

00424  
60



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**REFORMA Y LA JORNADA: DOS PERSPECTIVAS DE LA  
CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE CUAUHEMOC  
CARDENAS EN EL 2000**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS**

Que para obtener el título de Licenciada en  
Ciencias de la Comunicación

PRESENTA:

**HAYDEE GEORGINA GONZALEZ MONCADA**

Asesor: Dr Rafael Reséndiz Rodríguez



MEXICO, D. F.

OCTUBRE DEL 2003

A



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

PAGINACIÓN

DISCONTINUA

*Para el Ing. Cuauhtémoc Cárdenas, a quien admiro y respeto por ser símbolo de honestidad, congruencia y un proyecto democrático en nuestro país.*

*Para el Ing. Saúl Figueroa, a quien aprecio profundamente por impulsarme siempre a salir adelante.*

*Para mi madre, a quien le debo todo lo que soy.*

*Para mi abuela, que me inculcó los valores que hoy poseo.*

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Heidy Georgina

Canzari Morceda

FECHA: 13 de octubre de 2003

FIRMA: [Firma]

## Índice

<b>Introducción</b>	1
<b>Capítulo I. La Comunicación</b>	3
1.1 ¿Qué es comunicación?	3
1.2 ¿Qué es comunicación política?	8
1.3 El poder de la prensa en México	14
1.3.1 La relación prensa – Gobierno	16
1.4 Medios de Comunicación: La prensa	21
1.4.1 Características del Medio Impreso Nacionales	23
1.4.2 Estructura Informativa de los periódicos <i>Reforma</i> y <i>La Jornada</i>	28
1.4.2.1 Registro de Identificación de <i>Reforma</i>	29
1.4.2.2 Morfología del periódico <i>Reforma</i>	29
1.4.2.3 Registro de Identificación de <i>La Jornada</i>	32
1.4.2.4 Morfología del periódico <i>La Jornada</i>	33
<b>Capítulo II. La Opinión Pública</b>	37
2.1 ¿Qué es la opinión pública?	37
2.2 Las tendencias de opinión en los medios impresos. El caso de <i>Reforma</i> y <i>La Jornada</i>	41
2.3 Influencia de los diarios en la conformación de la opinión pública	47
<b>Capítulo III. La campaña de Cuauhtémoc Cárdenas</b>	50
3.1 Surgimiento de la Alianza por México	51
3.2 Vinculación del PRD con Alianza por México	54

<b>3.3 Cronología de la campaña</b>	56
<b>3.4 La campaña a través de los 25 actos o eventos más importantes</b>	75
<b>Capítulo IV. La perspectiva de los diarios <i>Reforma</i> y <i>La Jornada</i></b>	79
<b>4.1 Apartado Metodológico</b>	79
<b>4.2 Análisis morfológico de cada una de las 50 notas informativas en las primeras planas en <i>Reforma</i> y <i>La Jornada</i></b>	84
<b>4.3 Análisis de contenido de la información periodística a partir de Asuntos y Temas</b>	109
4.3.1 El caso del periódico <i>La Jornada</i>	109
4.3.2 El caso del periódico <i>Reforma</i>	138
<b>Interpretación de Resultados</b>	158
<b>1. Análisis cualitativo del espacio concedido a textos y encabezados en primera plana</b>	158
<b>2. Análisis cualitativo del espacio fotográfico en primera plana e interiores</b>	158
<b>3. Análisis de contenido a partir de las categorías explícito e implícito</b>	159
3.1 Listado de Asuntos y Núm. de Temas de <i>Reforma</i> y <i>La Jornada</i>	159
3.2 Listado de Asuntos y Temas en el periódico <i>Reforma</i>	160
3.3 Listado de Asuntos y Temas en el periódico <i>La Jornada</i>	161
3.3.1 Los temas en el periódico <i>Reforma</i>	164
3.3.2 Los temas en el periódico <i>La Jornada</i>	166
<b>4. Análisis cualitativo de la información por su ubicación espacial en el periódico</b>	170

<b>5. Análisis de la información según el grado de compromiso de los redactores de los diarios</b>	170
<b>6. Análisis de contenido según el declarante</b>	171
<b>7. Análisis de contenido según el índice de intensidad de las declaraciones</b>	171
<b>8. Análisis cualitativo del contenido de los titulares</b>	172
<b>Conclusiones</b>	176
<b>Anexos</b>	180
<b>Cuadro I. Espacio total en centímetros cuadrados, de textos y encabezados en primera plana</b>	180
<b>Cuadro II. Espacio fotográfico en centímetros cuadrados en primera plana</b>	181
<b>Cuadro III. Número de Menciones por Asuntos y Temas</b>	182
<i>Periódico Reforma</i>	182
<i>Periódico La Jornada</i>	185
<b>Cuadro III-A. Ejemplos del Cuadro III</b>	190
<b>Cuadro IV. Tipo de titulares utilizados en las notas</b>	192
<b>Cuadro V. Ubicación de las notas</b>	192
<b>Cuadro VI. Tipo de ilustraciones</b>	192
<b>Cuadro VII. Composición de las notas</b>	192
<b>Cuadro VII-A. Ejemplos de composición de las notas</b>	193
<b>Cuadro VIII. Autor de las declaraciones analizadas</b>	197
<b>Cuadro IX. Índice de intensidad de las declaraciones</b>	197

<b>Cuadro X. Análisis cualitativo de la información (Asuntos y Temas)</b>	<b>198</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>208</b>



## Introducción

La presente investigación está basada en un análisis de contenido de 25 eventos o actos en las primeras planas de los diarios *Reforma* y *La Jornada* para poder determinar el papel de la prensa escrita en la campaña presidencial del 2000, la cual contiene un marco teórico en el que se definen los conceptos básicos del proceso de comunicación política.

Se buscó, asimismo, identificar el sentido de la información que proporcionaron ambos medios con relación a las actividades del candidato; determinar porcentajes de texto y material fotográfico otorgados en las notas periodísticas de las primeras planas; identificar tendencias informativas, así como presentar una cronología de los eventos de campaña realizados en las fechas seleccionadas.

La investigación está constituida por cuatro capítulos, cuyo contenido se desarrolló de la siguiente manera:

*Capítulo I.* Aborda las definiciones de los conceptos sobre comunicación, comunicación política, el poder de la prensa en México y la relación prensa-Gobierno. Se hace referencia a las características de los medios impresos nacionales y la estructura informativa de los diarios *Reforma* y *La Jornada*.

En el *Capítulo II*, se habla acerca de los conceptos de opinión pública, las tendencias de la opinión en los medios impresos, los casos *Reforma* y *La Jornada*; así como la influencia de los diarios en la conformación de la opinión pública.

En el *Capítulo III* se contextualiza el proceso de campaña, desarrollando un recuento de los momentos más trascendentes de este periodo electoral; se hace referencia a eventos y propuestas políticas consideradas de mayor interés.

Primeramente, se aborda el surgimiento de la Alianza por México, enseguida la vinculación del PRD con la coalición; se hace una cronología periodística de la campaña, y al final del capítulo se presenta un cuadro con la descripción de los 25 eventos o actos seleccionados, es decir, fecha de la actividad, qué tipo de evento fue, el lugar donde se llevó a cabo y las propuestas que se formularon.

En el *Capítulo IV* se presenta, en primer lugar, el análisis morfológico de la información a partir de las 50 notas periodísticas de *Reforma* y *La Jornada* en las primeras planas. Este análisis consiste en establecer las características de presentación de las notas, por ejemplo, el número de página en donde se publicó; el lugar de su ubicación; qué tipo de títulos utilizó y cuál fue su importancia en función de características físicas; el tipo de ilustraciones con las que se reforzó el texto; la tipografía utilizada; si se trataron de notas fragmentadas o cuyo desarrollo ocurrió en la misma página; cuál fue la composición de las mismas, si únicamente aportó datos informativos o si existieron comentarios por parte de sus redactores; así como definir su tamaño en función de los espacios periodísticos.

Este análisis se realiza simultáneamente en ambos diarios hasta abarcar el total de los 25 eventos o actos seleccionados, que corresponden a 50 notas informativas en las primeras planas.

Enseguida tenemos el análisis de contenido, el cual nos permitió realizar el análisis cualitativo a partir de dos elementos: asuntos y temas. Ambas categorías fueron determinadas a partir de un proceso de síntesis de la información periodística que consistió en identificar en las notas seleccionadas las menciones sobre un asunto en cuestión, organizarlas a partir de esos asuntos referidos y, por último, mediante la síntesis y simplificación de las repeticiones de la información, lograr categorizar estas menciones para otorgarles el carácter de temas de información.

En esta parte del estudio pudimos analizar la información periodística a partir de categorías como la intencionalidad de la información; la tendencia; el autor preponderante de las declaraciones -si fueron párrafos elaborados por los reporteros o si se trató de la reproducción de las declaraciones del candidato-, así como la intensidad de las comunicaciones en un rango establecido a partir de lo racional, pasional, agresivo o complaciente.

La definición de todas estas categorías de análisis fueron asentadas en el *Apartado Metodológico*, donde se habla del criterio con el que se llevó a cabo el estudio y refiere la utilidad del análisis de contenido para identificar tendencias y orientación de las informaciones, fundamentalmente la intencionalidad del contenido manifiesto de la comunicación en los medios impresos, ya que los resultados del análisis podrían servir como base para realizar una interpretación del contenido latente.

Ahora bien, por definición, esta técnica de análisis exige la cuantificación de los elementos de contenido, es decir, el grado en que las categorías analíticas aparecen, el énfasis y las omisiones relativas. Por ello tenemos un apartado de *Anexos* donde se ubican los cuadros que describen la frecuencia con que aparecen las categorías del esquema de clasificación.

En este estudio, se asignaron valores numéricos a las categorías analíticas, que por tratarse del contenido de medios de comunicación impresos, fueron establecidas en centímetros cuadrados en algunos de los casos, ya que en otros simplemente se realizó una contabilización numérica con respecto a la aparición de las categorías analizadas. Ello permitió registrar tendencias y cambios del contenido.

Así, el trabajo que a continuación se presenta, pretende ser una interpretación de contenido en dos medios de comunicación que si bien trataron el mismo tema, representaron dos formas distintas de hacerlo. De tal forma que al definir las características del contenido en el material seleccionado de ambos periódicos, se trató de identificar las intenciones de los comunicadores, aunque es cierto que las características específicas de éstos pueden estudiarse de manera indirecta a través de este método.

Por otra parte, se ha pretendido hacer una modesta contribución a los estudios de la prensa escrita a través de la utilización de la técnica de análisis de contenido, a fin de determinar las tendencias de dos medios impresos en un momento toral de la vida política de nuestro país, como fue la campaña presidencial del 2000, lo cual a su vez permitiría reconocer la línea editorial de dos periódicos en apariencia desvinculados del régimen tradicional y del gobierno.

## Capítulo I

### La Comunicación

En este capítulo estudiaremos el concepto básico de comunicación, comunicación política, la relación entre la prensa escrita y el poder en México, el papel de los medios de comunicación, la descripción de características de los medios impresos nacionales y la estructura informativa de los diarios Reforma y La Jornada, tema de esta tesis.

La idea de este apartado es tener un primer acercamiento con los términos comunicación y comunicación política para tener una base conceptual que nos permita en su momento entender el fenómeno de la opinión pública en nuestro país y las tendencias de opinión en los medios sin pretender agotar en unas cuantas páginas dicha conceptualización, considerando que las definiciones en esta materia son conceptos en constante desarrollo.

#### 1.1 ¿Qué es comunicación?

“La comunicación se entiende como la transmisión de mensajes de manera directa o indirecta, de un emisor a un receptor y de éste a aquél, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos, y constituye un elemento básico para el surgimiento de una sociedad, su desarrollo y fortalecimiento”<sup>1</sup>.

En contacto con el núcleo social, los individuos, hombres y mujeres, se desarrollan y progresan; el intercambio (*comunicación*) de ideas, datos, opiniones, etc. (*información*) permite a cada ente social, aprovechar la experiencia y el conocimiento de los demás; de esta forma y delineado a partir de este reducido modelo, la comunicación es la acción creadora del ambiente a través de la información que permite que esta reciprocidad enriquezca el pensamiento y el conocimiento social, en torno al mundo o realidad que nos rodea.<sup>2</sup>

“Es el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra. Para los seres humanos, el proceso es a la vez fundamental y vital. Fundamental en cuanto toda sociedad humana, desde la primitiva hasta la moderna, está fundada en la capacidad que el hombre tiene de transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia, de persona a persona. Es vital en tanto que la posibilidad de comunicación con los otros, aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir”<sup>3</sup>.

El Dr. Charles S. Steinberg, en su estudio, *Los Medios de Comunicación Social*, menciona que existen algunas investigaciones donde se considera que la comunicación entre los individuos es de igual o mayor importancia, quizás, que la comunicación entre los grupos; entre otras reflexiones señala que “la comunicación –los medios según los cuales los individuos influyen uno sobre el otro y reciben, a su vez, la influencia de los demás– es el portador básico del proceso social.

<sup>1</sup> Mota, Ignacio H. de la, *Enciclopedia de la Comunicación*, Noriega Editores, México, 1994, 1ª. Edición, Tomo I, p. 297

<sup>2</sup> Ríos Robledo, Germán Guadalupe. *Propuesta Teórica para el Estudio de la Comunicación Política*. Tesis de licenciatura, FCPS, 2000, P. 5

<sup>3</sup> Wright, Charles. *Comunicación de Masas*, Ed. Paidós, México, 1989, 3ª. reimpresión, p. 9

“Hace posible y comprensible la interacción individual: es la base sobre la cual se considera al hombre como un ser capaz de cooperar con otros y de realizar actividades socialmente útiles. La comunicación hace también que el arte, la ciencia, la literatura y la política sean posibles y comprensibles”.<sup>4</sup>

En este estudio, se señala que por medio de la comunicación, el hombre evita la soledad frustradora del aislamiento y encuentra la forma de satisfacer sus necesidades y deseos, por lo que se habla de un proceso social.

“La comunicación relaciona al individuo con otros individuos; y el instrumento básico de comunicación que relaciona al individuo con el medio ambiente social es el lenguaje, la acumulación de experiencias humanas simbolizadas”.<sup>5</sup>

De esta obra se concluye que:

La comunicación es el medio por el cual una persona influye sobre otra y es a su vez influida por ella, se convierte en el portador real del proceso social. Hace posible la interacción. A través de ella, los hombres se convierten y se conservan como seres sociales. De hecho, como los inventos y los descubrimientos casi siempre dependen de la acumulación de información y de un desarrollo gradual de los conceptos transmitidos de una generación a la siguiente, sin comunicación sólo habrían podido lograrse los inventos más elementales y los procesos de pensamiento más rudimentarios.<sup>6</sup>

El investigador norteamericano, Wilbur Schramm, estudia el proceso de comunicación colectiva partiendo de algo más simple, como es la comunicación interpersonal, conociendo sus elementos fundamentales, sus funciones específicas y las relaciones que tienen entre sí.

“Hace uso de elementos mínimos que nos explican la operación continua de la comunicación. Esta comprende el aspecto de informar, en un sentido, y el de retroalimentar o responder, en otro; proceso dialéctico cuyo resultado es la comunicación”.<sup>7</sup>

Schramm explica su esquema más simple de comunicación, tomando en cuenta los tres elementos esenciales que requiere todo proceso comunicativo:

1. *La fuente* puede ser una persona (que habla, escribe, dibuja o hace gestos) o una organización informativa (un periódico, una casa editora, una estación de televisión o un estudio de cine)
2. *El mensaje* puede tomar la forma de la tinta en el papel, de las ondas sonoras en el aire, de los impulsos de una corriente eléctrica, de un movimiento de la mano, de una bandera que ondea, o de cualquier otra señal cuyo significado pueda interpretarse.
3. *El destino* puede ser una persona que escucha, observa o lee; un miembro de un grupo que discute, el auditorio de una conferencia, un miembro del grupo determinado que llamamos público receptor, como es el lector de un periódico o el que mira la televisión, etc.

<sup>4</sup> *Estudios sobre Comunicación Pública. Los medios de comunicación social. Recopilación, introducción y comentarios especiales del Dr. Steinberg, Charles*, Ed. Roble S.A., México, 1972, p. 3

<sup>5</sup> *Ibidem*, p. 4

<sup>6</sup> *Ibidem*, p. 8

<sup>7</sup> Toussaint, Florence. *Crítica de la Información de Masas*, Ed. Trillas, México, 1990, p. 19

La fuente emite un mensaje cifrado o elaborado por un comunicador, este mensaje se dirige y envía a un perceptor o descifrador, quien representa el destino del mensaje o de la señal emitida. Con esto se da la forma más simple de comunicación entre dos individuos.<sup>8</sup>

El autor Antonio Paoli, en su libro *Comunicación e Información: perspectivas teóricas*, establece que la comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca un común significado.

Explica que para comunicarnos, necesitamos haber tenido algún tipo de experiencias similares evocables en común, y para poderlas evocar en común necesitamos significantes comunes.

"Requerimos experiencias comunes y cuanto más ricas sean éstas, mejor podremos comunicarnos, pero también la comunicación no necesariamente se da evocando al mismo tiempo los significados comunes; podemos evocar lo que Shakespeare evocó, aunque quizás en un sentido distinto. Así, escribir se convierte en lanzar mis pensamientos mediante una codificación, para que alguien evoque algo en común, aunque yo no sepa que lo hizo".<sup>9</sup>

Paoli Bolio señala que según Max Weber, cuando deja de existir la probabilidad de que una forma de conducta tenga algún sentido previsible para unos o posea un sentido entendible para otros, deja de ser social; se diría que deja de haber comunicación humana.

Resume su concepto:

"Los hombres pueden evocar en común algunos conceptos mediante diversos significantes. Estos significantes pueden ser palabras, gestos, etc., que evocan una pluralidad de sentidos, entre los cuales uno es preponderante y se evoca en común. En algunas ocasiones lo comunicado tiene el mismo sentido para los que se comunican y en otras tiene sentidos diferentes, pero entendibles para los que participan de la relación comunicativa. Si no hay aunque sea un mínimo de sentido comprensible para los sujetos, no hay comunicación".<sup>10</sup>

En este mismo sentido, el teórico Abraham Moles, consideraba que la comunicación consistiría en el establecimiento de una coincidencia, de una concordancia entre las esferas personales de dos seres.

Moles señala en su libro, *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*, que la palabra comunicación tiene como raíz la idea de poner en común, y que no es exagerado preguntarse si la palabra comunidad, utilizada por los filósofos de las ciencias sociales, está ligada al hecho de que las personas tienen algunas cosas en común, y si no sería más prudente relacionarla con el acto de la comunicación, si éste se define a partir de lo que las personas tienen en común.

Explica el autor, que no existe forzosamente comunidad allí donde las personas tienen algo en común; pero esto último no se manifiesta sino a partir de actos visibles, actos de comunicación.

Define este concepto, como "la acción de hacer participar a un organismo o a un sistema situado en un punto dado, de las experiencias y de los estímulos del medio ambiente, de otro individuo o sistema situado en otro lugar y en otra época; utilizando los elementos de conocimiento que tienen

<sup>8</sup> *Ibidem*, p. 19-20

<sup>9</sup> Paoli, Antonio. *Comunicación e información*, Ed. Trillas, UAM-México, 1989, p. 12

<sup>10</sup> *Ibidem*, p. 14

en común"<sup>11</sup>, aunque afirma que es necesario hablar de mensajes antes que de comunicación, y que en este caso, el mensaje debe entenderse como un conjunto de estímulos recibibles y decodificables.

Aquí cabría recordar la fórmula de Harold D. Lasswell; "Quién dice qué, mediante qué canal, a quién, y con qué efecto", al traducirlo, tenemos que "todo acto de comunicación humana implica una fuente que genera un mensaje, que viaja por un canal para llegar hasta un público, por lo que se entiende al mensaje como una señal o un conjunto de señales: la tinta sobre el papel, las ondas sonoras en el aire, los impulsos en una corriente eléctrica, un saludo con la mano. Sin embargo, es otro problema lo que este mensaje significa, ya que los significados dependen de las interpretaciones que el público hace de las señales.

Ignacio H. de la Mota, en la *Enciclopedia de la Comunicación*, señala que la comunicación humana es la base de las relaciones y de la actividad intelectual del hombre, cualquiera que sea su forma de expresión, y que refleja una doble relación del hombre con cuanto le rodea o con sus semejantes, para conocerse y por ello, identificarse o enfrentarse en sus posiciones; sigue al proceso informativo una vez asimilado, utilizando los elementos de conocimientos que tienen en común y que responden a un mismo código de signos.<sup>12</sup>

Según José Carlos García Fajardo, en su libro *Comunicación de Masas y Pensamiento Político*, es el desarrollo tecnológico, lo que ha hecho posible una nueva forma de comunicación humana: la comunicación de masas.

La comunicación de masas, de acuerdo con la definición de Ignacio H. de la Mota, es el proceso de contacto social directo o indirecto que constituye el fundamento de toda sociedad humana, de toda relación social y que permite que los hombres puedan intercambiar sus ideas y pensamientos.<sup>13</sup>

Charles Wright, en el libro *Comunicación de Masas*, expone que "no son los elementos técnicos de los modernos sistemas de comunicación lo que los distingue como medios masivos, sino que la comunicación de masas se distingue y caracteriza por dirigirse a un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo; los mensajes son transmitidos públicamente y muchas veces llegan de forma simultánea a gran cantidad de personas en forma también transitoria; el comunicador opera dentro de una compleja organización y de una gran división del trabajo, lo que puede implicar grandes gastos".<sup>14</sup>

Comprende ciertas condiciones operacionales distintivas, en especial acerca de la naturaleza de la audiencia que debe ser relativamente grande, heterogénea y anónima, de la experiencia de la comunicación que debe ser pública, rápida y transitoria, y de la experiencia del comunicador que, por trabajar en equipo, debe ser una comunicación organizada, cuyos efectos en el receptor pueden ser funcionales y disfuncionales.<sup>15</sup>

Algunas de las características que ayudan a distinguir a la comunicación de masas de otras formas de comunicación humana, es que "se vincula con la idea de televisión, radio, periódicos, revistas, etc., pero no deben confundirse estos instrumentos técnicos con el proceso con el cual están relacionados. La comunicación de masas no es un simple sinónimo de comunicación por medio de

<sup>11</sup> Moles, Abraham. *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*, Ed. Trillas, México, 1983, p. 14

<sup>12</sup> Mota, Ignacio H. de la *Op Cit* p. 299

<sup>13</sup> *Ibidem*, p. 298

<sup>14</sup> Wright, Charles. *Op. Cit.*, p. 11, 15

<sup>15</sup> Mota, Ignacio H. de la *Op Cit*, p. 298

la radio, la televisión o alguna otra técnica moderna. Si bien la tecnología moderna es esencial para este proceso, su presencia no siempre significa comunicación de masas".<sup>16</sup>

De acuerdo con el libro, *Comunicación de Masas* de C. Wright, las tres actividades más importantes de los especialistas en comunicación, señaladas por Harold Lasswell, son:

- 1) La supervisión del ambiente;
- 2) La concordancia de las partes de la sociedad en respuesta a ese ambiente; y
- 3) La transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente.

"Utilizando estas categorías con algunas modificaciones, y agregando una cuarta, entretenimiento, se tiene la clasificación de los objetivos más importantes de la comunicación de masas".<sup>17</sup>

De acuerdo con lo que explica el autor C. Wright, la supervisión se refiere a la recolección y distribución de la información referente a los sucesos del ambiente, externo e interno, de toda sociedad particular, corresponde a lo que es popularmente concebido como el manipuleo de noticias. Aquí se incluye la interpretación de la información acerca de ese ambiente y la prescripción de la forma como reaccionar ante dichos sucesos, esta actividad es en parte conocida como editorial o propaganda.<sup>18</sup>

El autor señala que la transmisión de la cultura se refiere a la comunicación de la información, valores y normas sociales de una generación a otra, o de miembros de un grupo a aquellos que pasan a integrarlo. Habitualmente se le considera como una actividad educacional.<sup>19</sup>

Y finalmente explica que el entretenimiento se refiere a los actos de comunicación básicamente entendidos como diversiones, prescindiendo de todo efecto instrumental que pueda tener.<sup>20</sup>

Hasta este momento se han enunciado algunas definiciones del concepto comunicación, los elementos que la componen y las condiciones que le son inherentes, no sólo en el proceso de comunicación humana, sino también dentro de otro importante rubro que corresponde a la llamada comunicación de masas.

A fin de dar paso al siguiente subcapítulo, referente a la comunicación política, debiera señalar que "la comunicación finalmente, es considerada como una actividad política, una actividad social que permite intercambiar mensajes y significados; participar, si lo que se trata de desarrollar es una función democrática".<sup>21</sup>

---

<sup>16</sup> Wright, Charles. *Op Cit*, p. 11

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 16

<sup>18</sup> *Ibid*

<sup>19</sup> *Ibid*

<sup>20</sup> *Ibid*

<sup>21</sup> García Fajardo, José Carlos. *Comunicación de Masas y Pensamiento Político*, Ed. Pirámide, Madrid, 1992, p. 47

## 1.2 ¿Qué es Comunicación Política?

Antes de referirme a los planteamientos que hacen diferentes autores sobre este concepto, quisiera esbozar una definición del término *política*, lo cual nos permitirá lograr una mejor comprensión de este apartado.

En ese sentido, me permito retomar las citas bibliográficas que Germán Ríos Robledo, maneja en su tesis de licenciatura *Propuesta teórica para el estudio de la comunicación política*.

“La política ha podido ser considerada como el arte, no sólo de hacer posible lo necesario, sino de hacer aceptar una idea, sistema, un hombre. El término, derivado del adjetivo polis (politikós), significa todo lo que se refiere a la ciudad, y en consecuencia ciudadano, civil, público, sociable y actual; hace referencia a las cosas del Estado; que tiene como objetivo mínimo el orden”.<sup>22</sup>

“Se entiende también, como el modo en que una nación resuelve sus diferencias y hace sus elecciones por medio de procesos de debate y discusión entre representantes electos, a los que se considera democráticos”.<sup>23</sup>

“Es una forma de llegar a una discusión colectiva, entorno a un problema en particular, a partir de los siguientes puntos:

- La resolución de dicho problema, antes de recurrir a la violencia o el conflicto social;
- Cuando todo un grupo tiene los mismos objetivos, y si los miembros juntan su información, hay posibilidades de que encuentren una solución a su dificultad;
- A partir de la negación, cuando no se comparte ningún objetivo y no se convence a nadie de que cada propósito es elaborado en forma unilateral, pero se está dispuesto a intercambiar, permitiendo una solución que no es plenamente satisfactoria para nadie;
- La persuasión; si se comparten algunos objetivos, puede tratarse de inducir a los otros a que cedan en algunas de sus peticiones con el fin de lograr el resto”.<sup>24</sup>

Max Weber, en su obra *El político y el científico*, menciona que la política significa la aspiración a participar en el poder o a influir en la distribución del poder entre los distintos Estados o, dentro de un mismo Estado, entre los distintos grupos de hombres que lo componen.<sup>25</sup>

Ahora bien, el autor Richard R. Fagen, explica en el libro *Política y Comunicación*, que no podemos o no deberíamos identificar las instancias de comunicación política simplemente de acuerdo con las fuentes, los mensajes, los canales o los públicos afectados, y pone el siguiente ejemplo:

“Cuando habla el presidente de los Estados Unidos –sin tener en cuenta el canal, el mensaje o el público– ¿es esto comunicación política? O ¿determina el contenido del propio mensaje –sin tener en cuenta la fuente, el canal o el público– cuáles comunicaciones son políticas? Cuando hablan dos adolescentes acerca de una próxima elección ¿es también comunicación política?”

<sup>22</sup> Ríos Robledo, Germán G. *Propuesta Teórica para el Estudio de la Comunicación Política*, Tesis de Licenciatura, FCPS. UNAM, 2000, p. 10

<sup>23</sup> *Ibidem*, p. 11

<sup>24</sup> *Ibidem*, p. 12

<sup>25</sup> Weber, Max. *El político y el científico*, México, Colofón S.A., 2001, p. 8-9



El autor considera que la respuesta a cada una de las preguntas anteriores es no y que lo ocurrido es que en el campo de la comunicación nos enfrentamos con una variación de uno de los problemas más duraderos en el estudio de la política, la definición de los componentes y los límites del propio sistema político.

“Cuando el presidente felicita a su esposa, probablemente realiza una actividad comunicacional que no debería considerarse “en” el sistema, pero ello sí sucede cuando pronuncia una conferencia de prensa. O, para elegir un foco institucional, la página del New York Times dedicada a los compromisos y a las bodas no parece ser comunicación política, pero –por otra parte– una crítica editorial del Times a la política exterior norteamericana, sí lo es.”<sup>26</sup>

Luego entonces, explica el autor, el fundamento para la distinción aquí indicada es que la actividad comunicacional se considera política a causa de sus consecuencias actuales y potenciales para el funcionamiento del sistema político. El énfasis en las consecuencias y en el funcionamiento político no significa que deban olvidarse las fuentes, los mensajes, los canales y los públicos, por el contrario, estos elementos son de importancia fundamental para determinar la probabilidad de que la comunicación en cuestión tenga consecuencias para el funcionamiento político.

Fagen cita en su libro al autor Gabriel A. Almond, quien señala que en política todo es comunicación:

“Todas las funciones desempeñadas en el sistema político –socialización y reclutamiento políticos, articulación de intereses, agregación de intereses, adopción, aplicación y adjudicación de normas, se llevan a cabo mediante la comunicación.

“Por ejemplo, los padres, los maestros y los sacerdotes imparten socialización política mediante la comunicación. Los dirigentes y representantes de grupos de interés, y los dirigentes de partidos, desempeñan sus funciones de articulación y agregación por la comunicación de demandas y las recomendaciones para la acción. Los legisladores promulgan leyes sobre la base de la información que les es comunicada, comunicándose entre sí y con otros elementos del sistema político. Al desempeñar sus funciones, los burócratas reciben y analizan la información proveniente de la sociedad y de varias partes del sistema político.”<sup>27</sup>

El autor Fagen sin embargo, difiere de dicha tesis, y considera que es más importante considerar como esenciales para el sistema, las consecuencias políticas de la actividad comunicacional.

“La comunicación política evoca todo aquello que se vincula con la producción y el intercambio de los discursos políticos que exponen los distintos actores que poseen más o menos un determinado papel, función, acción y quehacer de lo político y que los medios reflejan. Respecto a esto es necesario mencionar los tres destinatarios del discurso político:

1) contradestinario (el adversario); 2) prodestinatario (partidario); 3) paradesinatario (indeciso) y 4) paradesinatario (blanco de una estrategia comercial).<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Fagen, Richard R. *Política y Comunicación*. Ed. Paidós, Buenos Aires, 1966, p. 32

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 35

<sup>28</sup> Gauthier, Gilles; Gosselin, André; et al (Compiladores) *Comunicación y política*, citado en Ríos Robledo, Germán, *Op. Cit.* Tesis de Licenciatura, FCPS, 2000, p. 17

“En un principio el concepto comunicación política se designó al estudio de la comunicación del gobierno para con el electorado (comunicación gubernamental); después se refirió al intercambio de discursos políticos entre los políticos en el poder y los políticos de la oposición durante las campañas electorales. Posteriormente, el campo se extendió aún más, al papel de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública y a la influencia de los sondeos aplicados a ésta en la vida política”.<sup>29</sup>

Por su parte, los autores Norberto Bobbio y Nicola Matteucci, definen comunicación política, en una primera instancia, como el tipo particular de mensajes –y de informaciones– que circulan dentro del sistema político y que son indispensables para su funcionamiento, ya que condicionan toda su actividad, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión y, las respuestas del mismo sistema.<sup>30</sup>

Señalan, metafóricamente, que la comunicación política se puede definir como el “sistema nervioso” de toda unidad política.

Las orientaciones principales en materia de comunicación política –según estos autores– son:

- 1) Se considera como uno de los muchos instrumentos analíticos útiles para la comprensión del proceso político;
- 2) Se considera como la unidad de análisis fundamental para el estudio de la política. Esta última en particular, es la perspectiva de la teoría de las comunicaciones.

Los autores establecen que el desenvolvimiento de la comunicación política constituye un requisito necesario para el desarrollo de todas las actividades relevantes del sistema político, para lograr los fines de conservación y adaptación del mismo, y que, entendida de esta manera, la comunicación política está implícita en todas las formas de contacto humano, y los contactos personales informales representan el vehículo más común.

“Como lo han puesto de relieve los que estudian la formación de la opinión pública, este tipo de canales de comunicación (especialmente el canal particular constituido por los líderes de la opinión) es esencial en la transmisión de los mensajes a los miembros del sistema político y, en consecuencia, en la formación de las opiniones políticas”.<sup>31</sup>

“Hoy, la comunicación política abarca todo el panorama que se refiere al estudio de la comunicación en la política e integra tanto los medios como los sondeos, la investigación política de mercados y la *publicidad política* (la fusión y/o mezcla de elementos de mercadotecnia con la política ha dado origen a conceptualizaciones como ésta, que en realidad designa un desarrollo posterior de la práctica de la propaganda), con especial interés en los procesos o periodos electorales. De esta forma, la disciplina designa a toda comunicación que tiene por objeto la política”.<sup>32</sup>

En el trabajo de Michael Gurevitch y Jay G. Blumler, titulado *Relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política: modelo para el análisis de sistemas de comunicaciones políticas*, se plantea el concepto de comunicación política como parte integrante de un sistema que al

<sup>29</sup> Ríos Robledo Germán, *Op. Cit.* Tesis de Licenciatura, FCPS, 2000, p. 18

<sup>30</sup> Bobbio, Norberto; Matteucci, Nicola. *Diccionario de Política*, Ed. Siglo XXI, España, 1981, p. 326

<sup>31</sup> *Ibidem*

<sup>32</sup> Ríos Robledo Germán, *Op. Cit.* Tesis de Licenciatura, FCPS, 2000, p. 18

llegar a tener variaciones en el comportamiento de sus componentes (en el caso de un sistema político), llegan a afectar ese mismo comportamiento de sus elementos, entre ellos, el sistema de comunicación política.

A partir de que se identifica la influencia política de los medios de comunicación de masas y de que los investigadores aceptan la impresión popular de considerar estos medios omnipotentes y utilizables para fines de manipulación, los estudios se orientan sobre los procesos de opinión y el cambio de actitud política entre los perceptores de los mensajes de comunicación de masas. Un ejemplo histórico sobre ello, son las utilizaciones aparentemente afortunadas de los medios de comunicación para propagar creencias e ideologías políticas durante la primera guerra mundial y el decenio de 1930.<sup>33</sup>

Una de las orientaciones más recientes de la investigación del proceso de comunicación política parte cuando se presenta una tendencia donde la actitud de un individuo contradice una opinión sobre el mundo, ideada por una fuente de comunicación fiable y donde la primera se modificará finalmente para acomodarse a esta última.

Se han efectuado asimismo, penetrantes exploraciones teóricas sobre las relaciones entre instituciones políticas y medios de comunicación; esta línea sugiere que "las variaciones en la contigüidad de la relación entre instituciones de medios de comunicación y ciertas instituciones políticas pueden traer consecuencias en otros niveles: contenido de los medios, orientaciones del público, y finalmente, grado de consenso o disenso en una sociedad dada, pero esto finalmente es una ilustración del potencial de un planteamiento sistemático para integrar diversas corrientes de investigación".<sup>34</sup>

Ahora bien, considerando a la comunicación política como un sistema constituido por dos tipos de instituciones, las organizaciones políticas y de medios de comunicación, sus principales componentes pueden localizarse en:

- 1) Las instituciones políticas en sus aspectos comunicacionales.
- 2) Las instituciones de medios de comunicación en sus aspectos políticos.
- 3) Las orientaciones de la audiencia respecto a la comunicación política.
- 4) Los aspectos de la cultura política relevantes para la comunicación.<sup>35</sup>

En un sistema de comunicación política existen estas dos series de instituciones implicadas en el curso de la preparación de mensajes para un público, con mucha interacción horizontal de unas con otras, mientras en un eje vertical están encargadas, por separado y conjuntamente, de difundir y elaborar información e ideas para los ciudadanos.<sup>36</sup>

Aquí cabría hacer mención que además de estudiar los efectos de los mensajes políticos en el público, algunos investigadores han explorado las "utilidades y satisfacciones" que implican las orientaciones de los miembros del público hacia la comunicación política; examinan lo que ese público trata de obtener de los mensajes políticos que observa, y algunos de sus resultados han sido

<sup>33</sup> Gurevitch, Michael. *Sociedad y Comunicación de Masas*, FCE, México, 1981, p. 307

<sup>34</sup> *Ibidem*, p. 311

<sup>35</sup> *Ibidem*, p. 311

<sup>36</sup> *Ibid*

traducidos recientemente en "papeles" alternativos que los miembros de una audiencia pueden adoptar cuando siguen el hilo de los asuntos cívicos a través de los medios de comunicación.<sup>37</sup>

Para lograr entonces el hecho de una comunicación política, entendemos que intervienen dos clases de instituciones, que se da una interacción entre ellas y que están hasta cierto punto condicionadas por relaciones mutuas de poder.

Desde el punto de vista de los "papeles de la audiencia", la comunicación política se considera bajo la perspectiva de *orientaciones mutuas* hacia el contenido de la comunicación, las cuales enlazan (o no consiguen enlazar) a los miembros del público con el personal de los medios y los portavoces políticos. La perspectiva estructural o institucional ofrece una concepción del sistema desde el punto de vista de los objetivos e intereses opuestos, atribuyendo estas controversias a diferencias estructurales entre instituciones de comunicación y políticas.<sup>38</sup>

Por otra parte, se dice que la comunicación política no nació con los medios de comunicación social modernos, sino que tiene una historia que puede ilustrarnos acerca de su naturaleza y sus funciones presentes.

Una morfología de este tipo de comunicación, de la cual se han conservado ciertas formas, algunas muy antiguas, es por ejemplo, el discurso, que tiene su lugar en el marco institucional del ágora, de la manifestación; la página impresa, en el marco del periódico de opinión; la radio; la televisión.<sup>39</sup>

Estas son formas mediante las cuales pueden transmitirse mensajes, según las reglas de un código; aquí cabría preguntarse de qué mensaje se trata y a qué público está destinado. La naturaleza del mensaje varía según el momento en que interviene en el proceso de comunicación y en el caso de la comunicación política puede adaptarse, a medida que se desarrolla, a las reacciones efectivas o anticipadas del público, o de los públicos, de modo tal que no queda reducida a un adorno de la información.<sup>40</sup>

El fin de esta comunicación es modificar las reacciones, las expectativas o las actitudes del público, es decir, de los posibles receptores.

