en los tiempos de transmisión de las informaciones correspondientes a cada partido político y sus candidatos", y por el otro, que el orden de la presentación de los noticieros fuera "equitativo".

La equidad en un noticiario o en los medios impresos no siempre es fácil porque aún cuando los partidos o los candidatos sean iguales ante la ley y quieran un trato similar, esto no es posible. Lo cierto es que la

preeminencia de una nota se mide a partir del actor, del hecho y/o de los intereses particulares que tenga un medio de comunicación.

Por otra parte, los tiempos oficiales son asignados de manera equitativa a través de los cuatro tipos de programas (permanentes, especiales, regionales y adicionales), pero resultan notoriamente insuficientes. En este sentido, algunos analistas consideran: "En 1994, año electoral en el que el Estado cedió espacios adicionales en los medios de comunicación, el total del tiempo otorgado a los partidos de enero a diciembre fue de 297 horas y 15 minutos en televisión y 636 horas con 36 minutos en radio. Estas cifras representan aproximadamente 0.06 por ciento del tiempo estatal en televisión y 0.088 por ciento en radio, cifras que ilustran por sí mismas lo insuficiente que resultan los tiempos oficiales puestos a disposición de los partidos políticos para su difusión y propaganda".²⁰

Además, el Cofipe en su artículo 46 establece que "los tiempos destinados a las transmisiones de los programas de los partidos políticos y del IFE tendrán preferencia dentro de la programación general en el tiempo estatal en la radio y la televisión", en la práctica los programas partidistas son transmitidos en horarios de poca audiencia.

La presión que ejercieron partidos y ciudadanos, pero sobre todo la supervisión del Consejo General del IFE que hizo un exhorto a los noticieros, dieron paso a un cambio. El 28 de febrero de 1994, el IFE aprobó un documento enviado a la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la

²⁰ AGUIRRE, Pedro, et.al . *Una reforma para la democracia. Argumentos para el consenso*, p. 101

Televisión, en el que se sugería el tratamiento que debería de darse a la información con relación a las campañas políticas. Estos lineamientos eran:

- ⇒ Objetividad**
- ⇒ Calidad uniforme en el manejo de la información**
- ⇒ Posibilidad de aclaración**
- ⇒ Sección especial de las campañas políticas**
- ⇒ Importancia de las noticias**
- ⇒ Responsabilidad de los partidos políticos y de los medios de comunicación electrónicos**
- ⇒ Especificación de las informaciones noticiosas pagadas**
- ⇒ Respeto a la vida privada**

De manera paralela a estas modificaciones, el Instituto Federal Electoral acordó realizar varios monitoreos a fin de conocer y analizar el tiempo que se destinaba a cada uno de los partidos políticos.

Las campañas de 1994
Comportamiento de radio y televisión

Monitoreo del 22 de junio al 16 de agosto de 1994

Partido	Global %	Televisión %	Radio %
PRI	33.4	30.8	35
PAN	19.7	16.3	21.7
PRD	23.7	19.5	26.1
PT	7.7	9	6.9
PVEM	5.3	8.3	3.4
PPS	2.2	3.9	1.2
PDM	3.4	5.1	2.4
PFCRN	2.7	3.9	2
PARM	1.9	3.2	1.1

Fuente: Aguirre, Pedro. Becerra, Ricardo. Córdoba, Lorenzo. Woldenberg, José. *Una reforma electoral para el consenso, Instituto de Estudios para la Transición Democrática, México, 1995*

Por su parte, la Academia Mexicana de Derechos Humanos (AMDH), en coordinación con el grupo Alianza Cívica/Observación 94, efectuó entre enero y abril de ese año un monitoreo del tratamiento de las campañas electorales en los noticiarios *24 Horas* de Televisa, y *Hechos* de Televisión Azteca. La AMDH señala que existió un trato desigual para los partidos y sus candidatos en el acceso a los medios, y que sólo los noticieros *Enlace* de Canal 11, *Para Usted* de Multivisión y *Al Despertar* de Televisa fueron más equitativos y balanceados en su cobertura noticiosa.

Por el contrario, los dos principales noticiarios de la televisión, *24 Horas* y *Hechos*, favorecieron en tiempo, voz e imagen a los dos candidatos que tuvo el Partido Revolucionario Institucional.

Del tiempo total, el análisis de la AMDH señala: "Por el lamentable asesinato de Luis Donald Colosio, el PRI tuvo dos candidatos presidenciales en 1994. Entre Colosio y Zedillo recibieron 13 horas y 53 minutos en los noticieros *24 Horas* y *Hechos*, sus competidores más cercanos tuvieron menos tiempo: Fernández de Cevallos, 5 horas 32 minutos y Cárdenas, 5 horas 29 minutos" ²¹

Como menciona el mismo documento, lo relevante de estas horas es la forma en que se distribuyeron entre enero y abril de ese año. Un mes después de la nominación de Zedillo, obtuvo el mismo tiempo que Luis Donald Colosio había recibido en tres meses y dos veces más que Diego Fernández de Cevallos y Cuauhtémoc Cárdenas en el mismo periodo. En ese mismo lapso la distribución del tiempo se dio de la siguiente manera:

CANDIDATO	TIEMPO
Ernesto Zedillo	2:13 minutos
Diego Fernández	0:40 minutos
Cuauhtémoc Cárdenas	0:37 minutos

Hasta este entonces, los espacios que, por ley, le corresponden a los partidos políticos en los medios, fueron motivo de muchos debates y polémicas, por lo que las autoridades acordaron aumentar la cantidad del tiempo oficial en radio y televisión de manera gratuita, a fin de que los candidatos pudieran dar a conocer sus plataformas y propuestas a los electores.

Además de estos espacios las dos televisoras privadas, Televisa y

²¹ ACOSTA, Miguel, et. al., *Las elecciones de 1994 en México vistas por los medios de comunicación*, Asociación Mexicana de Derechos Humanos. México, 1995

Televisión Azteca propusieron programas gratuitos que si bien fueron muy breves, dieron la posibilidad de que se propagara la imagen de los candidatos.

Por ejemplo, el consorcio de Emilio Azcárraga ofreció otorgar un espacio diario de 15 minutos en cada uno de sus cuatro canales que tienen su lugar de origen en el Distrito Federal. Para los partidos políticos era significativo ya que habían constatado que difícilmente podían acceder a estos canales.²²

Aunque en menor medida, Televisión Azteca ofreció también espacios gratuitos. Multivisión destinó un espacio fijo de 15 minutos y después un espacio de 30 minutos todos los días con el nombre de *En Campaña*, dedicado exclusivamente a comentar las actividades proselitistas de todos los candidatos.

Otra de las novedades de este proceso, quizás la más significativa, fue la realización de dos debates televisivos. El primero se llevó a cabo el día 11 de mayo sólo entre los candidatos de los partidos minoritarios. Al siguiente día, se efectuó el debate entre los tres principales candidatos a la Presidencia y fue considerado hasta ese entonces como el programa de mayor audiencia; según la empresa IBOPE fue visto por más de 40 millones de televidentes.

²²Los 15 minutos a los que, en cada ocasión, tuvo acceso cada partido, equivalían, por ejemplo, a un precio comercial de unos 4 millones y medio de nuevos pesos (más de 1 millón 300 mil dólares) Pero esos 15 minutos diarios, ejercidos durante tres semanas, eran apenas el 1 por ciento del tiempo diario que Televisa transmite en cada uno de sus canales. Para los partidos era mucho. Para Televisa, nada, o casi nada". Trejo Delarbre, Raúl, "Televisión y democracia: el difícil cambio", en Gobiernos, agosto-septiembre, Secretaría de Gobernación, núm. 3, 1994, p. 46.

Según el análisis de la AMDH, del tiempo total dedicado por ambos espacios informativos a las campañas, el cual ascendió a 25 horas 13 minutos y 10 segundos, el PRI ocupó casi 11 horas -casi el 43 por ciento del total- mientras que al PAN le correspondieron 3 horas 30 minutos; los partidos pequeños ocuparon cada uno poco más de una hora, a excepción del PARM que mereció únicamente 48 minutos: es decir, que la relación fue de 3 a 1 entre el PRI con respecto al PAN y el PRD y de 6 a 1 entre el tricolor y el resto de los partidos.

Regresando al caso Televisa la pluralidad de esta televisora ha sido siempre cuestionada, en primer lugar porque el hecho de que se le otorguen a todos los candidatos tiempos iguales no constituye una política de equidad en el manejo de la información.

Esta circunstancia es muy criticada ya que al conferirle el mismo tiempo a un partido pequeño que a otro que tiene mayor presencia electoral se les reconoce una presencia social que no tienen "...Si la incursión de la política en la televisión ha significado presencias tan planas y lastimeras como las de algunos de esos candidatos de los partidos más pequeños, entonces es posible que esa apertura sea entendida, por muchos ciudadanos, como retroceso en tanto que no rescatan la vitalidad de la competencia política, sino que resultan insoportablemente tediosas".²³

La conclusión del documento de Alianza Cívica fue que los noticiarios de Televisa y Televisión Azteca no respetan todavía el derecho a la información de los mexicanos. Mejoraron su cobertura acerca de los

²³ *Ibidem* p.49

diversos actores del proceso electoral, pero continuaron sin presentar de manera equilibrada y objetiva a los diferentes partidos y candidatos a la presidencia.

Otra de las instituciones que realizaron monitoreos el Instituto Federal Electoral, sin embargo, las cifras así como el análisis que hace no coinciden ampliamente con los otros; asimismo menciona que existió un total equilibrio en el acceso de los partidos a los medios de comunicación.

Por otra parte, el IFE acordó con la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión transmitir entre el 30 de junio y el 10 de agosto, 116 mensajes en radio con una duración de 20 segundos cada uno, distribuidos en función de la fuerza electoral de cada uno de los nueve partidos políticos que compitieron en ese entonces.

El total de estos mensajes fue financiado en su totalidad por el IFE; el cuadro siguiente demuestra como se distribuyeron los mensajes:

PARTIDO	NO. DE MENSAJES
PAN	1,274
PRI	1,764
PPS	294
PRD	784
PFCRN	392
PARM	294
PDM	294
PT	294
PVEM	294
TOTAL	5,684

Fuente: Instituto Federal Electoral, *1994 tu elección, Memoria del Proceso Federal Electoral*, 1995

Además de los lineamientos que se presentaron para clasificar las

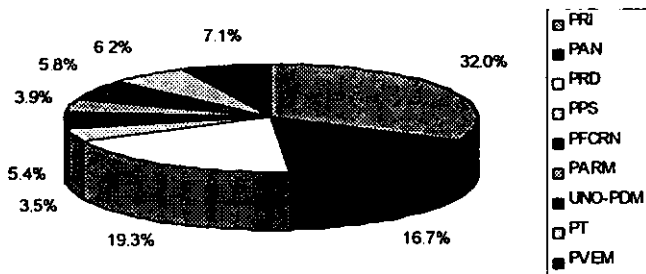
notas, el Consejo General del IFE, con la finalidad de atender los diferentes reclamos de los partidos políticos, formuló diversas exhortaciones y recomendaciones a los medios en especial a los medios electrónicos, así como también que se verificara el comportamiento informativo de los mismos.