La comunicación política cuenta con un recurso muy importante que es el público y a fin de que el mensaje sea eficaz, sólo hay que movilizarlos; dicha movilización afecta la cohesión del grupo, o lo hace más unificado o aviva sus tensiones. Esta movilización, también cabe señalar, es de naturaleza simbólica.

Así, la comunicación política afecta simbólicamente a la intensidad y a las modalidades de la movilización social y, aprovechando esta movilización, el comunicador logra transmitir su mensaje.<sup>41</sup>

La movilización de la que hablamos se entiende que es originada a partir de la transmisión y captación por parte de un público, de un mensaje. Lo que este mensaje comunicado provoca, o sea la

<sup>37</sup> *Ibidem*, p. 310

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 327

<sup>39</sup> Labarrière, Jean Louis. Et Al. *Teoría Política y Comunicación*, Ed. Gedisa, España, 1992, p. 266

<sup>40</sup> *Ibidem*.

<sup>41</sup> *Ibid.*, p. 267

movilización, implica varias etapas, según explica el autor Jean-Louis Labarrière, en su libro *Teoría Política y Comunicación*, una es "cobrar conciencia", y otra, "pasar a la acción".

Así, permite realizar una acción colectiva, inicialmente puesta en movimiento por líderes o responsables. Vinculando la comunicación con la movilización, se advierte el carácter dinámico de la comunicación, que de manera más o menos rápida, más o menos continua, más o menos pacífica modifica la vida del grupo, aunque es verdad que la comunicación no es el único mecanismo de movilización de los recursos sociales.<sup>42</sup>

El autor explica que el concepto de comunicación política se traduce o provoca otros fenómenos sociales, como es la anticipación de las acciones o de las decisiones de un público; de acuerdo con ello, la validez del mensaje sólo puede ser confirmada porque la noticia ha sido recibida como si los resultados que anuncia ya estuvieran presentes.

"Esto pone de manifiesto el vínculo entre la anticipación y el paso a la acción que hará realidad la situación anticipada. Pero no toda anticipación es siempre eficaz. Es necesario, primero, que en un momento dado haya una cantidad suficiente de gente que haga las mismas anticipaciones, para que el efecto de éstas se haga sentir. Sin embargo, con frecuencia el efecto final es diferente del efecto anticipado".<sup>43</sup>

Asimismo, la confianza es otro de los hechos en que puede proyectarse una comunicación política; esa confianza es sólo una apuesta bien fundada en las posibilidades de realización de un estado anticipado. Puede llamarse en este caso confianza social, como una expresión con la que se designa la confianza que tiene la gente en la eficacia de la acción colectiva.

Naturalmente, las formas de la confianza varían según ésta se refiera a individuos, a grupos o a instituciones.

Una situación de confianza, según explica el autor Jean-Louis Labarrière, es una situación en la cual nos imaginamos lo que es deseable, como si eso deseable fuera posible y hasta (entonces la confianza puede transformarse en fanatismo) como si eso deseable fuera necesario.

Desde nuestro punto de vista la comunicación política es el tipo de mensajes que transmiten las personas que conforman un sistema político y que pretende influir con un interés específico: en la preferencia de los electores, por ejemplo, o en la percepción de los ciudadanos respecto del ambiente que les rodea. Lo anterior, cuando este tipo de comunicación es hacia fuera del sistema, al exterior.

Pero dentro de él, es una forma de transmisión de mensajes e información entre sus integrantes, relacionado con los asuntos de interés para la nación.

La comunicación política tomó forma en el discurso, con los mensajes transmitidos entre grupos de poder y hacia los ciudadanos; actualmente los medios de comunicación son el marco referencial para la transmisión de este tipo de mensajes y llegar a mayor número de personas que extienda su campo de influencia.

---

<sup>42</sup> *Ibid.* p. 268

<sup>43</sup> *Ibid.* p. 269

Es, efectivamente, una forma de aspirar y obtener el poder, el cual puede tener fines opuestos; la comunicación política se encuentra estrechamente vinculada con la idea de alcanzar y consolidar un poderío entre personas comunicadas dentro del sistema político, y para con una ciudad bajo el mandato de su gobierno.

Su objetivo será ganar primacía sobre las ideas de otro, lo cual a su vez permitirá escalar posiciones dentro de un sistema político.

### 1.3 El poder de la prensa en México

Por el título de este apartado, es necesario precisar que el término prensa se utiliza considerando a los medios de comunicación impresos, lo que conocemos como diarios o cotidianos; las publicaciones periódicas que difunden información general.

La presente investigación se centra, por lo tanto, en el papel que desempeñan los diarios nacionales *Reforma* y *La Jornada*.

En el *Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación*, presentado en 1980 a la UNESCO, se dice que en los últimos tiempos la comunicación se vio investida de poderes absolutos.

"Algunos observadores pensaron que la influencia de los medios era tan fuerte que en efecto podrían decir a sus auditores cómo deberían pensar y comportarse. No hay duda de que la prensa, la radio y la televisión, tienen capacidad para reflejar y también para conformar la opinión e influir sobre la adopción de las actitudes. Se cree también que los medios generan una visión mítica del mundo en lugar de difundir un conocimiento y una cultura basados en una pluralidad de opiniones".<sup>43</sup>

Lo cierto es que en la actualidad, las organizaciones encargadas del manejo de información periodística, tienen una capacidad de planeación avanzada y de toma de decisiones mucho mayor que la de los grupos dispersos de ciudadanos que sólo tienen acceso a fragmentos de la información.

De acuerdo con el informe presentado a la UNESCO, el poder de la prensa radica en el acceso que tienen los periodistas para conocer hechos y documentos, a fin de acabar con el secreto que envuelve los asuntos políticos, y la libertad de publicar la información obtenida.

"Algunos creen que la información es un instrumento que mantiene un control sobre la autoridad, y que incluso puede actuar como contrapeso para quienes tienen el poder político".<sup>45</sup>

El autor Van Dijk, en el texto *Prensa, Racismo y Poder*, lo explica en los siguientes términos:

"El tener acceso al discurso público de los medios, implica tener poder, por basarse en un acceso privilegiado a los recursos socialmente valorados"<sup>46</sup>.

<sup>43</sup> MacBride Sean. Et Al. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación*. Ed. FCE, México, 2ª Edición, 1987, p.39

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

<sup>46</sup> Van Dijk, Teun A. *Prensa, racismo y poder*. Universidad Iberoamericana, 1ª. Edición en Español, 1994, México, p. 9

"...De aquellos medios de comunicación que tienen la posibilidad de controlar el acceso al discurso dominante de tal forma que las élites dependan de ellos para ejercer su propia influencia, puede decirse que cumplen con el rol que les corresponde dentro de la estructura de poder. En otras palabras, los mismos medios pueden ser instituciones de élite, poder y dominación, no sólo con respecto al público en general, sino también con relación a otras instituciones de élite.<sup>47</sup>

El autor explica asimismo, que las temáticas o las formas de citar a las fuentes de información en los textos noticiosos, pueden reflejar los modos de acceso de los diferentes actores a los medios informativos, mientras que la forma y el contenido de los encabezados periodísticos pueden sutilmente tener influencia en la interpretación de los lectores y, por tanto, en los efectos persuasivos de las notas periodísticas.

Cabe mencionar que la noción de poder que está relacionada con el rol de los medios informativos, de acuerdo con Van Dijk, se define como una "relación social entre grupos o instituciones poderosas, que ejercen control sobre las acciones y pensamientos de un grupo menos poderoso"<sup>48</sup>.

"El control de la acción, que por lo regular es el objetivo último del ejercicio del poder, se produce de manera indirecta, en tanto que presupone el control de intenciones, planes, conocimientos, creencias u opiniones; en ese sentido, se tiene un cierto control de las representaciones mentales en las personas que dan seguimiento a las actividades públicas"<sup>49</sup>.

Este control de las representaciones mentales se hace efectivo cuando el público no se percata de la naturaleza o de las implicaciones de tal control, y cuando cambia su manera de pensar, independientemente de su voluntad; cuando acepta los informes noticiosos como verdaderos o las opiniones de los periodistas como legítimas o correctas.

"La manipulación, como una forma de representación del poder de los medios es usualmente valorada en términos negativos; se sostiene que la información que se difunde, es desvirtuada o disimulada de tal forma que cambia los conocimientos y creencias de la audiencia en una dirección que no precisamente beneficia sus intereses".<sup>50</sup>

Héctor Borrat, en su libro *El periódico como actor político* explica que este medio es presentado como una plataforma que hace posible transmitir opiniones y escuchar voces escogidas; como un medio de control representado según las imágenes más variadas: la de integración, proclive por tanto al consenso; la de señalización, en cuanto dirige nuestra atención hacia aspectos seleccionados de la realidad; la de filtro, que presenta sólo una visión restringida y distorcionadora de la realidad; la de pantalla o barrera, en cuanto nos aísla de la auténtica información y de la posibilidad de comprender nuestra experiencia.<sup>51</sup>

---

<sup>47</sup> *Ibidem*, p. 10

<sup>48</sup> *Ibidem*, p. 7

<sup>49</sup> *Ibidem*, p. 7

<sup>50</sup> *Ibidem*, p. 8

<sup>51</sup> Borrat, Héctor. *El periódico como actor político*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1989, p. 30

Este medio de comunicación es narrador y comentarista; puesto en situaciones de conflicto, a veces puede tener un involucramiento mucho más intenso que el de un tercer actor: puede ser parte principal en un conflicto político.<sup>52</sup>

El autor explica que se atribuye a los periódicos provocar efectos importantes sobre la carrera de los políticos involucrados, sobre el funcionamiento de las instituciones públicas y sobre las actitudes, las creencias y los comportamientos del conjunto de ciudadanos donde los políticos encuentran sus votos y apoyos, y los medios sus audiencias.

Es paradójica la servidumbre que los políticos, hombres y mujeres, con vocación de poder tienen que prestar a los medios de comunicación masiva: necesitan de ellos hasta para atacarlos y criticarlos. Tienen que someterse a sus rutinas de producción de la actualidad política, a sus códigos y a sus formatos; a sus constricciones de espacio y tiempo hasta cuando impugnan sus abusos de poder y sus efectos negativos sobre los comportamientos políticos de los miembros de sus audiencias.<sup>53</sup>

El poder que han reflejado los medios informativos no se limita a la influencia de esos medios sobre sus audiencias, sino también incluye al rol que éstos desempeñan dentro del marco más amplio de las estructuras de poder social, cultural, político o económico de la sociedad.

### 1.3.1 La relación prensa - Gobierno

Hablar de la relación prensa-gobierno en México es un tema cuya revisión puede abarcar muchos años atrás, desde el siglo XIX en que fueron muy notorias las relaciones tendientes a la obediencia y sumisión por parte de la prensa, y a la censura y control por parte del gobierno.

Estas son algunas de las características esenciales del desarrollo de la prensa mexicana, de acuerdo con el libro *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, de Karin Bohmann:

“Una vez que España destruyó las estructuras informativas y comunicativas precolombinas, se desarrolló durante su dominio colonial una prensa controlada por el virrey. Los periódicos prácticamente no se ocupaban de temas políticos y se dirigían a la capa superior criolla.

“Durante las luchas por la independencia surgió un periodismo marcadamente político; para el siglo XIX la prensa reflejaba las disputas políticas entre los conservadores y los liberales, y sólo de manera temporal se garantizaba la libertad de prensa”.<sup>54</sup>

“Bajo el dictador Porfirio Díaz, los periódicos se vieron sujetos a un fuerte control gubernamental a partir de los años ochenta del siglo pasado; se eliminaron casi por completo las opiniones de oposición mediante subvenciones estatales y represiones, y pese al paulatino

---

<sup>52</sup> *Ibidem*, p. 31

<sup>53</sup> *Ibidem*, p.35

<sup>54</sup> Bohmann, Karin. *Medios de Comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial, México, 1989. Primera Edición, p. 86



crecimiento de la difusión de la prensa, el número de lectores siguió siendo limitado debido al elevado índice de analfabetismo y a los precios de los periódicos".<sup>55</sup>

Karin Bohmann expone que en 1896 surgió con *El Imparcial* la moderna prensa de masas que marcó el comienzo de una nueva época en la historia de los periódicos mexicanos, la cual culminó hacia fines de la Revolución con la fundación de *El Universal* y el *Excelsior*.

"Después de la Revolución, los diarios capitalinos, con pocas excepciones, se volcaron en definitiva hacia el periodismo de opinión y en la presidencia del Gral. Lázaro Cárdenas, se utilizó a la prensa para la incorporación política. El presidente abrió al Estado nuevas posibilidades de influencia sobre la política informativa —que ampliarían sus sucesores— por medio del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad y de PIPSA".<sup>56</sup>

El autor señala que a partir del periodo gubernamental de Miguel Alemán, la corrupción de los periodistas se convierte en el diario acontecer periodístico y, en adelante, la política de prensa de los distintos presidentes se caracteriza, en mayor o menor medida, por las represalias contra periodistas o periódicos.<sup>57</sup>

"Debido a su reducida independencia económica, los editores de periódicos rara vez se hicieron presentes como grupos de presión independiente y fue una práctica muy conocida el que a principios de sexenio los presidentes concedían amplios márgenes de expresión que luego, hacia fines de su gestión, limitaban drásticamente".<sup>58</sup>

En la actualidad la situación presenta diferentes matices, pero a lo largo de la historia se han registrado hechos que nos permiten observar que la libre manifestación de las ideas y la difusión de la información sobre acontecimientos de interés público y nacional a través de los medios impresos, no siempre ha sido interpretado como un derecho constitucional y quizá no siempre sea un reflejo real de lo que acontece en el orden de lo político, económico y social en el país; puede presentarse el caso de que algunos medios impresos respondan a intereses políticos y económicos muy diversos que rebasen la cuestión de mantener informada a la sociedad.

La autora Fátima Fernández Christlieb, en el libro *Los medios de difusión masiva en México*, señaló que "los medios no eran sólo vehículos informativos... sino instrumentos de poder económico y político de insospechados alcances".<sup>59</sup>

Garantizar constitucionalmente la libertad de imprenta ha sido una constante de la legislación mexicana en materia de prensa, desde la independencia hasta nuestros días. Sin embargo, menciona Fernández Christlieb, la historia registra constantes violaciones a este principio, bajo cualquier forma de gobierno. Es decir, la censura ha sido ejercida permanentemente en contra de las disposiciones constitucionales del Estado mexicano en sus diferentes fases.

Estos son algunos casos a los que la autora hace referencia:

---

<sup>55</sup> *Ibidem*, p. 86

<sup>56</sup> *Ibidem*, p. 87

<sup>57</sup> *Ibidem*, p. 87

<sup>58</sup> *Ibid*

<sup>59</sup> Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México, 1982, p. 10

"El primer periódico diario que aparece en nuestro país, es ya testigo de la violación a la libertad en cuestión. José Ruiz Costa editor del *Diario de México*, es separado de la redacción y perseguido por publicar el tipo de ideas que estaban expresamente permitidas por la Constitución vigente: las ideas políticas. Cabe señalar que éstas se oponían generalmente a las versiones oficiales y solían encaminarse a reflexionar sobre la conducta política de gobernantes y gobernados"<sup>60</sup>

De hecho, "una vez promulgada la *Constitución de 1857*, cuyo artículo séptimo define como inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia, el prestigiado diario liberal *El Siglo XIX* fue clausurado, pese a que era la principal tribuna periodística de Zaragoza, y quien con marcado énfasis defendió el mencionado artículo".<sup>61</sup>

"En 1885, justamente al expedirse la Ley Lafragua, que recupera la proposición que hiciera Zaragoza en el Congreso del 56, pidiendo que como única limitación a la libertad de imprenta se exigiera la firma de cualquier artículo destinado a la publicación, Adolfo Carrillo, director del *Correo del Lunes* fue desterrado por sus textos publicados. Para entonces el gobierno de México contaba con 57 periódicos fieles, extendidos por toda la República y debidamente subvencionados".<sup>62</sup>

El hecho de que muchos de ellos hubieran sido cerrados y desaparecidos, no fue por haber atacado la moral, haber provocado algún delito o alterar el orden público, sino simplemente por no haber comulgado con la ideología oficial.

La autora expone que en México prevalecía, durante esos años, el periodismo partidista, pero a partir de 1917, se inicia una etapa notablemente diferente en la historia de la prensa nacional; se instaura un nuevo modelo político-económico y el periodismo se subordina a esta situación.

"Las páginas de los diarios contienen información oficial boletínada, numerosos anuncios publicitarios, artículos de entretenimiento, cables procedentes de agencias extranjeras y sólo como excepción, críticas y sugerencias a los proyectos de Nación... para el siglo XX en México, salvo sus primeros lustros, se caracteriza por tener un periodismo oficialista".<sup>63</sup>

Surge entonces, el periodismo como empresa, con antecedentes en la última década del siglo XIX. con periódicos que pretenden ganar "lectores" no por el contenido ideológico, sino por el nuevo formato; encontramos que la prensa se somete en lo económico al anunciante, y en lo político al Presidente.

Aunado a esta nueva regla, años después de la promulgación de la Ley de Imprenta y ante las nuevas necesidades del Estado Mexicano, comenzaron a operar varios mecanismos reguladores de la

<sup>60</sup> *Ibidem.*, p. 16

<sup>61</sup> *Ibidem.* Artículo 7º de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos: Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros" operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos de que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos.

Artículo 6º de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos: La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público.

<sup>62</sup> *Ibidem.*, p. 17

<sup>63</sup> *Ibidem.*, p. 19

actividad editorial, cuyo propósito fue ejercer control sobre los editores; prueba de ello fue la creación de "un organismo estatal dedicado a producir e importar papel para periódico, un departamento dedicado a la configuración de la información producida en cada dependencia estatal y una franquicia postal para la distribución de diarios y revistas".<sup>64</sup>

Actualmente se dice que en el sistema político mexicano no subsiste un medio masivo de información crítico si no realiza una alianza, aunque sea estratégica, con alguna fuerza real de poder; de ahí entonces que la defensa de una corriente política, o también, el asegurar la prosperidad de ciertas empresas, han sido el móvil de los fundadores de la actual prensa mexicana.

El libro de Rafael Rodríguez Castañeda, *Prensa Vendida*, coincide en mencionar que durante los últimos cinco decenios, prensa y gobierno en México han vivido enredados en una trama de relaciones equívocas y que resulta muy difícil precisar dónde se originan los vicios que desde los años cuarenta entorpecen, enrarecen y distorsionan la información periodística en el país.

"En la insana relación prensa-gobierno se mezclan los intereses económicos, políticos y aun fácciosos – locales, regionales o nacionales – que utilizan a los medios impresos como instrumentos de influencia o presión. Y también, por supuesto, los intereses muy particulares de periodistas, políticos y funcionarios. De sexenio a sexenio, de Presidente a Presidente, la situación prevalece: un gobierno que ejerce el autoritarismo prácticamente sin limitaciones, una prensa en su mayoría domesticada y un público que desconfía por igual de la prensa y el gobierno".<sup>65</sup>

Rodríguez Castañeda explica:

"Desde el funcionario de más bajo nivel hasta el presidente de la República, las instancias gubernamentales, han asumido la tarea de cortejar, corromper y aún reprimir, en la búsqueda de una prensa sumisa e incondicional.

"En contraparte, muchos periódicos y periodistas – desde los reporteros de nota roja hasta directores y gerentes – han hecho suyo el hábito de cortejar y dejarse cortejar, adular, corromperse, chantajear, someterse, ponerse al servicio del gobierno en su conjunto o del funcionario en lo particular, con las excepciones de quienes están dispuestos a enfrentar los riesgos de romper las reglas del juego".<sup>66</sup>

Para citar un ejemplo, "el 7 de junio de 1952, editores, directores y gerentes de diarios y revistas, nacionales y locales, decidieron instituir el Día de la Libertad de Prensa. Desde entonces, ocasión anual para que los periodistas institucionales se rindan al presidente en turno, de Miguel Alemán a Carlos Salinas de Gortari".<sup>67</sup>

Este autor explica no obstante que si algo hay que hacer notar con relación al apoyo otorgado por el gobierno de México al desarrollo de la prensa escrita, debe señalarse la creación de Productora e Importadora de Papel, S.A. PIPSA, por decreto del ex presidente Lázaro Cárdenas, el 21 de agosto de 1935, después de un conflicto en la principal fábrica de papel periódico de aquella época, la Compañía San Rafael, que puso en serio peligro a las publicaciones del país.

---

<sup>64</sup> *Ibid.*, p. 25

<sup>65</sup> Rodríguez Castañeda, Rafael. *Prensa Vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones*, p. 13

<sup>66</sup> *Ibidem.*, p. 13

<sup>67</sup> *Ibidem.*

"PIPISA, institución gubernamental destinada a proporcionar papel a la prensa, tendría como único objetivo alcanzar permanentemente los precios más bajos del papel, pero desde su creación, cumplió con una doble función que a la postre se convirtió en un factor clave de las relaciones entre el gobierno y la prensa: primero, aseguró el abastecimiento de papel periódico vendido a crédito y a bajo costo; y segundo, prestó el servicio de almacenamiento que a los periódicos les significaba un ahorro importante".<sup>68</sup>

Sin embargo, señala Rodríguez Castañeda, se encargaba de hacer sufrir a aquellos medios impresos los sinsabores del periodismo no institucional, en cuyos casos se negaba sistemáticamente a vender el papel; así, ponía de manifiesto su parcialidad con la prensa de oposición y su falta de respeto para el principio constitucional de la libertad de expresión.

El autor considera que es precisamente a través de este organismo, como el gobierno manifestaba su repudio contra aquellos medios que no se sujetaban a sus intereses y necesidades. La distribución de papel era una de las armas con las que se ponía fin a la vida de periódicos y revistas que los contrariaban en sus ideologías.

En el prólogo del libro de Salvador Ochoa Olvera, *Derecho de Prensa* se menciona que durante los años del oscurantismo político hubo algunos medios informativos que no se doblegaron y ejercieron con autonomía e independencia la "libertad de expresión" garantizada por la Constitución Mexicana; en algunos casos, pocos en su mayoría, las características fueron la crítica obsesiva y la pugna por romper las "cajas fuertes" donde el sistema (el gobierno, el partido oficial, las estructuras económicas y sociales que los sustentaban y se beneficiaban de su predominio) guardaba los secretos del poder. El resto de los medios de información, en cambio, sobrevivían en el servilismo al poderoso en turno.<sup>69</sup>

Se plantea que en la actualidad, "México ofrece el panorama de un conjunto de medios de información poco responsables, que en el afán de alcanzar una porción del ya de por sí deteriorado universo de lectores, lleva a directores de periódicos y a reporteros, al amarillismo, a la invención y hasta a la fabricación de supuestas noticias, ante un gobierno que durante los últimos 50 años ha optado por el 'dejar hacer' en cuanto al marco jurídico de la información pública, un marco jurídico viejo e insuficiente para regir la nueva etapa de destape periodístico".<sup>70</sup>

En México existe, ciertamente, una Ley de Imprenta garantizada en la Constitución, pero que se encuentra muy lejos de las necesidades de la prensa mexicana actual. De acuerdo con la realidad de nuestro país, comprobamos que no se da cabal cumplimiento, ni tampoco una estricta aplicación de las disposiciones jurídicas que existen.

De ahí que Fernández Christlieb señale que existe una diferencia considerable entre lo que postulan las leyes, reglamentos y normatividades, y entre lo que se practica día con día en el marco de una prensa subordinada a la forma de organización política que ha adoptado el Estado Mexicano.

---

<sup>68</sup> *Ibidem*, p. 41

<sup>69</sup> Ochoa Olvera, Salvador. *Derecho de Prensa. Libertad de Expresión, Libertad de Imprenta, Derecho a la Información*. Ed. Montealto, México, 1998, p. XI

<sup>70</sup> *Ibidem*, p. XII

#### 1.4 Medios de Comunicación: La prensa

Según el Informe Macbride, "los medios de comunicación se caracterizan por promover la discusión a partir de presentar informaciones para aclarar problemas públicos, facilitar el consenso, y alentar el interés por los problemas regionales, nacionales e internacionales. Los medios de comunicación socializan e integran a todos los miembros de una comunidad".<sup>71</sup>

Hablar de los medios de comunicación en nuestro país es hablar no sólo de las instituciones encargadas de transmitir información a la sociedad sobre los asuntos de la nación; ni de sus "funciones alternativas como la educación, la promoción cultural, el entretenimiento y la difusión de informaciones diversas para la toma de decisiones correspondientes".<sup>72</sup>

Implica mencionar también que en nuestro país se desarrolló tiempo atrás, una relación de dependencia entre los medios de comunicación y el gobierno, lo cual marcó definitivamente la manera de transmitir sus informaciones. Esta situación se matizaba al presentarlos ante la sociedad únicamente como vehículos informativos, pero fueron esas relaciones lo que hicieron aparecer a la prensa mexicana con características muy singulares, inherentes por el tipo de régimen político que se desarrollaba.

Hasta hace unos años en México, los medios de comunicación habían mostrado que lejos de contribuir a establecer una relación democrática entre la sociedad y el gobierno que alentara a los ciudadanos a participar de manera cotidiana en los asuntos públicos, contribuían, por el contrario, a reproducir una relación de dependencia y complicidad en el cumplimiento de sus respectivos intereses, sin que proporcionaran al público los elementos necesarios para formarse un criterio propio respecto a los contenidos de los mensajes que recibían.

No obstante, las cosas han empezado a cambiar un poco y las transformaciones que se han detectado en algunos medios impresos respecto a la cobertura informativa, también han contribuido a marcar claras diferencias en las características de la prensa actual.

Raúl Trejo Delarbre en su tesis, *La prensa marginal en México*, explica que los medios de comunicación sirven para legitimar el sistema social que los crea, aunque no siempre se les reconozca esa función. En el caso concreto de la prensa, "se dice que es el cuarto poder social, cuando en realidad es sólo un instrumento del gobierno o los grupos de presión. Los medios de comunicación no tienen alma o espíritu propio ni son incontrolables: transmiten lo que conviene a sus dueños".<sup>73</sup>

Fátima Fernández Christlieb, en su artículo *Prensa y poder en México*, publicado en la *Revista Estudios Políticos*, menciona que en el caso concreto de los periódicos mexicanos, el principal papel asumido por ellos a través de épocas diferentes, es el de tribuna de expresión de grupos o facciones, aunque no excluye que los diarios hayan cumplido y cumplan otro tipo de

<sup>71</sup> Informe Macbride. "Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo". *Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación*. Ed. FCE, México, 2ª. Edición, 1987

<sup>72</sup> *Ibidem*

<sup>73</sup> Trejo Delarbre, Raúl. *La prensa marginal en México*, Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, UNAM, FCPS, 1976, p. 6

funciones, como el de publicar noticias, difundir cultura, o entretener a los lectores...históricamente la función de la prensa mexicana ha sido la de ser vocero de grupos de poder".<sup>74</sup>

Define a la prensa de la ciudad de México "como un conjunto de órganos que jerarquizan las creencias e informaciones, generadas o admitidas por quienes tienen determinado poder político o económico, para dirigirlas cotidianamente a un público lector. Concibe al periódico como un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, expresión del sistema de valores de un grupo determinado..."<sup>75</sup>

La tesis realizada por José Antonio Alvarado Zaldivar con el título, *Funciones que pueden ejercer en un periódico los profesionales de la comunicación*, expone que "hay quienes consideran que el periódico es la fuente del conocimiento popular de la información, porque se trata de una institución pública que recoge la noticia, la analiza y evalúa para transmitirla como información, comentario u opinión".<sup>76</sup>

Jorge Calvimontes, en su libro *El periódico*, explica que su función no es únicamente informativa, pues compara y contrapone unos sucesos con otros, argumenta, concluye y plantea soluciones. Influye así en el público lector; esto es, orienta cultural e ideológicamente.<sup>77</sup>

Por su parte Luis Spota en el texto *La Prensa, Hoy*, publicado en el libro *Los medios de comunicación de masas en México*, considera que "de todos los medios de información, la prensa - el primero y más antiguo de ellos- sigue siendo el más poderoso y, por mucho, el más importante. También es, y eso explicaría su poder y su importancia, el menos efímero. Las noticias, que mueren apenas se las ha oído, impresas jamás pierden la virtud de su actualidad. Serán siempre actuales para el estudioso de cualquier disciplina".<sup>78</sup>

En ese sentido señala que "el diario y la revista de periodicidad variable perduran, y al perdurar permiten que se vuelva a ellos repetidamente; devienen documento, fuente de información, pieza de hemeroteca... Un periódico antiguo readquiere actualidad por el simple hecho de que alguien lo relea..."<sup>79</sup>

Probablemente en algunos diarios nacionales siga existiendo un manejo condicionado de la información -perceptible por la orientación de la noticia- dependiendo de sus relaciones con el grupo político o económico con el que hayan establecido alguna conexión y desarrollen relaciones mutuamente benéficas.

A decir de la autora Fátima Fernández Christlieb, "la historia de la prensa mexicana es la historia de la expresión de voceros de grupos políticos o económicos, matizada por fugaces publicaciones independientes. Esta constante se mantiene desde la época colonial hasta nuestros días".<sup>80</sup>

<sup>74</sup> Fernández Christlieb, Fátima. "Prensa y poder en México". *Revista Estudios Políticos*, Vol. I, No. 1, Año 1975, abril-junio, p. 33

<sup>75</sup> *Ibidem*, p. 34

<sup>76</sup> Alvarado Zaldivar, José Antonio. *Funciones que pueden ejercer en un periódico los profesionales de la*

*comunicación*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, UNAM, FCPS, 1993, p.6

<sup>77</sup> Calvimontes y Calvimontes, Jorge. *El periódico*, Ed. Trillas, México, 2ª Edición, 1983, p. 26

<sup>78</sup> Varios. *Los medios de comunicación de masas en México*, p. 111

<sup>79</sup> *Ibidem*, p. 112

<sup>80</sup> Fernández Christlieb, Fátima. "Prensa y poder en México", *Op Cit*, p. 29

#### 1.4.1 Características del Medio Impreso Nacionales

De acuerdo con la descripción que hace Fernández Christlieb en la *Revista Estudios Políticos*, se citan a continuación algunos datos de los periódicos nacionales que se encuentran en circulación hasta la fecha y que permiten ubicarlos históricamente:

"En 1916 aparece *El Universal* fundado por Félix F. Palavicini. Es el diario más antiguo de los que se publican actualmente en la ciudad de México, pero en el año de 1927, tras una serie de conflictos políticos, el presidente Calles instala un régimen de censura en la prensa y deporta a algunos periodistas, entre ellos Palavicini. A partir de este año, el periódico comenzó a ser manejado por la familia Lanz Duret; entonces, el presidente del Consejo de Administración fue sobrino de Nazario Ortiz Garza (secretario de Agricultura y Ganadería durante el gobierno de Miguel Alemán)

"Asimismo, los dueños de este diario tenían participación en empresas y organismos del sector privado, lo cual explica la tendencia conservadora del periódico, pese a la intervención financiera del Estado, ocurrida a raíz de los conflictos legales en que por cuestiones económicas se vio envuelto el periódico".<sup>81</sup>

Después aparece el periódico *Excelsior*, fundado por Rafael Alducín en 1917 y aunque en un principio funciona como sociedad anónima, por conflictos obrero-patronales, pasa a operar bajo el régimen de sociedad cooperativa.<sup>82</sup>

*La Prensa*, cuyo primer ejemplar se imprime en 1928, es fundado por miembros de la Compañía Mexicana de Rotograbado y en 1929, teniendo como antecedente al *Monitor Republicano*, surge *El Nacional* como órgano del Partido Nacional Revolucionario.<sup>83</sup>

"En 1936, durante el gobierno de Lázaro Cárdenas se funda *El Novedades* por el periodista Ignacio P. Herrerías, pero cambia de dirección con el inicio del gobierno de Miguel Alemán, quien ejerce influencia personal en el diario hasta la fecha".<sup>84</sup>

El periódico *Ovaciones* nace en 1947, el cual destaca por la calidad de su información deportiva y en 1950 se funda *El Diario de México* que estando bajo el régimen del presidente Díaz Ordaz es objeto de fuertes presiones para su desaparición.

En el gobierno de Adolfo López Mateos, en 1962, inicia el periódico *El Día*, siendo su fundador Enrique Ramírez y Ramírez; "durante sus dos primeros años de existencia, la línea política del diario coincide con la del gobierno de López Mateos. Su fundador fue militante del Partido Popular Socialista y posteriormente es miembro del Comité Ejecutivo Nacional del PRI".<sup>85</sup>

"El *Heraldo de México*, fundado por la familia Alarcón, sale a la luz pública en 1965, meses antes de que el presidente Gustavo Díaz Ordaz asumiera la presidencia de la República; este diario

---

<sup>81</sup> *Ibidem*, p. 30

<sup>82</sup> *Ibidem*, p. 31

<sup>83</sup> *Ibidem*

<sup>84</sup> *Ibidem*, p. 32

<sup>85</sup> *Ibidem*

se ha caracterizado por ser vocero de un sector financiero, industrial y comercial que representa tanto capital nacional, como extranjero".<sup>86</sup>

"En 1965, el coronel José García Valseca funda el *Sol de México*. Durante sus primeros años mostró una tendencia conservadora y un claro anticomunismo, y más tarde dio cabida en su página editorial a algunos cooperativistas disidentes de la dirección de *Excelsior* y a defensores abiertos del sector privado".<sup>87</sup>

De acuerdo con la autora, el Estado mexicano organiza nuevas formas de relación con los medios impresos, además de la posesión que tenía de algunos de ellos. Por una parte, a través de la difusión boletinada de los acontecimientos generados en el seno de cada una de las Secretarías de Estado; de esta manera se marcaba la pauta para publicar las informaciones oficiales.

Por otra, la distribución del papel periódico; esto se presentaba como vía alterna para asegurar un constante contacto con los diarios y condicionar el tono de sus publicaciones a través de la creación de Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA) el 10 de septiembre de 1935 por decreto del presidente Lázaro Cárdenas.

Explica que a pesar de que esta empresa contaba tanto con una representación de los editores como de funcionarios gubernamentales, el presidente del Consejo de Administración era el Secretario de Gobernación, lo cual representaba una forma legítima de inducir la dirección de las informaciones.

En la actualidad los diarios que se encuentran en circulación en el Distrito Federal son:

Milenio-La Afición, La Crónica de Hoy, Cuestión, El Día, Diario de México, El Economista, El Financiero, Esto, Excelsior, Últimas Noticias de Excelsior, El Heraldito de México, La Jornada, Metro, México Hoy, Novedades, Ovaciones 1ª Edición, Ovaciones 2ª Edición, La Prensa, Reforma, El Sol de México Matutino, El Sol de México Mediodía, Tribuna, El Universal, El Universal Gráfico, Uno más Uno y La Extra<sup>88</sup>.

De acuerdo con la explicación de la autora Fernández Christlieb, los periódicos mexicanos operan bajo la forma de sociedades anónimas o cooperativas; este dato es imprescindible para entender quiénes tienen el poder de decisión dentro de las empresas periodísticas y determinan su línea editorial.

En ese sentido, tenemos que los periódicos que operan como sociedad anónima son: La Jornada, El Universal, Milenio, Reforma, El Economista, El Financiero, El Heraldito de México, El Sol de México, Diario de la Tarde, La Crónica de Hoy, Novedades, Ovaciones, Esto, Uno más Uno, México Hoy y La Prensa. Funcionan como sociedad cooperativa: Excelsior y El Día.

"Dice el artículo 89 de la Ley General de Sociedades Mercantiles que Sociedad Anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios, cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

<sup>86</sup> *Ibidem*

<sup>87</sup> *Ibid.*, p. 33

<sup>88</sup> Información del Consejo Nacional de la Publicidad. *Medios Impresos: Tarifas y datos de periódicos*, Edición No. 167, Agosto del 2000.



“Según el artículo primero de la Ley de Sociedades Cooperativas, ésta se encuentra integrada por individuos de la clase trabajadora, que aporten a la sociedad su trabajo personal, tratándose de cooperativas de productores; funciona sobre principios de igualdad en derechos y obligaciones de sus miembros y con un número variable de socios, nunca inferior a diez; tiene capital variable y duración indefinida; concede a cada socio un solo voto (efectivo en la asamblea general de cooperativistas); no persigue fines de lucro; procura el mejoramiento social y económico de sus asociados mediante la acción conjunta de éstos, en una obra colectiva; reparte sus rendimientos a prorrata entre los socios, en razón del tiempo trabajado por cada uno”.<sup>89</sup>

Tenemos entonces por una parte, que en las sociedades anónimas, los miembros son socios; son ellos quienes detentan las acciones de la sociedad y para poder constituir ésta se requieren por lo menos cinco miembros, así como un capital de \$25 000.00; el número de votos que les corresponde a cada uno de ellos depende del número de acciones que posean y pueden adquirirse ilimitadamente, sin que la ley restrinja el porcentaje de utilidades. Por lo tanto, el número de acciones determina el número de votos que tendrá en la asamblea de accionistas

“El capital de las cooperativas se compone de las aportaciones de los socios, los donativos y las ganancias disponibles para incrementar el capital. Las aportaciones de los socios pueden ser en efectivo, a manera de bienes de capital, se pueden derivar de regalías o del propio trabajo”<sup>90</sup> y se limitan las ganancias que se obtienen del capital invertido a un 6% anual (fracción IV, artículo 3 del Reglamento de la ley de Sociedades Cooperativas, citado por Fernández Christlieb.)

Es importante tener presente quiénes tienen derecho a uno o más votos dentro de las sociedades definidas, porque de esta forma se revela quiénes son las personas que detentan el poder de decisión dentro de los medios; los miembros de las sociedades anónimas tienen que pertenecer a las Cámaras de Industria y Comercio y eso implica que su labor está más enfocada a responder a intereses financieros, su visión se centra en reproducir el capital invertido y maximizar su utilidad. Al ser empresas con fines de lucro, implica mayor cantidad de anuncios publicitarios dentro de sus páginas, y otorgar por lo tanto gran parte de sus espacios a mensajes comerciales.

Si consideramos también que los socios pueden formar parte de la administración de empresas no periodísticas y que tienen visualizadas otras formas de reproducir capital, veremos que se va entretejiendo una red de intereses prácticamente financieros que responden a una ideología capitalista de producción y consumo de mercancías, y ahora también de información.

En lo que respecta a la edición de periódicos nacionales, “se proporcionan cifras imprecisas y poco confiables sobre la cantidad de ejemplares publicados y vendidos. La cantidad de ejemplares impresos se cifra por lo general demasiado alto, pues las editoras esperan que con esas cantidades, manipuladas a su favor, se obtengan más anuncios”.<sup>91</sup>

Por su parte, y a fin de obtener valores de aproximación reales, el autor Karin Bohman, considera se debe filtrar el tiraje que indican las casas editoras, aunque sólo se haga de manera estimativa; ante ello, afirma que en la capital el 36% de la edición total se encuentra a disposición de aproximadamente el 14% de la población.

<sup>89</sup> Fernández Christlieb, Fátima. “Prensa y poder en México”, *Op Cit.*, p. 40

<sup>90</sup> Bohmann, Karin, *Op. Cit.*, p. 143

<sup>91</sup> *Ibidem*, p. 122

De acuerdo a los datos recopilados en su libro *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, existe una gran concentración de periódicos en el Distrito Federal del total de la producción de diarios nacionales, debido a que el 36% del tiraje total se produce, efectivamente, en la ciudad de México.<sup>92</sup>

"Los diarios por lo general publican siete ediciones por semana. Varias editoras grandes publican ediciones adicionales de mediodía, de la tarde o de la noche y, de acuerdo con la experiencia general podemos partir de que, sobre todo en el Distrito Federal, la élite política, económica e intelectual tiende a leer varios diarios. Sólo tomando en cuenta estos factores se podrían comprender los verdaderos alcances de la distribución y el consumo de la prensa".<sup>93</sup>

Según la obra de este autor, los estados sureños, pobres y económicamente marginados se encuentran muy desabastecidos, y los estados del norte, que se encuentran más integrados al proceso económico nacional, están mucho mejor provistos de periódicos. Además, "hay que poner de manifiesto que por una parte casi no se leen periódicos en las regiones rurales distantes y en los cinturones de pobreza que rodean las ciudades, lugares en que viven las clases marginadas menos atendidas por el sistema nacional de educación, y por otra parte, sólo pocas mujeres leen periódicos, y cuando lo hacen, entonces su lectura se reduce sobre todo a las páginas sociales..."<sup>94</sup>

Los periódicos que se mencionaron anteriormente, en referencia a los que se editan en la ciudad de México, pueden considerarse como fuente general de información sobre acontecimientos políticos y económicos; estos periódicos componen la llamada "Gran Prensa" junto con "el periódico amarillista *La Prensa*, el cual contiene, además de su entorno sensacionalista, una parte editorial de política general que en virtud del elevado tiraje del periódico, puede considerarse influyente".<sup>95</sup>

"Con el término 'gran prensa' se agrupa en América Latina a los periódicos que se caracterizan por la información amplia que ofrecen sobre acontecimientos nacionales e internacionales de índole política y económica, sobre cultura, deportes, ciencias, etc. Contienen además, reportajes analíticos, información de fondo, editoriales y columnas de importancia política, así como una pequeña sección con informes sensacionalistas".<sup>96</sup>

A continuación se señala el tiraje de periódicos publicados en el Distrito Federal, el año en que son fundados y las empresas que se encargan de su publicación:

<b>PERIÓDICO</b>	<b>TIRAJE MANIFESTADO</b>
<b>Milenio-La Afición</b> Matutino. Fundado el 26 de diciembre de 1930	42, 000 ejemplares
<b>La Crónica de Hoy</b> Matutino. Fundado el 17 de junio de 1996	46,000 ejemplares
<b>Cuestión</b> Vespertino excepto domingos Fundado el 22 de enero de 1980 y publicado por Arial Impresiones, S.A.	48,000 ejemplares

<sup>92</sup> *Ibidem*, p. 126

<sup>93</sup> *Ibidem*, p. 129

<sup>94</sup> *Ibid.*, p. 132

<sup>95</sup> *Ibidem*, p. 156

<sup>96</sup> *Ibid.*, p. 377

<b>El Día</b> Matutino. Fundado el 26 de junio de 1962 y editado por Sociedad Cooperativa Publicaciones Mexicanas, S.C.L.	50,000 ejemplares
<b>Diario de México</b> Matutino. Fundado el 2 de marzo de 1949 y publicado por Editoriales de México, S.A. de C.V.	76,000 ejemplares
<b>El Economista</b> Diario excepto sábados y domingos Editado por Periódico El Economista S.A. de C.V.	26,600 ejemplares
<b>El Financiero</b> Matutino. Fundado el 15 de octubre de 1981 y editado por El Financiero S.A. de C.V.	135,000 ejemplares
<b>Esto</b> Matutino. Fundado el 2 de septiembre de 1941 y publicado por Cia. Periodística ESTO, S.A. de C.V	Lunes 375,000 ejemplares Martes a Domingo 350,000 ejemplares
<b>Excélsior</b> Matutino. Fundado el 18 de marzo de 1917 y editado por Excélsior Cia. Editorial S.C. de R.L.	200,000 ejemplares
<b>Últimas Noticias de Excélsior</b> Vespertino excepto sábados y domingos. Fundado en 1935	54,000 ejemplares
<b>El Herald de México</b> Matutino. Fundado el 9 de noviembre de 1965	Sin manifestar cifras.
<b>La Jornada</b> Matutino. Fundado el 19 de septiembre de 1984 y editado por DEMOS. Desarrollo de Medios, S.A. de C.V.	Lunes a sábado 106,471 ejemplares. Domingos 100,924 ejemplares
<b>Metro</b> Matutino. Publicado por Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V.	Tiraje manifestado no comprobado
<b>México Hoy</b> Matutino. Fundado el 13 de julio de 1996 y publicado por Editorial México Hoy S.A. de C.V.	50,000 ejemplares
<b>Milenio Diario</b> Matutino. Fundado el 1° de enero del 2000	42,000 ejemplares
<b>Novedades</b> Matutino. Fundado en 1936 y editado por Novedades Editores S.A. de C.V.	55,000 ejemplares
<b>Ovaciones 1ª Edición</b> Matutino. Fundado en 1947 y editado por Editorial Ovaciones S.A. de C.V.	130,000 ejemplares
<b>Ovaciones 2ª Edición</b> Vespertino excepto domingo Fundado en mayo de 1962	100,000 ejemplares
<b>La Prensa</b> Matutino. Fundado el 28 de agosto de 1928 y editado por Editora La Prensa S.A. de C.V.	270,000 Ejemplares

<b>Reforma</b> Matutino. Fundado el 20 de noviembre de 1993 y publicado por Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V.	126,000 ejemplares
<b>El Sol de México</b> Matutino. Fundado el 25 de octubre de 1965 y editado por Cía. Periodística del Sol de México, S.A. de C.V.	55,000 ejemplares
<b>El Sol de México Mediodía</b> Mediodía 10:30 A.M. excepto domingos. Fundado en junio de 1965	45,000 ejemplares
<b>Tribuna</b> Matutino. Fundado el 21 de noviembre de 1989 y publicado por Corporación Editorial y Periodística Latinoamericana S.A. de C.V.	41,800 ejemplares
<b>El Universal</b> Matutino. Fundado el 1 de octubre de 1916 y editado por El Universal Cía. Periodística Nacional, S.A. de C.V.	Circulación certificada por Certified Audit of Circulations Inc. (CAC) Wayne, New Jersey, E.U.A. Reporte del periodo Enero-Diciembre de 1994: Diaria 170,356, Domingo 181,615
<b>El Universal Gráfico</b> Vespertino excepto domingos. Fundado en 1922	18,000 ejemplares: Distrito Federal 14,000 Interior de la República 4,000
<b>Uno más Uno</b> Matutino. Fundado el 14 de noviembre de 1977 y publicado por Editorial Uno, S.A. de C.V.	40,000 ejemplares
<b>La Extra</b> Semanal. Domingo. Fundado el 16 de junio de 1963 y publicado por Periódico La Extra, S.A. de C.V.	7,000 ejemplares

Fuente: Información del Consejo Nacional de la Publicidad. *Medios Impresos: Tarifas y datos de periódicos*, Edición No. 167, Agosto del 2000..

#### 1.4.2 Estructura Informativa de los periódicos *Reforma* y *La Jornada*

"El análisis de la estructura del periódico y de su presentación, tiene especialmente por objeto revelar lo que un periódico ha querido comunicar a sus lectores a través de las informaciones de los artículos, y presumir la influencia que una lectura normal del periódico ha tenido que ejercer en el lector."<sup>97</sup>

Para abordar el desarrollo de la estructura informativa de los periódicos *Reforma* y *La Jornada*, se considera el trabajo de Jacques Kayser, *El periódico. Estudios de morfología, de metodología y de prensa comparada*, el cual considera importante no descuidar el estudio de los factores externos que son los que quedan registrados en la memoria del lector y que confieren a la información un valor peculiar.

<sup>97</sup> Kayser, Jacques. *El periódico. Estudios de Morfología, de Metodología y de Prensa Comparada*, CIESPAL, Ecuador, 1961 pp.66

"Estos factores externos, como la disposición en el periódico, el análisis volumétrico, la presentación ilustrada o no, etc., implican, para estudiarlos, el conocimiento preciso del conjunto de la estructura del periódico de que dependen".<sup>98</sup>

Comenzaremos entonces por tratar al periódico *Reforma*, con lo que Kayser denomina "Registro de Identificación":

*Reforma, Corazón de México*, ubicado en Av. México Coyoacán 40, Col. Santa Cruz de Atoyac, Delegación Benito Juárez, 03310-México, D.F., es una publicación matutina, cuya zona principal de difusión es el DF y Área Metropolitana, Cuernavaca y Toluca. Tiene un tiraje de 126,000 ejemplares; su primer número se publica el 20 de noviembre de 1993 y tiene un costo de \$7.00; de Gran Formato, con 58 cm de largo y 35.7 cm de ancho. Se conforma de 80 a 120 páginas aproximadamente, con 6 columnas por página, de un ancho de 5 centímetros. Es impreso en los talleres de Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V. y existe una sola edición en la Ciudad de México.

*Reforma* es una sociedad anónima y la imprenta que se encarga de la publicación de este diario, también produce "El Metro". Se distribuye a través de la venta por número y suscripciones.

**Morfología del periódico.**- En la página uno, aparecen las notas principales de las diferentes secciones del diario: Nacional, Internacional, Negocios, Ciudad, Deportes, Gente y Cultura; cada una de éstas manejan la información de manera más especializada y se clasifican de la siguiente forma:

Sección A - Nacional e Internacional

Negocios: Economía, Mercados, Finanzas personales

Interfase: Internet

Sección B - Ciudad y Metrópoli

Sección C - Cultura

Sección D - Deportes

Sección E - Gente

Sección F - Empresas y Negocios en Expansión, Avisos de Ocasión

Los días viernes incluye las secciones:

Primera Filas: Cartelera de Cine, eventos culturales, exposiciones, conciertos, teatro, talleres, cineclubes

Sección G - Buena Mesa: Recetarios de Cocina

Sección H - Viernes Social, Suplemento Comercial

Los elementos fundamentales que constituyen la estructura del periódico, de acuerdo con Jacques Kayser, se compone por una parte, de la superficie ocupada por la publicidad y por otra, la superficie que ocupa el trabajo de la redacción que incluye los textos, los títulos y las ilustraciones.

En el caso del periódico *Reforma*, la nota principal que selecciona el diario y que figura en la primera página, se caracteriza por contar con un título de caracteres más grandes que el resto de los títulos en la misma página; ese título cuenta con varios subtítulos que destacan el contenido de la nota: el balazo, que es una sola línea inmediatamente arriba del encabezado principal y un título-párrafo que da paso propiamente al texto informativo.

<sup>98</sup> *Ibidem*, p. 5

En la página uno, en el ángulo inferior izquierdo, se encuentra un sumario con el nombre de los colaboradores que en esa publicación escribieron artículos de opinión o las columnas políticas.

El nombre del periódico que aparece en la primera página ocupa una columna horizontal de 5.3 cm. de ancho, en caracteres grandes y con un fondo de color verde, acompañado al centro de la imagen del ángel de la independencia.

En interiores, en el ángulo superior izquierdo de las páginas pares y derecho en páginas nones, aparecen el número de página, la letra correspondiente a la sección, el nombre del diario y la fecha de publicación, todo en una sola línea.

Las ilustraciones no comerciales incluidas en este periódico, abarcan las fotografías, mapas, caricaturas principalmente en el área destinada a los editoriales y cuadros estadísticos; en ocasiones, fotografías de menor tamaño presentadas en secuencia. Al menos tres notas informativas de la primera página se apoyan en imágenes de fotografías y/o cuadros estadísticos.

Al interior, llegan a presentar fotografías consideradas como un elemento de información breve; en estos casos, no cuentan con un pie de foto, como generalmente aparece, de una a tres líneas, sino que presentan un texto breve que se asimila más al formato del lead de la nota informativa, por lo que no se considera propiamente dentro del rango de las ilustraciones.

Si se establece una clasificación por géneros, tenemos que el material de la redacción en este periódico se conforma por las notas informativas que buscan únicamente, como su nombre lo indica, informar sobre hechos que se producen en todos los sectores de la actividad humana, sin adoptar ninguna posición en la información que se describe.

En su mayoría son firmadas por el reportero, encargado de recopilar la información, pero también se presentan como producto de la redacción del diario.

Por artículos, de acuerdo a la definición de Jacques Kayser, son los textos redactados que comentan informaciones, exponen ideas y discuten asuntos diversos. En el periódico *Reforma* encontramos los editoriales, en su mayoría firmados por los colaboradores, entre quienes se encuentran: Jesús Silva-Herzog Márquez, Roberto Zamarripa, Rafael Segovia, Carlos Medina Plascencia, Adolfo Aguilar Zinser, Carlos Elizondo Mayer-Serra.

En el caso de las columnas, que se caracterizan porque el texto posee un nombre fijo, independientemente del título y del tema que aborde en sus líneas el día que se publica; continuamente aparece con la firma de su respectivo colaborador, es el caso de "Plaza Pública" de Miguel Ángel Granados Chapa, "Mirador" de Armando Fuentes Aguirre, "De política y cosas peores" de Catón, "Jaque Mate" de Sergio Samiento, "Templo Mayor" de F. Bartolomé.

Pueden haber textos no firmados propiamente por una persona, sin embargo sí aparece un responsable del texto, como es el caso de los artículos firmados por "Juan Ciudadano", que es el nombre con el que se identifican un grupo de personas preocupadas por el tema del derecho a la información.

Ahora bien, tenemos los textos producto de las entrevistas realizadas a diferentes personalidades del ámbito político, económico y social y que se llegan a publicar con la pregunta

que se formula y su respectiva respuesta, o bien a manera de relato. Los reportajes también son material importante del periódico Reforma, apoyando en ocasiones con cuadros sinópticos que sintetizan puntos clave de su información. A estos dos géneros de información se les hace el señalamiento si se tratan de reportajes o entrevistas, principalmente cuando son emitidas por las agencias internacionales de noticias.

Respecto a la información internacional, la mayoría de notas publicadas, corresponde a los envíos de estas agencias de noticias, aunque también llega a ser información generada por los enviados especiales. Entre las agencias más consultadas por este diario están: DPA, AFP, Reuters, AP y Notimex.

En estos casos, por ser informaciones que se generan en diferentes partes del mundo, contienen impresiones y también, en algunos casos, deducciones personales que se transmiten ya bajo su responsabilidad.

En este diario, también se encuentra en su principal sección (información nacional) un espacio dedicado a los lectores, titulado "Cartas", en donde por lo general, se hacen precisiones a la información publicada, ya sea como notas informativas, columnas o editoriales; donde los ciudadanos pueden emitir sus opiniones sobre acontecimientos de interés general y de los que haya dado cuenta este medio informativo, o para presentar denuncias, convocatorias, quejas, solicitudes, etc.

Se publican también, aunque en sus respectivas secciones: el programa de espectáculos (que abarca cine, teatro y televisión), el resultado de carreras, las condiciones meteorológicas.

De acuerdo a una clasificación por origen, tenemos que *Reforma* cuenta con el material elaborado en las instalaciones del periódico, en su sede; el material elaborado en las redacciones exteriores a su sede, en este caso, encontramos notas informativas con la indicación: *Reforma Guerrero, Reforma Hidalgo, Reforma Tlaxcala, Reforma Quintana Roo, Reforma Oaxaca, Reforma Puebla, Reforma Guanajuato*; en el extranjero: *Reforma Canadá, Reforma Estados Unidos*, etc.

Existe el material suministrado por los colaboradores que se encuentran en el interior del país, ya sea como corresponsales en los Estados, o en calidad de enviados especiales, para lo cual indican la ciudad de donde reportan, el Estado a que corresponde y el nombre del responsable del material redactado, por ejemplo: Tuxtla Gutiérrez/Chiapas, por Daniel Pensamiento; Cuernavaca/Morelos, por Raquel Fierro; Guadalajara/Jalisco, por Joel Muñoz, etc.

Se cuenta también el material suministrado por colaboradores que envían sus informaciones al diario, pero que trabajan fuera de esta empresa periodística; es el caso de columnistas y articulistas como Sergio Sarmiento, Adolfo Aguilar Zinser, Jesús Silva-Herzog Márquez, entre otros.

En lo que respecta a la información internacional, la mayor parte de ella es obtenida por las agencias de información como AFP, DPA, Reuters, Notimex y colaboradores extranjeros.

Aparecen también comunicados oficiales provenientes del gobierno de la República, así como de la administración local, entre los que se cuentan las convocatorias para diversos actos, así como los comunicados que provienen de asociaciones, intelectuales, académicos, empresarios, profesionistas y del sector social.

Según una clasificación por contenido, *Reforma* cuenta con la Sección A que corresponde a la información sobre actividades políticas en el ámbito nacional y contempla las actividades del Presidente de la República, actividades legislativas, de Secretarías de Estado, organizaciones no gubernamentales, actividades de partidos políticos, de gobiernos de los Estados, electorales, declaraciones de la Iglesia Católica y de organismos jurisdiccionales.

Dentro de esta misma sección A, se encuentra la información internacional que corresponde a la política interior de países extranjeros y puede ubicarse su contenido por regiones geográficas, cuya situación puede afectar de alguna forma a naciones vecinas o que modifican el escenario mundial, en esta medida abarca el espacio de internacionales.

Los asuntos económicos y financieros, tienen lugar asimismo en la Sección A, donde su información versa sobre la situación económica del país, asuntos empresariales, datos de la Bolsa Mexicana de Valores, actividades de la banca, sobre exportaciones mexicanas, privatizaciones, creación de empresas paraestatales; se publica información de *The Wall Street Journal*, acerca de inversiones de capital extranjero, y cuenta con un espacio para la opinión de analistas económicos, denominado "Opinión Financiera".

En cuanto a los temas de Defensa Nacional, cabe mencionar que esos reportes se encuentran concentrados en la parte de información nacional e incluye cuestiones de seguridad por tierra, mar y aire; en el ámbito internacional también se concentra esta información en la sección respectiva, y tiene que ver con las medidas de seguridad tomadas por el gobierno nacional y extranjeros para salvaguardar su territorio y habitantes.

Tenemos por otra parte, la sección Cultura que publica información sobre los homenajes a críticos de arte, académicos e intelectuales, la presentación de obras literarias, notas sobre exposiciones, opiniones de críticos literarios; agenda sobre eventos especiales, cursos y talleres, conferencias, teatro y televisión cultural; información sobre sedes de museos en el extranjero, y un espacio dedicado a "Cartas a Cultura", con la misma función otorgada a las cartas de la Sección Nacional.

Esto es lo que corresponde a la estructura informativa del periódico *Reforma*; con relación a *La Jornada*, el registro de identificación, de acuerdo al texto de Jacques Kaysner, quedaría de la siguiente manera:

Periódico *La Jornada*, ubicado en Avenida Cuauhtémoc No. 1236, Colonia Santa Cruz Atoyac, en la Delegación Benito Juárez, es una publicación diaria-matutina, cuya zona principal de difusión es el Distrito Federal. Su tiraje es, de lunes a sábado de 106, 471 ejemplares, mientras que los domingos edita 100, 924 periódicos. Su primer número aparece el 19 de septiembre de 1984 y tiene un costo de \$8.00

Su formato es tabloide (38.2 centímetros de largo y 29.2 centímetros de ancho), tiene un total de 59 páginas y la contraportada, con 5 columnas por hoja. Es una publicación editada por DEMOS, Desarrollo de Medios, S.A. de C.V. e impreso en Imprenta de Medios, S.A., con dirección en Cuicatlahuac 3353, Col. Ampliación Cosmopolita, México, D.F. Tiene una sola edición en la ciudad de México.



*La Jornada* es una sociedad anónima y su distribución en el Distrito Federal es a través de la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México, A.C. En el Interior de la República y el extranjero, por Distribuidora de Medios, S.A. de C.V. Cuentan con el servicio de suscripciones y las cortesías que se entregan a instituciones.

**Morfología del Periódico.-** En la portada del periódico, primera página, aparece el nombre del mismo con caracteres, cuyo tamaño es mayor que el título de la nota principal.

De lado superior izquierdo o derecho, aparece en un recuadro su precio, la fecha, año y número de edición que le corresponde. Debajo del nombre del periódico se inscribe el nombre de la Directora General y Director Fundador (Carmen Lira Saade y Carlos Payán Vélver, respectivamente).

Ya sea abajo o arriba del título de la nota más importante, aparece generalmente una fotografía representativa del hecho y su correspondiente pie de página; también aparece por arriba de ese título de la nota, en una sola línea, un dato igual de importante que se conoce dentro del trabajo periodístico como balazo, y del que se abunda o precisan datos en el cuerpo de la nota.

En esa portada se presentan sumarios de los hechos más importantes que se tratarán en interiores, así como un recuadro en donde se señalan los nombres de los colaboradores que ese día escriben en artículos de opinión y columnas.

En adelante la información se clasifica en las siguientes secciones:

Redacción – Política  
Economía  
Internacionales  
Capital  
Cultura: La Jornada de enmedio  
Espectáculos  
Deportes  
El Correo Ilustrado

Títulos en *La Jornada*.- Se caracterizan por ser de una o dos líneas con letra de tamaño mediano, aunque notoriamente más grandes que el texto de la nota; la mayoría de los títulos se acompañan de una o dos líneas, cuya letra es de un tamaño ligeramente mayor al texto y enfatizan otro punto de la información; como se mencionó anteriormente, en el gremio periodístico estas líneas son conocidas como balazos y son un referente inseparable en la titulación de este diario.

En la portada, hay títulos que se presentan como sumarios que van detallando el contenido de las notas informativas. En la última página -en este formato de periódico conocida como contraportada- aparece también el título de lo que se considera por el diario como la segunda nota más importante, con subtítulos que se presentan como sumarios.

Puede observarse tanto en la primera como en la última página, que varía mucho el énfasis que le asignan a cada uno de los títulos, como si se tratara de priorizar entre ellos.

El nombre del periódico también es impreso en la contraportada, ligeramente de menor tamaño que en la página uno, con los nombres de la Directora General, Director Fundador, la fecha, año y número de edición.

En interiores, en el margen superior derecho en páginas pares, aparece el nombre del periódico en tamaño reducido, o izquierdo en páginas nones; el nombre de la sección informativa y la fecha.

En cuanto a las ilustraciones, la mayor parte de este material en La Jornada, se caracterizan por ser fotografías y caricaturas, todas con su respectivo pic de foto que no exceden de dos o tres líneas, en blanco y negro; este material también es obtenido a través de las agencias de información.

Respecto a los textos, si procedemos a una clasificación por géneros, tenemos que La Jornada cuenta con el material que corresponde propiamente a las notas informativas, en donde reportan sobre hechos en todos los campos de la actividad humana y no contienen puntos de vista de los informadores.

Con los artículos no sólo se presenta información, sino que también sus autores emiten ideas y debaten los asuntos que se consideran de mayor importancia tanto al interior del periódico, como para la comunidad en general.

*La Jornada* presenta en su página número 2, su artículo editorial de cada día, sin la firma de un colaborador propiamente, pero con el símbolo del sol que en la portada aparece junto al nombre del periódico; este artículo representa la ideología y posición que asume el diario respecto a un hecho en particular.

La mayor parte de sus artículos de opinión llevan la firma del autor, a quien debe considerársele como responsable de los planteamientos que ahí se ventilan. En *La Jornada*, son autores de artículos de opinión y colaboradores cercanos: Luis Hernández Navarro, Adolfo Gilly, Alberto Azíz Nassif, Marco Rascón, Alberto Dallal, Arnoldo Kraus, Alejandro Nadal, Alejandro Zapata Perogordo, entre otros.

Dentro de los artículos de opinión está la columna donde, dependiendo del estilo del autor, se presentan informaciones y comentarios asociados. Entre las columnas más conocidas en este diario están "Astillero" de Julio Hernández López, cuyo material podría considerarse dentro de lo que Jacques Kayser denomina "leader" o "artículos de encabezamiento".

Estos textos están "en general firmados por el nombre de un colaborador exterior, pero que presta su servicio al periódico en forma bastante continua. El 'leader' no compromete la responsabilidad del periódico, pero revela la voluntad de éste de destacar al redactor del artículo sobre todos los demás colaboradores".<sup>99</sup>

También están las columnas "Clase Política" de Miguel Angel Rivera, "Página 9" de Lourdes Galaz, "México, S.A." de Carlos Fernando Vega, y "Ciudad Perdida" de Miguel Angel Velázquez, en la sección de La Capital.

---

<sup>99</sup> Kayser, Jacques. *Op. Cit.* p 28

Asimismo, el periódico cuenta con el material que es enviado por los corresponsales que redactan desde el extranjero, cuyos textos aportan la información que han recogido e impresiones que pueden llegar a tener.

Se otorgan espacios para publicar acuerdos de los partidos políticos en México que tienen que ver con la formulación de propuestas políticas, el régimen político, la reforma del Estado y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población; desplegados dirigidos al Jefe del Ejecutivo suscritos por asociaciones civiles, o bien organismos de carácter laboral.

Según la sección informativa que corresponda, se presenta un espacio denominado "Agenda", en donde se redactan informaciones breves de hechos diversos; los datos que aquí se publican son obtenidos por las agencias de información, corresponsales en el interior de la República o en el extranjero y de reporteros en la Ciudad de México sobre aspectos de información general.

El Correo Ilustrado es un espacio dedicado a la correspondencia de los lectores y que pueden ser cartas en donde el público manifiesta su punto de vista respecto a un hecho particular, cartas donde se declara públicamente la posición de una persona o grupo de personas dentro de una institución con carácter político o social; cuestionamientos a las autoridades gobernantes, solicitudes diversas a Secretarías de Estado, así como invitaciones a eventos musicales y culturales.

Existe una sección de Edictos que aparece la mayor parte de las veces, en las últimas páginas del diario, y que consiste en avisos oficiales sobre disposiciones jurídicas para el remate de bienes inmuebles hipotecados, notificaciones de apoderados de Sociedades Anónimas, etc.

*La Jornada* también dedica espacios para los programas de espectáculos como cine, eventos culturales, conferencias, exposiciones, danza, música, programas de radio, convocatorias, cursos, talleres y teatro; publica la cartelera de cine y televisión, material conocido como "textos servidumbre", según Jacques Kayser.

A diferencia del periódico *Reforma*, *La Jornada* no cuenta con un espacio dedicado a información sobre actividades hípicas, crucigramas, juegos, horóscopos, de meteorología o tiras cómicas.

Al realizar una clasificación por origen del material redactado, tenemos que este periódico cuenta con la información elaborada en la sede del mismo, o bien en redacciones exteriores a éste, y que son oficinas de prensa o Comunicación Social de las distintas fuentes informativas.

Cuentan con los despachos provenientes de las agencias internacionales de noticias como Reuters, AP, AFP, DPA, PL, básicamente; con el material que suministran los corresponsales y enviados especiales en el extranjero y en el interior de la República. Esta clasificación contempla los comunicados que emanan de asociaciones y agrupaciones, los comunicados oficiales que provienen de Secretarías de Estado, instituciones gubernamentales o de la Presidencia de la República.

Una clasificación de los textos de acuerdo al contenido, y según el modelo propuesto por Jacques Kayser, sería:

Asuntos Interiores: contempla el trabajo interno de los partidos políticos, declaraciones y actividades de Secretarías de Estado, actividades legislativas, del Presidente de la República,

dictámenes de la Suprema Corte de la Nación, situación de Programas Nacionales de Desarrollo, cuestiones de salud pública, etc.

**Asuntos Internacionales:** información que corresponde a la política interna de países extranjeros, organizada de acuerdo con la trascendencia de los hechos que tienen repercusión mundial; según zonas geográficas involucradas y/o afectadas, así como según órganos diplomáticos internacionales, por ejemplo:

- Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO
- Organización de las Naciones Unidas, ONU
- Organización de Estados Americanos, OEA
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO
- Organización Mundial de la Salud, OMS
- Organización Internacional del Trabajo, OIT

**Asuntos económicos, financieros y sociales:** aquí se concentra la información de la situación sobre bancos, el sector turismo, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Acuerdos de Libre Comercio, artículos de opinión sobre la situación financiera en el mundo, información sobre inversiones de empresas nacionales, mercados energéticos en el mundo, datos sobre la Bolsa Mexicana de Valores, inversiones extranjeras.

**Defensa Nacional:** información que concierne a cuestiones de seguridad nacional en México y países del mundo, el ejercicio de su soberanía de acuerdo a sus respectivas leyes y que, según el modelo de Jacques Kayscr, abarca medidas de seguridad por aire, mar y tierra.

**Cuestiones culturales:** la información que se genera respecto a cuestiones y actividades literarias, crónicas, reportajes, artículos de escritores e intelectuales, poetas; actividades teatrales, entrega de reconocimientos y homenajes.

**Letras y Artes:** este apartado comprende la información de espectáculos, efemérides, cartelera, breves sinopsis de libros y revistas, invitaciones a presentaciones de libros.

Cabe mencionar que en La Jornada hay un espacio en donde por lo general se concentra la información de cultura, espectáculos y cartelera, y un apartado titulado "Perfil de La Jornada", donde se publican pláticas o entrevistas con personalidades políticas y que tienen que ver con el desarrollo social del país.

## Capítulo II La Opinión Pública

Mucho se ha escrito acerca del término opinión pública, sus orígenes, sus antecedentes históricos, sus funciones; y también muchos autores han coincidido en señalar que aún no se encuentra una sola definición con que se pueda describir ampliamente este fenómeno.

Con el adelanto tecnológico en materia de medios de comunicación, a menudo se escucha hablar sobre la importancia y trascendencia en la vida nacional de este término. Mucho camino se ha recorrido, y en este capítulo se plantearán algunas definiciones sobre el origen y desarrollo de la opinión pública, mismos que nos permitirán formular un juicio acerca de lo que debe entenderse por este concepto.

### 2.1 ¿Qué es la Opinión Pública?

Podemos mencionar que en sus inicios la opinión pública fue relacionada con la idea de las "demandas populares", las cuales despertaron cierta inquietud en la clase dominante por la fuerte presencia que las voces unificadas de los grupos comenzaban a adquirir.

"Los materialistas franceses reconocieron la necesidad política de dirigir las opiniones, evitando de esta manera que llegaran a contravenir los intereses de la burguesía y a orientarse hacia otras finalidades".<sup>100</sup>

Según explica la autora Silvia Molina y Vedia, en su libro *Manual de Opinión Pública*, este concepto que surge en el periodo de ascenso de la burguesía, puede ser mejor entendido como un instrumento ideológico burgués que le permitió a esta clase aprovechar la fuerza de las opiniones de las clases dominadas para tener acceso al poder, aunque posteriormente desechara la estrategia de mantener ambos grupos unidos, mediante el carácter popular e instrumental de la opinión pública.

Posteriormente este fenómeno comienza a tener presencia en los periódicos cultos, semanarios y revistas políticas, y aunque a través del tiempo se han dado diversas transformaciones acerca de la finalidad de estas empresas, en un inicio:

"El interés del editor ... era puramente crematístico. Su actividad se limitaba en sustancia a la organización del tráfico de noticias y a la clasificación de éstas. A este momento meramente económico se fue añadiendo un momento nuevo, político en el amplio sentido de la palabra, en cuanto comenzó a transformarse la prensa de noticias en una prensa de opinión".<sup>101</sup>

El autor Habermas en su obra, *Historia y crítica de la opinión pública*, refiere que "los periódicos pasaron de ser meros lugares de publicación de noticias a ser también portadores y guías de la opinión pública, medios de lucha de la política partidista"<sup>102</sup> aunque con la consolidación del estado burgués, la prensa deja de ser crítica y adquiere nuevamente un carácter comercial.

<sup>100</sup> Molina y Vedia, Silvia. *Manual de Opinión Pública*. UNAM, México, 1978, P.22

<sup>101</sup> Habermas, J. *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, Ediciones G. Gili, Barcelona, 1981. P. 209

<sup>102</sup> Habermas, J. *Op. Cit.* P. 210

La opinión pública se consideró como una "informe reacción de la masa; expresión de los puntos de vista, juicios de valor o tendencias volitivas del público todo, o de una cualquiera de sus partes."<sup>103</sup>

Se plantea que lo público se equiparó con 'mass' y luego con 'group', como parte de un proceso de comunicación e interacción entre dos o más individuos; al analizar a la opinión pública como opinión de masas, se desligó del contexto de las instituciones políticas, para ubicarse primordialmente como producto de un proceso de comunicación en el seno de las masas. Se asoció con el análisis socio-psicológico de procesos de grupos, y por lo tanto, con las actitudes de la gente cuando son miembros de un mismo grupo social.

"La opinión comprende no sólo cualesquiera hábitos o costumbres que se manifiestan en determinadas concepciones, sino también modos de conducta sin más; consigue tan sólo el atributo de publicidad en conexión con procesos de grupos. Pasa por 'pública' una opinión de grupo, cuando ha conseguido imponerse subjetivamente".<sup>104</sup>

"Puede decirse que la formación de la opinión se apoya sobre dos estribos: las actitudes y el comportamiento de los individuos. Las actitudes individuales se nos ofrecen, como el caldo de cultivo de las opiniones, suelo sobre el cual se enraíza el fenómeno que nos ocupa".<sup>105</sup>

Por su parte, el autor Nikolai Palgunov, en su obra *La prensa y la opinión pública* explica que se habla de un "conjunto de opiniones, juicios, conceptos, apreciaciones, puntos de vista que acerca de diferentes aspectos de la vida del pueblo y del Estado reinan en la sociedad en sus diferentes capas y clases".<sup>106</sup>

Entre las funciones que desempeñó el término opinión pública, entendida como una fuerza social que agrupa los modos de pensar de individuos que integran una sociedad, destacó la capacidad de ésta para transformar las decisiones políticas que afectan la vida de un pueblo, e incluso las estructuras de poder.

Cita el autor Habermas, en su libro:

"Según la definición intentada por Schmidtchen, habría que calificar como opinión pública todos aquellos modos de conducta de grupos cualesquiera de la población que resultan apropiados para modificar o conservar las estructuras, las prácticas y los objetivos de la dominación"<sup>107</sup>

Por su parte el autor Palgunov, en este sentido, menciona que la "opinión pública que no tiene ninguna base jurídica formal, influye y puede, a pesar de todo, presionar sobre el poder oficial del Estado, y obligarlo a derogar algunas medidas que van en detrimento de los intereses del pueblo"<sup>108</sup>

<sup>103</sup> *Ibidem*, p. 265

<sup>104</sup> *Ibidem*, p. 19-20

<sup>105</sup> Beneyto, Juan. *La Opinión Pública. Teoría y Técnica*. Ed. Tecnos, Madrid, 1969. p.77

<sup>106</sup> Palgunov, Nikolai. *La prensa y la opinión pública*, Ed. Cartago, Buenos Aires, 1966, p. 16

<sup>107</sup> Habermas, J. *Op Cit*, p. 267

<sup>108</sup> Palgunov, Nikolai. *Op. Cit*, p. 16

Cuando estudiamos el fenómeno de la opinión pública entendemos, por otra parte, que se habla de una conjugación de acciones; al descifrarlas nos llevan a que la opinión ya sea personal o de varios individuos integrantes de un núcleo social, es el reflejo del sentir y pensar sobre aspectos que afectan directamente la vida de ese grupo o persona.

Al hablar por lo tanto, de una opinión pública, debemos entender que se trata de expresiones consensadas y manifiestas, de un grupo importante de personas con un peso tal que obliga a ser consideradas por parte de las autoridades, o que bien esa opinión pública –esa idea generalizada sobre una cuestión en particular- ya ha logrado ser impuesta a un amplio núcleo social.

Opinión pública puede haber muchas, sobre variados temas, de política, economía, religión, cultura, etc., pero en cada una de éstas opiniones es necesario, antes de manifestar las inquietudes de un grupo para modificar alguna estructura de poder o simplemente para expresar sus puntos de vista, que exista una corriente de opinión en donde puedan navegar informaciones orientadas en la misma dirección, que contribuyan a formar una opinión consensada.

“La conclusión está en esa manifestación dominante, en esa representación institucional que se generaliza, gracias a las fuerzas culturales y las ideologías de los grupos, en juego con los sentimientos y las actitudes de los individuos”.<sup>109</sup>

El autor Raúl Rivadeneira Prada, en su libro *La Opinión Pública*, define este concepto como sigue:

“Se considera a las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación, expresadas libre y públicamente por gentes ajenas al Gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno”.<sup>110</sup>

“Es un fenómeno psicosocial y político que consiste en la discusión y expresión libres, de un grupo humano, en torno a un objeto de interés común”.<sup>111</sup>

Plantea que no se trata de algo estático, sino que cambia y se modifica constantemente, porque está compuesto por una serie de factores que se relacionan entre sí, “la opinión pública es siempre describible y comprensible como función de un conjunto de factores interrelacionados.

“Eso no causa sorpresa a quien entiende la opinión pública como fenómeno de la comunicación humana y a quien comprende esta última como un todo de procesos que se influyen mutuamente y que constituyen sistemas psicosociales”.<sup>112</sup>

La tesis en esta obra, explica la opinión pública como un sistema psicosocial, y se remite a la teoría de los sistemas generales, para averiguar los elementos constitutivos de ese sistema:

Se trata de un sistema abierto en el que se importa “energía” (*input energético*) del medio y posteriormente se exporta esa energía, pero transformada (*output energético*).