Asimismo, en el monitoreo que se realizó durante la última semana de julio al 9 de agosto, la televisión otorgó más tiempo al PRD y al PAN que al propio PRI. En el caso del análisis de la editorialización que se hizo de las notas, el IFE destaca lo siguiente:

PARTIDO	NOTAS NO EDITORIALIZADAS	NOTAS EDITORIALIZADAS FAVORABLES	NOTAS EDITORIALIZADAS DESFAVORABLES	NOTAS EDITORIALIZADAS BIVALENTES
PAN	638	21	34	44
PRI	820	58	53	40
PPS	132	1	7	3
PRD	804	27	69	34
PFCRN	171	1	14	1
PARM	126	0	5	0
PDM	221	0	4	0
PT	259	1	4	7
PVEM	275	2	3	2
TOTAL	3,446	111	193	131

En promedio, los dos noticieros más importantes le otorgaron un 32 por ciento de su espacio informativo al entonces candidato del PRI, Ernesto Zedillo.

**ESPACIO EN TV A PARTIDOS Y CANDIDATOS
24 HORAS Y HECHOS, ENERO-AGOSTO 1994**



Como puede apreciarse al candidato del PAN, Diego Fernández, a pesar de ser la segunda fuerza electoral, sólo le otorgaron el 16.7 por ciento del espacio; mientras que a Cuahitémoc Cárdenas, candidato del partido del sol azteca, obtuvo el 3.6 por ciento más, por arriba del partido blanquiazul. Los partidos restantes tuvieron en todos los casos una presencia que superó por mucho al número de votos que obtuvieron en las urnas.

Promedio porcentual de espacios otorgados a cada partido entre enero y agosto en los noticieros "24 Horas" y "Hechos"					
Promedio (%)	Enero/abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
PRI/Zedillo 32.01	43.0	27.5	34.25	23.60	31.72
PAN/Fernández 16.69	14.0	18.5	13.82	19.33	17.82
PRD/Cárdenas 19.30	13.0	23.0	20.81	18.92	20.76
PPS/Lombardo	4.76	1.5	4.19	4.26	2.89
PFCRN/Aguilar 5.40	4.49	7.5	4.60	6.11	4.32
PARM/Pérez 3.89	3.17	3.5	5.46	3.76	3.57
PDM/Madero	5.55	7.5	4.60	6.36	4.95
PT/Soto 6.21	6.08	4.0	6.49	7.74	6.75
PVEM/González 7.14	5.88	7.0	5.68	9.59	7.55

Fuente: TREJO, Delarbre Raúl, "Equidad, calidad y competencia electoral. Las campañas de 1994 en la televisión mexicana, en PASCUAL, Moncayo Pablo (Coord), *Las elecciones de 1994*, México, Cal y Arena, 1995, p.123

En comparación con las elecciones de 1988 los dos noticieros analizados (en el caso de Televisión Azteca en aquel entonces Imevisión...) otorgaron al candidato presidencial del partido oficial el 83.13 por ciento del total de su espacio.

En general, puede apreciarse que esos porcentajes representan las tendencias que se fueron dando a lo largo de las campañas políticas. El PRI, en todo momento, tuvo más presencia que otros partidos, pero de un 43 por ciento que se le asignaba entre enero y abril pasó a un 27.5 por ciento en mayo, al 34.5 por ciento en junio, a un 23.6 en julio y a un 31.72 por ciento en agosto; el PAN tuvo, en los mismos periodos, 14, 18.5, 13.8, 19 y 17.8 por ciento respectivamente; el PRD y su candidato, abrieron el año con una presencia de 13 por ciento, respecto del tiempo total que esos noticieros destinaron a las campañas electorales; posteriormente consiguieron un 23 por ciento en mayo y 21 en junio, para después disminuir su presencia en promedio a un 19 por ciento en julio y casi 21 en agosto.

Sin embargo, uno de los temas principales que aún quedan pendientes y abiertos a discusión es aclarar lo que se entiende por equidad en los medios electrónicos, cómo puede ser evaluada y con qué criterios se le puede garantizar.

2.2.2.2 Medios impresos

Al igual que en las elecciones de 1988, el periodista Raúl Trejo llevó a cabo varias mediciones respecto al número de notas y el espacio que ocuparon los candidatos en los medios impresos en el proceso electoral de 1994.

En esta ocasión, los diarios seleccionados para la muestra fueron Excélsior, La Jornada, El Nacional y Reforma, que en aquel entonces era de reciente aparición.

	PRI		PAN		PDN-FDN/PRD		Otros	
	1988	1994	1988	1994	1988	1994	1988	1994
Excélsior	59.5	48.4	8.1	8.3	18.2	13.5	14.2	29.8
La Jornada	39.3	41.4	12.9	16.7	30.5	31.1	17.3	10.8
El Nacional	89.4	47.1	0.7	11.3	8.1	15.7	1.8	25.9
El Universal	49.3	33.4	11.9	10.9	21.6	14.7	17.2	41
Reforma	0	35.2	0	18.2	0	28.5	0	18.1

Fuente: TREJO Delarbre, Raúl, "Medios y elecciones en 1994: el sufragio privilegiado", en *La voz de los votos: un análisis crítico de las lecciones de 1994*, Ed. Porrúa, México, 1995, p.73

Como puede apreciarse en el cuadro, la existencia de más opciones políticas (nueve partidos compitiendo en 1994, a diferencia de las cinco opciones de 1988) pero sobre todo la exigencia de una mayor apertura de los medios, provocaron en los espacios impresos una distribución menos concentrada.

Al respecto, Trejo Delarbre señala: "de un 18.2 por ciento que en nuestra medición Excélsior daba a las notas de Cárdenas y aliados, tenemos un 13.5 por ciento seis años después. Sin embargo, la atención de ese diario a las candidaturas distintas de los tres partidos principales es mayor: de 14.2 por ciento a 29.8 por ciento..."

En las campañas electorales de 1994 hubo una mayor atención a la relación campañas y medios. Las exigencias de los partidos para que los medios se abrieran a sus mensajes y a sus campañas, si bien no fructificó en la medida en que querían organizaciones y candidatos de oposición, sí

implicó una presencia mucho más significativa, especialmente en los noticiarios de la televisión y la radio.

Hasta este momento, pareciera ser que equidad en la política tiene que ser equidad en lo medios de comunicación. El tema de desigualdad en el acceso de los partidos a la prensa y a los medios electrónicos, se traduce siempre en desigualdad en la competencia política, pero no hay consenso sobre qué entender por equidad en el manejo de la información política.

A partir de las elecciones del '94, la mayor parte de los observadores y fuerzas políticas coinciden en que la legislación electoral requiere de ciertas modificaciones para garantizar una competencia plenamente democrática. Sin embargo, nuestras leyes, en el caso de los medios, siguen estando muy atrasadas. El principal factor para orientar el cumplimiento de los medios en los asuntos políticos es el interés que tengan los propietarios y operadores de las empresas de comunicación.

CAPITULO TRES

Elección para jefe de Gobierno del D.F. en 1997

3.1 La importancia política del D.F

La ciudad de México es el centro político y económico del país, así que lo que suceda aquí tiene repercusiones a nivel nacional. Sin embargo, gobernar la ciudad más grande del mundo implica grandes riesgos, sobre todo cuando en la urbe se magnifican con más fuerza los problemas generales del país.

Política y administrativamente, se divide en 16 delegaciones que presentan profundos contrastes socioeconómicos y padecen constantes movimientos migratorios que son la razón de que la cuarta parte de su población proceda de diferentes estados de la República.

El Valle de México alberga a un número exagerado de habitantes; cada vez más, la migración se da hacia esta ciudad y sus alrededores. Un gran porcentaje de la población carece de servicios básicos tales como agua, electricidad y drenaje, entre otros. El nivel de pobreza en esta ciudad se cuantifica en el hecho de que el 35% de la población vive en condiciones deplorables.

El crimen en la ciudad de México ha crecido de una manera desmesurada, sobre todo en los dos primeros años de gobierno del presidente Ernesto Zedillo y desafortunadamente no ha logrado disminuir.

Existen además miles de desempleados y subempleados debido a la gran cantidad de empresas que han desaparecido ante las condiciones de crisis de los últimos años; aunado a la marginación que se ha establecido como consecuencia de la expansión continua de la mancha urbana. “Dos millones 400 mil capitalinos en edad productiva se encuentran desempleados o en el subempleo y más de 21 mil microempresas cerraron sus puertas, como resultado de la crisis económica de 1995”.¹

Otro de los principales problemas, y que se ve reflejado en todos los demás, es el de la polarización en los ingresos, que si bien es un problema nacional tiene un efecto muy importante en la ciudad de México. La delincuencia, la violencia, la destrucción social tienen mucho de explicación en esta situación económica y en la falta de empleos.

Aunado a todo lo anterior, la contaminación contribuye a intensificar los problemas en la ciudad, por ejemplo, en el D.F. y en los municipios conurbados se encuentran instaladas 30 mil industrias de diversos tipos que generan un importante volumen de contaminantes.

Respecto a la vivienda, la carencia de oferta, sobre todo de suelo para la vivienda legal, ha generado una serie de deformaciones que han llevado a la ocupación irregular de zonas que deberían de ser preservadas.

“Todo esto hace de la ciudad un lugar sumamente desigual, impredecible e inestable electoralmente, lo cual explica que en 1988, por ejemplo, en las elecciones para Presidente de la República, el PRI perdiera

¹ Rodríguez, Javier, et.al., “Ciudad de México, monstruo con pies de plomo”, *El Financiero*, 20 de febrero de 1997, p.34

ante el Frente Democrático Nacional, y que apenas tres años después se recuperara de tal manera que fue capaz de ganar todas las posiciones de mayoría en la Asamblea Legislativa”.²

En términos electorales, es una entidad que cuenta con casi 6 millones de ciudadanos empadronados, lo que la define como una de las más importantes concentraciones de votos del país, con más del 11 por ciento del electorado nacional, y que es superada sólo por el Estado de México, que concentra poco más del 12 por ciento del padrón. Sumadas las dos entidades, representan poco menos de una cuarta parte del electorado nacional, lo que explica su relevancia como región electoral prioritaria para los partidos políticos.

En general, se puede señalar que las dimensiones de esta gran urbe y de los municipios conurbados, así como el gran crecimiento demográfico y la demanda de todo tipo de servicios, han contribuido a que la Zona Metropolitana de la ciudad de México se haya convertido en la más grande del mundo, a la que ningún urbanista le otorga posibilidades de viabilidad si no se toman medidas radicales.

3.1.1 Reforma a la legislación del D.F.

A raíz de la última reforma a la legislación para el Distrito Federal, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 22 de agosto de 1996, en la cual se llevaron a cabo varias modificaciones a los artículos de la Constitución General de la República, se rompió una larga historia política

² LOPEZ, Gustavo, “La contienda por el DF”, en Apunte electoral , suplemento de *El Nacional*, 24 de abril de 1997, p. 1

que data de 1928, año en que se suprimieron los ayuntamientos en el Distrito Federal. Desde entonces y hasta 1988, año en que surgió la Asamblea de Representantes del D.F., las únicas elecciones que se realizaban en la capital eran de carácter federal.

Con la nueva legislación, cuyo antecedente se encuentra en la Reforma Política de 1993, se establece que el jefe de gobierno del Distrito Federal tiene a su cargo la administración pública de la entidad y recae en una sola persona electa por votación universal, libre, secreta y directa, y ejerce su cargo durante seis años a partir del 5 de diciembre, con excepción de la elección de 1997, en la que el jefe de gobierno durará en su cargo hasta el 4 de diciembre del 2000.

Los principales cambios que se presentaron a la reforma política son:

- Elección directa del jefe de gobierno del Distrito Federal
- Expedición de las disposiciones electorales para el Distrito Federal por la Asamblea Legislativa.
- Creación de nuevas demarcaciones político-administrativas en el Distrito Federal.
- Elección indirecta de los titulares de las demarcaciones político administrativas para 1997.
- Elección directa de los titulares de las demarcaciones político-administrativas para el año 2000.
- No participación del Ejecutivo en el nombramiento del procurador de Justicia del Distrito Federal.