---

<sup>109</sup> Beneyto, Juan. *Op. Cit.*, p. 85

<sup>110</sup> Rivadeneira Prada, Raúl. *La Opinión Pública*, México, Ed. Trillas, 1976, p. 15 (Prefacio)

<sup>111</sup> *Ibidem*, p. 54

<sup>112</sup> *Ibidem*, p. 5-6

"En el caso de la opinión pública, dicho input, equivale a información, dado que también ésta constituye una especie de energía".<sup>113</sup>

Según el autor, si se considera a la opinión pública como un sistema con un ciclo de input de información, transformación de la energía introducida y un output, estamos hablando entonces de que existen emisores en el medio que rodea al sistema y receptores/comunicadores dentro del mismo.

Los atributos, en el caso de los receptores-comunicadores, "son las propiedades individuales que dirigen su comportamiento comunicativo; significa sus hábitos al respecto, sus capacidades perceptivas y discriminantes, su saber, conceptos, opiniones, normas, valores, creencias, sus hábitos de expresarse, brevemente dicho: la cultura asimilada por el individuo, las experiencias almacenadas y la capacidad desenvuelta por él".<sup>114</sup>

De acuerdo al libro del autor Rivadeneira, en un sistema de opinión pública la información que se introduce, se transforma en opinión, eso es lo que se exterioriza del sistema; entonces no basta con definir la opinión pública como un proceso psicosocial, sino que además es producto de un proceso transformativo de información.

El sistema mismo de opinión pública y el resultado de ese proceso, no se confunden, ni reciben el mismo nombre, por lo que se ha dado en llamar al primero *clima de opinión*, y *opinión pública*, al producto que se obtiene.

Elizabeth Noelle-Neumann, expone:

"Donde no existe una causa real que suscita la opinión pública, las corrientes del tiempo, actitudes, normas, sistemas de valores forman un 'clima de opinión', desde el cual se puede desarrollar muy rápidamente una opinión pública exigente".<sup>115</sup>

Por lo tanto, se deduce que una opinión pública es un mensaje sustancialmente valorativo y exigente, sea a favor o en contra de un individuo, un grupo, una organización, un comportamiento, una intención, un objetivo, un plan, una decisión, etc.<sup>116</sup>

"El ambiente del sistema abierto del clima de opinión está constituido por la sociedad, o está integrado por aquellas entidades que en el caso concreto, proporcionan al sistema el *input energético* en forma de información, y aun ese clima de opinión no constituye una unidad estática, constante, sino que cambia con los emisores de información y quienes experimentan el poderlo de la opinión pública".<sup>117</sup>

La finalidad de ese mensaje, como producto del proceso de transformación de información, es desencadenar reacciones que ejerzan presión social en individuos, grupos y organizaciones sociales para que asuman una conducta intencionada, es decir, impulsa a determinados comportamientos; éstos efectos suscitan la importación de nueva información en el sistema, y así sucesivamente.

---

<sup>113</sup> *Ibid.*, p.9

<sup>114</sup> *Ibid.*, p.10

<sup>115</sup> *Ibid.*, p. 11

<sup>116</sup> *Ibid.*, P. 14

<sup>117</sup> *Ibidem.*, p. 13



Si llevamos todas estas concepciones a un escenario cotidiano, tendríamos que en nuestra sociedad, como un sistema abierto, quienes proveen de información son los medios masivos; el cambio de actitudes y comportamientos, se produce en sus integrantes; somos creadores de opinión pública, al encargarnos de transformar la información que nos proporcionan en ese poderío social que ejerce presión sobre otras instituciones.

## **2.2 Las tendencias de la opinión en los medios impresos.**

### **El caso de los periódicos *Reforma* y *La Jornada***

Hacer una revisión de tendencias en los diarios *Reforma* y *La Jornada*, en un periodo en que se vivió el proceso electoral más importante y determinante en la vida del país, seguramente se entenderá mejor después de realizar el análisis metodológico de la información, durante los meses que abarcó la última campaña presidencial, de noviembre de 1999 a junio del 2000.

Esto permitiría identificar o detectar determinada ideología transmitida, a veces abiertamente, a veces entre líneas, a partir de un informe del número de notas dedicadas al candidato de la "Alianza por México". Esto es, la distribución del espacio informativo, el manejo en géneros periodísticos; la ubicación de las notas; las fuentes informativas que las emitieron; el espacio otorgado en centímetros; morfología, etc.

No obstante, en este apartado se pretende plantear un sustento teórico de cómo se dan las tendencias informativas y de opinión; de qué manera se presentan en los medios impresos, cómo se les identifica y porqué se habla de que los medios responden específicamente a determinada forma de pensar (en el entendido de que es la visión de dueños y directores la que se proyecta en las informaciones que publican.)

Este trabajo se aboca a los diarios *Reforma* y *La Jornada*, pero de los planteamientos que se esbozan podrá observarse que tanto medios impresos, como radio y televisión, responden a un conjunto de intereses y necesidades que aunado a la tarea de informar y ser vínculo entre poder y sociedad, logran constituirse en una institución, herramienta, medio en sí, para intentar hacer un equilibrio y contrapeso del poder público.

"Todos los periódicos manifiestan, implícita o explícitamente, una tendencia ideológica que se refleja en el tratamiento que le dan a la información"<sup>118</sup> pero ¿porqué se habla de tendencias en los medios, tendencias informativas y de opinión?

Por una parte, la información que nos presentan los medios es ya una selección de datos que los dueños y directores de éstos consideraron para ofrecerla a un público.

"Nuestra percepción de la realidad, sobre todo de la menos próxima, se alimenta de la información que recibimos por la vía de los medios. Paulatinamente vamos conformando las

---

<sup>118</sup> Anaya Bello, Alejandro. Et Al. *De la importancia de la cultura política y la prensa*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Julio del 2000, 160 pp.

representaciones del mundo 'real' con base en los datos, imágenes y valoraciones que nos proporcionan los espacios noticiosos".<sup>119</sup>

Nosotros reflexionamos una información proporcionada por los medios, que ya ha sido previamente tratada y analizada; no se nos proporciona el dato bruto.

A través de los medios conocemos acerca del entorno y se nos proporciona una imagen del mundo institucionalizada; ha pasado por los filtros gerenciales de un medio de comunicación. La noticia porta la imagen de la empresa periodística de la cual proviene.

La información emitida, a partir de la cual conocemos del entorno político y sus actores, es un producto pre-fabricado. "Al margen de los problemas de credibilidad, los medios de comunicación de masas han llegado a constituirse en el principal vehículo de conocimiento del acontecer político."<sup>120</sup> Esto implica considerar que tenemos una visión parcial de los hechos noticiosos.

El periodista José Carreño Carlón, en un estudio titulado *El impacto de los medios de comunicación en la constitución de la política democrática*, señala que aún existen "enormes márgenes de sujeción de los medios a intereses extraperiodísticos, con tendencias a la exclusión, e incluso a la satanización antipluralista, cada vez que algún medio -no todos- ven cuestionados sus intereses o los intereses particulares de sus dueños, o los intereses o compromisos de sus operadores, especialmente en ese género tan deformado como lo es la llamada columna política"<sup>121</sup> en el caso de los diarios.

Tenemos entonces que la noticia que se transmite pasa por un proceso de filtración; que siguen existiendo vínculos con intereses que van más allá de la labor informativa y una insuficiencia de normas que regulen esta actividad.

Estos elementos preparan el terreno para que los medios adopten determinadas orientaciones en la presentación de la información, cumpliendo no solamente una exigencia de la sociedad por brindar informaciones verificadas, sino atendiendo necesidades de otras esferas del poder público y sectores privados.

Los periódicos imprimen una determinada orientación respecto a un acontecimiento, buscan en sus audiencias el efecto deseado. En función de los tópicos y atributos que el discurso periodístico adjudica a un hecho en particular, es la manera como se define una tendencia informativa.

Los medios impresos, al igual que radio y televisión, son formadores de opinión en tanto que proveen datos acerca del acontecer político a un público; aprovechan su papel de mediadores para proyectar sus puntos de vista y posiciones acerca de un hecho determinado.

---

<sup>119</sup> Arredondo Ramírez, Pablo. "Medios de Comunicación y Procesos Electorales. El caso de los noticieros de televisión". *Revista Comunicación y Sociedad*, No. 8. Enero-Abril 1990, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara, p. 17

<sup>120</sup> Arredondo Ramírez, Pablo. *Op Cit*, p.15

<sup>121</sup> Carreño Carlón, José. "El impacto de los medios de comunicación en la constitución de la política democrática". *Seminario Internacional: Partidos Políticos, Medios de Comunicación y el Proceso Democrático*, Febrero de 1999, p. 1

Además, no solamente establecen los temas en qué pensar –como se abordará en el siguiente apartado- sino que también proporcionan los tópicos a los que se encuentran asociados.

En este sentido, podría decirse que no están propiamente informando, sino transmitiendo a un público o audiencia, una interpretación de la realidad.

Señala el autor Raúl Trejo Delarbre en un estudio nombrado *Campaña y Elecciones en la prensa de la ciudad de México*, que “los medios impresos, por la variedad de intereses a los que atienden han sido receptáculos, aunque limitados, de una relativa pluralidad política.

“Pero no han dejado de estar fundamentalmente condicionados por temores, intereses de grupo, autocensuras e inercias, que siguen dificultando el desarrollo de una prensa auténticamente profesional, uno de cuyos requisitos sería la constante diversidad de enfoques u ofertas ideológicas y políticas”.<sup>122</sup>

Los medios, en su mayoría, se hallan comprometidos con determinadas ideas y no dejan de conducirse con hermetismo ante la posibilidad de adoptar y ceder sus espacios a otras líneas informativas.

Sin embargo, esas tendencias en su información, tampoco pueden tacharse de erróneas e ilícitas. Finalmente “atienden o responden” al grupo con el que se establece algún tipo de nexo y ello puede considerársele, hasta cierto punto, legítimo.

El problema radica cuando implícitamente externalan, posiciones individuales, hacen un uso patrimonialista de la información y cumplen la labor contraria: desorientar al público.

Uno de los factores determinantes en la dirección que otorgan los medios impresos a sus informaciones está relacionado con las circunstancias en que nacen o surgen estas instituciones.

Esto, sin olvidar que depende también el sentido de las palabras que se adjudica al discurso periodístico, como se señaló anteriormente, para dar fe de un acontecimiento. Existe un vínculo entre la naturaleza del medio y su forma de informar a la sociedad.

Es el caso del periódico *Reforma*, que nace como producto de “una visión empresarial inigualable que demandó una inversión inicial de 50 millones de dólares”<sup>123</sup>

Esto colocó al diario como el resultado de un proyecto empresarial periodístico, con el exitoso antecedente de *El Norte*, de Monterrey. La visión de los fundadores de *Reforma* fue, efectivamente, la de hacer del manejo y publicación de la información un rentable negocio, parte además de una tradición familiar.

Su antecesor, *El Norte*, surge el 15 de septiembre de 1938. La idea era hacer un periódico matutino, como foro para ‘la gente del Norte’, de donde le vino cabalmente el nombre, a fin de

<sup>122</sup> Trejo Delarbre, Raúl. “Campaña y Elecciones en la prensa de la ciudad de México”. Revista *Comunicación y Sociedad*, No. 8. Enero-Abril 1990. Centro de Estudios de la Información y la Comunicación. Universidad de Guadalajara.

<sup>123</sup> Esquivel Hernández, José Luis. “El Norte y la ruta de la prensa regiomontana”. Revista *Mexicana de la Comunicación*. Año XIII, Num. 66, Nov/Dic. 2000, p. 39

"contrarrestar los movimientos de la Presidencia de la República, las ideas y acciones del Gral. Lázaro Cárdenas y su proyecto de educación socialista"<sup>124</sup>

Pasó por la administración de Rodolfo Junco Voigh, primogénito de Celedonio Junco de la Vega, quien fuera un importante colaborador en distintos periódicos y revistas de México a finales de 1895. Pasó el mando de la organización a Rodolfo Junco Gómez y, posteriormente, la sociedad queda en manos de sus hijos Rodolfo y Alejandro Junco González.

En la actualidad *El Norte y Reforma* están a cargo de los hermanos Junco y cuando se les pregunta por la definición política o partidista de sus medios, responden "...somos periodistas. Nada más. Los que quieran llamarnos como quieran, están en su derecho. Nosotros somos periodistas"<sup>125</sup>

"La edición de *Reforma* se compone de un 61 por ciento de material pagado y sólo el 39 por ciento de noticias y editoriales. Sin embargo, su penetración es asombrosa y su peso periodístico abrumador entre la clase dirigente."<sup>126</sup>

No obstante, además de la existencia de *Reforma*, el semanario *Proceso* desde noviembre de 1976, y luego los diarios *Unomásuno* en sus dos primeros años, al igual que *La Jornada*, se habían constituido en la voz crítica y cuestionadora del poder político y económico.

*Reforma* emerge, junto con otros medios, con la idea de ejercer un periodismo independiente, pero sus dueños tienen una idea particular de presentar su material informativo; en su diseño es palpable la idea mercantilista de gran parte del contenido.

Por otra parte, hay diferentes estilos de informar, lo cual da a los medios un carácter más extenso y plural, dirigido a las propias tendencias que los auditorios comparten como una sociedad plural y extensa también. Las tendencias de opinión de hecho, pueden resultar necesarias, pues el público se identifica por segmentos también. De entre el público lector, no todos harían una misma lectura del periódico *El Financiero*, por citar un ejemplo, de *Excelsior* o del propio *Reforma*.

Respecto al surgimiento de los medios, "en 1984, un grupo de periodistas de *Unomásuno* tuvieron diferencias con el director Becerra Acosta y decidieron salir del diario para fundar *La Jornada*."

"El nuevo medio logró interesar a un grupo de personalidades de partidos políticos diversos, del propio gobierno, artistas e intelectuales deseosos de participar en un periódico que diera voz a quienes carecían de ella"<sup>127</sup>

Señala Raúl Trejo Delarbre que este periódico tuvo su momento más relevante durante las campañas de 1988, al ser foro privilegiado del neocardenismo, pues varios de los protagonistas de ese movimiento político debatieron y expresaron definiciones en las páginas de *La Jornada*; es por esto que logra ampliar su presencia periodística.

*La Jornada* manifestaba "ofrecer al público un medio de información y análisis confiables, adheridos a las causas de quienes viven de su salario, que seguirán siendo, como hasta ahora,

<sup>124</sup> *Ibidem*, p. 41

<sup>125</sup> *Ibidem*, p. 43

<sup>126</sup> *Ibidem*, p. 43

<sup>127</sup> Acosta, Miguel. *Los medios de comunicación y la educación ciudadana*. Academia Mexicana de Derechos Humanos, México, 1997, p. 18

destinatarios del esfuerzo y contrapartes de este compromiso" ("Mil días de vocación y deber", editorial, *La Jornada*, 29 de junio de 1987.)

Como puede observarse, los diarios en cuestión nacen en contextos muy diferentes y ello repercute sensiblemente en su enfoque informativo.

Varios autores han coincidido en señalar que los medios, en términos generales, no se han distinguido por mantener relaciones sanas respecto al poder del Estado, siendo "receptivos a eventuales sugerencias sobre el tratamiento que deberían de dispensar a algún tema de interés gubernamental"<sup>128</sup>

La historia de los medios mexicanos ha sido de un constante intercambio en el cumplimiento de intereses, las más de las veces en detrimento de una prensa objetiva, veraz, transparente, que corrompe principios éticos tanto del sector público como de los servicios informativos.

"Este tipo de relación se reflejó en la línea informativa adoptada por la mayoría de los medios de comunicación: enfatizando y presentando, casi exclusivamente, las opiniones generadas por el gobierno en temas económicos, políticos y sociales, dejando de lado o ignorando aquellas opiniones contrarias a la versión gubernamental"<sup>129</sup>

Sin embargo, a finales de la década de los 60's, a raíz del movimiento estudiantil, la sociedad comenzó a ser más participativa en las cuestiones públicas y exigió medios de comunicación más confiables, por lo que se presentó un cambio en la actitud de estas instituciones.

Esos cambios daban cuenta de que el escenario político se estaba modificando también, y propició que el ambiente en que se desarrollaban los medios cambiara igualmente; existían nuevos actores políticos y exigían nuevas tribunas donde encontrarán terreno favorable para sus planteamientos.

Los medios impresos se han transformado lentamente, intentando ser más abiertos y plurales, y han comenzado por establecer un nuevo tipo de relación independiente con el gobierno; no obstante el viejo modelo de hacer periodismo, si bien ha empezado a agotarse, aún no desaparece.

"El Estado mexicano todavía no ha renunciado a vigilar que el comportamiento de los medios se ajuste a sus intereses, ni los medios han adoptado una posición plenamente independiente. Si bien existe un mayor número de medios de comunicación que gozan de relativa independencia del gobierno, en conjunto, los medios no han cumplido con su responsabilidad social al olvidar que existen aspectos éticos en la información transmitida que no deben de estar subordinados a sus intereses empresariales".<sup>130</sup>

Los monitoreos que realizaron el Instituto Federal Electoral, la Academia Mexicana de Derechos Humanos, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y la Universidad Iberoamericana, para determinar la equidad de las coberturas informativas de los medios, fundamentalmente electrónicos, en el proceso electoral del 2000, revelan que en general los medios aun no dejan de apoyar la estructura tradicional del poder político, liderado 70 años por un mismo partido político.

---

<sup>128</sup> *Ibidem*, p. 9

<sup>129</sup> *Ibidem*, p. 11

<sup>130</sup> *Ibidem*, p. 25

Aun cuando ha quedado registrado en la historia de los medios, el surgimiento de algunos, asumiendo una posición más crítica respecto a la visión gubernamental, todo parece indicar que la inercia por responder a intereses aliados con el poder del Estado, sigue siendo una práctica común en México.

Y es que no sólo en el caso de los gobiernos partidistas se presenta el caso de que nadie puede estar exento de condicionar o inducir un mejor tratamiento informativo hacia el grupo político que los llevó al poder. Esa regla se aplica igualmente a los medios.

Los resultados de los estudios sobre las coberturas informativas en la campaña presidencial del 2000, reportados en la *Revista Mexicana de la Comunicación*, ejemplifican lo expuesto:

"De acuerdo con los monitoreos del IFE y conforme al análisis de Mony de Swaan en *Milenio Diario*, entre enero y junio, el tiempo de cobertura informativa en 210 noticiarios, 124 radiofónicos y 86 televisivos de todo el país, se repartió como sigue: el PRI concentró 42%, Alianza por el Cambio alcanzó 27%, Alianza por México tuvo 20% y el resto de los partidos políticos no sumaron más del 18%".

"Durante el mismo periodo, el mayor tiempo positivo fue a favor del Partido Revolucionario Institucional con 46%, seguido de Alianza por el Cambio que obtuvo 27% y Alianza por México con 20%".

"Los monitoreos del IFE también mostraron que, entre el 19 de enero y mediados de marzo, los medios electrónicos lograron una relativa equidad en la cobertura informativa. Pero a partir del tercer mes del año, y de manera paulatina, el PRI comenzó a concentrar hasta el 50%, lo cual nunca se revirtió"

El Director de la *Revista Mexicana de Comunicación* y Coordinador de Periodismo de la Universidad Iberoamericana, Omar Raúl Martínez, al citar los datos anteriores refiere que "fue inocultable la parcialidad a favor del PRI tanto en la cantidad del tiempo dedicado como en el tratamiento informativo concedido, lo que a su vez supone que salieron a relucir los añejos mecanismos de inducción o control hacia los medios".<sup>131</sup>

Los estudios realizados en esta materia concentran su atención generalmente en radio y TV, por ser los medios que más altos índices de penetración tienen. Así lo demuestra "una investigación realizada a principios de 1996 por el Instituto Federal Electoral y el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, sobre los medios por los cuales la gente se entera de la política:

- |                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 1) por la televisión                  | 59% |
| 2) por la radio                       | 17% |
| 3) por la prensa                      | 10% |
| 4) por los tres                       | 6%  |
| 5) por otros medios o no les interesa | 7%  |

(Datos de Martínez, Omar Raúl "Datos Duros sobre monitoreos de coberturas electorales", en *Revista Mexicana de la Comunicación*. Año II, Número 63, May/Jun del 2000)

<sup>131</sup> Martínez, Omar Raúl. "Saludos de la Jornada mediática-electoral", en *Revista Mexicana de la Comunicación*. Año II, Núm. 64, Jul/Ago del 2000, p. 5

"Un monitoreo de tres noticieros televisivos y de tres diarios realizado por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Monterrey, arroja luces de interés en torno a la calidad de las coberturas y tratamientos informativos a partidos políticos y candidatos.

"De entre los medios analizados del 1° de marzo al 18 de abril, se consideraron los diarios *La Jornada*, *Excelsior* y *Reforma*, *Televisa*, *TV Azteca* y *Canal 40*.

"El espacio que se otorgó a los candidatos presidenciales se repartió así: en prensa, el aspirante del PRI sumó alrededor de 23 mil centímetros cuadrados, 15 mil centímetros cuadrados fueron para Fox, 14 mil para Cuauhtémoc Cárdenas...<sup>132</sup>

Aunado a estos índices de cobertura, los medios analizados dejaron ver en sus informaciones que las plataformas electorales de cada uno de los candidatos presidenciales fue menos importante, como resaltar las situaciones espectaculares de las campañas, centrándose en escándalos, controversias, acusaciones y descalificaciones.

A partir de todos estos datos podemos concluir que si bien es cierto que con los años, la prensa en México ha presenciado y propiciado cambios en su manera de relacionarse con el poder del Estado, visible en sus contenidos informativos, también es cierto que aun no desaparece del todo esa tendencia de algunos medios a privilegiar intereses únicamente periodísticos.

Las tendencias o la posición que fija un diario respecto a cualquier acontecimiento, puede ser válida en la medida en que no desoriente al público lector presentando su propia forma de interpretación de la realidad.

Contamos con distintos medios ubicados en diferentes terrenos de interpretación, que pueden satisfacer la necesidad informativa de un sector del público en particular. Lo que revive las prácticas de subordinación del periodismo, plagado de complicidades con el Estado, es que por no querer afectar intereses políticos o económicos se violente el derecho de los ciudadanos a contar con información verídica y comprobada sobre asuntos de interés nacional.

### 2.3 Influencia de los diarios en la conformación de la Opinión Pública

Los medios de comunicación, y especialmente la prensa, han representado una fuerza poderosa en la toma de decisiones, ya que éstos marcan la pauta en los puntos de interés de la 'agenda' nacional, son ellos los que nos cuentan la historia diaria.

Establecen los temas de interés para sus usuarios; la prensa no resulta exitosa al decirles a las personas qué pensar, pero sí en cambio, cuando señalan a los lectores acerca de lo que deben pensar.

"Son los medios los que han contribuido a establecer la agenda pública, es decir, a concentrar la atención del público en temas que ellos seleccionan; deciden el modo en que presentan esos temas muchas veces al servicio de ese proceso de desestructuración social, de la aniquilación del Estado de derecho".<sup>133</sup>

<sup>132</sup> Martínez, Omar Raúl. "Datos duros sobre monitoreos de coberturas electorales", *Revista Mexicana de la Comunicación*, Año II, Num. 63. May/Jun del 2000, p. 7-6

<sup>133</sup> Carreño Carlón, José. *Op. Cit.*, p. 3

En un estudio del investigador Pablo Arredondo Ramírez, acerca de los medios de comunicación y los procesos electorales, señala que en un clásico artículo, los norteamericanos McCombs y Shaw plantearon la necesidad de reconsiderar la influencia política de los medios, partiendo de los supuestos:

- a) los medios constituyen la principal fuente de conocimiento y contacto de los individuos con la vida política y,
- b) su mayor potencial consiste en establecer los temas prioritarios del acontecer político; en resaltar ciertos aspectos y minimizar otros

A esta interpretación se le ha identificado como la 'función de establecimiento de agendas' de los medios.

De acuerdo con ello, "la prensa tendría el poder de influir en el pensamiento y la percepción de la ciudadanía sobre los sucesos políticos de una manera indirecta; no tanto sugiriendo qué pensar sobre la realidad, sino acerca de qué aspectos de la realidad pensar".<sup>134</sup>

No debemos olvidar que la información que presentan los medios impresos es ya una interpretación, una versión editada de esa realidad, por lo tanto, este hecho es de por sí una forma práctica de influencia sobre los pensamientos y razonamientos de un público lector, independientemente de que sea noticia de ocho columnas o del interior de sus páginas.

"A partir del concepto de 'agenda', entendida como una selección de tópicos, problemas, sujetos, sucesos, etc., el discurso informativo de los medios puede ser concebido como una forma de estructurar la realidad; un proceso en el que están implicados factores de selección, ponderación e interpretación".<sup>135</sup>

De ahí que, independientemente del efecto que pueden generar en una audiencia con sus informaciones, las notas periodísticas lleven determinada dirección; tienen un fin muy específico.

Señala Pablo Arredondo que "no se trata de suponer que detrás de cada noticia o programa informativo opera una conciencia de manipulación y de adoctrinamiento, sino una lógica inevitable de mediación social y de producción de sentido".<sup>136</sup>

Si hemos visto que los medios de comunicación, y la prensa escrita concretamente, responden a través de sus informaciones a intereses políticos o empresariales, habrá que considerar que esa necesidad de producción de sentido es justamente el factor clave para propiciar un ambiente donde los usuarios comulguen con la posición política de la empresa informativa.

Se trata de su propia necesidad: influir a determinado sector de la sociedad, sobre un tema por ellos seleccionados y que se ha calificado como relevante. Desde este punto de vista, asimismo, los propietarios o directores del periódico, analizan, emiten un juicio y toman una posición frente a los hechos más sobresalientes del día.

<sup>134</sup> Arredondo Ramírez, Pablo. *Op. Cit.* P. 20

<sup>135</sup> *Ibidem*, p. 21

<sup>136</sup> *Ibidem*, p. 21



Los diarios se encargan, efectivamente, de producir sentido, lo requieren porque no sólo satisfacen una necesidad social, son tribunas de poder y atienden a una variedad de intereses de acuerdo a su ubicación en la historia mediática de nuestro país.

Acerca del proceso de conformación de la opinión pública, la investigadora Elizabeth Noelle Neuman, formuló el paradigma de la espiral del silencio, que viene a explicar la naturaleza de la opinión pública y los elementos que la constituyen.

Este modelo teórico nos permitirá entender porqué los diarios se erigen como una herramienta indispensable para moldear una opinión pública.

*“La Espiral del silencio se centra en el proceso de formación de la opinión pública, desde la perspectiva de la observación que hace el individuo de su entorno social; viene a desmitificar de muchas maneras el viejo modelo de opinión pública como la voz del pueblo. Esa voz a la que se le atribuyen y se le atribuyen todavía funciones incluso de juez supremo y universal, en el sentido de que la opinión pública ya dictó su veredicto a favor o en contra de algo o de alguien”*<sup>137</sup>

La definición que se construye desde esta perspectiva es que los individuos para evitar sentirse aislados y rechazados, renuncian a sus pensamientos, ideas, emociones, que aunado a sus propias dudas para emitir juicios, es lo que conforma la opinión pública.

De acuerdo al modelo en referencia, no se trata de expresiones consensadas sobre un tema en particular, sino de una necesidad de inclusión que les exige aceptar como propias y válidas las posiciones de otros, las visiones institucionalizadas de los hechos, la visión de los propios medios.

En ese sentido, señala la autora Noelle Neumann que *“habría que llamarla no opinión pública, sino opinión dominante; imponen sus visiones e intereses al seleccionar los temas y el modo de tratarlos.*

*“Especialmente en situaciones de cambio, en situaciones de transición entre regímenes políticos, de inestabilidad o de desmoronamiento institucional, el individuo es testigo de luchas entre posiciones e intereses y versiones opuestas sobre la realidad.*

*“Es compelido por la opinión dominante a tomar partido, y para ello el individuo lo que hace en esta autodefensa para no sentirse aislado, evalúa la fuerza y el carácter movilizador y apremiante, así como las posibilidades de éxito de los temas, las versiones, las interpretaciones”*<sup>138</sup>

Por ello se dice que los medios no sólo reflejan una opinión pública, sino que la adelantan; ellos mismos crean los climas de opinión y los imponen, generando efectos diversos en su entorno, presiones sociales, combatividades, pero producto de una intención que busca y encuentra los desenlaces previstos.

*“Los medios, si bien acompañan a la sociedad, pueden también adelantarse a ella, pronosticando y adecuándose a los cambios a la par que éstos van gestándose, y en esta medida sugerirle vías de reacción frente a la realidad”*<sup>139</sup>

<sup>137</sup> Carreño Carlón, José. *Op Cit* p. 3

<sup>138</sup> *Ibidem*

### Capítulo III.

#### La campaña de Cuauhtémoc Cárdenas

El periodo comprendido de octubre de 1999 al 2 de julio del 2000, en el marco de la jornada electoral más competitiva de la historia de México, representó la posibilidad de que casi 60 millones de ciudadanos que estaban empadronados acudieran a las urnas para elegir un nuevo gobierno y culminar con 71 años de hegemonía del Partido Revolucionario Institucional.

“Por primera ocasión en muchas décadas el resultado no podía preverse”.<sup>140</sup>

El 2 de julio los mexicanos demostraron que estaban dispuestos a dar los primeros pasos en el quehacer democrático. “Por encima de las preferencias se impuso el hecho asombroso de que la competencia y la limpieza de los comicios fueran posibles”.<sup>141</sup>

Esta jornada electoral significó el momento histórico en que los mexicanos elegirían un presidente de acuerdo a procedimientos convenidos por todos los partidos políticos y administrados por un órgano electoral autónomo, el Instituto Federal Electoral.

México había sido gobernado por el PRI desde el origen mismo de esta fuerza política en 1929, entonces bajo el nombre de Partido Nacional Revolucionario, y fue hasta las reformas electorales de 1977 cuando se comenzó a vislumbrar la posibilidad de victorias electorales genuinas para una oposición en aumento.

El Partido Acción Nacional, cuyo origen se da en 1939, fue el primero en disfrutar estos cambios. En 1963 ganó una elección municipal y logró el control de cinco curules en la Cámara de Diputados.

A fines de la década de los 80's, había ganado varias alcaldías importantes, la gubernatura en el Estado de Baja California y el dominio de 38 curules.

Por su parte, el Partido de la Revolución Democrática (PRD), había sido creado tras la desertión de importantes figuras políticas dentro del PRI que manifestaron su inconformidad con las formas continuas de selección de sus candidatos.

Mexicanos de diferentes sectores políticos y sociales apoyaron la idea de un cambio necesario y trascendente en el rumbo del país y sus habitantes.

Tales sectores destinarían sus esfuerzos a respaldar la candidatura presidencial del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano en 1988. Ágilmente emergió como un competidor indiscutible y acreditado durante los siguientes años.

---

<sup>139</sup> Bache, Ximena. « Rol de los medios masivos electrónicos (televisión y radio) en el proceso electoral del 2 de julio del 2000: respuesta o directriz ». *Boletín de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública*. Año 7, Núm. 26, Octubre 2000.

<sup>140</sup> Villoro, Juan. “Domingo de transición”, *Memoria Gráfica de la Democracia 2000*, Instituto Federal Electoral, México 2000, p. 7

<sup>141</sup> *Ibidem*.

Después de las elecciones de 1997 en que se eligió por primera vez Jefe de Gobierno del Distrito Federal, resultando ganador el Ing. Cárdenas, el PRD se convirtió en la segunda gran fuerza política en la Cámara de Diputados. Hoy, la escena electoral en México es plural y competitiva como en ningún otro momento de la historia de la Nación.

A dos años de la jornada electoral del 2000, se ha determinado que dicho proceso se tramitó con desconocido aplomo, pero principalmente en un novedoso ambiente de credibilidad de parte de los mexicanos en las autoridades electorales, quienes tendrían el enorme peso de vigilar que se diera un proceso de elección limpio y sin irregularidades.

A continuación, se desarrollará un recuento de los momentos más trascendentes de la campaña del 2 de julio del 2000 por parte del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas, con sus referentes de eventos y propuestas que se consideran de mayor interés, así como la visión que reflejaron los medios informativos en general.

A este respecto cabe mencionar que "los medios masivos de comunicación -prensa, televisión y radio- desempeñan un papel destacado en la formación de opinión de quienes acudirán a las urnas.

"En teoría, sus objetivos en tiempos electorales son proporcionar información objetiva de todos los contendientes en condiciones de igualdad; emitir comentarios derivados de su línea editorial acerca del proceso y los actores involucrados en él, así como servir de espacio para el debate entre diferentes posiciones políticas".<sup>142</sup>

Sabemos que es posible y razonable que los medios tiendan a favorecer a alguna de las alternativas, lo cual no debe implicar que esto empañe la seriedad del trabajo periodístico al momento de presentar datos de la cobertura informativa en general, o incluso llevar a la inducción abierta del voto hacia alguno de los partidos.

La forma en que los medios difunden la información del proceso político, así como la naturaleza de las opiniones que transmiten, influye sobre la decisión de los electores.

### 3.1 Surgimiento de la Alianza por México

Algunos de los datos que se redactan a continuación fueron obtenidos del trabajo que desarrolló la Lic. Leticia Salazar, colaboradora de Cuauhtémoc Cárdenas en la campaña, el cual consistió en un registro de los encuentros que realizó el candidato de la Alianza por México con organizaciones políticas y sociales, a fin de dejar un testimonio de los recorridos a lo largo y ancho del país. El trabajo lo tituló "Campaña 2000"

A partir del mes de octubre de 1999 dieron inicio las actividades proselitistas encaminadas a fijar la posición política de cada uno de los contendientes por la Presidencia de la República y asimismo para dar a conocer al electorado sus proyectos de Nación.

<sup>142</sup> Acosta Valverde, Miguel; Parra Rosales, Luz Paula. "Los procesos electorales en los medios de comunicación". *Guía para el análisis de contenido electoral en México*, Academia Mexicana de Derechos Humanos, A.C., Universidad Iberoamericana, México, 1995, p. XVII

Cárdenas, en reunión con integrantes del Comité Ejecutivo Nacional del PRD el 7 de octubre de ese año, anunciaba que el inicio formal de su campaña sería a mediados de este mes en La Paz, Baja California Sur.

En el Estado de Campeche, el 23 de octubre, pide a militantes y simpatizantes organizarse y buscar mayores apoyos para constituir una Alianza por México que permitiera obtener un triunfo electoral en beneficio de la población mexicana.

Las palabras del candidato se orientaban a fortalecer la unidad partidista y avanzar en el encuentro con otras organizaciones políticas y sociales.

Durante la toma de protesta de Cárdenas como candidato del PRD a la Presidencia de la República, en octubre 24, ubicaba al partido como un instrumento al servicio de las mejores causas del país y dispuesto, en la perspectiva de hacer menos difícil la tarea de reconstrucción, a tender puentes hacia otros partidos y agrupaciones políticas nacionales, a organismos civiles de la sociedad para conformar una Alianza.

Esa posibilidad de aliarse a diversas fuerzas políticas que estuvieran decididas a luchar por un cambio en la manera de conducir el rumbo de la Nación, comenzó a concretarse con el Partido del Trabajo; a mediados de octubre las negociaciones entre el Partido de la Revolución Democrática y los partidos emergentes para impulsar una coalición estaban en marcha.

Existía interés de parte de Convergencia por la Democracia y del Partido de la Sociedad Nacionalista, pero resaltaba la necesidad de cumplir con el nuevo requisito que imponía el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación: presentar una plataforma legislativa común.

La idea de Cárdenas era integrar una gran coalición que rebasara el ámbito electoral, al tener un proyecto común de diversas fuerzas políticas para conformar el gobierno plural que México requería.

A fines de octubre del 99, "el cuarto Consejo Nacional del PRD ratificó su voto de confianza y autorización para que continuaran las pláticas con 25 agrupaciones políticas y varios partidos, para convenir un acuerdo de coalición, encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas".<sup>143</sup>

El candidato declaraba que en la unión de las diferentes fuerzas políticas y sociales de centro izquierda se encontraba el camino para tener un gobierno con el respaldo y representación de todas las corrientes populares.

Para el 24 de noviembre de ese mismo año, el Partido del Trabajo quedó formalmente aliado con el PRD, Convergencia por la Democracia, el Partido de Alianza Social y Sociedad Nacionalista, a fin de llevar a Cuauhtémoc Cárdenas a la Presidencia.

Este acto representaba el esfuerzo unitario más importante del proceso electoral en puerta, "iniciado en respuesta a la convocatoria de Cárdenas, cuando el 26 de febrero pasado, propuso en Cuernavaca, Morelos, una amplia alianza plural de todos los partidos políticos de oposición. Acción

---

<sup>143</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Con mejor posición, el PRD irá a los comicios del 2000", *La Jornada*, 24 de octubre de 1999, p. 14

Nacional quedó fuera de ella, al no aceptar la realización de elecciones primarias para elegir al aspirante presidencial de la coalición".<sup>144</sup>

Así, el 27 de noviembre Cuauhtémoc Cárdenas da a conocer que el Partido Alianza Democrática Nacional lo postula como aspirante a la Presidencia. Sus palabras fueron:

"...tendremos que coordinarnos desde nuestra dirección nacional (del PRD) con las direcciones nacionales de los otros partidos y tendremos que hacer que en esta campaña se refleje la pluralidad de la Alianza. No resulta fácil la coordinación, en este caso quiero pedir a todas y todos, su mayor voluntad y su mayor empeño para que mostremos la fuerza de Alianza por México y su vocación de triunfo..."<sup>145</sup>

Cárdenas aseguraba que dicha alianza constituía la única oposición real en nuestro país, pues se luchaba por un cambio profundo y radical en la forma de conducir a la Nación, por un combate a fondo contra la corrupción, por poner fin a la impunidad, por recuperar la soberanía y al mismo tiempo establecer la plena vigencia de un estado de derecho.

Según el Acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de agosto de 1999, el Consejo General del Instituto Federal Electoral, con fecha 9 de agosto del mismo año, en sesión extraordinaria, aprobó el Acuerdo por el que se expidió el *Instructivo que deberán observar los Partidos Políticos Nacionales que busquen formar Coaliciones para las elecciones de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, de Senadores y de Diputados por el principio de representación proporcional, así como de Senadores y de Diputados por el principio de mayoría relativa, en sus dos modalidades, para el proceso electoral federal del año 2000.*

Con fecha 7 de diciembre de 1999, los Partidos Políticos Nacionales denominados Partido de la Revolución Democrática; Partido del Trabajo; Convergencia por la Democracia; Partido Político Nacional; Partido de la Sociedad Nacionalista y el Partido Alianza Social, presentaron ante la Presidencia del Instituto Federal Electoral, en los términos establecidos por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y atendiendo lo preceptuado por el Instructivo aprobado en referencia, solicitud de registro de la Coalición denominada Alianza por México, para postular candidato a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, misma que fue aprobada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral en sesión ordinaria el 17 del mismo mes y año.

En este acto, el candidato de la Coalición solicitaba al Consejo General del IFE, mantenerse atento al desarrollo del proceso a fin de que se diera con plena legalidad y especialmente atento al comportamiento de los medios de comunicación en lo que hace a los contenidos de propaganda política.

Se requería una presencia equitativa de los distintos partidos y de la propia coalición a través de los medios durante el curso de la campaña electoral, lo cual coadyuvaría de manera importante en el avance y construcción de un verdadero sistema democrático en el país.

El 18 de diciembre de 1999 Cárdenas tomaba protesta como candidato a la Presidencia de la República por la Alianza por México, con lo que se concluía un ciclo de la campaña electoral:

<sup>144</sup> Galán, José; Zúñiga, Juan Antonio. "Anuncia PT la alianza con PRD y tres partidos más para el 2000", *La Jornada*, 24 de noviembre de 1999, p. 22

<sup>145</sup> Salazar, Leticia. *Campaña 2000. Ing. Cuauhtémoc Cárdenas. Octubre 1999/junio 2000*. México

constituir una coalición de partidos políticos que pretendía revertir la tradición partidista y de gobierno; el 5 de enero del 2000 obtiene su registro por parte del IFE como candidato de la Alianza.

Sus declaraciones eran que durante los recorridos por el país se encontraban con una adhesión cálida y de muy alta participación, tanto en las organizaciones partidarias como en los grupos ciudadanos que dejaba ver la capacidad de convocatoria y movilización.

Atendiendo a su obligación legal, la coalición Alianza por México, presentó el 12 de enero del 2000, la plataforma electoral que Cuauhtémoc Cárdenas sostendría a lo largo de la campaña política.

“La propuesta de la Alianza por México era mucho más que la alternancia en el poder, fue la edificación de un nuevo proyecto de nación que superara la discriminación, la inequidad, la injusticia, la impunidad y la intolerancia”<sup>146</sup>

“Algunos de sus planteamientos giraban en torno a que la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos ya no respondía a los anhelos democráticos de sus conacionales, ni a las necesidades del presente y del futuro, perdiendo su capacidad de garantizar la gobernabilidad democrática y un desarrollo económico con equidad y justicia”<sup>147</sup>.

“Se consideraba indispensable modificar la Carta Magna, proponiendo la discusión pública sobre la expedición de una nueva y efectuar una consulta plebiscitaria nacional que incluyera su nueva redacción, las modalidades para la formación del Congreso Constituyente que pusiera fin al presidencialismo, al partido de Estado y su continua política económica y social”.<sup>148</sup>

La Alianza formula propuestas y reformas orientadas a:

1. Una administración pública, eficiente y honesta
2. Seguridad pública y libertades ciudadanas
3. Educación nacional para el desarrollo y la democracia
4. Los derechos de la mujer y la igualdad de género
5. La situación de las comunidades indígenas
6. La paz en Chiapas<sup>149</sup>

### 3.2 Vinculación del PRD con Alianza por México

La Alianza por México fue una coalición de partidos políticos jurídicamente constituidos, la cual buscó el acceso al poder público mediante los mecanismos y procedimientos contemplados en la legislación para lograr la instauración de un régimen de gobierno democrático que propiciara el mejoramiento de las condiciones de vida de los mexicanos, en un ambiente de orden y respeto a sus libertades.

<sup>146</sup> Datos obtenidos de la página en Internet de la Alianza por México: [www.alianza-por-mexico.org.mx/plataformapolitica](http://www.alianza-por-mexico.org.mx/plataformapolitica)

<sup>147</sup> *Ibidem*

<sup>148</sup> *Ibidem*

<sup>149</sup> *Ibidem*

Sus miembros fueron organizaciones independientes, autónomas, con ideología, valores y proyectos bien definidos, los cuales se aliaron mediante un pacto de orden político-electoral, para alcanzar el objetivo común de construir un sistema democrático del más amplio contenido ideológico: incluyente, participativo, tolerante y que propiciara la más amplia participación de la sociedad en la toma de decisiones de los problemas y asuntos de interés.

Se buscó establecer una plataforma común de referentes ideológicos, necesaria para transformar el sistema político que reclamaba el país y la sociedad mexicana de fin de siglo.

El PRD constituye un instituto político convencido que la democracia es el instrumento del que dispone la sociedad mexicana para llevar adelante la positiva transformación del Estado, y que la diversidad ideológica y de criterios constituyen las premisas a través de las cuales es posible conciliar diferencias para alcanzar acuerdos en beneficio de México.

Este partido ha planteado en distintos foros que el diálogo, la negociación y la concertación, así como el respeto a la diferencia y la opinión ajena, son las condiciones fundamentales para llegar a acuerdos en la búsqueda de un nuevo modelo político que permita organizar, de manera eficiente y honesta, a la sociedad mexicana, los partidos y las organizaciones sociales.

A partir de estos planteamientos es que se logra vincular el PRD con las restantes fuerzas políticas que integraron la Alianza, con el objetivo común de unir esfuerzos para cambiar de fondo y no sólo de fachada la manera de gobernar, buscando que los beneficiarios principales de las políticas públicas fueran los sectores de población mayoritarios y no un grupo reducido de financieros y políticos.

La tarea del PRD, era buscar el acercamiento y tender puentes hacia las organizaciones sociales y grupos ciudadanos de carácter progresista y democrático, hacia otros partidos políticos, con los que se coincidiera en los objetivos prioritarios de la acción política:

- el rescate del ejercicio de la soberanía
- la defensa del petróleo como recurso estratégico de un desarrollo económico independiente
- una paz con justicia y dignidad en Chiapas
- la defensa de la educación pública laica y gratuita
- la defensa de la autonomía sindical y la promoción de una legislación laboral que se actualice, reconociendo los cambios que en la relación laboral imponen tanto los avances tecnológicos como la mundialización de la economía, y al mismo tiempo preserve y fortalezca las conquistas de los trabajadores
- la defensa del empleo y de un salario que recupere consistentemente poder adquisitivo
- el respeto a los derechos humanos
- la revisión de los acuerdos comerciales internacionales, para generar condiciones de equidad en la competencia con los productores nacionales.<sup>150</sup>

"La lucha en estos campos no es sólo del PRD o de los partidos políticos, sino de éstos sumados a los esfuerzos de sindicatos y trabajadores, de organizaciones campesinas y de grupos ciudadanos"<sup>151</sup>

<sup>150</sup> Cárdenas Cuauhtémoc, "¿Cuáles son nuestras tareas?", *La Jornada*, México, 7 de julio del 2000.

<sup>151</sup> *Ibidem*

### 3.3. Cronología de la campaña

Considerando que no fue posible obtener un documento en concreto que especificara cuáles fueron los eventos de mayor relevancia durante la campaña, se determinó que la manera de reconstruir esta cronología era recurriendo a los propios diarios *Reforma* y *La Jornada*.

Asimismo del registro que elaboró la Lic. Leticia Salazar, colaboradora cercana de Cuauhtémoc Cárdenas en la campaña del 2000, hemos destacado los 25 actos más significativos en el periodo de octubre de 1999 a junio del 2000, tomando en cuenta la cantidad de gente que asistió, la temática que se abordó, así como los sectores con que el aspirante estuvo reunido.

A partir de esos 25 actos, se reconstruye la cronología de los mismos que constituye finalmente la materia a la que se aplicará el análisis morfológico, a fin de determinar el trato informativo que se dio a la campaña de la Alianza por México.

El año 2000 ha sido, en la historia de nuestro país, un periodo que brindó muchas oportunidades a los mexicanos para contribuir a realizar cambios importantes en la forma de gobernarnos y de quienes se encargaban de gobernarnos.

Hoy sabemos que la elección del 2 de julio fue el término del régimen de partido de Estado. En otro sentido constituyó también el tercer esfuerzo sin concretar de Cuauhtémoc Cárdenas para llegar a la Presidencia de la República e instrumentar, según sus aspiraciones, otra forma de gobierno.

Nuevamente el candidato de izquierda estaba representado por el líder moral del PRD; venía de gobernar la ciudad de México con logros alcanzados pero también con fuertes críticas por las tareas pendientes de realizar.

No faltó quien, al enterarse de su postulación por parte del PRD y PT, le cuestionara el hecho de contender una vez más, pero la reflexión era que tras el triunfo que obtuvo en 1997 en la elección de Jefe de Gobierno del Distrito Federal, se convertía en el "candidato natural" de su partido para buscar la Presidencia.

De acuerdo a los datos proporcionados por el entonces vocero oficial del PRD, Carlos Navarrete, con la toma de protesta de Cárdenas Solórzano como candidato a la Presidencia de la República por el Partido de la Revolución Democrática, se daba paso al inicio formal de las actividades de campaña en el mes de octubre de 1999. Tendría formalmente también la candidatura presidencial del PT.

El 20 de octubre de ese año durante su asistencia a la Universidad Iberoamericana, habló de la posibilidad que nuevamente se presentaba para realizar un cambio en el régimen político del país, pero esta vez quizá con una organización muy superior a la que tuvo en 1988 y 94.

"El Partido de la Revolución Democrática tendrá presencia en todas y cada una de las 60 mil secciones electorales de todo el país, así como en las 110 mil o 120 mil casillas que se instalen el 2 de julio"<sup>152</sup>, afirmaba el candidato. Fue contundente al asegurar que la suya, era la candidatura más fuerte y concebía tal vez repetir el suceso del 88.

<sup>152</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "El PRD, listo para defender el voto: Cárdenas", *La Jornada*, 20 de octubre de 1999.



El Centro de Convenciones de Acapulco, Guerrero, fue el escenario en que Cárdenas tomó protesta como candidato presidencial del PRD, el 25 de octubre. Según reportaba *La Jornada*, acudieron más de cuatro mil simpatizantes de todo el país y resumía en tres líneas su tercera campaña en pos de la más alta magistratura: "ganar legítima y democráticamente el poder; ser gobierno y acelerar el tránsito del país a la democracia"<sup>153</sup>

Fue la tercera ocasión en que rindió protesta como candidato presidencial, esta vez buscando concluir la "tarea democratizadora inconclusa" que había iniciado en 1988.

Amalia García, entonces presidenta del PRD, declaraba que ese partido buscaría obtener 17 millones de votos para hacer ganar a su candidato; preveía que se estaba en mejores condiciones que nunca, pues el partido gobernaba en cinco entidades de la República, contaba con 126 Diputados federales y 16 senadores, y encabezaban cerca de 300 municipios en todo el país, gobernando alrededor de 20 millones de hombres y mujeres.<sup>154</sup>

Para estas fechas el PRD se encontraba tendiendo puentes hacia otros partidos políticos, hacia numerosas agrupaciones políticas nacionales, a organismos civiles para constituir la Alianza por México.

En el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), justamente donde se formaron algunos de los más relevantes promotores de la política neoliberal en el país, "como Miguel Mancera Aguayo, Pedro Aspe Armella y Carlos Hurtado"<sup>155</sup>, con un auditorio de aproximadamente 500 alumnos, Cárdenas reportaba la crisis de la economía mexicana, señalando que entre 1982 y 1999 el valor total de la producción nacional había crecido sólo 2.1 por ciento en promedio anual.

El periódico *Reforma* reportaba que Cárdenas, por primera vez en su tercer intento por alcanzar la Presidencia, había diseñado los ejes de su nueva estrategia económica que abarcaban la aplicación de una moderna política industrial, una reforma profunda del sistema bancario y financiero, así como una reforma fiscal.<sup>156</sup>

Esa misma fecha en que el candidato presentaba ante estudiantes del ITAM su propuesta económica, el 28 de octubre, siete agrupaciones políticas nacionales con reconocimiento ante el IFE y cinco organizaciones sociales y campesinas, (Agrupación Política Campesina, Agrupación Alianza Zapatista, Asamblea Nacional Indígena, Convergencia Socialista, Sentimientos de la Nación y Unión Nacional Lombardista) anunciaban formalmente su adhesión a la campaña de Cárdenas.<sup>157</sup>

Estaba por finalizar el sexenio de Ernesto Zedillo, y la situación en el Estado de Chiapas seguía sin ninguna modificación importante; presencia militar y sin visos de pretender acceder a las demandas de las comunidades indígenas. Cuauhtémoc Cárdenas pretendía ser la respuesta.

En ese sentido, durante un acto público en la explanada frente a la Catedral de San Cristóbal de las Casas el 31 de octubre del 99, proponía dar cumplimiento a los Acuerdos de San Andrés a fin de que se abriera la posibilidad de reiniciar el diálogo en ese Estado.

<sup>153</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Llama Cárdenas a terminar con el régimen presidencialista", *La Jornada*, 25 de octubre de 1999.

<sup>154</sup> Guerrero, Claudia; Flores, Sergio. "Acabará la tarea de 1988.-Cárdenas", *Reforma*, 25 de octubre de 1999, p. 9A

<sup>155</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Presenta Cárdenas su plataforma económica en el auditorio del ITAM", *La Jornada*, 28 de octubre de 1999.

<sup>156</sup> Guerrero, Claudia. "Presenta Cuauhtémoc propuesta económica", *Reforma*, 28 de octubre de 1999.

<sup>157</sup> *Ibidem*

Pero fue más allá, buscaba propiciar las condiciones para que la propuesta de ley que sobre derechos indígenas elaboró la Comisión de Concordia y Pacificación en noviembre de 1996, fuera una iniciativa que llegara al Congreso y pudiera ser aprobada. En ese acto había reunido, según el periódico *La Jornada*, a más de mil personas procedentes de los Altos, mientras que *Reforma* informaba más de 2 mil simpatizantes congregados en San Cristóbal.

Mientras tanto, las negociaciones entre el Partido de la Revolución Democrática y las demás fuerzas políticas interesadas en impulsar una coalición seguían su curso, aunque no lejos de situaciones ríspidas pues implicaba la elaboración de un documento en el que quedaría asentado la repartición de cargos.

El 28 de noviembre, Cárdenas había sido electo candidato presidencial del partido Convergencia por la Democracia y al mismo tiempo se concretaba la coalición entre cinco partidos políticos.

Según los datos reportados en la prensa, los delegados perredistas en el Quinto Congreso Nacional aprobaron la participación del PRD en la Alianza por México, junto con los partidos del Trabajo, Convergencia por la Democracia, Sociedad Nacionalista y Alianza Social. Asimismo, se aprobó su proyecto de gobierno y el acuerdo político que establece como candidato presidencial a Cuauhtémoc Cárdenas.

Aproximadamente 30 organizaciones políticas y sociales, entre ellas Alianza Democrática Nacional, lo postulaban también para el máximo cargo de elección popular.

Sus declaraciones giraban en torno a que la Alianza, sus dirigentes e integrantes, estaban capacitados para poner alto a la situación de "desastre" en que se encontraba el país: deterioro social, corrupción en esferas de poder público, gestión económica basada en intereses ajenos a la Nación, etc.

Por su parte, la dirección nacional del partido pretendía poner en práctica una amplia red de observación internacional, desde que se iniciaran las campañas hasta el día de las elecciones. Al Instituto Federal Electoral se le solicitaría vigilar estrechamente al PRI para impedir que los recursos de las arcas públicas pasaran a formar parte de su presupuesto de campaña.

De acuerdo con los análisis elaborados por el CEN del PRD, se tenía presencia en 55 mil comités, pero con una estructura sólida se reducía la cifra en 35 mil; muy laxa en 15 mil y con una militancia sumamente reducida en cinco mil. Estas cifras eran un indicio de que había escasa atención a las bases, factor determinante en el resultado de las votaciones.

Bajo el nombre de Alianza por México y el lema "Unidos somos mayoría", los partidos coaligados se registrarían ante el IFE y, de acuerdo con el estatuto aprobado, la distribución de las candidaturas quedaría de la siguiente forma:

PRD	50%
Resio de los partidos	30%
Externos	20% <sup>158</sup>

<sup>158</sup> Guerrero, Claudia. "Amarran PRD coalición con CD, PAS, PSN y PT", *Reforma*, 28 de noviembre de 1999.

El 7 de diciembre del mismo año, los partidos políticos referidos, presentaron la documentación ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) para registrar como coalición a la Alianza por México, estos incluían: Declaración de principios, Estatutos, Programa de Acción, Programa de Gobierno, Programa Legislativo y Plataforma Electoral.

"Según el convenio de coalición, los cinco institutos políticos participarían como un solo partido en el proceso electoral del 2000, con candidatos a Presidente de la República, diputados y senadores federales, para lo cual, cada uno se ha comprometido a aportar 100 por ciento del financiamiento público que les otorga la ley para gastos de campaña".<sup>159</sup>

Según información del periódico *Reforma*, la Alianza tendría una bolsa superior a los 501 millones de pesos, 56 millones más que el partido oficial, que contaría con poco más de 445 millones de pesos para gastos de campaña.

"Al PRD le corresponden casi 320 millones de pesos, al Partido del Trabajo 103 millones, y a Convergencia por la Democracia, Partido Alianza Social y Partido de la Sociedad Nacionalista, 26 millones 240 mil pesos cada uno".<sup>160</sup>

El candidato de izquierda sugirió al IFE se mantuviera atento al comportamiento de los medios de comunicación respecto a los contenidos de la propaganda política, la presencia de los distintos partidos y de la propia coalición a lo largo de la campaña. Solicitó al Consejo General un comportamiento equitativo en el otorgamiento de espacios en los medios, para difundir las plataformas políticas de los partidos y/o coaliciones.

Sin embargo, cabe mencionar que en lo que se refiere al tiempo y contenidos en los medios para difundir información sobre las campañas, el reglamento electoral se aboca y aplica a radio y televisión fundamentalmente; en forma mínima se hace referencia a la prensa escrita.

En este sentido, el *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales* (COFIPE), en el Título Tercero, "De las prerrogativas, acceso a la radio y televisión y financiamiento de los partidos políticos", artículos del 41 al 48, se señalan cuáles son las prerrogativas de los partidos políticos nacionales y reglamenta únicamente en cuanto a las frecuencias de radio y en los canales de televisión.

Sólo en el último párrafo del Artículo 48 se señala, en referencia a los medios escritos, que "la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, solicitará a los medios impresos los catálogos de sus tarifas, y los que reciba los pondrá a disposición de los partidos políticos, en las mismas fechas previstas para la entrega de los catálogos de radio y televisión previstas en el párrafo 3 de este artículo".<sup>161</sup>

Por su parte, el Consejero Presidente del IFE, José Woldenberg consideraba que estaban dadas todas las condiciones para presenciar una contienda democrática, aun de mayor calidad y claridad que la de 1997, pues "los partidos y coaliciones que contendían se encontraban muy arraigados y extendidos, pero sobre todo porque se contaba con una prensa y medios de

<sup>159</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Solicitó la Alianza por México registro ante el IFE", *La Jornada*, 7 de diciembre de 1999, p 7

<sup>160</sup> Guerrero, Claudia. "Supera Cárdenas subsidio del PRI", *Reforma*, 7 de diciembre de 1999.

<sup>161</sup> *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, Instituto Federal Electoral, 2000.

comunicación más libres cuyo prestigio y poder ya no dependían de su obediencia, sino de su capacidad para reproducir la pluralidad".<sup>162</sup>

El 18 de diciembre de 1999 se perfilaba como el momento más importante en la primera etapa de esta campaña. El candidato presidencial asistiría con no menos de 40 mil personas, según preveía el articulista Jaime Avilés, al acto que representaba el despegue para llegar a Los Pinos.

A partir de ese momento Cárdenas trazaría su camino a seguir durante el siguiente semestre, "plenamente consciente del escaso impacto que su tercera incursión en estas lides había tenido sobre la opinión pública".<sup>163</sup>

Él consideraba positiva la evaluación de esta primera etapa, la cual cerraba con un acto en el Foro de la Magdalena Mixhuca.

Aun cuando representantes de los medios de información le dejaban ver que las encuestas lo situaban en el tercer lugar, su respuesta era:

"...no descarto que sean válidas las encuestas pero la más importante es la del 2 de julio y, de aquí (18 de diciembre) a esa fecha habrá que ver como van todas las campañas, qué propuestas se hacen, qué contactos se establecen con diferentes sectores de la sociedad, y esto es lo que finalmente hará que el voto el dos de julio se dé en un sentido o en otro".<sup>164</sup>

Según los organizadores del evento, habían logrado convocarse a aproximadamente 55 mil militantes.

Los temas que abordó fueron diversos, desde su tensa situación con el Partido de Trabajo que había manifestado votar con el PRI en la Cámara de Diputados para aprobar el Presupuesto Federal, siendo que el PT integraba mayoritariamente junto con el PRD la alianza opositora; la conducta de altos funcionarios que habían recibido jubilaciones suntuosas; la expansión durante el salinismo de una generación de políticos que amparados en el poder estatal hacían uso de los recursos públicos para hacerse de importantes fortunas.

Pero el tema que pesó más fue el de la educación y los recursos que se destinarían a este sector, aunque también habló de los efectos de la globalización, la manera de integrarse a ella con criterios de justicia social y de equidad, así como de la invitación a sus oponentes del PRI y del PAN, a realizar un primer debate sobre sus propuestas de gobierno para el 5 de febrero del año 2000.

Este acto, en el que toma protesta como candidato de la Alianza por México, *La Jornada* lo consideró como "el más frío que recuerde la historia del viejo fervor electoral pro Cuauhtémoc".<sup>165</sup> Para este medio fue, más que un mitin proselitista, "un espectáculo con pretensiones educativas".

Y es que a pesar del número de personas reunidas que llegaron desde temprana hora al Foro Sol, poco a poco fueron abandonando sus lugares ante "la pésima organización del programa

<sup>162</sup> Zúñiga, Juan Antonio, "Solicitó la Alianza por México registro ante el IFE", *La Jornada*, 7 de diciembre de 1999.

<sup>163</sup> Avilés Jaime, "Cuauhtémoc Cárdenas al espacio", *La Jornada*, 18 de diciembre de 1999, p. 4

<sup>164</sup> Zúñiga, Juan Antonio, "No ha variado el nivel de confianza en el PT: Cárdenas", *La Jornada*, 18 de diciembre de 1999, p. 13

<sup>165</sup> Avilés, Jaime, "Educación gratuita de primaria a universidad, ofrece Cárdenas". *La Jornada*, 19 de diciembre de 1999, p. 5

artístico y político", según reporta el diario. "Cárdenas terminó su discurso con las tribunas semivacías".<sup>166</sup>

Se dice había muy pocos jóvenes con todo y la leyenda "Los jóvenes unidos somos mayoría", en contraste con una gran asistencia de adultos y ancianos, y la irremediable presencia de campesinos que intentaban formar parte de un acto proselitista que les prometiera nuevamente un futuro esperanzador para el campo.

No obstante lo adverso del panorama por su organización hubo, entre los asistentes, quienes afirmaron que "es el único que sabe lo que es gobernar; allá en Michoacán no teníamos una sola hectárea de riego, durante su Gobierno se crearon más de 600 hectáreas, eso no lo harían los otros".<sup>167</sup>

Posiblemente mucha gente del medio urbano se retiró antes de que concluyera este evento, pero lo cierto es que un sector de la sociedad en particular, quizá el más fiel al líder moral perredista, "permaneció en su lugar agitando los banderines de la alianza opositora hasta que el acto de toma de protesta terminó: los campesinos".<sup>168</sup>

Sus propuestas de gobierno que planteó durante su discurso se resumen así: promover la austeridad y combatir la corrupción de funcionarios; recuperar los bienes malhabidos; apoyar las jubilaciones de civiles y militares; construir un Gobierno socialmente responsable; rescatar y reconstruir el sistema de educación pública.

En este último punto ofreció el incremento de presupuestos para educación, reclutar a más maestros y aumentarles el salario, garantizar libros de texto gratuitos para las secundarias públicas, extender la cobertura educativa en todos los niveles, dar educación al 35% de los niños y jóvenes que carecen de ella.<sup>169</sup>

Llegó el año 2000 y con él la posibilidad de atraer al mayor número de votantes, pero en función no sólo de su calidad moral y prestigio como político, sino también de una campaña novedosa y propositiva que previera resultados favorables e inmediatos en el país, un desarrollo en el que se promoviera ampliamente la participación de importantes sectores de la población, buscando generar un clima de verdadero progreso para México.

El 12 de enero del 2000, durante la presentación de su Programa Económico, ante la Asociación Nacional de Ex Alumnos del ITAM, *Reforma* publica que el ingeniero da un sorpresivo giro a su proyecto económico, proponiendo un cambio estructural basado en la apertura económica, la operación mundial de mercados y de los flujos de capital<sup>170</sup>, en el entendido de que nadie "con los pies en el suelo" propondría políticas aislacionistas o proteccionistas.

*La Jornada* destacó que esta presentación se había hecho en la cuna académica de los funcionarios que en los últimos 18 años habían seguido los fundamentos del neoliberalismo en el país, pero a diferencia de años anteriores, esta vez plantearía que "las reformas económicas hasta

---

<sup>166</sup> *Ibidem*

<sup>167</sup> Barajas, Esperanza. "Hasta los perros conocen a Cárdenas", *Reforma*, 19 de diciembre de 1999.

<sup>168</sup> *Ibidem*

<sup>169</sup> Cuadro Resumen "Por una administración austera", *Reforma*, 19 de diciembre de 1999, p. 7A

<sup>170</sup> Barajas, Esperanza. Zamarripa, Roberto. "Da un giro Cárdenas", *Reforma*, 12 de enero del 2000, p.1

ahora logradas en el país –que antaño tachó de neoliberales- debían ser base de una activa política de promoción de la oferta, esto es, de fomento a la producción”.<sup>171</sup>

Los cambios, de los que la prensa se consideró testigo, se resumieron de la siguiente manera:

“Hace 12 años, durante su primera campaña presidencial, Cárdenas defendía una plataforma donde la política energética fuera controlada por el Estado, sin intervención extranjera ni privada, y proponía ajuste automático de salarios y pensiones por encima del incremento de precios.

“En 1994, seis años después, y en su segunda campaña presidencial, propuso una plataforma que rechazó el neoliberalismo y la ‘irresponsable política económica’ del salinismo que perjudicó a sectores como el energético y privilegió la inversión privada. Entonces, quedó en tercer lugar de la contienda.

“Esta vez habló de la globalización, de inversión extranjera con facilidades y exenciones, de flexibilidad laboral, de conciliación de intereses salariales con aumento de productividad”.<sup>172</sup>

De igual forma, en su programa dio prioridad al mercado interno, sin desconocer la importancia del sector externo de la economía. *La Jornada* destacó de su discurso el planteamiento de que habría que ir en sentido contrario a las políticas actuales que aumentaron tanto la pobreza como la fragilidad del territorio.

Sus palabras fueron: “aprendemos de la experiencia de los países industriales, de la que se desprende que una nación sólo será competitiva a nivel internacional de manera sostenida si nutre su propio mercado interno y favorece el incremento del poder adquisitivo de su gente”.<sup>173</sup>

De ganar las elecciones se tendría un crecimiento económico de 4.5 por ciento durante los primeros 18 meses, el cual, al finalizar el sexenio, se podría elevar a 7 por ciento.

No obstante, el 14 de enero del 2000, Cárdenas declaraba, ante las interpretaciones que se dieron al programa económico que presentó en el ITAM, que su propuesta en ese momento no era contradictoria con los planteamientos hechos en otro tiempo y bajo circunstancias distintas, como habían difundido “algunos diarios al servicio del régimen”.<sup>174</sup>

Durante una manifestación multitudinaria de apoyo a su candidatura en la ciudad de Tepic, Nayarit, el ingeniero recalcó que su propuesta camina en contra de la privatización de la industria eléctrica y que tampoco es partidario de la puesta en venta de la industria petrolera, permitiendo que Pemex deje de ser el organismo rector de la política energética del país.

Según *La Jornada*, había reunido a más de 3 mil simpatizantes en la plaza principal de la capital nayarita y ahí extendió una invitación tanto a diarios como empresarios a que conocieran realmente su propuesta.

---

<sup>171</sup> *Ibidem*

<sup>172</sup> *Ibidem*

<sup>173</sup> Zúñiga, Juan Antonio. “Propone Cárdenas terminar la política de castigo a los salarios”, *La Jornada*, 12 de enero del 2002, p. 7

<sup>174</sup> Narváez, Jesús. Zúñiga, Juan Antonio. “No existen contradicciones en mi propuesta económica: Cárdenas”, *La Jornada*, 14 de enero del 2000, p. 5

"Hay documentos públicos en los cuales consta que nunca hemos pretendido aislar al país de las corrientes mundiales, que nunca hemos pretendido caer en proteccionismos absurdos, lo que se está buscando es que haya una economía productiva, un campo en producción, industrias que crezcan y servicios que se amplíen..."<sup>175</sup>

Pero no bastó con hacer estas declaraciones, el ingeniero entró al terreno de los desafíos: "yo reto a quien quiera a que me diga en dónde he tomado una posición distinta a esto que estoy señalando, y yo invito a quien quiera que sea a que me diga en qué foro me he pronunciado a favor de la privatización de Pemex, o cuándo me he quedado silenciado frente a propuestas privatizadoras..."<sup>176</sup>

Cárdenas sostuvo que nadie podía documentar que hubiera cambios en sus posiciones de cara a los asuntos fundamentales de la nación; en todo caso, lo que se planteaba es que a lo largo de doce años, efectivamente se ha visto cambiar al país, lo cual implicaba poner énfasis en las cuestiones políticas que estuvieran resaltando, y sobre aquello que resultara más importante o prioritario.

El 22 de enero, ante la Universidad Autónoma de Puebla, el ingeniero expuso cifras que exhiben la crisis en la que se encuentran las instituciones de educación superior del país, de lo que responsabilizó a los gobiernos priistas.

De acuerdo a los datos publicados en *La Jornada*, hasta la fecha de esa publicación, sólo 16 de cada 100 mexicanos, con edades entre 20 y 24 años, participaron de la educación universitaria, en tanto que el 84 por ciento restante quedó al margen de esa posibilidad por problemas derivados de las políticas económicas aplicadas.

*Reforma* informó, basándose en los datos presentados por el candidato en enero del 2000, que el gasto federal en este rubro cayó más de 20 por ciento en términos reales de 1982 a 1999 y se dio un deterioro del 7 por ciento en el gasto por alumno de licenciatura y posgrado durante la última década.

De acuerdo al diagnóstico presentado por Cuauhtémoc Cárdenas, esta política alentó, en contraste, el crecimiento de las instituciones privadas, pues entre 1982 y 1999 su matrícula aumentó en un 250 por ciento, mientras que en las estatales cayó el 36 por ciento durante el mismo periodo.

Cárdenas ofreció que el Estado tendría que asumir nuevamente su responsabilidad como el promotor y el proveedor más importante de educación; "planteó como reto de su gobierno que al finalizar el sexenio la cobertura a nivel superior alcanzaría al menos el 50 por ciento y terminarían sus estudios 30 por ciento de las personas de entre 20 y 24 años"<sup>178</sup>

Formuló el compromiso de impulsar dos iniciativas de ley para fijar un porcentaje del PIB a la educación, la ciencia y la tecnología; explorar otras formas de financiamiento que pudieran allegar más recursos a las escuelas, proponer al Congreso un sistema de exenciones fiscales a quienes invirtieran en educación, así como promover un proyecto de Ley para presentar al Congreso

---

<sup>175</sup> *Ibidem*

<sup>176</sup> *Ibidem*

<sup>177</sup> Guerrero, Claudia. "Ofrecen a universidades seguridad presupuestal", *Reforma*, 22 de enero del 2002, p. 3A

<sup>178</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Cárdenas: la educación superior, abandonada", *La Jornada*, 22 de enero del 2002, p. 7

de la Unión y permitiera, en otras cosas, que los universitarios pudieran elegir a sus propias autoridades.<sup>179</sup>

El 19 de febrero en un mitin en el que participaron alrededor de 5 mil perredistas de Saltillo, Coahuila, se habló de la posibilidad de que, para derrotar al régimen priista, se diera una declinación entre PAN y PRD. El ingeniero rechazó que pudiera darse una unificación y planteó que en todo caso las declinaciones se harían entre quienes tuvieran políticas afines, entre sus adversarios, a quienes ubicó siempre en la misma línea.

Por su parte la dirigencia nacional del PRD rechazó, asimismo, la posibilidad de que Cárdenas pudiera declinar su candidatura, confiando en que "las preferencias electorales hacia su persona se incrementarían los próximos meses, como había sucedido en 1988 y 1997".<sup>180</sup>

En el mismo Estado, durante un encuentro con mil 500 estudiantes de la Universidad Agraria Antonio Narro, ofreció revisar íntegramente la política económica hacia el campo, orientado a rescatar y favorecer el trabajo de los agricultores.

Durante una gira por varios poblados y ciudades de los Altos de Jalisco, Cárdenas rechazó tener que firmar un pacto de civilidad, como propuso el candidato del PRI, a fin de garantizar el nivel de debate de las campañas, y consideró la propuesta como "infantil" al tener que comprometerse mediante un acuerdo a que tendría que portarse bien. "Yo me sé portar de acuerdo con mis principios, sin necesidad de firmar pactos", declaraba.

Pero quizá uno de los eventos de mayor relevancia durante esta campaña, por tratarse de uno de los sectores más importantes en el país, fue la reunión con los banqueros en la 63 Convención Bancaria del 5 de marzo, al que acudió como invitado.

En este evento pocas cosas le favorecieron al ingeniero. Por problemas de organización la Asociación de Banqueros de México redujeron el espacio de su participación y en menos de 20 minutos leyó su discurso.

"Un equipo de elementos de seguridad al servicio de la ABM, cerró, primero, el paso al autobús que transportaba a Cárdenas y a su equipo de campaña, luego exigió la identificación del candidato como condición para permitirle el paso, pero sólo podía pasar él, el resto no".<sup>181</sup>

"La respuesta del candidato fue inmediata: 'Si no pasan todos, yo no paso', y señaló a reporteras y reporteros de los diversos medios informativos".<sup>182</sup>

Cárdenas inició media hora después de lo previsto, dio lectura a su mensaje que movió de su asiento, según reportó la prensa, a más de 15 banqueros, a uno que otro funcionario de la Secretaría de Hacienda y a los de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

<sup>179</sup> Guerrero, Claudia. "Ofrecen a universidades..." *Reforma*, 22 de enero del 2002.

<sup>180</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Si hay declinación será de Fox o Labastida", *La Jornada*, 19 de febrero del 2002, p. 7

<sup>181</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Debe sustituirse a quienes no manejaron bien la crisis bancaria", *La Jornada*, 5 de marzo del 2000, p. 5

<sup>182</sup> *Ibidem*



A muchos incomodó por señalar que "la incapacidad de los administradores de la crisis bancaria, para construir los consensos sociales y políticos que requiere la recuperación de la banca, es el primer obstáculo que debe superarse. Esa gente debe necesariamente ser sustituida".<sup>183</sup>

Conforme leyó el documento, las cosas siguieron peor porque el escrito estaba cargado de críticas al sector financiero; hablaba de corrupción, ineficiencia y complicidad con el Gobierno por parte de los banqueros.

"Desde hace 20 años, al iniciarse la crisis de crecimiento en México, la contribución del sector bancario al desarrollo económico ha sido negativa, se ha convertido en un factor de desequilibrio y en los últimos años ha sido una pesada carga para las finanzas públicas". Esta exposición no había agradado en nada a los banqueros.

De hecho, Roberto Hernández, presidente del grupo financiero Banamex Accival, le dijo al terminar que había sido de "mal gusto" su discurso; Carlos Gómez y Gómez, presidente saliente de la ABM dijo que esta propuesta estaba pensada para un país que no existe y algunos más mencionaron que sólo había ido para regañarlos.

El 10 de abril, una fecha significativa para el sector campesino, fue la ocasión en que Cárdenas presentó su propuesta de gobierno para el agro.

En Villa de Ayala, Morelos, y después en el centro de Xochimilco, al sur de la ciudad de México, celebrando un aniversario más de la muerte de Emiliano Zapata, Cárdenas declaraba que la lucha por la tierra seguía vigente y ofreció reactivar los apoyos para el campo.

Como en otras ocasiones, "su auditorio, conformado mayoritariamente por ancianos campesinos y mujeres acompañadas de sus hijos, buscaba en las palabras de Cárdenas la solución a los abusos de los que han sido objeto durante décadas".<sup>184</sup>

Pero además, este día declaró rotundamente la imposibilidad de unir fuerzas con el PAN, luego de la invitación que de nueva cuenta le hiciera Vicente Fox para "sumar las fuerzas de la oposición".

Rechazó contundente la propuesta y aprovechó para declarar que no podría ir "del brazo de la delincuencia, ni del retroceso, con quien hoy se presenta de una forma y mañana de otro, mostrando una profunda incongruencia".<sup>185</sup>

Por fin la posibilidad de presentarse los seis candidatos presidenciales para ofrecer, a través de un debate, sus propuestas de gobierno a los mexicanos, se concretó el 25 de abril y tuvieron 90 minutos disponibles para presentar sus principales propuestas en política, economía y desarrollo social.

"En punto de las 19:00 horas, los seis acudieron a la cita. Cárdenas cumplió su palabra, planteó sus propuestas y se desmarcó de sus dos principales adversarios, ubicando al aspirante del

---

<sup>183</sup> *Ibidem*

<sup>184</sup> Barajas, Esperanza. "Falaz, el llamado de Fox a unir fuerzas.- Cárdenas", *Reforma*, 11 de abril del 2000.

<sup>185</sup> *Ibidem*

PRI como el candidato del continuismo y a Vicente Fox, junto con su partido, como cómplices en el ocultamiento de la lista de los defraudadores de la banca<sup>186</sup>.

El candidato de la Alianza por México, trató de abarcar el tema correspondiente en cada uno de los segmentos: de entrada se dirigió al público y convocó a cambiar el rumbo del país; ofreció un gobierno que combatiera la corrupción, el crimen organizado y cumpliera con los Acuerdos de San Andrés.

Ofreció hacer una revisión a la Carta Magna, para incluir el mecanismo de participación ciudadana, como el plebiscito, y modificar el artículo 27 a fin de recuperar los derechos "arrebataados" a los campesinos.