Existen, sin embargo, varios puntos de la reforma que suscitaron controversia entre los partidos que todavía estarán sujetos a largos debates

en los próximos años. Algunos autores no han dejado de advertir lo que consideran ciertas limitaciones al diseño institucional de la reforma, como son, entre otros, la llamada sobrerrepresentación de 20 por ciento en la Asamblea Legislativa, limitaciones excesivas a la administración financiera, imposibilidad del jefe de gobierno de tener el control de la seguridad pública y la posibilidad de que el Senado, sin juicio político previo, destituya al jefe del gobierno del DF.

3.2 Los medios de comunicación en el Proceso Electoral

La mayoría de los analistas políticos han coincidido en señalar que a diferencia de las elecciones de 1988 y 1994, el proceso electoral del '97 significó un cambio radical en el acceso a los medios de comunicación. Ahora, los partidos políticos utilizaron en mayor medida los espacios que por ley les correspondía. De una elección a otra los concesionarios cambiaron su opinión y comenzaron a abrir espacios a los partidos de oposición.

En este sentido, el 6 de julio de 1997 se pusieron de manifiesto diversas interpretaciones en torno a los resultados obtenidos; hubo ciertos avances que se muestran no sólo en el funcionamiento del sistema político sino también en el papel que desempeñaron los medios, especialmente los electrónicos.

En el caso particular de la televisión, ésta tuvo una mayor apertura hacia los partidos. Es necesario resaltar la importancia de este medio como fuente informativa, ya que el 90% de los mexicanos utiliza la televisión como una de las formas para enterarse de los acontecimientos políticos.

El acceso a la pantalla chica se hizo más abierto, sobre todo a las tres principales fuerzas políticas; sin embargo, no sólo se trata de otorgar espacios, sino también de equidad y competencia electoral, además de que el problema que aún radica no es el tiempo que se les asigna o que ellos compran, sino en los mensajes que transmiten los partidos.

A pesar de todo, las campañas desarrolladas sólo permitieron mostrar la carencia de un contenido sólido en el discurso de los partidos políticos y de una oferta política débil, que impidió que las campañas cobraran altura por sí mismas.

3.3 Las campañas electorales

En la relación de la sociedad respecto a los medios de comunicación, reinan las exigencias de más y mayor información; mayor objetividad y a que a través de ellos, se den a conocer con mayor precisión los actos que realiza el gobierno. Los medios, a su vez, piden más respeto y libertad de expresión y menos censura.

La televisión es uno de los medios más valiosos para la política, debido a que compacta a las multitudes; obliga a simplificar lo complejo; induce a que los candidatos hablen breve y con un tono de voz que debe ser claro y preciso. Es gracias al uso político de la televisión que los candidatos han aprendido a destacar sus cualidades y ocultar sus defectos.

Al igual que en elecciones anteriores los candidatos, a fin de obtener el triunfo, debían de emplear una correcta estrategia, que implicaba crear un

estilo personal y una imagen confiable, fortalecer sus estructuras partidistas que garantizaran lo que se llama el voto duro, construir discursos modernos y recurrir al uso político de las encuestas de opinión.

La contienda por el D.F. reflejó diversas peculiaridades y a la vez condiciones electorales que deben ser destacadas. En primer lugar, reflejó un equilibrio entre las tres principales fuerzas políticas que en un principio impidió pronósticos confiables; en segundo lugar, demostró estilos de campaña y cálculos electorales muy cercanos entre las tres principales fuerzas y, finalmente, pudimos ver que a raíz de la elección de los contendientes se fue delineando poco a poco el triunfo cardenista.

3.3.1 Imagen y presencia de los partidos a nivel nacional

3.3.1.1 Partido Revolucionario Institucional

La recomposición a la que se ha visto sometido el sistema político mexicano a partir de la crisis política y económica de 1994 presentó su momento más álgido con la definición del sistema mexicano de partidos. Entre los aspectos que destacaron en esta reconfiguración política, se reconoce que el PRI llegó en condiciones de competencia no tan óptimas como para detener el vertiginoso avance de la oposición.

Los priístas presentan a nivel nacional -aún después de las elecciones del '97-, un severo deterioro interno por las pugnas entre las cúpulas, el éxodo de militantes hacia la oposición, los escándalos en que se han visto envueltos varios de ellos, y en general por la falta de concreción para

reactivar la economía familiar en la actual administración.

A pesar de ello, el PRI sigue siendo el único partido cuyo electorado tiene una presencia a lo largo y ancho del territorio nacional, a diferencia de lo que sucede con las otras fuerzas opositoras, especialmente el PRD; es cierto que el PAN ha aumentado su presencia nacional, pero su electorado aún no alcanza un perfil de distribución similar al del PRI.

Concretamente en las elecciones de 1997, el PRI y su candidato, Alfredo del Mazo, no lograron gran cosa. A pesar de los asesores de imagen importados, Alfredo del Mazo no pudo hacer que su imagen y su oferta impactaran a la sociedad. Además no logró convencer a la opinión pública respecto a que el proceso de selección para su candidatura no estuvo amañado.

Carismático y elegante, Alfredo del Mazo se cuida de la confrontación y pretende presentarse más bien concertador, unificador de fuerzas. El complemento de su personalidad lo revela el discurso que pronunció la noche del 19 de febrero de 1997, en el que hizo un llamado a la oposición "para luchar con las armas de la razón y a confrontar ideas". En este preciso campo es en el que sabe jugar.

A pesar del panorama adverso que se le presentó, Alfredo del Mazo, siempre respondió con sonrisas y discursos que no variaron mucho de los primeros que pronunció como aspirante, en donde se creía ganador anticipado. Su estilo plano, acartonado y tradicional buscó sustituirlo con compromisos de futuro.

Del Mazo nunca pudo resolver por lo menos dos problemas que lo rodearon a él y a su candidatura: 1) Se le ligó irremisiblemente a los intereses de Carlos Hank González y Oscar Espinoza Villareal, principalmente, y 2) cifró sus esperanzas en que las reglas del pasado lo harían triunfar en el presente.

Según el propio Del Mazo, lo que menos buscó fue verse pretencioso y sí en cambio que la gente sintiera que les hablaba con sinceridad y que estaba deseoso de servir y de interpretar los anhelos populares para eventualmente coordinar sus esfuerzos.

3.3.1.2 Partido Acción Nacional

El avance panista en las urnas, independientemente del voto de castigo en contra del partido tricolor, tiene sustento en una mejor organización en casi todo el territorio nacional; y en especial en los estados y ciudades en donde se concentra la mayor parte de la población.

Así lo demuestra la certera estrategia de concentrarse en la conquista de los principales centros urbanos, como Monterrey, Guadalajara, Puebla, León, Tijuana, Veracruz, Córdoba, Mérida, Ciudad Juárez, Morelia, Oaxaca y Cuernavaca, entre otros.

Ante la importante coyuntura electoral de 1997, el Partido Acción Nacional organizó su estrategia en torno a varios puntos clave. Uno de ellos fue la búsqueda de una redefinición ideológica, al menos en el discurso, para desprenderse de su tradición derechista y ubicarse en el centro de la

política. Para ello, en principio, destacaron el fortalecimiento de la estructura orgánica, la capacitación de los miembros activos, la acción electoral y de gobierno y la comunicación integral.

En este sentido, la determinación de ampliar su presencia en las zonas rurales y marginales e intentar construir una mejor relación con los medios de difusión masiva, responden a esos lineamientos programáticos.

Sin embargo, la imagen pública y política de Carlos Castillo Peraza padece una serie de contradicciones, al grado de que se ha construido una imagen negativa: utiliza un lenguaje agresivo y antigubernamental; su carácter impulsivo y vehemente ha originado enfrentamientos y distanciamiento de los medios de comunicación.

Paradójicamente, una de sus estrategias a utilizar fue un "bombardeo intenso" en los medios de comunicación, prioritariamente en televisión y radio, para lo cual destinó el 60 por ciento del presupuesto total; y una campaña de acercamiento del candidato con la comunidad. La propaganda del blanquiazul estuvo en todos los rincones de la ciudad con carteles, banderas, calcomanías, trípticos y espectaculares.

3.3.1.3 Partido de la Revolución Democrática

El PRD, a partir de 1995, entró en una nueva etapa electoral ascendente que ha ampliado su margen de presencia y que indica su posicionamiento como opción política. En sólo dos años se adjudicó 179 alcaldías en 16 estados de la república, con incrementos notables de su votación en

FALTA PAGINA

No.

72

3.3.1.4 Estrategia de Comunicación

En éste y en todos los procesos electorales, los equipos de campaña se dedican durante meses a intentar construir imágenes sólidas y creíbles de sus candidatos y a demostrar o incluso destruir la de sus opositores.

Todo cuenta, los tonos de voz, que evocan ciertas prácticas políticas que pueden conferirle autoridad o desgastar a un candidato; la ropa, la comunicación no verbal, su reputación...todo es "bueno" e imprescindible con tal de conseguir los votos.

Al respecto, Octavio Islas, catedrático del Centro de Estudios en Comunicaciones (CADEC) y del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) señala: "La imagen es una. En ella desemboca todo: errores o aciertos administrativos, acciones de planeación, la misma organización interna (de la campaña) y la capacidad de poder articular un programa de gobierno pertinente y puntual".³

A su vez, el periodista Raúl Trejo Delarbre caracterizó en su momento, y con gran precisión la imagen de los tres principales candidatos a la gubernatura del Distrito Federal: "Hay un candidato, Alfredo Del Mazo, que retrata bien ante las cámaras pero que se equivoca cuando se sube al metro, y cuyo proyecto todavía no conocemos. Hay otro candidato, el ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas, que le apuesta más a una actitud de congruencia y honestidad que a una imagen que, por lo demás, resulta terriblemente gris en los medios de comunicación. Y hay un candidato,

³Claudia Fernández y Aguirre Alberto. "Apuestan candidatos y partidos a ganar imponiendo percepciones de sí mismos", en *El Universal*, 27 de mayo de 1997.

Carlos Castilla Peraza, cuya política de medios es si es que existe, de lo más extravagante; está buscando llamar la atención de los medios rivalizando con ellos”.⁴

Desafortunadamente, durante el transcurso de las campañas electorales la idea que ha regido en los mensajes de los diferentes partidos ha sido el choque de unos contra otros, sin exponer claramente las ideas y soluciones que den lugar a una campaña propositiva y centrada.

Por ejemplo, en las campañas del Estado de México, en noviembre de 1996, y en la de Morelos, se desataron sendas guerras de spots entre el PRI y el PAN. Este último partido privilegió en sus mensajes el “desgaste del PRI”, “la descomposición del sistema” y la “corrupción de los gobiernos priistas”. El tricolor, por su parte, acudió a la búsqueda de defectos en los actos de gobiernos panistas en diversos lugares del país e insistió en una idea central: “no todos los cambios son buenos; hay cambios que empeoran las cosas en lugar de resolverlas”.

En este sentido Carlos Castillo Peraza heredó los errores y críticas que se le han hecho a su partido en varios estados (Jalisco, Yucatán): moralista, conservador, oportunista, etc. por lo que tuvo que pronunciarse frecuentemente en contra de las acciones de sus compañeros en dichas entidades.

En los comicios del 6 de julio del 97 los medios de comunicación, sobre todo los electrónicos, fueron el escenario principal en donde se libró

⁴ TREJO, Raúl. “Medir a los medios”, en *Crónica*, 12 de marzo de 1997.

buena parte de la batalla partidaria.