Siempre que pudo deslindó sus propuestas de los adversarios, pero él "se dijo satisfecho porque el debate había cumplido su objetivo: ganar terreno en la campaña"<sup>187</sup> y seguro de haber logrado lo que ningún otro candidato, que fue hacer llegar la propuesta a millones y el contacto con la gente.

El encuentro que sostuvo con la dirección del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) en 17 de mayo, con seguridad habría dejado buen ánimo en el ingeniero porque a pesar de que en las estructuras de este órgano hay una mayoría priista, el ingeniero fue constantemente ovacionado, arrancando promesas de apoyo para él en las urnas.

"Las propuestas de Cárdenas fueron bien recibidas y festejadas de manera ruidosa, sobre todo cuando el candidato se comprometió a incrementar en 66 por ciento el presupuesto destinado a la educación y a llevar a cabo acciones de gobierno que dignifiquen las condiciones de vida de los maestros", publicó *La Jornada*.

Había sido el tercero de los aspirantes presidenciales con mayor presencia electoral, en reunirse con el Comité de Acción Política del SNTE, el órgano de gobierno del sindicato más grande del país, y Vázquez Vigil, entonces presidente del SNTE, declaraba que Cárdenas había tocado los puntos que más interesaban al magisterio.

Pero qué mejor, para el candidato de la Alianza por México, que la gira proselitista en ciudades de su tierra natal, Michoacán. Los recorridos concluyeron con un mitin en el municipio de Pátzcuaro que reunió a más de 10 mil simpatizantes, de acuerdo a la información de *La Jornada*.

La prensa publicó que ese 22 de mayo, Cárdenas había encontrado un ambiente de entrega en los sitios que visitó en el Estado, con muestras de adhesión y de apoyo de sus paisanos. "En todos los pueblos que pisó, el candidato se mostró confiado en el repunte de su candidatura".<sup>188</sup>

Pero ya el peso de las encuestas, que seguían ubicándolo en tercer lugar, empezaba a sentirse más, mientras que él tenía la certeza de que en los días por venir las cosas cambiarían muy rápidamente; su mejor argumento eran las plazas llenas.

<sup>186</sup> Venegas, Juan Manuel; Zúñiga, Juan Antonio. Et Al. "Pese a la rigidez del formato, sí hubo intercambio de ataques", *La Jornada*, 26 de abril del 2000, p. 5

<sup>187</sup> Méndez, Enrique. "¿Ganó, ingeniero? Los electores califican, dijo", *La Jornada*, 26 de abril del 2000, p. 7

<sup>188</sup> Becerril, Andrea. "Multitudinario recibimiento a Cárdenas en Pátzcuaro", *La Jornada*, 20 de mayo del 2000, p. 7

Pero no sólo los lugares abarrotados de simpatizantes podían ser su mejor indicativo, hubo momentos de la campaña en los que verdaderamente pudo haber logrado su repunte, el "martes negro", 24 de mayo, fue uno de ellos.

Fue un día en que evidenció al candidato, hoy Presidente, no sólo a partir del debate sobre el debate, sino desde que Fox ventilo ante los medios de comunicación una conversación que se suponía sólo entre tres: Cárdenas, Labastida y el mismo Fox.

Luego de largas conversaciones para lograr un acuerdo sobre el lugar donde se reunirían, los tres se dieron cita en el domicilio de Aristóteles, "cuartel electoral del michoacano".

Ahí plantearía cada quien su propuesta para llevar a cabo un debate únicamente entre los tres aspirantes que representaban la preferencia electoral, fueron 70 minutos de palabras, silencios e ironías. Francisco Labastida y el propio Cárdenas coincidieron en encontrarse el viernes siguiente, a las 21 horas, en el WTC. Sólo Fox convirtió el encuentro en el peor momento de su campaña.

"Cárdenas dio la bienvenida a Fox y Labastida y, de última hora, al presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), Joaquín Vargas, quien al final definió el rumbo de las negociaciones, cuando sacó una carta en la que abiertamente desmintió a Fox, quien momentos antes, aseguró que Emilio Azcárraga Jean había otorgado todas las facilidades para la transmisión del debate ese mismo martes, a las 21:00 horas, por el canal 9 de Televisa"<sup>189</sup>.

Fue un largo intercambio de palabras entre panista y perredista, a Francisco Labastida ni caso le hicieron, pero tras las respuestas del Sr. Fox para poder saber si Televisa tendría ya todo listo para transmitir el debate, evidenció la actitud de un hombre intransigente que se perdió en su intento por demostrar la astucia que no poseía.

"El ingeniero Cárdenas lucía radiante...se había mostrado sonriente, ingenioso, cordial y de buen humor y poco faltó para que saliera en hombros".<sup>190</sup>

"Cárdenas llevó al máximo su estrategia en lo que va de la campaña: consiguió arrastrar al panista hasta su propia casa, lo tomó como el blanco favorito de sus ataques y además, se mofó de él las veces que quiso".<sup>191</sup>

Logró presentar ante la opinión pública el verdadero rostro de quien sería hoy Presidente y que lo llevó a "perder 8 puntos de popularidad en las encuestas". De haber capitalizado el triunfo de ese día, los puntos se hubieran revertido favorablemente y el escenario también hubiera sido distinto.

De cualquier forma la oportunidad de exponer las propuestas de gobierno entre los tres principales aspirantes se presentó el viernes siguiente, el 26 de mayo, sólo que con una gran posibilidad para repuntar en la preferencia de los electores o para vislumbrar desde ahora las posiciones que ocuparían el 2 de julio.

<sup>189</sup> Gil Olmos, José; Zúñiga, Juan Antonio. Et Al. "Fracasó Fox en su intento de realizar ayer mismo el debate", *La Jornada*, 24 de mayo del 2000, p. 3

<sup>190</sup> Torre, Wilbert. "Vicente, ya vámonos", *Reforma*, 24 de mayo del 2000, p. 4A

<sup>191</sup> Guerrero, Claudia. "La ventaja de jugar de local", *Reforma*, 24 de mayo del 2000, p. 6A

Formalmente se trató del segundo debate. Nuevamente para Cárdenas era muy importante deslindar frente a la opinión pública su proyecto de nación del que proponían PRI y PAN.

Quienes analizaron posteriormente el encuentro, entre ellos, Jaime Sánchez Susarrey, Jorge Camil, Pablo González Casanova, Luis González Souza y Julio Boltvinik, consideraron que Cárdenas había sido el candidato con mayor capacidad para transmitir su mensaje y quien había tocado los puntos trascendentales para el país con sus vías de solución. Pero también hubo quien, como Enrique Krauze, lo percibió "demasiado cargado de negatividad y poco propositivo".<sup>192</sup>

En cuanto a las propuestas, puede decirse que fue un condensado transmitido por televisión de lo que había venido ofreciendo durante sus giras, resolver el secreto del Fobaproa, el conflicto en Chiapas, el desastre en el campo mexicano, los problemas de las libertades, la pobreza y la desigualdad social.

Quizá un número importante de mexicanos no consideraron ya en importancia y viabilidad los planteamientos de Cárdenas y calificaron de arcaica su aspiración a gobernar este país, no decía lo que empresarios y banqueros deseaban escuchar, pero lo cierto es que la prensa reportó que había destacado como "un líder político nacional capaz de frenar los caprichos de Fox y de mostrar su ignorancia histórica, señalando con claridad los problemas sociales más relevantes en el país y reivindicando la aportación de su movimiento y persona a la transición democrática en el país".<sup>193</sup> La encuesta final aun estaba por decidirse.

El 8 de junio durante un encuentro para celebrar el 49 aniversario de la Libertad de Prensa, acto presidido por el entonces Secretario de Gobernación, Cárdenas hizo un reconocimiento al momento que vive la prensa hoy en día aun cuando persisten las presiones del Gobierno.

"A unas semanas del 2 de julio, los medios de información enfrentan en mayor medida la supervivencia de métodos indebidos, que si bien han ido perdiendo fuerza, mantienen todavía notable capacidad de cohesión"<sup>194</sup>

Y nuevamente hizo referencia al sistema de mentira, simulación, corrupción, agravio y tergiversación que se infringen continuamente por el régimen a los mexicanos, pero que estaba a punto de llegar a su fin.

El apoyo y respaldo de sus seguidores parecía hacerse cada vez más notorio; así lo demostraba la reunión con dirigentes e integrantes de sindicatos independientes y secciones democráticas de sindicatos oficiales con quienes reafirmó su compromiso de "eliminar el apartado B del artículo 123 constitucional que prohíbe la huelga a los trabajadores al servicio del Estado".<sup>195</sup>

Ofreció destacar, por encima de las necesidades de inserción al proceso de mundialización del país, los intereses y beneficios de los trabajadores, así como respetar la vida interna y autonomía de las organizaciones sindicales.

<sup>192</sup> Saldierna, Georgina. Velasco, Elizabeth. "Cárdenas, claro; Fox, gallardo; Labastida, incongruente: analistas", *La Jornada*, 27 de mayo del 2000, p. 10

<sup>193</sup> Cuellar, Mireya. Venegas, Juan Manuel. "Tres aspirantes presidenciales y una discusión entre sólo dos", *La Jornada*, 27 de mayo del 2000, p. 5

<sup>194</sup> De la redacción. "Denuncian opositores presión sobre la prensa", *Reforma*, 8 de junio del 2000.

<sup>195</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Cárdenas promete a sindicatos la abolición de la requisa", *La Jornada*, 20 de junio del 2000, p. 7

*La Jornada* publicó que "los goyas de los trabajadores del Stunam estallaron después del ingreso del candidato de la oposición en el encuentro en que también se hallaban reunidos secciones sindicales de telefonistas, trabajadores de la ex Ruta 100, del Instituto Nacional de Bellas Artes, de la Unión Nacional de Trabajadores, sobrecargos, entre otros.

El 23 de junio, y a pesar de todas las predicciones y temores para realizar un mitin, por cuarta ocasión en la trayectoria del ingeniero, en la explanada de Ciudad Universitaria, éste se realizó con éxito a la vista del candidato.

El momento por el que atravesaba la UNAM era muy duro y la radicalización de algunos miembros del CGH minaban la libertad de asistencia a los aspirantes presidenciales, pero Cárdenas sabía bien que este encuentro era un termómetro en la preferencia electoral y que sería determinante para sumar adeptos a unos cuantos días del cierre de la campaña.

El periódico *Reforma* publicó que éste sería su tercer golpe electoral a sólo nueve días de los comicios presidenciales. "Como si fuera la última apuesta, arriesgando los puntos que lo colocaban aun en el tercer lugar de las encuestas, el candidato decidió por sí sólo atender la invitación de académicos, estudiantes y trabajadores de la UNAM, a pesar de los signos de tensión, protestas y ánimos exaltados".<sup>196</sup>

Los periódicos revisados señalaron que el candidato entró a CU en medio de rechazos e insultos de decenas de miembros del CGH, pero una vez que subió al templete que se instaló a un costado de la Biblioteca Central y que se percató de las protestas de sus integrantes, les dirigió esta promesa:

"Debe haber un desistimiento de la autoridad universitaria para liberar de todo cargo político, como el de peligrosidad social, y de todo cargo injusto a los detenidos universitarios".<sup>197</sup>

Fueron cerca de un millar de integrantes del ala radical del Consejo General de Huelga quienes reclamaron a Cárdenas su visita al campus universitario y le espetaron también las decisiones que había tomado el Gobierno perredista del Distrito Federal durante el conflicto universitario.

"Infinitud de pintas en rechazo a esta visita fueron realizadas en todas las facultades, incluso sobre la propaganda del candidato"<sup>198</sup> y a pesar de que todo el tiempo que duró el encuentro los miembros del CGH compitieron con el equipo de sonido a fin de hacerse escuchar, hubo un momento en que hasta los estudiantes ultra atendieron el discurso.

"Esto sucedió cuando Cárdenas planteó que era preciso dar solución de fondo al conflicto por el que atravesaba la Universidad Nacional".<sup>199</sup>

El ingeniero también formularía una petición a los universitarios: impedir que la UNAM permaneciera cerrada al exterior y al libre debate de las ideas

<sup>196</sup> Guerrero, Claudia. "Libra Cuauhtémoc tensión en la UNAM". *Reforma*, p. 6A

<sup>197</sup> *Ibidem*.

<sup>198</sup> Reyes, Jorge. "Repudia CGH visita de perredista". *Reforma*, 23 de junio del 2000, p. 6A

<sup>199</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Perpretó el gobierno la más grave agresión a la UNAM: Cárdenas", *La Jornada*, 23 de junio del 2000, p. 3

Fueron 20 mil personas reunidas según la policía, 60 mil según el equipo de campaña de Cárdenas, y ante todos ellos reconoció que "quien aspira a conducir el país no puede ir sino al encuentro de sus problemas para contribuir a su solución".<sup>200</sup>

Y nuevamente prometió alcanzar una cobertura total en los ciclos obligatorios de primaria y secundaria, duplicar la población universitaria del país, asignar mayores presupuestos, así como garantizar educación superior de excelencia.

Lo que se reportó al final del encuentro fueron banderas quemadas del PRD, un ataque de huevos y cáscaras de sandía contra los miembros del CBU, y una golpiza que armó el Consejo General de Huelga al concluir el encuentro.

Esto sin embargo en algún momento quedó atrás. El 26 de junio se concretaba el cierre de campaña en la ciudad de México, la cita fue en la Plaza de la Constitución, donde días y horas antes habían estado los candidatos del PRI y PAN.

Fue el foro en el que nuevamente haría referencia a los ofrecimientos de Vicente Fox para que se uniera a su candidatura y aceptara que contendieran juntos, sólo que esta vez, y a petición de algunos intelectuales, a cambio de que el ingeniero se quedara al frente de la Secretaría de Energía.

No era de sorprender el tipo de respuesta que el ingeniero les daría aprovechando un Zócalo con más de 200 mil simpatizantes: ni andaba pidiéndoles "chamba", y nunca aceptaría ser tan "delincuente" y "apátrida" como él; esto último porque se ventiló, ya en ese entonces, que Vicente Fox había recibido recursos del exterior para promoverse políticamente.

Se dice que por lo menos cuatro horas antes de que iniciara el mitin la gente empezó a llegar al Zócalo hasta que se apretujaron en el circuito vial de éste y se extendieron por las avenidas 20 de Noviembre, Pino Suárez, 16 de Septiembre, Corregidora y hasta 5 de Mayo.

"Fueron mil 350 camiones los que utilizaron los perredistas para transportar a los simpatizantes que venían desde Michoacán, Morelos, Puebla, Tlaxcala, Tabasco, Veracruz, Oaxaca, Estado de México, Hidalgo, Campeche y el Distrito Federal".<sup>201</sup>

Según publicó *La Jornada*, "Cárdenas habló por casi una hora; expuso su proyecto de gobierno y recibió las mayores ovaciones a sus planteamientos sobre una educación laica y gratuita; el derecho de las mujeres a decidir sobre su vida y sobre su cuerpo; la decisión de combatir corrupción e impunidades para investigar a fondo y hacer público el gigantesco fraude bancario llamado Fobaproa".<sup>202</sup>

Hizo referencia nuevamente a los Acuerdos de San Andrés, al papel que tendría que asumir el Ejército de acuerdo con las funciones que le asigna la Constitución y al Istmo de Tehuantepec, "una de las franjas territoriales más deseadas por potencias extranjeras".

<sup>200</sup> Gallegos, Elena. "Miles de universitarios sintieron que recuperaron el campus", *La Jornada*, 23 de junio del 2000, p5

<sup>201</sup> De la Redacción. "Éxodo amarillo al Zócalo", *Reforma*, 26 de junio del 2000, p. 4A

<sup>202</sup> Hecerril, Andrea. "Si acepto la oferta de Fox, sería tan delincuente como él: Cárdenas", *La Jornada*, 26 de junio del 2000, p. 3

A diferencia de *Reforma*, el periódico *La Jornada* hizo referencia a las declaraciones de Cárdenas cuando habló de la actitud de algunos medios de comunicación "y al manejo de una guerra de encuestas en su contra".

Mencionó que el más de millón y medio de mexicanos con los que se había encontrado en los pueblos y ciudades que recorrió, no concordaban con las encuestas que daban a conocer los medios todos los días.

Cárdenas expresaba que la idea de algunos medios era crear en él un ánimo de derrota al reducir sistemáticamente en sus notas el número de asistentes a sus actos proselitistas, al no publicar lo que verdaderamente estaba haciendo como candidato; la gente aludió inmediatamente a TV Azteca.

Sin embargo, cabría mencionar que aun cuando al aspirante de la Alianza por México "se le veía seguro, optimista y satisfecho y la plana mayor del perredismo respiraban tranquilos con su Zócalo lleno por enésima vez, ninguno de ellos quiso dar a conocer una encuesta reciente que juraron los mismos perredistas, le daba al ingeniero el 25 por ciento de las preferencias".<sup>203</sup>

Así que aun cuando Cárdenas reiteradamente habló de un rechazo total a los resultados en caso de fraude, de atenerse a la ley y no reconocer nada de haber alguna estafa, los analistas expresaron que al menos en el Distrito Federal, según indicaban las necias encuestas, no iban a ser necesarias las medidas de las que habló.

En su último día de campaña, Cárdenas realizó mítines en Ciudad del Carmen, Campeche; Tapachula, Chiapas; Chetumal, Quintana Roo y Juchitán, Oaxaca. En este último punto reunió a más de 60 mil simpatizantes y en punto de las 21:00 horas puso fin a su campaña para llegar a la Presidencia de la República.

"Tuvo una duración de 152 días, en los que recorrió las 32 entidades, 291 municipios ubicados en 245 de los 300 distritos electorales; este último acto fue el número 259 y con los que participaron en él, en total tomó contacto directo con alrededor de un millón 850 mil habitantes de todo el país que estuvieron presentes en sus actos públicos".<sup>204</sup>

Hizo un último llamado también a los mexicanos que estuvieran dispuestos a tomar en sus manos la conducción del país a que no se quedaran sin emitir su voto por los candidatos de la Alianza por México, pero de paso aprovechó su estancia en la región para garantizar que a la zona estratégica del Istmo de Tehuantepec la transformaría en un verdadero corredor industrial, de comunicaciones, a fin de impulsar su desarrollo económico.

"En este acto multitudinario se encontraban habitantes de las culturas mixe, chontal y zapoteca, predominantemente, quienes vitorearon a Cárdenas en sus respectivas lenguas".<sup>205</sup>

Pero la etapa de promoción para iniciar una nueva forma de gobierno terminó y la mañana del 2 de julio iniciaría una larga jornada para definir el escenario que México viviría durante los próximos seis años.

<sup>203</sup> Cano, Arturo. "Los perredistas demostraron no estar al borde del suicidio", *La Jornada*, 26 de junio del 2002, p. 5

<sup>204</sup> Zúñiga, Juan Antonio. "Un sufragio al PRI o AN es un voto al entreguismo: Cárdenas", *La Jornada*, 29 de junio del 2000, p. 5

<sup>205</sup> *Ibidem*

"En tiempo real las campañas fueron extenuantes. Durante meses sin término, los muros del país se tapizaron de rostros y temas proselitistas, y los medios de comunicación saturaron sus espacios con debates y contradebates".<sup>206</sup>

Se vivió un ambiente distinto respecto a elecciones anteriores. Esta vez la amplia participación de la ciudadanía no daría oportunidad a fraudes y caídas de sistema; no tan fácilmente se permitiría que, como en otros sexenios, los resultados fueran manipulados para favorecer al partido oficial.

"Hace apenas unos años se hablaba de 'casillas zapato', 'operación tamal', 'ratón loco', 'mapaches', 'padrón rasurado'. La picaresca del fraude se amparó en recursos que iban del robo de urnas a la inducción del voto por medio de desayunos y despensas. El 2 de julio en cambio, no hubo intentos significativos por afectar los votos".<sup>207</sup>

"Desde las 8 de la mañana en que se abrieron las casillas hasta las 11 de la noche en que se establecieron las tendencias dominantes de la votación, una palabra insólita definió el ejercicio electoral: confianza".<sup>208</sup>

De acuerdo al documento que escribió Juan Villoro en *Memoria Gráfica de la Democracia 2000*, el IFE mostró por Internet los resultados de 250 casillas por minuto. El sistema de cómputo estaba diseñado para evitar "colas" y congestionamientos; si los datos de las 113 mil casillas llegaban simultáneamente, apenas tardarían una hora en aparecer en Internet.

Mucho se había hablado de las enormes probabilidades de que el gobierno echara a andar la maquinaria de Estado para tergiversar los resultados que no le favorecieran y también que, en muy buena medida, dependía del gobierno que se tuviera un proceso electoral limpio.

Lo cierto es que a partir de 1993, el IFE inició la capacitación de funcionarios electorales que no pertenecieran a ningún partido político para promover así la credibilidad en los comicios. No se pretendía insertar tan sólo unos días antes del 2 de julio, la confianza de los mexicanos, sino inscribirla en la "normalidad ciudadana". En esto radica el hecho esencial de las elecciones del 2000, la posibilidad de creer en las reglas de la contienda.

El papel de los medios fue, en definitiva, un factor primordial para determinar la orientación del voto de los electores; puede decirse que hubo de todo, desde independencia para presentar la información real de las campañas, hasta el continuismo que llevara a seguir privilegiando al candidato oficial.

Por ejemplo, en un estudio realizado por la Academia Mexicana de Derechos Humanos a fin de evaluar la cobertura electoral que llevaron a cabo seis noticieros de televisión en la ciudad de México para establecer si proporcionaron, en términos cualitativos, una cobertura imparcial de las actividades de los candidatos, se llegó a la siguiente conclusión:

"...existían elementos suficientes para inferir que los medios electrónicos privados del país y, en particular, las dos principales cadenas de televisión, Televisa y TV Azteca, no respetaban del

<sup>206</sup> Juan Villoro, *Op Cit*, Instituto Federal Electoral, México, 2000, p. 11

<sup>207</sup> *Ibidem*, p. 10

<sup>208</sup> *Ibidem*, p. 12



todo el derecho a la información de los mexicanos, estos indicios fortalecían la idea de que existía una tendencia a favorecer al candidato del PRI, Francisco Labastida Ochoa, en detrimento del resto de los candidatos opositores".<sup>209</sup>

"Sin embargo, sobre todo a partir de finales de mayo y principios de junio, los medios otorgaron un trato similar e incluso preferente a la campaña de Vicente Fox, sin dejar de cubrir, si bien en menor medida, a Cuauhtémoc Cárdenas".<sup>210</sup>

Juan Villoro describiría que el vasto mural de los medios hizo que las elecciones fueran tan importantes como su reflejo. Cada hecho ocurrió al menos dos veces, en la realidad y en la representación que tuvo en la opinión pública y la "mediosfera".

A las 8 de la noche, en su segundo mensaje transmitido en cadena nacional, José Woldenberg, Consejero Presidente del IFE, describió la naturaleza irreversible del proceso:

"No hay posibilidad de alteración, a partir de esta hora, ustedes y nosotros seremos testigos de la llegada, la suma y la conformación de los resultados electorales, es decir, de cómo se dibuja la voluntad nacional mayoritaria"

Por primera vez una elección presidencial se sujetaba a controles democráticos intachables. No había posibilidad de alteración.<sup>211</sup>

Ya para las 11 de la noche en una nueva intervención de José Woldenberg, señaló: "Creo que hemos pasado la prueba: somos un país en el cual el cambio en el gobierno puede realizarse de manera pacífica, mediante una competencia regulada, sin recurso a la fuerza por parte del perdedor, sin riesgos de involuciones..."<sup>212</sup>

Para sorpresa del propio PRI, los resultados ya habían sido aceptados por el entonces presidente Zedillo y minutos más tarde Fox hizo su presentación nacional como el candidato triunfante.

Horas antes Martha Dalía Gastelum, secretaria de Acción Electoral del PRD y responsable del centro de cómputo de la Alianza, ya había informado a la coordinación del equipo de campaña de Cárdenas que Fox iba arriba en los resultados.

"A los datos de la desventaja antecedían tres días en los que se había advertido a la dirigencia de la Alianza por México que 16 estados estaban catalogados como focos rojos, en su mayoría, los del norte del país".<sup>213</sup>

Momentos después Cuauhtémoc Cárdenas también aceptó públicamente que los resultados no le habían favorecido.

<sup>209</sup> Academia Mexicana de Derechos Humanos. "Las elecciones federales de 2000 en México". *Análisis cualitativo de la cobertura y gastos de campaña en TV*, AMDH, México, 2000, p. 8

<sup>210</sup> *Ibidem*, p. 9

<sup>211</sup> Villoro, Juan, *Op Cit*, p. 11

<sup>212</sup> *Ibidem*, p. 18

<sup>213</sup> Guerrero, Claudia. "Digna, pero despedida al fin". *Reforma*, 3 de julio del 2000, p. 16A

"A sólo medio minuto de terminado el mensaje televisivo del panista, Cárdenas salió de su oficina, bajó las escaleras, se plantó en el centro de la estancia principal y llegó entonces la lluvia de aplausos. Vivas como en los mítines, ovaciones como en los actos políticos, pero pocos votos según los resultados internos de la propia Alianza por México, alrededor del 18 por ciento".<sup>214</sup>

Agradeció el esfuerzo, la espera y la continuidad en la lucha, hasta la presencia en la casa de campaña, pero a pesar de que estaba conciente de que se hallaba posicionado en el tercer lugar, pidió esperar los resultados del IFE.

Efectivamente, el candidato perredista que buscó por tercera vez la Presidencia de la República no logró alcanzar su meta, però tampoco se abatió en un sentimiento de derrota, pues su lucha no había sido personalista, ni tampoco para arrebatar celosamente el poder, sino para procurar un país más digno que diera cobijo a todos sus habitantes, los que contribuían de manera importante en el desarrollo y crecimiento del mismo y los que más arrinconados se encontraban geográfica y socialmente.

---

<sup>214</sup> *Ibidem*

### 3.4 La campaña a través de los 25 actos o eventos más importantes.

Fecha	Evento	Lugar	Propuestas Formuladas
19 de octubre de 1999	Asistencia a la Universidad Iberoamericana para su participación en las Jornadas Académicas "El cambio político al fin del siglo".	México, D.F.	Plantea la posibilidad de realizar un cambio en el régimen político del país, poniendo especial énfasis en la consolidación de una política económica con contenido social.
24 de octubre de 1999	Toma de protesta como candidato presidencial del PRD	Acapulco, Guerrero	Instrumentar políticas públicas viables que se alejen de las visiones populistas y clientelares, que no se reduzcan a un mero asistencialismo y a un trabajo publicitario sino que promuevan una amplia participación social. Tender puentes hacia otros partidos políticos, hacia numerosas agrupaciones políticas nacionales, a organismos civiles para constituir la Alianza por México.
27 de octubre de 1999	Encuentro con estudiantes del Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM	México, D.F.	Incrementar la capacidad de crecimiento de la economía; recrear las condiciones de bienestar de la población, a partir de la generación de empleos y el aumento permanente de los ingresos; revisión a fondo de las finanzas públicas para establecer una fiscalidad funcional.
30 de octubre de 1999	Acto público en la explanada frente a la Catedral de San Cristóbal de las Casas	San Cristóbal de las Casas, Chiapas	Cumplir los Acuerdos de San Andrés; propiciar las condiciones necesarias para que la propuesta de ley que sobre derechos indígenas elaboró la Comisión de Concordia y Pacificación, en noviembre de 1996, sea una iniciativa que llegue al Congreso y pueda ser aprobada. Impulsar programas de desarrollo, proyectos productivos, atención a la educación, solución a los problemas agrarios y fin al latifundio que existe en la entidad.
27 de noviembre	Toma de protesta del Ing. Cuauhtémoc Cárdenas como candidato a la Presidencia de la República por Convergencia por la Democracia	México, D.F.	Reducir el IVA del 15 al 5 por ciento, pero elevarlo sustancialmente para los artículos de lujo; emprender y culminar con éxito la recuperación social, económica y política del país. Pide la coordinación entre las dirigencias de los partidos que integran la Alianza por México para demostrar su pluralidad, fuerza y vocación de triunfo.
7 de diciembre de 1999	Registro de la Coalición de la Alianza por México ante el Instituto Federal Electoral	México, D.F.	Ofrece un gobierno honrado que se comprometa a combatir la corrupción, a recuperar lo mal habido, a poner en práctica una serie de medidas que tengan como resultado elevar las condiciones de vida de la población.
18 de diciembre de 1999	Toma de protesta como candidato a la Presidencia de la República por la Alianza por México en el Foro Sol de la Magdalena Mixhuca	México, D.F.	Promover la austeridad y combatir la corrupción de funcionarios; recuperar los bienes mal habidos; apoyar las jubilaciones de civiles y militares; construir un gobierno socialmente responsable; rescatar y reconstruir el sistema de educación pública.

11 de enero del 2000	Presentación del Programa Económico 2000-2006 ante la Asociación Nacional de ExAlumnos del ITAM	México, D.F.	Crecimiento económico de 4.5 por ciento durante los primeros 18 meses, el cual, al finalizar el sexenio, se elevaría con solidez a 7 por ciento; dar prioridad al mercado interno, pero sin desconocer la importancia del sector externo de la economía; construir un nuevo proyecto económico, en un contexto internacional crecientemente globalizado; elevación efectiva de los niveles de vida de la población en forma sostenida; revertir el proceso de destrucción de la planta productiva
13 de enero del 2000	Conferencia Magistral sobre la Transición Democrática hacia el 2000 en la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Nayarit	Tepic, Nayarit	Reconocimiento a los Acuerdos de San Andrés; revisión amplia de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; recuperación de la economía productiva en el país; aumento de los salarios tanto mínimos como profesionales por arriba de los índices de inflación.
21 de enero del 2000	Conferencia Magistral en la Universidad Autónoma de Puebla	Puebla, Puebla	Hacer una obligación constitucional que los niños y jóvenes completen sus estudios en forma gratuita; elevar al menos 50 por ciento la cobertura de la educación superior; impulsar reformas legislativas que den seguridad presupuestal a las instituciones de educación superior; que el Estado vuelva a asumir su responsabilidad como el promotor y el proveedor más importante de educación.
18 de febrero del 2000	Encuentro con estudiantes de la Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro	Saltillo, Coahuila	Revisar integralmente la política económica hacia el campo; garantizar ingresos justos a quienes producen alimentos para la sociedad mexicana; garantizar a los productores costos equivalentes a los de los competidores, si se busca que los precios de los productos mexicanos correspondan a los internacionales; revisar el capítulo agropecuario del TLC.
26 de febrero del 2000	Foro sobre Justicia, Equidad y Seguridad Ambiental. Centro de la Amistad Internacional.	Guadalajara, Jalisco	Lograr una reducción significativa de la pobreza; crear fuentes de empleos mejor remunerados, así como un progreso material con reducción significativa de sus impactos adversos sobre el ambiente y los recursos naturales.
4 de marzo del 2000	Intervención en la 63 Convención Nacional Bancaria	Acapulco, Guerrero	Consolidar una banca que cumpla a cabalidad sus funciones de intermediación; destacar su función esencial de fomentar el ahorro y promover la inversión; construir un consenso que vaya en la dirección de legitimar la función económica y social de la banca en el país.
24 de marzo del 2000	Participación en la XII Reunión Extraordinaria de la Asamblea General de la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior ANUIES	Hermosillo, Sonora	Reivindicar la educación superior como el fundamento de un proyecto cultural en el que se sustenta un proyecto de nación democrática; alcanzar niveles más altos en las prácticas de docencia e investigación; contribuir a ampliar las opciones de empleo de egresados, lo cual ayudará al fortalecimiento de los procesos productivos.

10 de abril del 2000	Ofrenda y Guardia de Honor en el Monumento al Gral. Emiliano Zapata	Chinameca, Morelos	Revisar los cambios al artículo 27 constitucional y los capítulos agrícolas de los tratados comerciales con América del Norte y la Comunidad Europea; revertir la medida que permite enajenar tierras ejidales y comunales; ofrecer para el campo inversiones, apoyos, programas y créditos.
25 de abril del 2000	Debate entre los seis candidatos presidenciales	México, D.F.	Combatir a fondo la corrupción y el crimen organizado; cumplir los Acuerdos de San Andrés en materia de derechos y cultura indígena; convocar a una amplia revisión de la Carta Magna para incorporar mecanismos de participación ciudadana como el plebiscito; destinar el uno por ciento del producto interno bruto para acelerar el crecimiento de la economía nacional; una reforma fiscal justa; reactivar el campo; atender a la pequeña y mediana industrias; hacer de la política petrolera el eje del crecimiento económico.
16 de mayo del 2000	Diálogo con el Comité de Acción Política del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación SNTE	México, D.F.	Incrementar en 66 por ciento el presupuesto destinado a la educación; establecimiento de un ingreso profesional base equivalente a seis salarios mínimos; impulsar la profesionalización del magisterio, creando las condiciones que permitan al maestro dedicarse de tiempo completo a su tarea; tomar las medidas necesarias para que esté remunerado en forma tal que con una plaza pueda llevar una vida desahogada.
19 de mayo del 2000	Visita al Instituto Tecnológico de Morelia	Morelia, Michoacán	Promover programas de apoyo a los estudiantes de educación técnica; impulsar los intercambios entre instituciones educativas y empresas públicas y privadas con el fin de poner a los estudiantes en contacto con los más modernos desarrollos tecnológicos del aparato productivo. También con el propósito de abrir opciones directas de empleo para los egresados de instituciones como éstas.
23 de mayo del 2000	Reunión de Cuauhtémoc Cárdenas, Vicente Fox y Francisco Labastida, en la casa de campaña de la Alianza por México	México, D.F.	Realizar un debate el día primero de junio en el World Trade Center, de 21 a 22:30 horas, a través de los canales 2 y 13, así como en las estaciones de radio. Asistirían sólo los tres candidatos, cuya imagen aparecería de forma simultánea en pantalla durante todo el tiempo, con solo moderador que podría ser Joaquín López Dóriga. Las participaciones serían libres, pero siguiendo un orden establecido por sorteo, teniendo una inicial y otra de cierre.
26 de mayo del 2000	2º Debate entre Cárdenas, Labastida y Fox, en las instalaciones del Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad	México, D.F.	Recuperar las responsabilidades sociales del gobierno; respetar los acuerdos de San Andrés y proponer una ley sobre derechos y cultura indígena para garantizar la paz definitiva en toda la nación; educación pública y gratuita en todos sus niveles; aumentar el ingreso de los maestros por lo menos el equivalente a 6 salarios mínimos;

19 de junio del 2000	Reunión con dirigentes e integrantes de sindicatos independientes y secciones democráticas de sindicatos oficiales	México, D.F.	abrir las listas del Fobaproa. Promover la eliminación del apartado B del artículo 123 constitucional que prohíbe la huelga a los trabajadores al Servicio del Estado, y la abolición de la requisa, que en la práctica anula este mismo derecho laboral; ofrece mayores ingresos para jubilados y respetar la vida interna de las organizaciones sindicales.
22 de junio del 2000	Acto en la Explanada de Rectoría de la Universidad Nacional Autónoma de México	México, D.F.	Alcanzar una cobertura total en los ciclos obligatorios de primaria y secundaria; asignar mayores presupuestos y devolver a la educación sus contenidos humanísticos y científicos; crear un sistema asistencial paralelo al educativo para que el joven que decida formarse dentro del sistema público de educación, pueda hacerlo a condición de satisfacer los requerimientos de carácter académico.
25 de junio del 2000	Cierre de campaña en la Plaza de la Constitución de la capital de la República	México, D.F.	Negociar personalmente la paz en Chiapas; investigar el asunto del Fobaproa; lograr que cada familia pueda alcanzar siete condiciones mínimas de seguridad para su presente y futuro: un ingreso estable, educación para sus hijos, vivienda y servicios, protección a la salud, reorganización y fortalecimiento de los sistemas de pensiones, la seguridad jurídica de los bienes familiares.
28 de junio del 2000	Realización del último acto de campaña en Juchitán,	Juchitán, Oaxaca	Impulsar el desarrollo económico en la zona del Istmo de Tehuantepec, generar fuentes de empleo y elevar los ingresos y las condiciones de todos los pueblos de Istmo; refrenda su compromiso de cumplir los Acuerdos de San Andrés; dismantelar los cuerpos militares y dar instrucciones para que el Ejército inicie el repliegue a las posiciones que tuvo antes de enero de 1994.
2 de julio del 2000	Discurso después de darse a conocer los resultados de la Jornada Electoral	México, D.F.	Ser la más firme oposición contra el entreguismo; luchar por la soberanía del país y el petróleo; por la paz con dignidad en Chiapas, por un gobierno de gente honrada, por un gobierno dispuesto a combatir la corrupción, por una educación pública, laica y gratuita.

## Capítulo IV

### 4.1 Apartado Metodológico

Para el presente trabajo de investigación se realizó un análisis morfológico, con la finalidad de estudiar la estructura del periódico y su presentación. Tanto éste, como el análisis de contenido nos ayudarán a identificar lo que ambos diarios, materia de este trabajo, han querido comunicar a los lectores a través de sus notas informativas e ilustraciones, pero principalmente, deducir el trato informativo que recibió Cuauhtémoc Cárdenas, tanto en espacio como en intensidad de las comunicaciones.

Cito al autor Jacques Kayser, en su libro *El Periódico*, donde señala "no descuidaremos el estudio de los factores externos que confieren a la información o al artículo un valor peculiar. Estos factores externos, como la disposición en el periódico, el análisis volumétrico, la presentación ilustrada o no, etc., implican, para estudiarlos, el conocimiento preciso del conjunto de la estructura del periódico de que dependen".<sup>215</sup>

La morfología del periódico significa estudiarlo tal y como se presenta al lector, su forma exterior y la de los diferentes elementos que lo constituyen.

El periódico se compone, por una parte, de las superficies adquiridas por la publicidad y, por otra, de superficies que se llenan con el trabajo de la redacción. La superficie no publicitaria es objeto de este trabajo, y es la que ocupan los textos, los títulos y las ilustraciones; en ese sentido, para nuestro trabajo nos hemos enfocado al estudio de las siguientes categorías:

*Página par o non*; que se refiere a la página en que se inserta el texto. Por lo general se considera que la información insertada en la "uno" ha sido altamente valorizada; lo opuesto ocurre cuando se envía a las "páginas malas" que, de acuerdo con el autor J. Kayser, corresponde a las páginas pares, con excepción de la última.

*La ubicación de la nota*; que se considera desde el punto de vista del lugar que ocupa ésta dentro de las diferentes secciones del diario, es decir, si se colocó debido a su importancia, en la primera página; si su contenido la llevó a las páginas de la primera sección, o si fue ubicada específicamente en una sección dedicada a las elecciones.

En una página, ciertas ubicaciones llaman mayormente la atención; generalmente las personas leen un periódico de izquierda a derecha y de arriba abajo. Por lo tanto, como señala J. Kayser, la cabeza de la primera columna, o del primer grupo de columnas, a la izquierda, en la "uno" es el lugar privilegiado, a esta unidad de análisis se le ha denominado *lugar en la página*.

Respecto a los títulos, el contenido de éstos es una importante herramienta que puede revelar las intenciones de un periódico, por lo que es preciso considerar algunas categorías:

*Títulos informativos*.- Se refiere a los enunciados con los que se está dando a conocer un hecho o acontecimiento de interés colectivo.

*Títulos explicativos*.- Es una frase en la que se brinda un argumento o justificación respecto de un hecho en particular, es decir, da a conocer motivos o causas.

<sup>215</sup> Kayser, Jacques. *El periódico*. Ecuador, CIESPAL, 1961, p. 5

**Títulos orientados.**- Tiene que ver con las frases que imprimen una cierta dirección al hecho noticioso y que lo convierten en un enunciado parcial o con cierta subjetividad. Esta frase puede insinuar algo favorable o desfavorable del hecho o sujeto de que se habla y es un indicador también del sentido que adquirirá el resto de la nota.

**Títulos sensacionalistas.**- Se trata de aquellas frases con las que se pretende llamar la atención del público y dejar honda impresión en él, generalmente a partir de la exageración en la presentación de hechos y noticias. Cabe mencionar también que la finalidad en el uso de este tipo de títulos puede ser desorientar al público y evitar una adecuada evaluación de los acontecimientos.

Además de su contenido, los títulos de un texto son estudiados también bajo los aspectos de su *importancia real* (dimensiones y caracteres empleados) y su *importancia relativa* (con relación a otros títulos). Por lo tanto, en la presente investigación se considera, dentro de su importancia real, el columnaje, que se refiere al ancho de acuerdo a las columnas que ocupa. "Un título que ocupa todo el ancho de la página impresiona más que un título a varias columnas y todo título que sobrepasa la mitad del ancho de la página, valoriza notablemente el texto que presenta".<sup>216</sup>

Se considera su *altura*, la del conjunto de las líneas en caracteres grandes que preceden al texto; esto compensa a veces la débil extensión de su columnaje; y los *caracteres de imprenta* que fueron empleados, la idea fundamental es revisar qué tipo de caracteres le es atribuido, pues esto revela la importancia conferida al texto.

La importancia relativa se determina con relación a los otros títulos de la misma página, depende de su "vecindad" con noticias "rosas" o "rojas"; de hechos diversos y de la política; de los asuntos que "hacen pensar" y de los asuntos que distraen; proximidad o alejamiento de una ilustración o de un cartel de publicidad.

Ha sido contemplado también la *longitud del título* en centímetros, independientemente de que ya está considerada su longitud por columnaje.

Para aumentar el alcance de un texto, la *ilustración* desempeña una función evidente. De acuerdo con el autor citado, las *fotografías, dibujos, caricaturas, esquemas, gráficos*, adornan un texto, lo aclaran o le agregan elementos suplementarios de información o de apreciación, estas categorías están consideradas dentro del análisis morfológico que se realiza.

Se tiene en cuenta el *número de ilustraciones consagradas al texto* y su *dimensión*, las cuales fueron cuantificadas en el Cuadro II; cabe mencionar que para obtener tanto el espacio de las ilustraciones, como de los textos y encabezados en primera plana, se utilizó como unidad de medida los centímetros cuadrados.

Otra categoría que se determinó fue los pies de foto, es decir, *las leyendas que acompañan a la ilustración*; en qué casos se trató de leyendas explicativas, o bien sólo descriptivas. Entendiendo por explicativas, aquellas que brindan una breve información del hecho que se reprodujo en la ilustración, de sus componentes, es decir sus actores, del ambiente en que se desenvuelve, motivos, fechas, etc.; es una noticia en breve, dos o tres líneas máximo con la que se pretende informar o reconfirmar un hecho noticioso. En estos casos se brindan elementos importantes de la información que se generó. En tanto que las leyendas descriptivas solamente hacen una enunciación de los hechos que la ilustración está reportando, sin ahondar ni brindar mayores elementos de información.

<sup>216</sup> Kayser, J. *Op cit.*, 49



Se utilizó asimismo otro elemento para la valorización del texto que es la *tipografía*, es decir si se recurrió al empleo de caracteres diferenciados, con mayúsculas, subrayados, principalmente.

Dentro de la estructura del texto tenemos la categoría referente a la *fragmentación*, que nos indica si el texto comienza y finaliza en la misma página o si bien comienza en la página "uno" y concluye en otra distinta.

Se eligió cuatro tipos de *composición de las notas*, aunque en el análisis se manifestaron sólo dos. Esta categoría se refiere a los elementos de los que están constituidos principalmente los textos, esto es:

*Informaciones sin comentarios.*- Es la difusión de acontecimientos ignorados por el público, o de aspectos desconocidos de un hecho ya sabido. El reportero, en este caso, tiene como propósito dar a conocer los hechos de interés colectivo; no brinda opiniones e informa del hecho sin calificarlo.

*Comentarios sin informaciones.*- Generalmente se trata de la calificación de los hechos, sin citar textualmente información de la nota en particular. Aquí se analiza el hecho, se opina sobre sus consecuencias, y se da a conocer el punto de vista, el juicio de quien escribe el texto.

*Informaciones y comentarios amalgamados.*- En estos casos se presenta la información de un hecho noticioso al mismo tiempo que se relaciona con el análisis y el enjuiciamiento del mismo.

*Informaciones y comentarios separados.*- Por una parte se hace la presentación de los datos que conforman la noticia y por otra se elabora una interpretación de los mismos, en donde el periodista puede manifestar el juicio que a la empresa merece tal o cual acontecimiento.

Se determinó asimismo el *origen de las informaciones y su fuente*, es decir, el lugar donde se desarrollan los hechos y la firma de quien elabora el reporte; y por otra parte, se identifica el *tamaño de la nota*; si se trató de un texto breve o no, en cuyo caso las categorías fueron:  $\frac{1}{4}$  de página,  $\frac{1}{2}$  ó  $\frac{1}{2}$  página, una página completa, hasta una página y media o más.

Ahora bien, si una de las formulaciones en el presente trabajo de investigación es establecer qué trato informativo recibió Cuauhtémoc Cárdenas, durante la campaña presidencial del 2000 en los periódicos *Reforma* y *La Jornada* (entendiendo el "qué" como la tendencia y orientación en la información que publicaron ambos diarios), la técnica utilizada para hacer esta determinación ha sido el análisis de contenido.

"El uso más valioso de los estudios del contenido, consiste en registrar las tendencias y los cambios del mismo... La clasificación, en un solo conjunto de categorías, de varias muestras semejantes del contenido, proporciona una breve descripción de las tendencias, en términos de frecuencias relativas de ocurrencia"<sup>217</sup>, (de las categorías.)

<sup>217</sup> Cita del libro de Albig W., en "The content of radio programs" 1925-1935. Soc. Forces, 1938, 16, 338-349, citado en el artículo de Bernard Berelson, Análisis de Contenido, publicado en el *Handbook of Social Psychology*; editado por Gardner Lindzey en Reading, Massachusetts, por la Addison Wesley Publishing Co., Inc., 1954: Vol. 1 ("Theory and Method"), p. 448-522. Traducido por Adolfo Chacón Solano y Jorge Ayala Blanco, para el Departamento Técnico de la Dirección General de Información de la UNAM, Julio de 1969.

Este método, refiriéndolo como una técnica que trata de caracterizar los significados de una porción de contenido de manera sistemática y cuantitativa, requiere para su realización de la selección de categorías que nos permitirán llevar a cabo una clasificación y posteriormente cuantificar la constancia de sus apariciones en los textos.

Por lo tanto, para este estudio fueron elegidos 25 actos o eventos de campaña, reportados en las primeras planas de los diarios analizados, considerados entre los eventos de mayor importancia por el número de militantes y simpatizantes que reunió (datos que fueron reportados en la misma nota), por la preparación de discurso por parte del candidato para tales actos y porque dentro de los documentos del partido se encontraban entre los más trascendentes.

Para intentar definir la posición que cada uno de estos diarios adoptó en la campaña, se procedió al análisis de 50 notas informativas de las primeras planas, correspondientes a los dos diarios, en función de las siguientes categorías:

*Asunto.*- Esta categoría se refiere a aquello de lo que trata la comunicación, es decir el tópico dentro de una porción del contenido y que se utilizó para determinar los énfasis dados a dichos tópicos de la comunicación.

*Tema.*- Se refiere a la oración o conjunto de oraciones en las que se presentan, de manera implícita o explícita, el asunto determinado, demostrando la manera en que el diario discute los asuntos. Aquí puede comenzar a identificarse la posición que asume cada periódico con relación a los tópicos seleccionados.

Es necesario entender que la técnica del análisis de contenido permite el análisis cualitativo a partir de estos dos elementos: asuntos y temas.

Cabe señalar que la técnica de conformación de temas se basa en un proceso de síntesis que consiste en:

- Ubicar en la información periodística, las menciones hechas sobre algún asunto en cuestión.
- Organizar estas menciones a partir de los asuntos referidos.
- Sintetizar y simplificar la redundancia de la información, hasta categorizar estas menciones, dándoles el carácter de temas de la información.

Es importante señalar que, el pre-análisis (revisión de la información periodística del corpus) permite detectar, seleccionar y definir con qué asuntos se va a llevar a cabo este análisis cualitativo del contenido.<sup>218</sup>

Cabe realizar en este momento una definición de los conceptos explícito e implícito. Cuando nos referimos a una mención explícita, estamos hablando de una frase o conjunto de frases que manifiestan fielmente el tema, en nuestro caso, a que se ha referido el análisis de contenido.

En una mención implícita no se hace referencia textual a un tema determinado, pero es posible inferirlo, por la existencia en el mensaje de determinadas palabras o tópicos.

*Intencionalidad.*- Aquí podemos detectar el tipo de argumentos (cualidades retóricas) con los que, básicamente a través del reportero, el periódico asume su posición respecto a un asunto

<sup>218</sup> Berelson, Bernard, "Análisis de contenido"; artículo publicado en el *Handbook of Social Psychology, Op. Cit.*

determinado; la definición que otorga a ese asunto, se resume también en una frase o conjunto de frases.

*Tendencia.*- En esta categoría se determina a partir de una frase, el grado de positividad o negatividad que el periódico está proyectando con relación a un tópico; es el tratamiento en pro o en contra que se hace de la comunicación.

Para el diseño de este análisis de contenido se ha determinado asimismo definir quién ha sido el autor de las comunicaciones que se estudian, es decir si se trató de la reproducción de las declaraciones de Cuauhtémoc Cárdenas, si es elaboración del reportero, si la información se presenta sin firma, si corresponde al material de las agencias de noticias o bien, si es una nota elaborada por la Redacción del periódico.

Se ha pretendido fijar como categoría la *forma de declaración* que el diario está reportando en las notas estudiadas, es decir si se trató de *declaraciones de hecho, declaraciones de preferencia o declaraciones de identificación*, ello con la finalidad de establecer la dirección informativa que privilegia el medio.

Finalmente se consideró la *intensidad* del texto, que se refiere al componente emocional de las declaraciones. Esta categoría, conocida también con el nombre de "emotividad", nos remite a la fuerza que se le ha dado a la comunicación, para ello, se establecieron las siguientes subdivisiones:

*Racional.*- Se refiere a toda declaración lógica, fundada, que concuerda con la razón y que presenta todas las apariencias de la objetividad.

*Pasional.*- En estas declaraciones aparecen una serie de calificativos en pro o en contra de un asunto, que le dan a la comunicación una apariencia poco objetiva, y que por el contrario tiende a reflejar la posición del periódico hacia determinado tópico.

*Agresivo.*- Esta clasificación puede asociarse con el tipo de palabras empleadas en el texto, las cuales refieran un ataque a la personalidad o el trabajo desempeñado, en nuestro caso, por un aspirante presidencial; declaraciones que aluden al comportamiento de instituciones o a la conducta de otras personalidades públicas, o bien, puede significar la presentación rápida y brusca de un mensaje de información.

En cuanto al empleo de palabras que impliquen ataque o provocación hacia una persona o institución pública, puede decirse que también éstas proyectan la posición del medio no sólo ante determinado tema, sino su actitud frente a distintas corrientes políticas.

*Complaciente.*- Son las declaraciones que, por la forma en que están planteadas, se pretende apoyar o privilegiar la comunicación del actor político. Asimismo, se les da el espacio necesario para satisfacer la necesidad de un sujeto de transmitir al público sus informaciones, generalmente descritas con una orientación positiva o con la reproducción textual del declarante.

#### 4.2 Análisis Morfológico de cada una de las 50 notas informativas en las primeras planas en Reforma y La Jornada

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Títulos: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	1	Miércoles 20 de octubre de 1999.	Página non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: texto colocado a partir del ángulo superior izquierdo hasta el centro de la página.	Título informativo (tema político)	-3 columnas de longitud -2.5 cm de altura -caracteres en negritas, en No. 20 aproximadamente, altas y bajas.
Reforma	1	Miércoles 20 de octubre	Página par (6)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: comienza en el ángulo superior izquierdo y abarca un 1/4 de página en las seis columnas restantes hacia el lado derecho.	Título informativo (tema político electoral)	-Ocupa 4 columnas de longitud -4.3 cm de altura -caracteres en negritas, altas y bajas, espaciadas, en No. 48 (considerando formato del diario)

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de Ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a un título sobre política de igualdad social y educativa, así como a una caricatura de "El Fisgón", respecto a la huelga en la UNAM.	18.5 centímetros	Fotografía	Una	Leyenda explicativa (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a otro título informativo sobre partidos políticos y a un desplegado de la UNAM sobre el paro de actividades.	22 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (No está relacionada con el texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de caracteres normales sin ninguna diferenciación en todo el texto, a excepción del nombre de quien redacta la nota, el cual se escribe en negritas.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Universidad Iberoamericana, Ciudad de México - Juan Antonín Zúñiga	1/2 página
Reforma	Empleo de mayúsculas en la primera línea de la nota; en adelante altas y bajas; remarcadas en negritas los subtítulos de la nota y el nombre de quien la redacta.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Universidad Iberoamericana Ciudad de México - Claudia Guerrero	1/2 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página, par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	2	Lunes 25 de octubre de 1999.	Nones (1 y 9)	Primera plana y páginas de la primera sección. Lugar en la página: en primera plana al centro del diario y en interior ocupa la columna izquierda, una parte del centro y ángulo derecho.	Primera plana: título informativo Página interior: título orientado (Tema político-electoral)	-2 columnas de longitud -3.9 cm de altura -caracteres en negritas, N.20 aproximadamente, altas y bajas
Reforma	2	Lunes 25 de octubre de 1999.	Non (9)	Páginas de la primera sección Lugar en la página: ocupa dos columnas de lado izquierdo que llegan a menos de la mitad de la página.	Título informativo (Tema político-electoral)	-Ocupa el largo de 2 columnas -3.7 cm de altura -caracteres en negritas, espaciadas, en No. 42, altas y bajas

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con otras noticias, únicamente con un cartel publicitario.	12.2 centímetros	Fotografía	Una	Explicativa (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a una nota de la dirigencia nacional del PRD en Acapulco y a un cartel publicitario de telefonía celular.	15.4 centímetros	Fotografía	Una	Explicativa (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota).	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Caracteres sin ningún tipo de diferenciación en el cuerpo de la nota	Comienza en la primera página, continúa y concluye en la página nueve.	Informaciones y comentarios amalgamados	Acapulco, Guerrero.- Juan Antonio Zúñiga, enviado.	1/2 página
Reforma	Empleo de mayúsculas sólo la primera línea de la nota, el texto, altas y bajas y remarcada en negritas una línea que hace de subtítulo	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Acapulco, Guerrero.- Claudia Guerrero, enviada. Sergio Flores, corresponsal.	1/2 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	3	Jueves 28 de octubre de 1999.	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: las cuatro primeras columnas hasta el centro de la página	Título informativo (Tema económico)	- 2 columnas de longitud - 2.9 cm de altura - caracteres en No. 14 aproximadamente, negritas, igual que el balazo, ése en No. 12, altas y bajas.
Reforma	3	Jueves 28 de octubre de 1999.	Par (6)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: Ocupa el ángulo superior izquierdo.	Título informativo (Tema económico)	- Ocupa 2 columnas de longitud - 0.6 cm de altura - caracteres en negritas, altas y hojas, en No. 14 aprox.

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompaña a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a un título igualmente sobre el tema económico	12.2 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (No está relacionada con la información de la nota)
Reforma	Contiguo a otro título informativo sobre partidos políticos y a una crónica sobre Vicente Fox	10 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (No está relacionada con la información del texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	En el cuerpo de la nota, hay una línea diferenciada bajo la idea de un subtítulo, remarcada en negritas.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	IFAM, Ciudad de México.- Juan Antonio Zuñiga	1/4 página
Reforma	Con mayúsculas únicamente la primera línea de la nota, el resto altas y bajas, en No. 8, remarcada en negritas la línea que hace de subtítulo	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	IFAM, Ciudad de México.- Claudia Guerrero	1/4 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	4	Domingo 31 de octubre de 1999.	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: columna del lado izquierdo y tres columnas a la mitad en la parte inferior de la página.	Título orientado (Tema político)	-3 columnas de longitud -13.7 cm de altura -caracteres en No. 16, remarcado en negritas, altas y bajas; bajo en No. 12
Reforma	4	Domingo 31 de octubre de 1999.	Non (1)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: comienza desde el ángulo superior izquierdo y se extiende hasta un ¼ de página en las cinco columnas restantes hacia la derecha	Título informativo (Tema político)	-Abarca 3 columnas de longitud -3.8 cm de altura -caracteres en negritas, espaciadas, en No. 43 aprox., altas y bajas

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con otro tipo de noticias, únicamente con una ilustración.	18.7 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde con el texto)
Reforma	Contiguo a otro título informativo del candidato peerdista a la Presidencia y a un cartel publicitario que ocupa ½ página.	16.3 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde con el texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados -Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Hay líneas diferenciadas a manera de subtítulos, ligeramente más grandes que el resto de la nota, remarcadas en negritas, altas y bajas.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	San Cristóbal de las Casas, Chiapas.- Elio Hernández, corresponsal; Juan Antonio Zúñiga, enviado	¼ de página
Reforma	En altas la primera línea del párrafo con que inicia la nota, en adelante altas y bajas, remarcada en negritas sólo la línea que hace de subtítulo	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	San Cristóbal de las Casas, Chiapas.- Claudia Guerrero, enviada.	¼ de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	6	Miércoles 8 de diciembre de 1999.	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna izquierda, 1/2 de columnas centrales y la mitad de la columna derecha.	Título informativo (Tema de campaña)	-3 columnas de longitud -2.3 cm de altura -caracteres en negritas, No. 14, altas y bajas; balazo en No. 12
Reforma	6	Miércoles 8 de diciembre de 1999.	Par (4)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la primera columna de lado izquierdo hasta el centro de la página y se extiende hacia la derecha 1/4 por columna	Título informativo (Tema de campaña)	-ocupa 2 columnas de longitud -8 cm de altura -caracteres en negritas, poco espaciadas, altas y bajas, hasta en No. 48 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con otro tipo de noticias, solo con una caricatura.	18.4 centímetros	Caricatura	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a otros títulos informativos también sobre el tema de la campaña, incluyendo una nota más sobre el candidato presidencial perredista	10.8 centímetros	Fotografía y un cuadro sinóptico	Una	Explicativa (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados -Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Sin ninguna diferenciación de caracteres en todo el texto de la nota.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Ciudad de México.- Juan Antonio Zúñiga	1/4 página
Reforma	La primera línea del párrafo con el que inicia la nota es en mayúsculas, el resto altas y bajas, en negritas los subtítulos. No 8	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México, Guadalupe Irizar	1/2 de página



Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	7	Domingo 19 de diciembre de 1999.	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa las cuatro columnas que conforman la página.	Título informativo (Tema electoral)	-3 columnas de longitud -4.1 cm de altura -caracteres en No. 14, negritas, altas y bajas; balazo en No. 12
Reforma	7	Domingo 19 de diciembre de 1999.	Non y par (1 y 6)	Primera plana y páginas de la primera sección. Lugar en la página: en primera plana ocupa el ángulo inferior derecho y en interiores media columna igualmente en el ángulo inferior derecho.	Título informativo (Tema electoral)	-ocupa 1 columna de longitud -3.7 cm de altura -caracteres en negritas, poco espaciadas, altas y bajas, en No. 25

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: - Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de Ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	No aparece acompañado de ningún otro tipo de noticias, excepto por una fotografía	18.5 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Aparece en la primera plana contigua a otras noticias de corte internacional, sobre la ciudad de México y el anuncio de un anuario de noticias	7.3 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas -Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados -Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Aparecen con caracteres remarcados en negritas, las líneas entre párrafos que hacen de subtítulos	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Foro Sol, Ciudad de México.- Juan Antonio Zóñiga	Una página
Reforma	Caracteres normales, la primera línea en mayúsculas, las demás altas y bajas, en negritas una línea que hace de subtítulo	Comienza en la página uno, continua y concluye en la página 6	Informaciones sin comentarios	Foro Sol, Ciudad de México, Claudia Guerrero	Tanto en primera plana, como en interiores 1/4 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionalistas	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	8	Miércoles 12 de enero del 2000	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la primera columna de lado izquierdo, la mitad de las columnas centrales y de lado derecho.	Título orientado (Tema económico)	-2 columnas de longitud -3.2 cm de altura caracteres en negritas, en cursiva una palabra del título, No. 14, altas y bajas.
Reforma	8	Miércoles 12 de enero de 2000	Non y par (1 y 6)	Primera plana y páginas de la primera sección. Lugar en la página: primera plana, ángulo superior derecho. Interiores, el ángulo superior izquierdo hasta el centro de la página	Título sensacional (Tema económico)	-ocupa 2 columnas de longitud -2 cm de altura -caracteres en negritas, espaciadas, altas y bajas, en No. 50 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título de una nota sobre el tema electoral y una ilustración	12 centímetros	Caricatura	Ninguna	-----
Reforma	En la primera plana aparece junto a información nacional e internacional, en interiores vecinda con las notas del candidato del PRI y PAN acerca de su participación en el Foro sobre política económica y fiscal en el ITAM	8.7 centímetros	Fotografía y un cuadro sinóptico	Una	Descriptiva (Acorde con el texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados -Informaciones y comentarios separatos	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de letras cursivas en uno de los párrafos de la nota, y remarcadas en negritas las frases como subtítulos, altas y bajas	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	ITAM, Ciudad de México.- Juan Antonio Zúñiga	1/4 página
Reforma	Mayúsculas la primera línea de la nota, en adelante altas y bajas, en No 8	Comienza en la página uno y continúa en la página 6	Informaciones y comentarios amalgamados	ITAM, Ciudad de México.- Esperanza Barajas y Roberto Zamarripa	1/2 página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (Día, mes, año)	Página por o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	9	Viernes 14 de enero del 2000	Non (5)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa las dos primeras columnas del lado izquierdo y 1/4 de columna en las 2 restantes a la derecha.	Título explicativo (Tema económico)	-2 columnas de longitud -3.2 cm de altura -caracteres en negritas, No. 14, altas y bajas; balazo en No. 12
Reforma	9	Viernes 14 de enero del 2000	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa las primeras cuatro columnas hasta el centro de la página ubicadas al lado izquierdo de esta.	Título orientado (Tema económico)	-4 columnas de longitud -5 cm de altura -caracteres en negritas, espaciadas, altas y bajas, en No. 48 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título de carácter orientado con el tema electoral, así como con una caricatura de El Fisgón, relativo al arresto de Gloria Trevi.	12.2 centímetros	Caricatura	Ninguna	-----
Reforma	Contiguo a otro título informativo respecto a las actividades del Secretario de Defensa y declaraciones del Presidente Ernesto Zedillo.	22.1 centímetros	Fotografía	Una	Explicativa

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados -Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Únicamente se diferencian las frases como subtítulos, remarcaadas en negritas	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Tepe, Nayarit - Jesús Narvaez, corresponsal; Juan Anotnio Zúñiga, enviado	1/4 de página
Reforma	La primera línea de la nota aparecen en mayúsculas, el resto altas y bajas, en negritas las líneas que hacen de subtítulos.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Tepe, Nayarit - Claudia Guerrero	1/4 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	10	Sábado 22 de enero del 2000.	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: la primera columna del lado izquierdo, la mitad de las dos columnas centrales y 1/4 de la columna derecha	Título explicativo (Tema educativo)	- 3 columnas de longitud - 2.3 cm de altura - caracteres remarcados en negritas, No. 14, altas y bajas; balazo No. 12
Reforma	10	Sábado 22 de enero del 2000.	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa el ángulo superior izquierdo	Título informativo (Tema educativo)	- Abarca 4 columnas de longitud - 4.2 cm de altura - caracteres en negritas, espaciadas, altas y bajas, en No. 42

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de Ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a un título orientado sobre el tema económico, así como a una fotografía.	18.5 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (No está relacionada con el texto)
Reforma	Contiguo a un cuadro sinóptico del candidato presidencial perdedor y a un cartel de publicidad	21.9 centímetros	Fotografía y un cuadro sinóptico	Una	Descriptiva (Acorde con el texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Sin caracteres diferenciados, excepto un subtítulo remarcado en negritas, con el mismo tamaño de letra que el texto de la nota.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Puebla, Puebla, Juan Antonio Zúñiga, enviado	1/2 de página
Reforma	En mayúsculas la primera línea del párrafo con que inicia la nota, en negritas la línea que hace de subtítulo, el resto altas y bajas, en No. 8	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Puebla, Puebla, Claudia Guerrero	1/2 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página por o non	Ubicación de la nota:	Tipo de Títulos:	Importancia Real de Título: (Páginas laterales)
				- Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	- Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	- Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	11	Sábado 19 de febrero del 2000.	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna del lado izquierdo y la mitad de las columnas centrales y derecha	Título orientado (Tema agrario y electoral)	-3 columnas de longitud -3 cm de altura -caracteres en 14, negritas, altas y bajas; balazo No. 12
Reforma	11	Sábado 19 de febrero del 2000.	Non (5)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa las dos primeras columnas del lado izquierdo, hasta el centro de la página.	Título informativo (Tema agrario)	-6 columnas de longitud -2.2 cm de altura -caracteres en negritas, espaciadas, altas y bajas, en No. 48 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a un título informativo sobre el tema laboral y a una fotografía	18.5 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a otro título informativo sobre la campaña perredista; a una invitación para la presentación de un libro (sobre Marcos, el líder zapatista) y a un cartel publicitario	32.8 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados -Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Una sola palabra en cursiva y tres líneas remarcadas en negritas como subtítulos	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Saltillo, Coahuila.- Juan Antonio Zúñiga, enviado	1/4 de página
Reforma	Sin diferenciación de caracteres, excepto la primera línea de la nota que está en mayúsculas. El resto altas y bajas, remarcadas en negritas las líneas que hacen de subtítulos.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Saltillo, Coahuila.- Jorge Arturo Hidalgo, enviado.	1/4 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Títulos: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	12	Domingo 27 de febrero del 2000.	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna del lado izquierdo, 1/4 de las columnas centrales y el ángulo superior derecho.	Título explicativo (Tema sobre la campaña)	- Ocupa 3 columnas de longitud - 2.3 cm de altura - caracteres en negritas, No. 14, altas y bajas; balazo No. 12
Reforma	12	Domingo 27 de febrero del 2000.	Non (5)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa dos columnas del ángulo superior derecho	Título informativo (Tema de campaña)	- Abarca 4 columnas de longitud - 3.5 cm de altura - caracteres en negritas, altas y bajas, en No. 42 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompaña a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título informativo, también sobre el tema de la campaña (del candidato de derecha), así como a una fotografía.	18.1 centímetros	Fotografía	Ninguna	-----
Reforma	Contiguo a un cartel publicitario de una tarjeta de crédito y a una convocatoria de la Universidad Iberoamericana	21.5 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde con el texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Únicamente se diferencian, remarcadas en negritas, las letras de un subtítulo. Todo altas y bajas.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Lagos de Moreno, Jalisco.- Juan Antonio Zúñiga, enviado	1/2 página
Reforma	La primera línea de la nota escrita en mayúsculas, el resto altas y bajas, en No. 6 u 8 aproximadamente	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Lagos de Moreno, Jalisco.- Jorge Arturo Hidalgo, enviado	1/2 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primera plana</li> <li>- Páginas de la primera sección</li> <li>- Páginas editoriales</li> <li>- Sección especial de elecciones</li> </ul>	Tipo de Títulos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Títulos Informativos</li> <li>- Títulos explicativos</li> <li>- Títulos orientados</li> <li>- Títulos sensacionales</li> </ul>	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) <ul style="list-style-type: none"> <li>-Columnaje (longitud del título)</li> <li>-Altura</li> <li>-Tipo de Caracteres</li> </ul>
La Jornada	13	Domingo 5 de marzo del 2000.	Non (5)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa toda la página	Título informativo (Tema financiero)	-2 columnas de longitud -3.2 cm de altura - caracteres en No. 12, negritas, altas y bajas; balazo en No. 11
Reforma	13	Domingo 5 de marzo del 2000	Non (5)	Primera plana y páginas de la primera sección. Lugar en la página: primera plana, ocupa media columna del ángulo superior derecho. En interiores, ocupa una segunda columna de lado izquierdo	Título orientado (Tema financiero)	-Abarca una sola columna de longitud -2.6 cm de altura -caracteres en negritas, poco espaciadas, altas y bajas, en No. 20

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografías</li> <li>- Dibujos</li> <li>- Caricaturas</li> <li>- Cuadros estadísticos</li> <li>- Cuadros gráficos</li> </ul>	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicativas</li> <li>- Descriptivas</li> </ul>
La Jornada	Sin ninguna otra noticia contigua.	12.2 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto de la nota)
Reforma	En primera plana, colinda con la nota de Vicente Fox, sobre el mismo tema, así como una noticia de aspectos sobre la ciudad, en interiores, aparece contiguo a las dos propuestas financieras del PRI y PAN.	7.5 centímetros	Fotografía	Una	Sin leyenda

Fuente Hemerográfica	Tipografía: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Caracteres diferenciados</li> <li>- Mayúsculas</li> <li>- Subrayados</li> </ul>	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Informaciones sin comentarios</li> <li>-Comentarios sin informaciones</li> <li>-Informaciones y comentarios amalgamados</li> <li>Informaciones y comentarios separados</li> </ul>	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1/8 de página</li> <li>- 1/4 de página</li> <li>- 1/2 página</li> <li>- Una página</li> <li>- Hasta una página y media</li> <li>- Más de página y media</li> </ul>
La Jornada	Algunas palabras aparecen en cursivas, y remarcadas en negritas las frases que hacen de subtítulos. El resto de caracteres normal	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Acapulco, Guerrero.- Juan Antonio Zúñiga, enviado	Una página
Reforma	Caracteres normales, No. 8, altas y bajas, excepto la primera línea con que empieza la nota que es en mayúsculas. En negritas un subtítulo	Comienza en la página uno, continúa y concluye en la página 6	Informaciones sin comentarios	Acapulco, Guerrero.- Jorge Arturo Hidalgo, enviado	1/2 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Relativa de Título: (Páginas interiores) -Columnaje (longitud del título) -Altura -Tipo de Caracteres
La Jornada	14	Sábado 25 de marzo del 2000	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa las cuatro columnas del diario, un poco más de la mitad de la página.	Título informativo (Tema superior)	-Abarca 3 columnas de longitud -2.2 cm de altura -caracteres en negritas, altas y bajas, en No. 20 y 22 aproximadamente
Reforma	14	Sábado 25 de marzo del 2000	Par (10)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa una columna central hasta la primera mitad del periódico, a partir de ahí, una segunda columna a la izquierda hacia la parte inferior del mismo.	Título informativo (Tema educativo)	-Ocupa 1 columna de longitud -2.2 cm de altura -caracteres en negritas, altas y bajas, espaciadas, en No. 48 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de Ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título informativo sobre un acto proselitista del candidato panista.	18.4 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a otros títulos informativos del candidato Porfirio Muñoz Ledo y Gilberto Rincón Gallardo, sobre el mismo tema.	8.4 centímetros	Fotografías y un cuadro resumen	Una	Explicativa (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente: (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de algunas palabras en cursivas, negritas los subtítulos, altas y bajas, en No. 8 aproximadamente.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Hermosillo, Sonora.- Andrea Becerril, enviada	¼ de página
Reforma	Sin diferenciación de caracteres excepto la primera línea con que inicia la nota, que está en mayúsculas, las demás altas y bajas, en negritas los subtítulos.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Hermosillo, Sonora.- Ernesto Núñez y Claudia Guerrero, enviados	¼ de página



Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota:	Tipo de Títulos:	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores)
				- Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	- Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	- Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	15	Martes 11 de abril del 2000.	Par (10)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna de lado izquierdo, la mitad de las columnas centrales y la columna del lado derecho.	Título orientado (Tema campaña)	- 2 columnas de longitud - 3.2 cm de altura - caracteres en negritas, altas y bajas, en No. 20 aproximadamente
Reforma	15	Martes 11 de abril del 2000.	Par (6)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: abarca 1/2 de una sola columna al centro de la página.	Título orientado (Tema campaña)	- Abarca 3 columnas de longitud - 4.7 cm de altura - caracteres en negritas, espaciadas, altas y bajas, en No. 42

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título informativo sobre los concesionarios de la industria de la radio y la televisión	12.1 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a otro título informativo del candidato perredista a la presidencia; a una nota del Consejo Estatal del PRD en Veracruz y otra de Porfirio Muñoz Ledo, candidato del PARM.	22.1 centímetros	Fotografía	Una	Explicativa (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de algunos caracteres en cursivas; altas y bajas, en negritas una línea como subtítulo	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Villa de Morelos - Ayala, Juan Antonio Zúñiga, enviado	1/2 de página
Reforma	Sin diferenciación de caracteres, excepto la primera línea de la nota que es en mayúsculas; número 8 o 6 aproximadamente.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Villa de Morelos - Ayala, Esperanza Harajas, enviada	1/2 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	16	Miércoles 26 de abril del 2000	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa toda la página.	Título explicativo (Tema campaña)	-3 columnas de longitud -3.9 cm de altura -caracteres en No. 16, espaciadas, negritas, alias y bajas; balazo en No. 13
Reforma	16	Miércoles 26 de abril del 2000	Non (13)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa tres columnas del ángulo superior izquierdo, que se alargan hasta el centro de la página.	Título sensacional (Tema campaña)	-3 columnas de longitud -5.3 cm de altura -caracteres en negritas, todas alias, en No. 42 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con ningún otro tipo de noticias.	18.2 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a otro título informativo del candidato perredista, una esquila de condolencias y otra de agradecimiento de una Institución de Asistencia Privada.	12.4 centímetros	Fotografías	Dos	Explicativa (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página y media - Más de página y media
La Jornada	Sin diferenciación de caracteres, excepto las palabras remarcadas con negritas que hacen de subtítulos.	Comienza en la página 3, continua y concluye en la página 4.	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México - José Gil Olmos, Fabiola Martínez, Juan Manuel Venegas y Juan Antonio Zúñiga.	Más de página y media
Reforma	La primera línea de la nota en mayúsculas, el resto alias y bajas, en No 6 u 8 aproximadamente.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México - Claudia Guerrero	1/2 página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página: par o non	Ubicación de la nota: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primera plana</li> <li>- Páginas de la primera sección</li> <li>- Páginas editoriales</li> <li>- Sección especial de elecciones</li> </ul>	Tipo de Títulos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Títulos informativos</li> <li>- Títulos explicativos</li> <li>- Títulos orientados</li> <li>- Títulos sensacionales</li> </ul>	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Columnaje (longitud del título)</li> <li>- Altura</li> <li>- Tipo de Caracteres</li> </ul>
La Jornada	17	Miércoles 17 de mayo del 2000.	Non (5)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna de lado izquierdo, la mitad de las dos centrales y ¼ de la columna derecha.	Título informativo (Tema educativo)	- 2 columnas de longitud - 3.2 cm de altura - caracteres en No. 14, negritas, altas y bajas; balazo en No. 12, en negritas también
Reforma	17	Miércoles 17 de mayo del 2000.	Non (9)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa la parte superior de la página, extendiéndose los párrafos entre las seis columnas del ancho de la hoja.	Título informativo (Tema educativo)	- 3 columnas de longitud - 4.1 cm de altura - caracteres grandes, espaciados, en negritas, altas y bajas.

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografías</li> <li>- Dibujos</li> <li>- Caricaturas</li> <li>- Cuadros estadísticos</li> <li>- Cuadros gráficos</li> </ul>	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicativas</li> <li>- Descriptivas</li> </ul>
La Jornada	Contiguo a otro título informativo con el tema de campaña, así como a una caricatura de El Fision, en relación al tema de la campaña también.	12 centímetros	Caricatura	Ninguna	-----
Reforma	Adjunto a otro título informativo sobre las elecciones (observadores internacionales) y a un cartel publicitario	16.4 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracteres diferenciados</li> <li>- Mayúsculas</li> <li>- Subrayados</li> </ul>	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informaciones sin comentarios</li> <li>- Comentarios sin informaciones</li> <li>- Informaciones y comentarios amalgamados</li> <li>- Informaciones y comentarios separados</li> </ul>	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1/8 de página</li> <li>- 1/4 de página</li> <li>- 1/2 página</li> <li>- Una página</li> <li>- Hasta una página y media</li> <li>- Más de página y media</li> </ul>
La Jornada	Caracteres normales, sin diferenciación, excepto el remarcado de los subtítulos, altas y bajas	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México - Andrea Becerril	¼ de página
Reforma	En mayúsculas únicamente la primera línea de la nota; el resto altas y bajas, en negritas una línea que hace de subtítulo.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Ciudad de México - Esperanza Barajas	¼ de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	18	Sábado 20 de mayo del 2000.	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna de lado izquierdo, 1/2 de las dos centrales y 1/4 de la columna derecha.	Título informativo (Tema campaña)	- 2 columnas de longitud - 3.4 cm de altura - caracteres en negritas, altas y bajas, en No. 14; balazo No. 12
Reforma	18	Sábado 20 de mayo del 2000.	Non (9)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa una columna de lado izquierdo hasta el centro de la página.	Título orientado (Tema campaña)	- 1 columna de longitud - 3.6 cm de altura - caracteres en negritas, mayúsculas todas, en No. 36 aproximadamente, poco espaciadas.