3.4 Financiamiento y estrategia de medios

Mucho se ha discutido en relación al financiamiento que se otorga a los partidos políticos, ya que de ello depende en ocasiones el excesivo o escaso acceso que tuvieran a los medios de comunicación.

Para las elecciones de 1997 se otorgaron 382 millones de pesos. De ellos 47 se destinaron al IFE para la organización electoral y el resto -313 millones- se distribuyó entre los partidos políticos para el financiamiento de sus campañas.

La distribución se hizo en función de los resultados electorales de 1994, de acuerdo con el Cofipe. Tomando en cuenta esto, al PRI se le asignaron 113 millones, 853 mil 525 pesos; el PAN recibió 82 millones, 388 mil 479; el PRD , 68 millones, 717 mil 472; el Partido del Trabajo (que en 1994 se colocó como la cuarta fuerza electoral), 28 millones, 937 mil 996; y el Verde Ecologista de México, 28 millones, 438 mil 440 pesos.⁵

3.4.1 Estrategia de medios

En esta estrategia, el PRI dio prioridad a los medios electrónicos, buscando mayor penetración a través de la radio, la televisión y los espectaculares.

Un criterio similar sigue el PRD, que en su estrategia dedica el 45 % de los recursos a campañas en radio, el 12 a la televisión, el 8 a prensa

⁵ JUAREZ, Miguel. "Elecciones 97". en *Reforma*, 24 de febrero de 1997

escrita y el 35 a espectaculares. De igual manera, el PAN privilegió la campaña en medios electrónicos, a los que destinó el 60% de su presupuesto de propaganda; mientras que el 10.8 es para medios escritos y el 27.7 a exteriores, principalmente en el uso de los espectaculares.

Para este proceso electoral los partidos políticos, de manera paulatina y creciente, contrataron a especialistas en psicología, sociología, publicidad, mercadotecnia y comunicación. Se han valido de herramientas como la encuesta y la entrevista para conocer las preferencias de los electores.

Un ejemplo claro que alcanza en el electorado el uso adecuado de la propaganda y publicidad, es la campaña del perredista Cárdenas. Una imagen dura, intransigente, de político en desuso, fue transformada en un mensaje sonriente, cálido, de unidad, honestidad y propositiva. De ser uno de los últimos en las encuestas, el candidato del partido del sol azteca se convirtió en el ganador. Además, no sólo benefició al candidato del PRD sino al partido mismo, puesto que se quitó la imagen de partido violento, peleonero, intransigente, revanchista, perdedor y de izquierda.

El caso contrario es el de Carlos Castillo Peraza. El Partido Acción Nacional ocupaba, al inicio de la contienda, el mayor porcentaje de las preferencias entre el electorado. Peraza nunca ha sido considerado un político carismático, más bien transmite una imagen de antipático, soberbio, intolerante y alejado de las mayorías.

3.5 Monitoreos electorales

A diferencia de elecciones anteriores y a partir de los comicios de 1994, la Comisión de Radiodifusión del IFE ha llevado a cabo diversos monitoreos que permitieron verificar el papel que desempeñaron los medios; pero para 1997 no sólo pasó de ser un Acuerdo del Consejo General sino que se realizó por mandato del reformado Código Federal de Instituciones Políticas y Procedimientos Electorales (COFIPE), y de ahora en adelante deberá ser un requisito.

Al igual que en las elecciones pasadas, diferentes organismos llevan a cabo monitoreos a fin de medir el acceso de los partidos políticos a los medios.

El monitoreo de las elecciones del 6 de julio se dividió en tres rubros principales, con base en los lineamientos que se aplicaron a los noticiarios de radio y televisión sugeridos por el IFE a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), con la finalidad de alcanzar una igualdad en la cobertura informativa:

1. Manejo equitativo en los tiempos de transmisión,
2. Calidad uniforme en el manejo de la información, y
3. Objetividad

En el manejo equitativo, el tiempo total que se destinó a las campañas electorales en el espacio radiofónico fue de 227 horas 8 minutos 17 segundos. "De ese tiempo, al PRI se le dedicó 29.23%, al PAN 27.72%, y al

PRD 26.22%, mientras que al resto de los partidos en su conjunto se les destinó el 16.83%. Ello significa que entre los tres principales partidos hubo una diferencia mínima de entre 1.5% y 3% de tiempo total".⁶

De ese tiempo, obviamente que algunos espacios radiofónicos le dedicaron mayor espacio a las cuestiones electorales como fue el caso de *Al momento*, con un total de 41 horas, 11 minutos y 39 segundos (18.34%); *Ensalada de Lechuga*, con 23 horas 43 minutos y 44 segundos (10.45%); y *Hora 7*, con 22 horas 38 minutos 58 segundos (9.97%). La información de estos noticiarios representa el 38.56%.

3.5.1 Monitoreo del Instituto Federal Electoral

En el caso del Instituto Federal Electoral, en su primer monitoreo reveló que durante el primer mes de las campañas de los candidatos a la Jefatura del D.F., tanto en radio como televisión, se dio prioridad sólo a tres principales fuerzas del país: PRI, PAN y PRD.

Hasta este primer monitoreo las transmisiones en radio sumaron "47 horas y 58 minutos, mientras que en televisión se registran 10 horas y 37 minutos".⁷ Respecto de la difusión en televisión, el mayor tiempo lo tuvo el candidato del PRI, Alfredo del Mazo con 2 horas y 23 minutos (22.50%) del total del tiempo de transmisión; le siguió de cerca el panista Carlos Castillo, con 2 horas y 22 minutos (22.32%); el perredista Cuauhtémoc Cárdenas con 1 hora y 27 minutos (13.70%).

⁶SOSA, Gabriel. "Las elecciones de 1997 por el cuadrante radiofónico", en *Revista Mexicana de Comunicación*, N 50, Agosto-Septiembre, p.12

⁷ *El Universal*, 16 de abril de 1997

Como lo menciona el IFE, los equilibrios en materia de distribución de tiempos, no sólo han mejorado, sino que es el PAN quien en un primer momento gozó de mayor cobertura noticiosa en los medios. Finalmente, y después de 3 monitoreos, los tiempos en radio y televisión quedaron de la siguiente manera:

**TIEMPO DEDICADO A LOS PARTIDOS POLITICOS EN EL
PROCESO ELECTORAL DE JULIO**

Noticiarios de radio:

PRI	263 horas 51 minutos 17 segundos (42.77%)
PAN	139 horas 41 minutos 26 segundos (22.65%)
PRD	136 horas 08 minutos 59 segundos (22.07%)

Noticiarios de TV:

PRI	106 horas 41 minutos 32 segundos (41.32%)
PAN	53 horas 51 minutos 15 segundos (20.86%)
PRD	45 horas 4 minutos 35 segundos (17.71%)

Fuente: Informe que presenta la Comisión de Radiodifusión al Consejo General del Instituto Federal Electoral, en relación a los monitoreos muestrales realizados sobre los tiempos de transmisión de las campañas políticas en los medios de comunicación (21 de agosto de 1997).

3.5.2 Monitoreo de la Asociación Mexicana de Derechos Humanos

Continuando con su labor en estas elecciones, la Academia Mexicana de Derechos Humanos (AMDH) realizó varios monitoreos en la radio y la televisión a fin de evidenciar la todavía existente desigualdad que hay en el acceso a los medios de comunicación, por parte de los partidos políticos.

Según su primer reporte, la Academia señala que la televisión en términos generales mantuvo un equilibrio, sin embargo, destacaron que las excepciones fueron los noticiarios *Hechos* de Televisión Azteca y *Enlace* de Canal 11.

El primero "favorece excesivamente" al candidato priísta Alfredo del Mazo, mientras que el Canal 11 concede una "atención muy grande" a los llamados partidos pequeños, en especial a Jorge González Torres, aspirante del PVEM.

Destaca además: "en los programas descritos -24 Horas, de Televisa; *Hechos* de Televisión Azteca; *Para Usted*, de Multivisión y *Enlace*, de Canal 11 perteneciente al Instituto Politécnico Nacional- muestran una clara mejoría en relación con la cobertura efectuada en los comicios de 1994".⁸

En el caso específico de Televisión Azteca, en especial en su noticiario *Hechos*, el estudio determinó que tomando como base las variables de tiempo total, voz e imagen, se favoreció excesivamente al candidato del PRI, en detrimento de las posturas del PAN y del PRD.

⁸ *Reforma*, 14 de mayo de 1997

A pesar de esa apertura, el PRD continuó padeciendo de cierta marginación en *24 horas*, espacio que conducía Jacobo Zabludovsky. Esto no sería tan grave si tomamos en cuenta que el porcentaje de tiempo dedicado al PRD fue de la mitad del nivel de votación que diversos sondeos de opinión le diagnosticaron a este partido y su candidato para la Jefatura del D.F.; sobre todo si el Partido Verde Ecologista tuvo más presencia en Televisa (16.8%) que el mismo PRD.

Al respecto no hay que olvidar que en una encuesta que realizó el periódico *Reforma*, la gran mayoría del auditorio se informa por televisión, incluso el 65% de los encuestados considera que los noticieros televisivos son mejores que los periódicos para informarse sobre el acontecer mundial. Así como están las cosas, el no estar en igualdad de circunstancias en la pantalla chica ocasiona que algunos candidatos no sean conocidos por los electores.

Por su parte, la AMDH expone que en un primer momento *24 Horas* y *Hechos* privilegiaron, aunque de manera diferente, al PRI en comparación al tiempo otorgada al PAN o al PRD. En contraparte las cifras destacan un trato desfavorable hacia el PRD en particular por parte del noticiero de Televisión Azteca, que no perdía oportunidad en mostrar una actitud o declaración negativa en contra del candidato perredista.

No sólo se trató de la imagen negativa que mostraban sino también en el tratamiento caricaturesco que TV Azteca utilizó en sus ya conocidos *Hechos de peluche*, en donde por ningún lado existe la imparcialidad; baste ver los nombres que tenían los otros dos candidatos: Alfredo del Mazo "Del

Marzo" y "El hermano que nunca tuvo", mientras que Cárdenas y Castillo Peraza eran agredidos con apodos tales como "Cuauh-te-mochas" y "renegado", en el caso del primero, y "Leperaza" y "furioso", en el caso del segundo.

Al respecto, Edgardo Bermejo menciona: "Hay que reconocer que TV Azteca introdujo de nuevo el humor político a la televisión mexicana, pero en este caso se trata de un intento fallido, insustancial, que no incide sobre las principales claves de la disputa política y más bien se revuelca en unas cuantas referencias prejuiciosas acartonadas y sumamente ignorantes de la realidad..."⁹

En las primeras semanas del proceso electoral se alabó la apertura y equidad de los medios. Son indudables los avances y la apertura que se le ha dado en algunos medios como *Enlace* del Canal 11, *Blanco y Negro* de Multivisión, en los variados programas de canal 40 de CNI y en *Detrás de la Noticia* de Ricardo Rocha en el Canal 2.

Caso concreto lo establece la AMDH que sin hacer menos los avances que se han registrado hasta ahora, no deja de señalar en su informe que existe todavía una parcialidad evidente a favor del Partido Revolucionario Institucional.

Por ejemplo, en la variable "voz e imagen", es decir, cuando en la pantalla aparece el entrevistado diciendo lo que piensa, el PRI estuvo en 20 ocasiones, el PAN 12 y el PRD 10, y hasta el mes de abril la mención que se

⁹BERMEJO, Mora, Edgardo, "Cuahtémoc Cárdenas y TV Azteca", en *Etcétera*, N. 224, 15 de mayo de 1997, p.13

hacia al PRI era mayor que a la del resto de los partidos.¹⁰

En términos comparativos, el noticiario *Hechos* de TV Azteca es bastante más inequitativo que *24 Horas* y se trata de una parcialidad bien intencionada que sólo afecta a la oposición, sobre todo al PAN y al PRD. En este caso preocupa que *Hechos* sea tan parcial, ya que en la capital es el noticiario más preferido por la población con “un 35%, mientras que *24 Horas* está en un segundo lugar con 14 puntos”.¹¹

“La equidad de las campañas está siendo afectada por decisiones de empresas privadas que usufructúan concesiones públicas. Lo frustrante e inquietante es que es poco, muy poco, lo que se puede hacer. La ley dice que sus noticias deben ser objetivas, veraces y oportunas y hay autoridades con la obligación de hacer que se cumpla la ley”.¹²

3.5.3 Seguimiento electoral en las televisoras

En el caso de Televisa, Guillermo Ortega, director de Información de Televisa, señala que esta televisora dio una cobertura muy amplia a las campañas políticas: “sin distinción de partido respetamos escrupulosamente la equidad que nos solicitó a los radiodifusores y a las televisoras el IFE. Todos los partidos políticos y los candidatos, sin importar su tamaño, tuvieron cabida en los noticiarios de nuestra empresa. Yo creo que nunca habíamos tenido la posibilidad de cubrir en amplitud y libertad las campañas

¹⁰SOSA Plata, Gabriel, “Las elecciones de 1997 por el cuadrante radiofónico”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Num. 50, p.12

¹¹*Reforma*, 2 de febrero de 1997.

¹²AGUAYO Quezada, Sergio, “Urnas y Pantallas”, en el suplemento *Enfoque del Reforma*, 7 de mayo de 1997.

políticas como lo hicimos en el 97”¹³

Hubo otras instituciones que también hicieron seguimiento; por ejemplo, el canal Once ofreció una información más apegada a la reflexión que a la nota espectacular. Su director, Sergio Uzueta, señaló: “Más que nada, la oferta que nosotros tuvimos el 6 de julio fue presentar a la gente un panorama integral del desarrollo de la jornada... Nuestra oferta a la gente fue hacer un primer análisis sobre el significado del voto ejercido en ese día por los ciudadanos”.¹⁴

Encaminados o no por ganar a los espectadores y anunciantes, los medios electrónicos demostraron una apertura y una pluralidad nunca antes vista.

Aún cuando los medios han abierto sus espacios a todos los partidos políticos en los últimos seis años, la transición y la búsqueda de equidad aún no termina. Hasta el día de hoy persiste inconformidad por parte de algunos partidos de oposición. Según la denuncia del PAN y PRD un crecimiento artificial de la información de los llamados “partidos pequeños”, que apenas representan al 10 por ciento del electorado y ocupan casi un 30 por ciento del tiempo total que la radio y la televisión dedican a las campañas políticas. En contraparte, los “partidos pequeños” opinan que apartarlos de los noticieros “es destinarlos a quedarse como minoría”.¹⁵

En el tema de la objetividad, en tanto, los monitoreos del IFE

¹³ COLLADO, Fernando del, “El 6 de julio en la pantalla”, en suplemento *Enfoque del Reforma*, 13 de julio de 1997

¹⁴ *Ibidem* p. 13

¹⁵ *Reforma*, 28 de abril de 1997

registraron avances comparado con lo que ocurrió en las elecciones pasadas, las notas “adjetivadas” sean o no favorables a un partido, en términos generales ocuparon sólo el 8.38% del tiempo total en radio y el 8.24% de la televisión. El resto lo ocuparon notas sin comentarios ni adjetivos.

Estas cifras, sin embargo, no permiten pensar que los problemas en torno a la objetividad se hayan superado. Existe todavía una oposición muy deteriorada por los medios, que contrasta con el cuidadoso manejo de la información requerida, sobre todo si tomamos en cuenta que información como la de que el Presidente de la República se haya involucrado en una campaña a favor de su partido no se toma en cuenta, es decir, si es legal o no que se haya involucrado, no es relevante para este estudio, lo que sí es importante señalar es que el monitoreo que realizó el IFE apenas permite ver esto; dicha información no es sujeta a una medición, por lo que los partidos de oposición señalan que medir el impacto de estos acontecimientos no debería tomarse en cuenta a la hora de monitorear.

Por lo pronto, los monitoreos que realicen no sólo el IFE sino también otras organizaciones no gubernamentales, permitirá seguir con una estrecha vigilancia a los medios electrónicos y su transición.

Radio

Objetividad. Número de notas no adjetivadas, favorables y desfavorables para cada partido.

Partido	Notas sin comentario	Aprueba	Desaprueba
PRI	229	2	20
PAN	235	4	34
PRD	162	2	6
PT	57	0	1
PVEM	86	0	7
PPS	39	0	0
PDM	29	1	2
PC	59	1	2
Total	896	10	72

Televisión

Objetividad. Número de notas no adjetivadas, favorables y desfavorables para cada partido.

Partido	Notas sin comentario	Aprueba	Desaprueba
PRI	141	9	6
PAN	153	9	13
PRD	115	8	3
PT	51	1	2
PVEM	105	1	0
PPS	31	2	3
PDM	63	2	0
PC	54	3	2
Total	713	35	29

Fuente: *Reforma*, 28 de abril de 1997

Este proceso electoral constituyó en mayor grado el florecimiento del uso de los medios para fines electorales. En términos generales, es considerado como el proceso más competido de la historia electoral de nuestro país.

Los medios desplegaron una buena parte de su maquinaria para registrar hasta el más mínimo detalle. En varios casos fue evidente el interés de algunas emisiones radiofónicas y televisivas por ofrecer una mayor

equidad en la presentación informativa de los distintos partidos. Sin embargo, en esta ocasión hubo algunas parcialidades y desapego a la información objetiva y veraz a través de la descalificación o del uso de recursos técnicos (voz, imagen).

Algo importante de mencionar es que no se trata de otorgar mayor tiempo a los partidos políticos como sucedió en estas elecciones, sino de equidad, en que a los partidos “pequeños” les otorgaron el mismo tiempo que a las tres principales fuerzas electorales, cuando muchas veces no tenían relevancia sus actos de campaña o sus declaraciones.

Además, tampoco se trata de mejorar tiempos de transmisión en los medios concesionados. La experiencia demuestra que los programas de los partidos no interesan a la gente, si bien algunos horarios no son los adecuados, lo cierto es que no importa a veces el horario y/o el tiempo, sino la solidez del mensaje y la habilidad con la que se expresa.

Tratar por igual a partidos desiguales favorecería injustamente a organizaciones nuevas y minoritarias por sobre aquéllas que han realizado un trabajo de más tiempo y que cuentan con una fuerza electoral probada. Este principio de igualdad, que no de equidad no sería justo.

En el caso de que simplemente se aplicara la igualdad, entendida ésta como el otorgar las mismas prerrogativas a todos los partidos políticos por parte del Estado, se dejarían de lado los topes de campaña establecidos por los mismos partidos. En cambio, la equidad como ya se explicó en el capítulo uno implica que cada uno de los partidos recibe conforme a su fuerza electoral lo que genera condiciones más competitivas en la contienda política.

CAPITULO CUATRO

Regulación de los tiempos de los partidos en los medios de comunicación

4.1 Marco legal

Los medios de comunicación constituyen un elemento básico en las relaciones de poder que se presentan entre los distintos actores que participan en las decisiones de una sociedad. En dichas relaciones políticas y de gobierno, el flujo de la información y de la comunicación colectiva se ha vuelto en nuestros días un ingrediente de importancia decisiva, capaz de modificar radicalmente las preferencias electorales y la imagen de los candidatos.

Por ende, la capacidad de expresarse es una de las libertades fundamentales en nuestra constitución, sin otra limitante que no dañar el derecho de los demás. No obstante, su ejercicio en el caso específico del acceso de los partidos políticos a los medios adolece, aún hoy en día, de ciertos defectos de carácter jurídico que no permiten condiciones electorales más justas.

En 1961, la Ley Federal de Radio y Televisión introdujo el concepto de "tiempos de Estado" para que éste dispusiera de 30 minutos diarios en cada canal de televisión y estación de radio en todo el país (Artículos 59 y 60).

Para 1969, por acuerdo presidencial, se facultó al gobierno para que dispusiera del 12.5% del tiempo de transmisión de las estaciones de radio y

canales de televisión; además de los 30 minutos diarios. Estos 30 minutos se conocen como tiempos legales y el 12.5% como tiempos fiscales, ya que gracias a ese porcentaje el concesionario podía optar por el pago en efectivo del 25% de un impuesto sobre ingresos que les había aplicado ese año o el pago en especie del 12.5% del tiempo antes señalado.

De ese 12.5% ha correspondido a los partidos una fracción determinada que se ha empleado en distintas modalidades, en cada ley electoral desde 1973, año en que se consideró por primera vez como prerrogativa legal.

4.2 Principales reformas a las legislaciones electorales

4.2.1 Ley Federal Electoral de 1973

Es la primera ley reglamentaria en la materia que consagra como una prerrogativa de los partidos políticos su acceso gratuito a la radio y la televisión nacionales, además de que a las exenciones fiscales con las que contaban los partidos en anteriores leyes se les añadieron las franquicias postales y telegráficas.

Esta prerrogativa tenía como propósito fundamental asegurar a todos los partidos la posibilidad de difundir sus programas y plataformas electorales. Para tal efecto se debían utilizar los tiempos oficiales que le correspondían al Estado en todos los medios. Los tiempos se restringían a los periodos de campaña electoral, a partir del cierre de registro de candidatos y hasta 3 días antes de la elección.

Sin embargo, esta apertura fue muy limitada ya que sólo consideraba hasta 10 minutos quincenales en radio y televisión con cobertura nacional (Artículo 39).

4.2.2 Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, (LFOPPE) de 1977

Esta ley surge como resultado de las reformas constitucionales de 1977. El Artículo 41 fue adicionado con cinco párrafos que establecieron las bases generales de: concepto, naturaleza, prerrogativas, financiamiento y funciones de los partidos.

Asimismo, este artículo suprimió la limitación del ejercicio de la prerrogativa sólo a periodos de campaña y garantizó el acceso permanente de los partidos políticos a la radio y la televisión en forma equitativa, cada mes, con cobertura nacional, de transmisiones cuya duración determinaba la Comisión de Radiodifusión. Dichas transmisiones se integraban con el programa de un solo partido o con los programas de varios o de todos los partidos y su duración se incrementaba en periodos electorales. Desde entonces los partidos tienen preferencia en el tiempo de radiodifusión.

Empero, las controversias continuaron en los años siguientes debido a que estas leyes sólo se referían al “uso de tiempos oficiales” y al “tiempo fiscal”, y no se refería a los tiempos comerciales de radio y televisión o a sus respectivos espacios noticiosos; de tal forma que la equidad sólo existía dentro de los “tiempos oficiales”, pero no la había en los noticiarios o programas especiales.

4.2.3 Código Federal Electoral de 1987

Con este ordenamiento jurídico se marca una nueva etapa en el desarrollo de la democracia mexicana, ya que significa numerosos avances en las normas electorales.

Contiene preceptos que tienden a dar un mayor acceso a los partidos políticos en el proceso electoral y además les permite una mayor garantía de sus derechos.

Aquí los partidos ya son considerados como formas de organización política y constituyen entidades de interés público, cuyas finalidades son: promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la representación nacional, y como órganos de ciudadanos hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo.

Este Código estipuló que los partidos políticos disfrutarían de 15 minutos mensuales en radio y televisión. Además retoma la legislación antecedente y adiciona la consideración de las coaliciones como un solo partido para los efectos de asignación de tiempos en radio y televisión; la transmisión de programas regionales, con una duración no mayor a la mitad del tiempo de los programas de cobertura nacional (7.5 minutos); la participación conjunta de los partidos en un programa especial dos veces por mes en radio y televisión, y el ejercicio de la prerrogativa en transmisiones regionales o locales en casos de elecciones extraordinarias,

sin que estos tiempos se acumularan a los utilizados en las emisiones de cobertura nacional.

4.2.4 Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, 1990 (COFIPE)

En 1990 entró en vigor el Cofipe que incluyó nuevas disposiciones (del artículo 42 al 48) y que fueron bien recibidas por los partidos, pero otras fueron retomadas de la LFOPPE que confirmaron la inequidad en el acceso a los medios.

Al respecto, Gabriel Sosa Plata señala: "El COFIPE dispuso una serie de mecanismos para que esas organizaciones contrataran espacios en radio y televisión en el entendido de que las tarifas no serían 'superiores a las de la publicidad comercial' . Sin embargo, no se estableció la obligatoriedad para las emisoras de radio y televisión de vender tiempos de transmisión a los partidos, con lo que las empresas quedaban en libertad de aceptar o no la propaganda partidista".¹

Esta legislación dedica un capítulo a las prerrogativas de los partidos políticos en radio y televisión. A continuación se sintetizan los puntos más sobresalientes:

- Señala que cada partido tiene derecho a 15 minutos mensuales en radio y televisión.
- Los programas son de cobertura nacional y regional; y hay también

¹ SOSA, Gabriel. "Legislación, procesos electorales y medios electrónicos en México", en *Revista Mexicana de Comunicación*, N. 48, abril-mayo de 1997, p.27

especiales.

- Los regionales no excederán de la mitad del tiempo asignado a cada partido para los nacionales y se transmitirán además de éstos.
- La duración de las transmisiones se incrementa en periodos electorales (programas adicionales). El incremento de tiempo se distribuye de acuerdo a la fuerza electoral de cada partido.
- Los partidos deberán difundir sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales.
- Los partidos hacen uso de su tiempo mensual en dos programas semanales cuyo orden de presentación será por sorteo.
- Cada partido deberá emplear la mitad de su tiempo para difundir su plataforma electoral.
- Los programas de los partidos y del IFE tendrán preferencia dentro de la programación general en el tiempo estatal de radio y televisión.

Para las elecciones federales de 1991, los partidos políticos contendientes en ese entonces tuvieron, entre otras prerrogativas, un acceso gratuito a los medios electrónicos, a partir del tiempo con que contaba el Estado y que se manejaba bajo tres vertientes: programas permanentes, con una duración de 15 minutos mensuales para radio y televisión, programas especiales en los cuales podían participar conjuntamente los representantes de los partidos políticos y que serían transmitidos dos veces al mes, y programas de cobertura regional. Cabe aclarar que además, y de acuerdo con el artículo 44 inciso 2 del Cofipe entonces vigente, la duración de estas transmisiones "será incrementada en periodos electorales, para cada partido, en forma proporcional a su fuerza electoral".

Sin embargo, el hecho de que existiera un incremento de la presencia de los partidos políticos en los medios de acuerdo con su fuerza electoral, apenas si benefició a los partidos de oposición, ya que por un lado lo reducido del tiempo gratuito significaba apenas unos minutos al aire, lo que obligaba a que contrataran espacios que obviamente tenían un costo muy elevado para los partidos.

4.2.5 La reforma del Artículo 48 del Cofipe en 1993

Hasta esta reforma las disposiciones señaladas en el Cofipe de 1991 permanecían todas, con excepción de lo relativo a la publicidad pagada por los partidos políticos, para lo cual se reforma y adiciona el artículo 48 de la misma legislación, para establecer lo siguiente:

“Es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto ciudadano durante las campañas electorales”.

De ahí que para las elecciones de 1994, la reforma al Cofipe se centrara en regular la contratación de tiempos que hicieran los propios partidos en los medios electrónicos.

Si bien esta reforma resolvía el problema de la filiación partidaria en los medios, no sólo se dejaba de lado la nula posibilidad de participar en medios para aquellos partidos con escasos recursos, sino que además introducía un elemento restrictivo, el resultado de la elección previa para

adquirir más espacios, independientemente de la capacidad adquisitiva de los partidos. Es decir, si bien un partido contaba con los recursos para acceder a los medios y así poder ampliar su presencia entre el electorado, estaba imposibilitado legalmente para hacerlo.

4.3 Acuerdo Político Nacional: Diálogo Nacional para la Reforma Política del Estado

El 17 de enero de 1995, los dirigentes del PRI, PAN, PRD y PT firmaron ante el presidente de la República los “Compromisos para un Acuerdo Político Nacional”. En tal documento se establece que el paso más urgente para consolidar la reforma democrática de México es la reforma electoral. Por ello se acordó entre otros puntos:

1. Concluir una reforma electoral definitiva
2. Promover reformas estatales con la incorporación de los nuevos criterios federales.
3. Impulsar la reforma política del Distrito Federal, con la participación de la ciudadanía.

El primer acuerdo que se tomó al respecto fue elevar a rango constitucional el valor de la equidad como principio fundamental tanto en lo relativo a los medios de comunicación, como en el tema del financiamiento.

En el caso de la competencia electoral se establecieron los siguientes puntos:

- Acceso a los medios de comunicación: criterios y reglas de equidad, relación entre equidad y libertades políticas de los informadores y

propietarios, relación entre tiempos oficiales y tiempos contratados, gastos partidistas en los medios impresos y electrónicos.

- Fuentes y límites de financiamiento: criterios y reglas de equidad en la distribución de los recursos públicos, sistema de contraloría y de rendimiento de cuentas; condiciones de un sistema mixto de financiamiento público y privado. Tope máximo en los gastos de campaña.
- Duración de campañas electorales y uso de emblemas y símbolos patrios.
- Encuestas y conteos rápidos (regulación jurídica y/o códigos de ética profesional).
- Programas públicos e impacto electoral.

Hasta este momento, como vemos, existieron cambios significativos tanto en los noticiarios como en la transmisión de programas especiales; así como en y el aumento del IFE a los espacios destinados a los partidos políticos en los tiempos oficiales. Sin embargo, entre 1994 y 1996 los debates y polémicas en lugar de disminuir se incrementaron.

Caso concreto resulta la realización de una Consulta Pública en Materia de Comunicación Social organizada por la Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados entre junio y julio de 1995, así como un evento similar de consulta para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo. En ambos casos, los temas principales se enfocaron en aumentar y mejorar el espacio del tiempo oficial para los partidos políticos, garantizar el derecho de réplica y asegurar, a través de auditorías, los gastos para fines propagandísticos de los partidos, entre muchos otros planteamientos.

Como antecedente de la más reciente reforma política podemos mencionar que al asumir la presidencia de la República, Ernesto Zedillo Ponce de León convocó a todas las fuerzas políticas, a las dirigencias partidistas y a todas las organizaciones sociales a sumar esfuerzos a fin de contribuir a una democracia que comprendiera una mejor relación entre los ciudadanos y el gobierno, en suma una reforma electoral definitiva.

A raíz de todas las negociaciones, finalmente la nueva reforma política se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 22 de noviembre de 1996 y en la que el tema de los medios de comunicación sufrió cambios cualitativos. Primero, en el caso de los tiempos ordinarios se atendió el justificado reclamo de los partidos de que sus programas se transmitían en horarios de mínima audiencia o de audiencia con un público básicamente infantil; de ahí que se acordara, que los concesionarios destinarían horarios preferenciales para la transmisión de esos programas. De igual forma, los partidos argumentaron que era muy difícil que el auditorio televisivo o radiofónico permaneciera atento a un programa partidista durante 15 minutos, por ende se procedió a fraccionar ese tiempo hasta donde lo permitía la ley, esto es, hasta cinco minutos.

Respecto a la legislación anterior, las reformas electorales de 1996 intentan resolver estos problemas. Si bien los tiempos adicionales para época electoral no fueron del todo inequitativos, la vaga referencia dejaba un amplio margen de discrecionalidad a la autoridad para otorgarlo. Por esto, lo más importante de la actual legislación radica en la base de la equidad, de la distribución de los espacios que se otorgan a los partidos en los medios.

Otros avances significativos de estas reformas radican en que se amplía de manera excepcional el acceso de los partidos políticos a los medios durante periodos electorales. “Así, junto con el tiempo permanente y los programas especiales, el nuevo artículo 47 agregó expresamente dos tipos de emisiones en medios de los partidos políticos. Por una parte, la distribución de un tiempo complementario para estas elecciones consistente en 125 horas en radio y 100 en televisión, por la otra, un total de diez mil promocionales en radio y 400 en televisión”.²

En segundo lugar, la distribución de los espacios resulta más equitativa para los partidos, esto es, que dicha distribución del tiempo no se hace con base sólo a su fuerza electoral:

“Del tiempo de transmisión previsto en el inciso 4 (esto es, 250 horas en radio y 200 en televisión para la elección de presidente), así como los promocionales previstos...corresponderá a cada partido político sin representación en el Congreso de la Unión un 4% del total. El resto se distribuirá entre los partidos con representación en el Congreso de la Unión conforme a lo previsto en el Párrafo 3 de este artículo (10 mil promocionales en radio y 400 en televisión)”.³

² ASTORGA, Fidel, “Tiempos de campaña”, *Etcétera*, N° 230, 26 de junio de 1997, p.19

³ *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, p.44-45

CONDICIONES DE LA COMPETENCIA ELECTORAL: COMPARATIVO DE PROPUESTAS		
Tema	Legislación anterior	Legislación vigente Reforma electoral 1996
Duración de las campañas	La campaña presidencial dura 155 días, la de senadores 94 días y la de diputados 78 días.	La campaña presidencial durará 120 días, la de senadores 90 días y la de diputados 75 días.
Acceso a los medios de comunicación		
Tiempo oficial gratuito	Los partidos políticos gozan de tiempo oficial gratuito en forma permanente	El tiempo oficial gratuito se aumenta substancialmente dependiendo de la elección de que se trate. El tiempo oficial se asignará en mejores horarios.
Distribución del tiempo oficial en periodos electorales	De acuerdo con la ley es proporcional a la votación	El 70 por ciento se distribuirá conforme a la fuerza electoral y el 30 por ciento con un criterio inverso a la misma.
Contratación comercial de publicidad en radio y televisión en periodos electorales.	La contratación se realiza mediante catálogo sin tope alguno.	Hay un tope equivalente a 10 por ciento del financiamiento público de cada partido político para la contratación de tiempos comerciales durante los periodos electorales.
Propaganda partidaria contratada en los días previos a la jornada electoral.	No estaba regulada en la ley	Se suspende la propaganda partidaria contratada por los propios partidos durante los 20 días previos al de la jornada electoral
Uso de catálogo de tarifas para publicidad en medios impresos	No existía	Se utilizará un catálogo de tarifas para la publicidad en los medios impresos y tendrá la identificación de que corresponde a publicidad pagada.
Monitoreos a los noticieros de radio y televisión	No estaba regulada en la ley.	Se formalizan los monitoreos aleatorios por parte del IFE a los noticieros de radio y televisión.
Derecho de aclaración en los medios de comunicación social.	No existía.	Se establece el derecho de aclaración en todos los medios de comunicación social.
Regulación de encuestas y conteos rápidos relacionados con los resultados electorales.	Quienes soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales debe entregar copia del estudio completo al director general del IFE.	Se establecen sus principios técnicos y metodológicos por el Consejo General del IFE con el apoyo del Consejo Técnico del Padrón o su equivalente.
Debates entre candidatos	No estaban contemplados.	El IFE está obligado a apoyar la realización de debates públicos, siempre y cuando haya acuerdo entre partidos y candidatos.

Fuente: "Rumbo a la reforma electoral y del DF", *El Nacional*, 29 de abril de 1996, p.XII-XIV

4.4 Cuestionamientos sobre la actual ley electoral

En el marco legal existen todavía varias inconsistencias en el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación. Una primera debilidad del Cofipe, según lo señala Ernesto Villanueva, especialista en derecho de información, es la ausencia de normas jurídicas que prohíban y, por ende, sancionen la oferta de bienes y servicios y de consumo en la propaganda electoral, con lo que de alguna manera sustituye la oferta programática de ideas y proyectos por un mero acto mercantil al lucrar con las necesidades económicas de los grandes grupos de la población.

A diferencia de otros países, esto es sancionado por la norma jurídica; por ejemplo: en la Ley electoral de Rusia, la cual señala en su artículo 38 que: "Es ilegal realizar campañas cuando vayan acompañadas del aprovisionamiento de bienes, ya sea en forma gratuita o bajo condiciones especiales, servicios (salvo lo relativo a información de dichos servicios), bonos y pagos en efectivo". De igual forma, el artículo 39 sostiene que: "los candidatos, unidades de campaña, grupos de promoción del voto y sus representantes autorizados no deben dar dinero, regalo u otros objetos de valor, más allá de los propios del trabajo organizacional de la elección a los votantes (material ilustrado y botones hechos especialmente para la campaña)..." Lo anterior se sanciona con la suspensión del registro del candidato en cuestión.

Otra de las inconsistencias es la falta de garantías jurídicas para el acceso de los partidos políticos de oposición a los medios de comunicación del Poder Ejecutivo Federal. "Esta peculiaridad mexicana constituye una

grave falta de equidad en la contienda electoral en tanto la legislación vigente permite la posibilidad de que el Partido de Gobierno tenga un acceso privilegiado de promoción político-electoral mediante el uso discrecional de la radio, la prensa y la agencia de noticias del poder Ejecutivo Federal en perjuicio de la pluralidad democrática”.⁴

En Bolivia, por ejemplo, el Art. 98 de la Ley Electoral dispone que: “Los medios estables de comunicación social otorgarán a partir de la convocatoria a elecciones en forma gratuita y permanente tiempo igual, dentro de los mismos horarios a los partidos y/o candidatos postulados por ellos o por alianzas políticas, a cuyo efecto el orden de presentación de los espacios será sorteado. En caso de que algún órgano de comunicación estatal se negare a difundir en espacio publicitario de carácter político o electoral, la Corte Departamental Electoral respectiva conocerá del hecho conminará al medio el inmediato cumplimiento de lo dispuesto en este artículo”.

A su vez, en Venezuela, el Art. 154 de la Ley Electoral establece en el segundo párrafo que: “Los medios oficiales de comunicación otorgarán en forma gratuita tiempo igual y en las mismas horas a los candidatos presidenciales postulados por los partidos representados con voz y voto en el Consejo Supremo Electoral a cuyo efecto los espacios se sortearán entre estos cada mes. En caso de que algún órgano de comunicación se negare a difundir alguna pieza publicitaria de carácter electoral, el Consejo Supremo Electoral, conocerá del hecho, y su decisión será de obligatorio acatamiento por las parte”. Mientras que en Rusia la equidad del acceso de los partidos a

⁴ VILLANUEVA, Ernesto. “Inconsistencias del acceso de los partidos a los medios”. en *El Financiero*, 1 de julio de 1997. p 57

los medios no se limita tan sólo a los medios públicos sino a todos ellos, según lo prescribe el Art. 40 de la Ley Electoral, que establece: “los candidatos para el Presidente de la República disfrutaron de tiempo de antena sobre bases iguales (libres de cargo, idéntica cantidad de tiempo y el mismo horario de transmisión) y ello será financiado del presupuesto federal correspondiente”.

La otra inconsistencia reside en que no existen normas jurídicas que establezcan topes máximos para la difusión electoral. Así, en Bolivia el Artículo 102 de la Ley Electoral dispone que: “La propaganda electoral estará limitada, por cada partido o alianza política, a no más de cuatro páginas semanales por periódico de circulación nacional y departamental; a diez minutos diarios de emisión radial, en cada emisora nacional, departamental y local”. A su vez en Ecuador, el Art. 106 de la Ley Electoral menciona que. “La propaganda electoral estará limitada, por cada partido o alianza electoral, a no más de media página por edición o su equivalente en número de tirada-columna, computada en todos los diarios de circulación nacional; a diez minutos diarios de televisión...Dentro de estos límites cada partido político podrá disfrutar su tiempo y espacio de publicidad electoral de acuerdo con su mejor criterio”.

Por último, otro de los cuestionamientos es el que se deriva del derecho de aclaración previsto en el Art. 186, inciso 3 del Cofipe, pues si bien este ordenamiento establece que partidos, coaliciones y candidatos “podrán ejercer el derecho de aclaración respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos o situaciones referentes a sus actividades o atributos

personales"; sin embargo, este ordenamiento se trata sólo de un enunciado normativo pero no de una obligación jurídica para los medios habida cuenta de que el legislador olvidó incorporar la sanción a quien realice la conducta contraria a la establecida en el artículo mencionado.

En suma, Ernesto Villanueva, determina las siguientes conclusiones:

- a) El Cofipe no es de ninguna forma una legislación a imagen y semejanza de un Estado democrático de derecho, por las limitaciones y lagunas jurídicas que contiene a lo largo de su articulado;
- b) El acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación previsto en el Cofipe constituye apenas un cambio perceptible de un estado autoritario a una semidemocracia dirigida, que plasma en la ley la ausencia de equidad, de equilibrio y de transparencia en el uso de los medios de información como vehículos de propaganda electoral.⁵

A la fecha, el tema de la legislación en materia de medios de comunicación y partidos políticos continúa aún vigente. Sin demeritar los avances alcanzados en la última reforma electoral, que dio pie a cambios en la Constitución Política y al Cofipe, ha sido considerada como una reforma importante y de fondo.

Sin embargo, y sin desconocer esos avances, Ernesto Villanueva considera que todavía falta mucho por hacer, en particular lo concerniente al acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación, en un

⁵ Ibidem, p.57

escenario más equitativo “que propicie la práctica de la democracia informativa”.⁶

Por su parte, Jesús Cantú enfatizó que dos grandes tareas que tiene por delante los medios de comunicación son: 1) la difusión de plataformas electorales políticas de las diferentes opciones partidistas y 2) la tarea de vigilancia y denuncia sobre el desarrollo de los comicios para alcanzar un escenario democrático.

Según Mauricio Collado, director de Radiodifusión del IFE, al hacer una comparación entre el proceso electoral de 1994 y el de 1997, señala que en el primero se emitieron alrededor de 140 horas en radio y televisión, y que en las elecciones del '97 habían de transmitir mil 110 horas. “Los spots en 1994 ascendieron a casi cinco mil 700 que sumaron 31 horas y sólo fueron transmitidos por la radio. En 1997, con base en la ley y conforme a las solicitudes de los mil 53 espacios en radio y 343 en televisión, que en su conjunto sumaron más de 93 horas”.

En definitiva resulta relevante el papel de los medios como formadores de opinión y factores de cambio de la misma. Por ello, su presencia se vuelve indispensable en cualquier acto público del acontecer político. Sin ir más lejos, el debate del 12 de mayo de 1994 que llegó a los hogares de más de 30 millones de mexicanos (dato de la empresa de medición IBOPE), a través de todos los medios electrónicos, levantó la imagen de Diego Fernández de Cevallos (PAN) y dejó a Cuauhtémoc Cárdenas (PRD) con la misma imagen opaca que le atribuyeron los medios

⁶ Conferencia expuesta en el VI Coloquio en defensa de la palabra, 29 de mayo de 1997

a lo largo de su campaña.

Varios e importantes cambios marcaron el proceso federal de 1994 y sobre todo de 1997. Entre ellos es de destacarse la cobertura en medios de las campañas políticas que se desarrolló en el contexto de una sociedad más participativa y politizada; en el campo del acceso partidista a los medios el Cofipe planteó avances significativos.

En México, Italia Chile y España los partidos políticos cuentan con tiempo gratuito para sus campañas electorales en radio y televisión proporcionado por el estado, el cual es distribuido conforme a su fuerza electoral. Los partidos políticos en México cuentan también con tiempo gratuito en épocas no electorales

En Italia, México y España, además del tiempo gratuito, los partidos tienen la posibilidad de contratar tiempo por su cuenta. Además en España e Italia se señala que no se debe discriminar a ningún partido y darles a todos trato similar.

En cambio, en Costa Rica los partidos sólo pueden hacer uso de la radio y la televisión mediante su pago. La ley regula el límite máximo de tiempo que puede contratar cada uno de ellos. Resulta de especial interés este último punto en virtud de que acerca a los partidos políticos de poca capacidad financiera con aquellos que cuentan con elevados presupuestos publicitarios.

Al tener los partidos políticos en Costa Rica que pagar su propaganda

televisiva y radiofónica, el no establecer un tope a la cantidad de mensajes en estos medios representaría una desigualdad insuperable para la competencia entre los partidos.

A pesar de estas comparaciones con otras legislaciones del mundo, en nuestro país aún faltan cambios en el margen legal que rige el comportamiento de los medios electrónicos: la reglamentación, y no sugerencia, de una información que cumpla con los requisitos mínimos de equidad; legislar sobre prensa escrita; una medición confiable del comportamiento de los medios electrónicos e impresos con respeto a los partidos políticos y procesos electorales; entre otros.

Como vemos al igual que con el financiamiento, el tiempo y el espacio con el que cuentan los partidos políticos en la radio, televisión y prensa, resultan clave para lograr disminuir las diferencias entre ellos para lograr un sistema más equitativo y competitivo.

CONCLUSIONES

Existe la demanda de partidos y grupos políticos de una mayor apertura de los medios, cambios cualitativos y cuantitativos, de manera equitativa y regulada, es decir, un espacio que permita el diálogo, la información y la interpretación políticas. Petición muchas veces solicitada para la cual ya existen mejores condiciones en el contexto de la actual política de comunicación.

Uno de los principales reclamos ha sido el de la desigual distribución de tiempos y espacios. Por ello, una preocupación constante es la de lograr el establecimiento de formas más justas para las diversas instituciones políticas.

Otro aspecto importante es el manejo informativo que se realiza en radio, televisión y prensa, puesto que existen constantes denuncias sobre la parcialidad informativa, objetividad y muy frecuentemente la tergiversación de los pronunciamientos de los candidatos y de sus partidos. Por todo ello, la regulación, vigencia y trato equitativo son vitales para la disminución de las diferencias entre los partidos políticos.

Es innegable que las disposiciones electorales vigentes en materia de financiamiento contienen avances significativos en aras de una competencia equitativa. La incorporación de la figura de topes a gastos de campaña, contribuye a que la disparidad de recursos entre los partidos no sea un factor decisivo en el resultado electoral.

Las reformas electorales en México, particularmente los cambios ocurridos en el año de 1996, permitieron que los comicios de 1997 hayan sido los más concurridos, competidos y vigilados en la historia moderna de México. Empero, es preciso reconocer que esos avances no han sido suficientes para lograr una mayor equidad en los recursos y el gasto que los partidos pueden obtener y erogar durante sus campañas.

Equidad no es igualitarismo. Ninguna democracia moderna se plantea corregir por la vía de la norma lo que la realidad y la voluntad de los electores definen en las urnas. En todas las naciones democráticas los partidos desarrollan capacidades diferenciales para allegarse recursos. Lo que la ley debe impedir es que esa diferenciación provenga de actos ilícitos o se convierta en factor predeterminante de los resultados electorales.

En cuanto al acceso equitativo a los medios de comunicación, el sistema electoral mexicano contiene algunas de las prerrogativas más avanzadas. A diferencia de otros sistemas, el nuestro otorga esa prerrogativa en forma permanente a todos los partidos políticos, financiada por el Estado, y que da acceso en forma igualitaria durante los periodos no electorales, y, adicionalmente, en forma proporcional a los resultados electorales durante periodos de campaña.

No obstante, diversos partidos políticos y grupos sociales han insistido en la necesidad de perfeccionar nuestro régimen jurídico en esta materia, a fin de eliminar inequidades que aún subsisten y que pueden traducirse en ventaja para uno o varios partidos.

Además, deberán promoverse las modificaciones que aseguren la objetividad e imparcialidad de la información sobre partidos, campañas y candidatos, sin menoscabo de la libertad y derecho de información. Debe conciliarse la garantía constitucional de las libertades democráticas y el régimen jurídico de concesión de los medios.

Todo esto deriva en la necesidad urgente de fomentar una mejor y mayor competitividad de los partidos políticos al crear condiciones de equidad en los medios de comunicación, no sólo electrónicos, sino también incluir a los medios impresos.

Con los diferentes foros, conferencias y reuniones se han vertido innumerables propuestas que pretenden establecer condiciones que permitan condiciones más justas en la contienda electoral.

Como se vio a partir de 1988 las condiciones de competencia electoral prácticamente eran nulas. Los resultados que arrojaron los diversos análisis y monitoreos efectuados en ese entonces, apuntan de manera inequívoca a un manejo desequilibrado y por tanto parcial de la información.

Como se anticipaba, la inclinación a un solo partido fue contundente: radio y principalmente la televisión saturaron sus espacios noticiosos de los pormenores de la campaña del entonces candidato del PRI Carlos Salinas de Gortari, y dejaron de lado la información relativa a los otros candidatos.

A su vez el proceso de 1994 también hizo manifiesta la inequidad de las fuerzas políticas, lo cual se reflejó en los recursos económicos que

recibieron (financiamiento) y en los tiempos otorgados. Mientras que las elecciones de 1997 han sido consideradas como el proceso más competido de la historia electoral mexicana debido a la igualdad de condiciones en que se desarrolló.

Finalmente es importante señalar que si bien es cierto que la equidad total es imposible e indeseable debido a que las actividades de cada uno de los partidos políticos son diferentes, ya que varían en la frecuencia con que se realizan, finalmente lo que se desea es que exista un sistema multipartista, con condiciones de abierta competencia político-electoral cada vez mayor y espacios de alternancia en el poder, todo ello encaminado a generar la competitividad para así fortalecer la democracia.

BIBLIOGRAFIA

ACOSTA , Miguel, et.al., *Las elecciones de 1994 en México vistas por los medios de comunicación*, Asociación Mexicana de Derechos Humanos, México, 1995

ACOSTA, Miguel y Manuel MARTINEZ, *Las elecciones federales en México según los noticieros 24 Horas de Televisa y Hechos de Televisión Azteca del 2-27 de mayo*, Academia Mexicana de Derechos Humanos, México, 1997

AGUAYO Quezada, Sergio y Miguel ACOSTA, *Umas y pantallas. La batalla por la información*, Ed. Océano, México, 1997

AGUIRRE, Pedro, et.al., *Una reforma para la democracia. Argumentos para el consenso*, Instituto de Estudios Políticos para la Transición Democrática, México, 1995

ANDRADE Sánchez, Eduardo, *Introducción a la ciencia política*, Ed. Harla, México, 1983

ARREDONDO Ramírez, Pablo, et.al., *Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988*, Universidad de Guadalajara, México, 1991

CARDENAS, Jaime, *Partidos políticos y democracia*, Cuadernos de Divulgación democrática, Instituto Federal Electoral, 1995

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, Cofipe comentado, Secretaría de Gobernación, México, 1991

Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A.C., *Elecciones 1988, ¿Qué pasó?*, Ed. Diana, México, 1988

DALLAL, Alberto, *Lenguajes periodísticos*, Ed. UNAM, México, 1989

DE LA GARZA, Luis, et.al., *Las elecciones federales de 1988 en México*, Colec. Procesos Electorales N.4, FCPyS-UNAM, México, 1989

DUVERGER, Maurice, *Los partidos políticos*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994

GARCIA Pelayo, Manuel, *El Estado de partidos*, Alianza Editorial, Madrid, 1986

GOMEZ Tagle, Silvia, *La frágil democracia mexicana: Partidos políticos y elecciones*, García y Valadés Editores, México, 1993.

-----, *La transición democrática. Treinta años de elecciones en México*, El Colegio de México, México, 1997.

GONZALEZ Graf, Jaime (Compilador), *Las elecciones de 1988 y la crisis del sistema político*, Ed. Diana, México, 1989.

HERMET, Guy, *¿Para qué sirven las elecciones?*, Fondo de Cultura Económica, México, 1992

MENDIETA y Nuñez, Lucio, *Los partidos políticos*, Ed. Porrúa, México, 1985

MONTERO Zendejas, Daniel, *Estado, democracia y partido*, B. Costa-Amic Editor, México, 1979

NOHLEN, Dieter, *Sistemas electorales y partidos políticos*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994

PASCUAL Moncayo, Pablo (Coordinador), *Las campañas en la televisión mexicana*, Ed. Cal y Arena, México, 1995

PASCUAL Moncayo, Pablo (Coordinador), *Las elecciones de 1994*, Ed. Cal y Arena, México, 1995

SALOMON, Carlos, *Las elecciones de 1988, parteaguas democrático en México*, Ed. El Día, México,

SANCHEZ , Arturo, et.al., *La voz de los votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994*, Ed. Porrúa, México, 1995

SANCHEZ, Andrea, et.al., *La renovación política y el sistema electoral mexicano*, Ed. Porrúa, México, 1987

SARTORI, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, Ed. Instituto Federal Electoral y Tribunal Federal Electoral, México, 1993

-----, *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*, volumen I, Alianza Editorial, Madrid, 1980

VALDES, Leonardo, *Sistemas electorales y de partidos*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, N.7, Instituto Federal Electoral, México, 1995

WEBER, Max, *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1984

1994 tu elección. *Memoria del Proceso electoral*, Instituto Federal Electoral, 2da. edición, México, 1995

HEMEROGRAFIA

AGUAYO Quezada, Sergio, "La hora de los medios", 14 de marzo de 1997

ARREDONDO Ramírez, Pablo, "Los noticieros en las elecciones de 1988", en el suplemento Política de *El Nacional*, N. 25, 26 de octubre de 1989

BAEZ, Rodríguez, Francisco, "Cuauhtémoc magnifica a Televisa" en *etcétera* semanario de Política y Cultura, N.72, 16 de junio de 1994

-----, "Dos rudos y un técnico", en *etcétera*, semanario de Política y Cultura, N.68, 19 de mayo de 1994

-----, "Partidos en venta", en *etcétera*, semanario de Política y Cultura, N.224, 15 de mayo de 1997

CANO, Arturo, "Política en la telaraña", en suplemento Enfoque del *Reforma*, 30 de marzo de 1997

Claudia Fernández y Aguirre Alberto, "Apuestan candidatos y partido a ganar imponiendo percepciones de sí mismos", *El Universal*, 27 de mayo de 1997

COLLADO, Fernando del, "El 6 de julio en la pantalla", en suplemento Enfoque del *Reforma*, 13 de julio de 1997

COLLADO, Fernando del, "La ciudad de las preocupaciones", en suplemento Enfoque del *Reforma*, N.178, 8 de junio de 1997

COLLADO, Fernando del, "Vigilar la información", en suplemento Enfoque del *Reforma*, 1 de julio de 1997

Conferencia expuesta en el VI Coloquio en defensa de la palabra, 29 de mayo de 1997

CREEL Miranda, Santiago, "Equidad en la competencia electoral", en *Reforma*, 10 de abril de 1996

CREEL Miranda, Santiago, et.al., "La reforma necesaria, propuesta de agenda para una nueva reforma electoral", en *Etcétera*, semanario de Política y Cultura, N.95, 24 de noviembre de 1994

FARIAS Mackey, Luis, "Los partidos y los medios", en *etcétera*, semanario de Política y Cultura, N. 79, 4 de agosto de 1994

JUAREZ, Miguel, "Elecciones 97", *Reforma*, 24 de febrero de 1997

MARTINEZ, José Luis, La prensa no inventa escándalos, pero los magnifica y lucra con ellos: Trejo Delarbre, en *El Nacional*, 12 de marzo de 1997

MEJIA Barquera, Fernando, "Medios, candidatos, elecciones", en *Crónica*, 17 de marzo de 1997

MORENO, Daniel, "La transición en los medios", en *Reforma*, 27 de abril de 1997

-----, "Persiste la inconformidad contra radio y televisión", en *Reforma*, 28 de abril de 1997

PASTRANA, Daniela, "La guerra por los votantes. Quien no anuncia ¿no gana?", en *Reforma*, 6 de mayo de 1997

RIVADENEIRA, Eduardo, "Los medios de comunicación y las campañas electorales", en *El Día*, 14 de julio de 1997

RODRIGUEZ, Javier, et.al., "Ciudad de México, monstruo con pies de plomo", *El Financiero*, 20 de febrero de 1997, p34.

SOSA Plata, Gabriel, "Legislación, procesos electorales y medios electrónicos en México", en *Revista Mexicana de Comunicación*, N.50, abril-mayo de 1997

"PRD: el llamado de las urnas", en Informe Especial de *El Financiero*, 23 de marzo de 1997

"Reforma legal electoral", en suplemento especial de *El Nacional*, 27 de noviembre de 1996

"Rumbo a la reforma electoral y del DF. ", en suplemento especial de *El Nacional*, 29 de abril de 1996

TORREBLANCA, Eduardo, "TV: en busca del país perdido", en el suplemento Política de *El Nacional*, N. 25, 26 de octubre de 1989

TREJO Delarbre, Raúl, "La prensa y los partidos", en revista *Nexos*, N.164, agosto de 1991

-----, "Televisión y democracia: el difícil cambio", *Gobiernos*, N.3, Secretaría de Gobernación, 1994

-----, "Medir a los medios", *Crónica*, 12 de marzo de 1997

-----, "Medios y Elecciones" en *etcétera*, semanario de Política y Cultura, N. 109, 2 de mayo de 1994

VILLANUEVA, Ernesto, "Inconsistencias del acceso de los partidos a los medios", en *El Financiero*, 1 de julio de 1997, p.57

Apunte Electoral, suplemento de *El Nacional*, 24 de abril de 1997

Excélsior, 10 de octubre de 1987

La Jornada, 18 de enero de 1988

El Universal, 15 de mayo de 1994

El Nacional, 29 de abril de 1996

Reforma, 2 de febrero de 1997

Reforma, 28 de abril de 1997

El Universal, 16 de mayo de 1997

Revista *etcétera*, N.224, 15 de mayo de 1997

Revista *etcétera*, N.230, 26 de junio de 1997

Suplemento Bucareli Ocho de *El Universal*, Año 1, N.1, 25 de mayo de 1997

Suplemento Bucareli Ocho de *El Universal*, Año 1, N.14, 21 de septiembre de 1997

Suplemento Enfoque del *Reforma*, 7 de mayo de 1997

Suplemento Enfoque del *Reforma*, 13 de julio de 1997

Suplemento Enfoque del *Reforma*, "¿Qué se juega hoy?", N.182, 6 de julio de 1997