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título informativo sobre el tema de la campaña.	12.2 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a un título informativo del candidato presidencial de Democracia Social y a un cartel publicitario de una tienda departamental	6.7 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de palabras cursivas y un subtítulo en negritas, el resto de las letras normales, No. 8	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Pátzcuaro, Michoacán - Andrea Icceritl, enviada	1/2 de página
Reforma	La primera línea de la nota es en mayúsculas, el resto altas y bajas, en número 6 u 8 aproximadamente.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Pátzcuaro, Michoacán - Ernesto Núñez, enviado	1/2 de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o impar	Ubicación de la nota:	Tipo de Títulos:	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores)
				- Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	- Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	- Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	19	Miércoles 24 de mayo del 2000.	Non y par (3 y 6)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: de la página 3, esta nota ocupa el espacio de las 4 columnas; de la página 6, las 3 primeras columnas a partir del centro de la página hacia la parte inferior de la hoja.	Título informativo (Tema de campaña)	-3 columnas de longitud -3.9 cm de altura -caracteres espaciados, en negritas, altas y bajas y en número 16; balazo en No. 12
Reforma	19	Miércoles 24 de mayo del 2000.	Non y par (1 y 4)	Primera plana y páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la primera columna de lado izquierdo en primera plana y en interiores ocupa las cuatro primeras columnas de izquierda a derecha.	Título sensacional (Tema de campaña)	-4 columnas de longitud -2.1 cm de altura -caracteres grandes, espaciados, altas y bajas, en negritas.

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones:	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones:
			- Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos		- Explicativas - Descriptivas
La Jornada	De la página 3 sin vecindad con otro tipo de noticias; de la página 6 contigua a otros dos títulos también sobre el tema de la campaña	18.4 centímetros	Fotografías y caricatura	Dos	Descriptivas (Acordes con el texto)
Reforma	Contiguo con otro título informativo sobre la campaña; una noticia sobre narcotráfico, así como al cuadro de Pulso Electrónico de las Elecciones del 2000, midiendo sólo a Fox y Labastida. Aparece también un recuadro sobre la Audiencia Televisiva según IBOPE, de los 6 candidatos presidenciales.	24.4 centímetros	Fotografías	Tres	Explicativas (Acordes con el texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía:	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas:	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota:
	-Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados		-Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados -Informaciones y comentarios separados		- 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Tipografía normal, con empleo de algunas palabras en cursivas; en negritas los subtítulos, altas y bajas, todas en No 8	Comienza en la página 3, continua y concluye en la página 6.	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga y Juan Manuel Venegas.	Hasta una página y media
Reforma	La única diferenciación son las letras en mayúsculas con las que inicia el primer párrafo de la nota. El resto altas y bajas	Comienza en la página uno, continua y concluye en la página 4	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- Reforma/ Redacción	Una página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	20	Sábado 27 de mayo del 2000.	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna izquierda y 1/4 partes de las columnas restantes	Título orientado (Tema de campaña)	- Ocupa 3 columnas de longitud - 3.9 cm de altura - caracteres espaciados, en No. 16, negritas, altas y bajas; balazo No. 12
Reforma	20	Sábado 27 de mayo del 2000.	Non (3)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa cuatro columnas centrales, abarcando 1/2 de página.	Título informativo (Tema propuestas de campaña)	- columnas de longitud - cm de altura - caracteres grandes, espaciados, altas y bajas, en negritas, aproximadamente en No. 62

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con alguna otra noticia, excepto por una caricatura de Helguera, sobre el segundo debate presidencial.	18.1 centímetros	Caricatura	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contigua a una nota con los resultados de una encuesta sobre la preferencia electoral y en la parte inferior de la página con publicidad del Reforma.	centímetros	Fotografía y cuadros estadísticos	Una	Descriptiva (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de alguna palabra en cursiva, y remarcado en negritas, un solo subtítulo, altas y bajas.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuéllar	1/2 de página
Reforma	La primera línea de la nota es en mayúsculas, el resto, altas y bajas, en No. 8 aproximadamente	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- Daniel Moreno	1/2 página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota:	Tipo de Títulos:	Importancia Real de Títulos (Páginas Interiores)
La Jornada	21	Martes 20 de junio de 2000.	Non (7)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa ¼ de espacio de las tres primeras columnas y toda la columna de lado derecho.	Título informativo (Tema propuestas de campaña)	- Ocupa 2 columnas de longitud - 3.2 cm de altura - caracteres en No. 14, negritas, altas y bajas, ligeramente espaciadas; balazo en No. 12
Reforma	21	Martes 20 de junio del 2000.	Par (12)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa el ángulo superior derecho hasta el centro de la página.	Título informativo (Tema propuestas de campaña)	- 3 columnas de longitud - 3.3 cm de altura - caracteres en negritas, espaciadas, altas y bajas, en No. 48 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título informativo sobre el tema de la campaña (Alianza por México), así como a una fotografía.	12 centímetros	Fotografía	Una	Explicativa (Sin relación con el texto de la nota)
Reforma	Contiguo a una invitación del PAN para asistir a su cierre de campaña a la presidencia, y a una escuela de condolencias.	16.1 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Sin relación con el texto de la nota)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de algunas palabras en cursivas. Sin remarcados; altas y bajas, en número 8	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Ciudad de México.- Juan Antonio Zóhiga	½ página
Reforma	Sin diferenciación de caracteres, excepto la primera línea de la nota que empieza con mayúsculas.	Sin fragmentación	Informaciones sin comentarios	Ciudad de México.- Miguel Domínguez	¼ de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota:	Tipo de Títulos:	Importancia Real de Títulos: (Páginas Interiores)
				- Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	- Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	- Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	22	Viernes 23 de junio del 2000.	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa las columnas completas de izquierda y derecha, y sólo la mitad de las columnas centrales.	Título informativo (Tema propuestas de campaña)	- Ocupa 3 columnas de longitud - 3.7 cm de altura - caracteres en No. 16, espaciados, negritas, altas y bajas; balazo en No. 13
Reforma	22	Viernes 23 de junio del 2000	Non y par (1 y 6)	Primera plana y sección especial de elecciones. Lugar en la página: en la página uno ocupa una columna de lado izquierdo. En interiores, también la primera columna de lado izquierdo, extendiendo tres párrafos hacia la derecha.	Título informativo (Tema campaña)	- Ocupa 4 columnas de longitud - 6.1 cm de altura - caracteres grandes, espaciados, altas y bajas, y en negritas.

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título:	Longitud del Título	Ilustraciones:	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones:
	Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad		- Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos		- Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con otro tipo de noticias, excepto una fotografía y una caricatura de Magú, sobre los candidatos presidenciales.	18.3 centímetros	Fotografía y caricatura	Una	Descriptiva (Acorde al texto)
Reforma	Contiguo a otro título informativo sobre un atentado cometido en contra de una conductora de televisión y otro sobre el desaturo a un Secretario de Estado (Oscar Espinosa Villarreal)	25 centímetros	Fotografías	Cinco	Explicativas (Acordes al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía:	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas:	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota:
	- Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados		- Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados		- 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Empleo de algunas palabras en cursivas, altas y bajas, en número 8. En negritas las frases como subtítulos.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- Juan Antonio Zúñiga	1/2 de página
Reforma	La única diferenciación es la primera línea de la nota que inicia con mayúsculas, el resto altas y bajas, entre el número 6 y 8 aproximadamente	Comienza en la página uno, continua y concluye en la página 6	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- Reforma/ Redacción y Claudia Guerrero	Más de página y media



Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	23	Lunes 26 de junio del 2000.	Non (3)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: la columna de lado izquierdo, ¼ partes de las columnas centrales y la columna de lado derecho.	Título orientado (Tema: cierre de campaña)	- Ocupa 3 columnas de longitud - 4.7 cm de altura - caracteres en No. 16, espaciadas, negritas, altas y bajas; balazo en No. 13
Reforma	23	Lunes 26 de junio del 2000.	Non (1)	Primera plana Lugar en la página: ocupa 4 columnas de lado derecho hasta la parte central de la página.	Título orientado (Tema: cierre de campaña)	- Abarca 4 columnas de longitud - 4.7 cm de altura - caracteres grandes, en No. 60 aproximadamente, poco espaciadas, negritas, altas y bajas.

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con otro tipo de noticias, excepto con una ilustración de Magú, referente a los 70 años de gobierno del PRI.	18 4 centímetros	Caricatura	Ninguna	-----
Reforma	Contiguo a un título informativo sobre la UNAM.	22.2 centímetros	Fotografía	Una	Explicativa (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Remarcada en negritas las líneas que hacen de subtítulos, algunas palabras en cursivas, altas y bajas, número 8	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México- Andrea Becerra y Juan Antonio Zúñiga	Una página
Reforma	Sin diferenciación de caracteres en el desarrollo de la nota, amén de la primera línea que está en mayúsculas, letra en No. 6 u 8 aproximadamente.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México, Claudia Guerrero	½ página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota: - Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	Tipo de Títulos: - Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensoriales	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores) - Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
La Jornada	24	Jueves 29 de junio del 2000.	Non (5)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa la columna de lado izquierdo, la mitad de las dos centrales y ¼ de la columna derecha.	Título orientado (Tema: cierre de campaña)	- Ocupa 2 columnas de longitud -3.2 cm de altura -caracteres espaciados, en negritas, No. 14, altas y bajas; balazo en No. 12
Reforma	24	Jueves 29 de junio del 2000.	Non (5)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa ¼ de página en el ángulo superior izquierdo.	Título sensorial (Tema: cierre de campaña)	- 2 columnas de longitud -4.2 cm de altura -caracteres mayúsculas, espaciadas, en negritas, en No. 40 aproximadamente

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Contiguo a otro título orientado sobre el tema de la campaña, y a una caricatura de El Fisgón, acerca de las elecciones.	12 centímetros	Caricatura	Ninguna	-----
Reforma	Contiguo a un cartel publicitario y a otra nota sobre la elección a Gobernador en Chiapas	15.4 centímetros	Fotografía	Una	Descriptiva (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: - Caracteres diferenciados - Mayúsculas - Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: - Informaciones sin comentarios - Comentarios sin informaciones - Informaciones y comentarios amalgamados - Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Una página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Palabras en cursivas, altas y bajas, en negritas sólo un subtítulo, todas en No. 8	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Juchitán, Oaxaca- Juan Antonio Zúñiga, enviado. Guadalupe Ríos, corresponsal	¼ de página
Reforma	La primera línea de la nota en mayúsculas; remarcada en negritas la línea que hace de subtítulo; todas en No. 6 u 8, aproximadamente.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Juchitán, Oaxaca- Claudia Guerrero, Juan Carlos Magallanes y Ernesto Núñez	¼ de página

Fuente Hemerográfica	No. de Registro	Fecha (día, mes, año)	Página par o non	Ubicación de la nota:	Tipo de Títulos:	Importancia Real de Título: (Páginas Interiores)
La Jornada	25	Lunes 3 de julio del 2000.	Non (7)	- Primera plana - Páginas de la primera sección - Páginas editoriales - Sección especial de elecciones	- Títulos informativos - Títulos explicativos - Títulos orientados - Títulos sensacionales	- Columnaje (longitud del título) - Altura - Tipo de Caracteres
Reforma	25	Lunes 3 de julio del 2000.	Par (16)	Páginas de la primera sección. Lugar en la página: ocupa las 4 columnas de la hoja, poco más de la mitad hacia la parte inferior de la misma.	Título informativo (Tema: resultado de las elecciones)	-3 columnas de longitud -2.4 cm de altura -caracteres en negritas, altas y bajas, en No. 20 aproximadamente: balazo en No. 14
Reforma	25	Lunes 3 de julio del 2000.	Par (16)	Sección especial de elecciones. Lugar en la página: ocupa la mitad de la columna de lado izquierdo y se extiende en tres párrafos hacia la derecha.	Título orientado (Tema: resultado de las elecciones)	-Abarca 3 columnas de longitud -2.9 cm de altura -caracteres grandes, aproximadamente en No. 50, espaciados, en negritas, altas y bajas.

Fuente Hemerográfica	Importancia Relativa del Título: Vecindad con otro tipo de noticias, una ilustración o un cartel de publicidad	Longitud del Título	Ilustraciones: - Fotografías - Dibujos - Caricaturas - Cuadros estadísticos - Cuadros gráficos	Número de ilustraciones consagradas al texto	Tipo de leyenda que acompañan a las ilustraciones: - Explicativas - Descriptivas
La Jornada	Sin vecindad con otro tipo de noticias.	18.5 centímetros	Fotografías	Dos	Explicativa (Acorde con el texto)
Reforma	Contiguo a un cuadro sinóptico sobre el perfil del candidato perredista y a un cartel de publicidad	27.6 centímetros	Fotografía	Una	Explicativa (Acorde al texto)

Fuente Hemerográfica	Tipografía: -Caracteres diferenciados -Mayúsculas -Subrayados	Fragmentación de las Notas	Composición de las notas: -Informaciones sin comentarios -Comentarios sin informaciones -Informaciones y comentarios amalgamados Informaciones y comentarios separados	Origen y Fuente (Dónde se origina la nota)	Tamaño de la nota: - 1/8 de página - 1/4 de página - 1/2 página - Hasta una página y media - Más de página y media
La Jornada	Remarcada en negritas la línea que hace de subtítulo, altas y bajas, en No. 6 aproximadamente.	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- Juan Antonio Zúñiga y Andrea Becerra.	3/4 de página
Reforma	Caracteres en mayúsculas únicamente la primera línea con que inicia la nota, el resto altas y bajas, sin ningún tipo de diferenciación	Sin fragmentación	Informaciones y comentarios amalgamados	Ciudad de México.- Claudia Guerrero	1/2 página

### 4.3 Análisis de contenido de la información periodística a partir de Asuntos y Temas.

#### 4.3.1 El caso del periódico *La Jornada*

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Medios	1.- Los medios tienen mayor libertad para informar.	- Los medios cumplen la función de reproducir la realidad	( Los medios cumplen una labor informativa )

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción - Varios: José Woldenberg, Consejero Presidente del IFE	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
	- Declaraciones de hecho	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Medios	2.- Los medios deben contribuir al avance democrático.	- Los medios son un instrumento de la democracia.	Los medios no son instituciones del régimen.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Racional Pasional Agresivo Complaciente
	Declaraciones de hecho	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Medios	3.- El IFE debe cuidar la información electoral que se transmite en los medios.	Los medios cumplen una función propagandística en tiempo electoral.	El IFE es responsable de la información electoral en medios.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho.	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Medios	4.- El partido oficial y el régimen utilizan los medios para apoyar a sus candidatos.	Los medios son un instrumento para apoyar campañas presidenciales.	El PRI utiliza a su favor el poder de los medios.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	Racional Pasional Agresivo Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho.	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Medios	5.- Ciertos medios dan a conocer cifras amañadas de los asistentes a los actos proselitistas de la Alianza por México.	Los medios son parciales en la cobertura informativa de los candidatos presidenciales.	No hay equidad informativa para Cuauhtémoc Cárdenas

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
	Declaraciones de hecho	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Objetividad	1.- El régimen utiliza a los medios como portadores de su propaganda política.	Los medios aun son instrumentos parciales en tiempo de elecciones.	El régimen se conduce a través de los medios para apoyar a sus candidatos.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Racional Pasional Agresivo Complaciente
	- Declaraciones de hecho	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Objetividad	2. Existen medios a los que se les ordena difundir informaciones falsas.	Algunos medios no cumplen su labor de transmitir información objetiva.	Aun hay medios al servicio del Estado.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho	- Agresivo

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Opinión Pública	1. Los partidos que integran la Alianza deben unificar criterios para no causar confusión entre la opinión pública	La división es motivo de desventaja frente a los electores.	La falta de consensos genera desánimo en la opinión pública.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	Racional Pasional Agresivo Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Opinión Pública	2. Las propuestas deben discutirse ante la opinión pública del país.	La disposición al intercambio de ideas frente al público, demuestra seguridad de los candidatos.	Los debates inciden en la preferencia de la opinión pública.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Opinión Pública	3. La "oposición domesticada", se niega a que las crisis en el país sean aclaradas ante la opinión pública	La derecha ofrece un proyecto contradictorio.	La opinión pública es engañada con las propuestas de Acción Nacional.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad Racional Pasional Agresivo Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho.	- Pasional



Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	1. Los integrantes de la Alianza por México están dispuestos a defender el triunfo en las elecciones.	- La Alianza por México no permitirá que le arrebaten la posibilidad de gobernar.	Se tiene mayor capacidad que en el 88 para defender las elecciones.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho.	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	2. La Alianza tiene la organización para echar abajo un fraude en las elecciones.	Los perredistas tienen una importante capacidad de movilización.	Existe una consolidación de los partidos que integran la Alianza para vigilar y hacer valer los resultados de las elecciones.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho.	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	3. En estas elecciones los mexicanos podrán garantizar que se gobierne con honradez y patriotismo.	Los electores son los únicos que pueden definir el rumbo de las elecciones.	Las elecciones no deben estar sujetas a imposiciones.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho.	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	4. En estas elecciones puede ser otro el proyecto político y económico que se desarrolle en la Nación	- Las elecciones representan una oportunidad para darle salida al partido oficial.	- Se puede poner fin al régimen para el surgimiento de un gobierno con cualidades democráticas.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	5. Respetuoso de las instituciones. Cuauhtémoc Cárdenas, esperó el resultado oficial de las elecciones, para hacer su declaración.	Es un hombre que espera a las informaciones certeras para fijar su posición.	El candidato de la Alianza por México respetó los porcentajes de la preferencia electoral.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reporteros: Juan Antonio Zúñiga y Andrea Becerril	- Declaraciones de identificación	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Libertad	1. Existen condiciones para una contienda democrática, por la libertad que tienen los medios para informar.	Los medios pueden ejercer libremente su labor y ofrecer una visión más próxima de la realidad.	La apertura tanto en algunos medios y en la sociedad es favorable para evaluar el trabajo de los candidatos.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Varios: José Woldenberg, Consejero Presidente del IFE	- Declaraciones de hecho.	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
Libertad	2. La libertad de expresión significa respetar las opiniones, trátese de quien se trate.	En un eventual gobierno de izquierda será respetada la manifestación de las ideas.	La libertad de expresión es un factor decisivo de la democracia.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varlus - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas.	- Declaraciones de identificación	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
Libertad	3. Se debe dar libertad a los estudiantes detenidos, como una medida de solución al conflicto universitario.	La libertad dada a los estudiantes generará confianza en el nuevo gobierno.	La libertad es un factor decisivo para determinar el rumbo de la universidad.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varlus - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas.	Declaraciones de hecho	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	1. Cuauhtémoc Cárdenas inicia por tercera ocasión una tarea inconclusa: ganar democráticamente el poder.	Es preciso un régimen que se instaure por la vía de la democracia.	En una verdadera democracia no existen las imposiciones.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reportero: Juan Antonio Zúñiga	- Declaraciones de hecho	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	2. El fin es ser gobierno para acelerar el tránsito del país a la democracia.	El país requiere un sistema distinto para gobernar.	La democracia se puede instaurar con candidatos de izquierda.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	3. La democracia será la única vía para mejorar la calidad de vida de los mexicanos.	La Alianza por México es capaz de establecer el sistema que el país requiere.	El proyecto democrático de la Alianza posee las cualidades para atender los rezagos que existen.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho.	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	4. El IFE contribuirá de manera importante en el establecimiento de la democracia.	El IFE está facultado para garantizar la transparencia y legalidad del proceso.	El IFE es responsable de la veracidad del proceso.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia.	5. La conformación de la Alianza es una noticia importante para la democracia mexicana.	La coalición de partidos define un sistema democrático.	La Alianza tienen la capacidad de aglutinar las fuerzas que abanderan la democracia.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Ciraubténne Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción - Varios: José Woldenberg, Consejero Presidente del IFE	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
	- Declaraciones de identificación	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	6. La Alianza por México es producto de la política democrática de sus integrantes.	La vida democrática de los partidos conlleva a operaciones inclusivas como la Alianza.	La democracia es imprescindible para desarrollar un proyecto de izquierda.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Ciraubténne Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción - Varios: José Woldenberg, Consejero Presidente del IFE	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
	- Declaraciones de identificación.	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	7. Democracia es la posibilidad de participación de todos en la toma de decisiones.	Construir la democracia es el proyecto de la Alianza por México.	Con un gobierno liderado por Cuauhtémoc Cárdenas, se daría inicio a la construcción de la democracia.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	8. La alternancia en el poder con sentido democrático permitirá dirigir al país en función de los intereses de los mexicanos.	El cambio de régimen por un proyecto democrático, hará gobernable el país.	La democracia es la forma de gobierno que dará atención a la mayoría de mexicanos.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación.	- Complaciente



Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	9. La democracia que está construyendo la Alianza, es libre de corrupción y delincuencia.	El proyecto de la Alianza es distinto al que ha prevalecido en México.	En México no se ha dado una verdadera democracia.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	1. La oposición tiene perspectivas reales de ser gobierno y acelerar el cambio.	Cuauhtémoc Cárdenas es el candidato idóneo para la alternancia en el poder.	La oposición puede llegar al poder, ante el hartazgo por el partido oficial.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación.	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	2. La oposición dará fin al partido de Estado que promueve intereses contrarios al país.	La oposición tiene los elementos para terminar con el presidencialismo.	La Alianza es la opción política para lograr el desarrollo y progreso del país.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación.	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	3. La Alianza por México constituye la única oposición real al sistema.	La oposición está representada por los partidos de izquierda que integran la Alianza.	Otros partidos de oposición no contradicen al sistema.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	4. El PAN es aliado del régimen y eso le impide formar parte de la oposición.	El PAN no puede gobernar como una verdadera oposición.	El único proyecto de izquierda lo representan los partidos de Alianza por México.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Agresivo

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	5. La Alianza se opone a la política económica de Zedillo que pretende privatizar la industria eléctrica y petrolera.	La Alianza por México es la única oposición que defiende los sectores estratégicos del país	La oposición representa una alternativa nacionalista y de defensa del patrimonio público.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	6. Con un gobierno que no es afín a la oposición no se puede colaborar.	Los principios de la oposición no se pueden empatar con el sistema neoliberal.	Cuauhtémoc Cárdenas no hará alianzas con partidos que representan el régimen actual.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varlos - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	7. La izquierda será la más firme oposición contra el gobierno del PAN.	El nuevo gobierno se enfrentará a una oposición que rechaza el neoliberalismo.	El gobierno del PAN será vigilado por los partidos de izquierda.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varlos - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	1. La propuesta de ley indígena, elaborada por la COCOPA, llegará al Congreso para ser aprobada.	El tema de las comunidades indígenas será retomado por el gobierno de Cárdenas.	Las propuestas orientadas a atender el conflicto en Chiapas están abanderadas por el candidato de la Alianza.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación.	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	2. Cárdenas se propone negociar personalmente la paz en Chiapas y respetar los acuerdos de San Andrés.	Las propuestas de la Alianza daran cumplimiento a compromisos de gobierno ya adquiridos	Las propuestas de Cárdenas representan la posibilidad de diálogo.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zuhiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuellar.	Declaraciones de identificación.	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	3. Cárdenas propone que el Estado cuente con recursos para cumplir a plenitud sus obligaciones.	Cárdenas tiene el compromiso de finanzas sanas para el otorgamiento de recursos a sectores productivos del país.	Las propuestas de la Alianza generarán una economía fuerte para el país.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación.	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	4. El campo, la pequeña y mediana industria, los acuerdos comerciales y la política petrolera, son ejes en la propuesta económica de Cárdenas.	El proyecto de izquierda pretende asumir las responsabilidades del estado.	El Estado debe ser eje rector de la economía.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Jose Gil Olmos, Fabiola Martínez, Juan Manuel Venegas y Juan Antonio Zuriga	- Declaraciones de identificación.	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	5. La Alianza propone mayores asignaciones presupuestales al rubro de educación.	Las propuestas educativas son un punto estratégico en el proyecto de izquierda.	El impulso a la educación es un factor de crecimiento para el país.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reportero: Juan Antonio Zúñiga	Declaraciones de identificación	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
Propuestas	6. Se propone al Congreso de la Unión exenciones fiscales a quienes inviertan en educación.	La propuesta de la Alianza favorece a quienes impulsen el proyecto educativo.	Las propuestas educativas involucran al sector privado y público en el cumplimiento de obligaciones sociales.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	7. Plantea la gratuidad de la enseñanza pública desde el jardín de niños hasta el posgrado universitario.	El otorgamiento de la educación es un precepto constitucional.	La educación es responsabilidad y obligación del Estado.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuéllar	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	8. Se propone eliminar la injerencia del gobierno en las decisiones de los universitarios.	hacer respetar el principio de autonomía de las universidades.	El gobierno debe respetar las actividades internas de los recintos universitarios.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reportero: Andrea Becerril	- Declaraciones de identificación	- Complaciente



Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	9. Cárdenas propone dignificar las condiciones de vida de los maestros.	Es impostergable otorgar salarios dignos a la planta docente.	Se debe reivindicar la labor de los maestros en los procesos educativos.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Andrea Becerril	- Declaraciones de identificación.	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	10. Fox, Labastida y Cárdenas expusieron sus propuestas para realizar un debate que, en los hechos, ya se estaba efectuando.	El debate se efectuó, aunque sin plataforma política.	La exposición de propuestas técnicas evidenció la personalidad antagónica de dos candidatos

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga y Juan Manuel Venegas	- Declaraciones de hecho.	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	11. Fox ignoró las propuestas de sus contrincantes para realizar en los próximos días un debate sólo entre los tres.	La conducta de Fox fue obstinada y obsesiva con su propia propuesta.	El candidato del PAN evidenció que no es un hombre abierto y tolerante para otras propuestas.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga y Juan Manuel Venegas.	- Declaraciones de hecho	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	12. La diferencia entre las propuestas de los candidatos, es la orientación política de su proyecto económico.	El tema de la economía es el aspecto fundamental en la plataforma de los candidatos.	La visión económica de los candidatos es reflejo del lugar que el Estado ocupa en sus proyectos.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuellar.	Declaraciones de identificación	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	13. Las propuestas de Cárdenas son recuperar las responsabilidades sociales del gobierno.	El papel del gobierno es fundamental para atender rezagos sociales.	Las propuestas de Cárdenas recuperan las funciones de Estado.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: José Gil Obnos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuellar.	Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	14. El régimen ventila, a través de algunos medios, que las propuestas son contradictorias.	El régimen busca disminuir el impacto de las propuestas de Cárdenas.	El régimen y algunos medios restan fuerza a las propuestas de sus adversarios.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho	- Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	1. Cárdenas es opositor al régimen de corrupción y desigualdad social que prevalece.	Cárdenas ofrece un régimen democrático para el país.	El régimen actual ha traído pobreza generalizada al país.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reportero: Juan Antonio Zúñiga M.	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	2. El régimen presidencialista no responde a las necesidades del país.	Con la Alianza por México se pondrá fin al régimen centralizador.	El régimen ha iniciado su proceso de descomposición.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho.	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	3. El régimen actual coloca en desventaja la economía del país.	El régimen va en contra del progreso económico de México.	El régimen ha desencadenado severos daños al desarrollo económico y progreso político del país.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho.	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	3. En México se ha impuesto un régimen apátrida.	El régimen que gobierna carece de principios nacionalistas.	El gobierno de México no se interesa por el bien nacional.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	5. El régimen no puede ofrecer salidas políticas y económicas, constructivas y duraderas.	El régimen se ha corrompido y oculta la razón de las crisis en el país.	El régimen no posee la capacidad para poner en orden al país.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varlos - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho.	- Complaciente.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	6. El régimen impide que la opinión pública conozca las crisis en todas sus dimensiones.	El régimen no toma medidas para enfrentar las crisis de cara al público.	Existe un ocultamiento de información a la ciudadanía por parte del régimen político.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varlos - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de hecho	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	7. El actual régimen político ha empobrecido a los mexicanos y puesto al país de rodillas.	Este régimen que se ha impuesto puede ser sustituido por el proyecto económico de la Alianza por México.	El fin de este régimen estará en la decisión de los mexicanos.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	8. El régimen impuesto en las últimas administraciones es defendido por el PAN y PRI	El PAN es a fin al régimen que ha prevalecido.	Ambos partidos no garantizan un régimen democrático.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	- Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de identificación	- Complaciente

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	9. En el desmantelamiento del régimen de partido de Estado, la Alianza por México dio una contribución decisiva.	El cambio de régimen estuvo precedido por el trabajo político de Cuauhtémoc Cárdenas	Cuauhtémoc Cárdenas ha sido el principal precursor del cambio político en México

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportera (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho	- Complaciente



### 4.3.2 El caso del periódico *Reforma*

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
Medios	1. Los medios deben ser vigilados en la difusión de propaganda política.	Los medios son utilizados para promover candidatos.	Los medios son un importante instrumento propagandístico.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de preferencia	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	1. En las elecciones del 2000, Cárdenas terminará una tarea inconclusa.	Cárdenas inició su carrera presidencial desde 1988.	Cárdenas intenta por tercera vez ganar las elecciones.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: Claudia Guerrero y Sergio Flores	Declaraciones de hecho	Pasional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	2. Con 17 millones de votos Cárdenas ganará las elecciones del 2000.	Cárdenas podría ganar reuniendo más del 40 por ciento de los votos.	Los adeptos de Cárdenas no son suficientes para ganar las elecciones.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Varios: Amalia García, Presidenta del PRI.	Declaraciones de preferencia.	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	3. El PRI ocurrirá en actos ilegales para las elecciones del 2000.	El PRI buscará posicionarse en primer lugar en la preferencia electoral.	Las elecciones legalizan su permanencia en el poder.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Varios: Amalia García, Presidenta del PRI	Declaraciones de hecho.	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	4. Con la alianza de centro izquierda, Cárdenas buscará el triunfo en los comicios.	El candidato de izquierda busca alcanzar la Presidencia de la República.	En estas elecciones Cárdenas espera que le favorezca el triunfo.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: - Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Claudia Guerrero	Declaraciones de identificación.	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	5. Los ataques a la campaña son muestra de la preparación de la Alianza.	Los ataques son un factor para atraer adeptos.	La campaña de Cárdenas es constantemente atacada.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: - Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
Elecciones	6. El triunfo en las elecciones permitirá la ampliación de recursos a la educación superior.	Las elecciones representan la posibilidad de impulsar la educación	Las elecciones son una oportunidad de progreso.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	7. Cárdenas advirtió al Gobierno y al PRI de no cometer un fraude en las elecciones	Las elecciones deben darse en condiciones de transparencia.	Las elecciones del 2000 será el proceso más vigilado.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
- Reportero: Jorge Arturo Hidalgo	Declaraciones de hecho	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	8. El llamado de Fox al PRD para unir fuerzas, es muestra de una débil campaña.	Fox invita a la oposición izquierdista a unirse para ganar las elecciones.	La conformación de una alianza es clave en estas elecciones.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Elecciones	9. Previo a las elecciones, Cárdenas asesió su tercer golpe en la UNAM	La UNAM es clave para que Cárdenas gane las elecciones	El evento en la UNAM era definitivo para el éxito en las elecciones.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Claudia Guerrero	-Declaraciones de hecho	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Libertad	1. Cárdenas promete libertad a los detenidos universitarios.	La libertad a los universitarios, puede garantizar el voto unánime de la UNAM	La UNAM es bastión perredista.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Libertad	2. Cárdenas se manifestó por la libertad de expresión en la UNAM	La libertad en la UNAM es esencial para el acceso a propuestas políticas.	Sin libertad para manifestar ideas, no tendrían lugar los eventos políticos.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Claudia Guerrero	Declaraciones de preferencia	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Libertad	3. En el gobierno de Cárdenas, los sindicatos gozarán de libertad y autonomía.	En el régimen actual no existe la libertad sindical.	El gobierno no debe involucrarse en los asuntos internos de los sindicatos.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Miguel Domínguez	Declaraciones de identificación	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	1. Cárdenas ha luchado por más de una década para instaurar la democracia.	La democracia no se ha desarrollado en nuestro país.	La democracia puede establecerse en el siguiente sexenio.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: Claudia Guerrero y Sergio Flores	Declaraciones de hecho	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	La alienación en el poder debe darse con democracia.	La democracia es un sistema que permite cambiar el partido en el poder.	La democracia es esencial para el acceso a una nueva propuesta política.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	- Declaraciones de preferencia	- Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Democracia	J. Cárdenas busca el apoyo de la gente que cree en la democracia.	La democracia es un sistema que beneficia a las mayorías.	Cárdenas promueve los alcances de la democracia.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero Esperanza Barajas	Declaraciones de identificación.	Racional.



Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	1. Las circunstancias del país obligan a la oposición a mantenerse unida.	Una alianza de los partidos de oposición puede derrocar al PRI.	La oposición puede ser más fuerte que el partido de Estado.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Varios: Dante Delgado, Dirigente del Partido Convergencia por la Democracia.	Declaraciones de preferencia	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	2. El PAN no formó parte de la oposición de izquierda y siguió su alianza con el régimen.	EL PAN creó una alianza con el partido dominante.	La oposición que Fox representa es contraria a los partidos de izquierda

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	3. La Alianza por México es la única oposición real al régimen.	La oposición de izquierda esta polarizada al régimen y partidos conservadores.	La Alianza por México no formará oposición con el PAN.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: Claudia Guerrero y Wilbert Turte	Declaraciones de identificación	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	4. El gobierno tendrá que aceptar su derrota por la Alianza de oposición.	El gobierno no puede ir en contra de un triunfo de la oposición.	La oposición sabrá imponerse en estas elecciones.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Jorge Arturo Hidalgo	Declaraciones de preferencia	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	5. La invitación de Fox a unir a sus contrincantes políticos es muestra de su débil campaña.	La Alianza por México no se unirá a la oposición que representa Fox.	Cárdenas y Fox abanderan dos tipos de oposición.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Agresivo

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	6. En los cuestionamientos al tricolor, Fox destacó que Cárdenas regresara a la oposición.	Antes de ser oposición, Cárdenas perteneció a las filas del PRI	La oposición está formada por quienes renunciaron al PRI.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero Daniel Moreno	Declaraciones de identificación.	Pasional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Oposición	7. Por más de 12 años Cárdenas ha sido aspirante opositor a la Presidencia de la República.	Cárdenas no ha logrado encabezar un gobierno de la República de oposición.	La labor de Cárdenas como opositor no se ha concretado.

<b>Autor de la comunicación:</b> - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	<b>Formas de declaración:</b> Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	<b>Intensidad:</b> - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: Claudia Guerrero, Juan Carlos Magallanes y Ernesto Núñez	Declaraciones de hecho.	Pasional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	1. Cárdenas sostuvo la propuesta perredista de volver más eficientes y equitativos los impuestos	Cárdenas promueve las propuestas de legisladores perredistas.	Se pretende sobresair con la regulación de impuestos.

<b>Autor de la comunicación:</b> - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	<b>Formas de declaración:</b> Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	<b>Intensidad:</b> - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Claudia Guerrero	Declaraciones de identificación	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	2. Cárdenas propone eficientar las finanzas públicas	Cárdenas actualiza sus propuestas en materia económica.	Las propuestas buscan posicionarse en el sector financiero

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: - Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Claudia Guerrero	Declaraciones de identificación	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	3.- La Alianza por México se propone la apertura de la economía.	El aspirante de izquierda renuncia a sus propuestas nacionalistas.	Las propuestas deben ajustarse a una apertura económica.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: - Declaraciones de hecho - Declaraciones de preferencia - Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: Esperanza Harajas y Roberto Zamarripa	Declaraciones de preferencia	Pasional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	4. Las propuestas de 1994 en rechazo al neoliberalismo, llevaron a Cárdenas al tercer lugar de la contienda.	Las propuestas de su segunda campaña, contribuyeron a su derrota.	Las propuestas de Cárdenas son antineoliberales.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: Esperanza Barajas y Roberto Zamarripa	Declaraciones de hecho.	Pasional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	5. La propuesta de Cárdenas es rescatar el sistema educativo nacional.	Las propuestas evidencian las deficiencias del sistema educativo	La oposición reprueba la calidad de la educación existente.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Esperanza Barajas	Declaraciones de identificación	Racional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	6. Las propuestas de la Alianza ofrecen beneficios fiscales a quienes inviertan en educación.	Las propuestas educativas buscan atraer el apoyo del sector privado.	Las propuestas pretenden otorgar beneficios a empresarios.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	7. Las propuestas de la Alianza por México, pugnan por acabar con la impunidad que lesiona la economía.	Las propuestas plantean un ajuste de cuentas con los defraudadores de la banca.	No habrá excepciones para reemplazar a los responsables de la crisis bancaria.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Alejandro Ascencio	Declaraciones de identificación	Agresivo

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	8. Las propuestas de Fox son reaccionarias y de retroceso.	Las propuestas de la Alianza rechazan abiertamente los planteamientos del PAN	Cárdenas se declara en contra de la propuesta política de Fox.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Pasional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	9. La propuesta de la Alianza es gobernar con visión patriótica.	La Alianza por México defiende su propuesta nacionalista.	Cárdenas confía en sus seguidores de campañas atrás.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Racional.



Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Propuestas	10. La propuesta de la Alianza va en contra de las cúpulas sindicales.	Cárdenas propone no alinearse con los dirigentes de los sindicatos.	El gobierno y los sindicatos deben actuar con independencia.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	1. Los candidatos del PRI son gente vinculada al régimen de Salinas	El régimen de Zedillo es una continuación del proyecto de Salinas	Los candidatos del PRI defienden intereses de ese grupo político.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Pasional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	2. El actual régimen presidencialista no puede detener su proceso de descomposición.	El régimen del PRI se ha deteriorado en sus relaciones internas.	El régimen priista no tiene la fuerza para ser nuevamente gobierno.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de hecho	Pasional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	3. El PAN mantiene su alianza con el régimen	El régimen priista y el PAN se vinculan por políticas de gobierno.	El PAN ocupa una posición diferente a la izquierda, en el régimen que prevalece.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de preferencia	Pasional.

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	4. Francisco Labastida y Vicente Fox son los candidatos preferidos del régimen.	El PRI y PAN han llegado a acuerdos en el régimen de gobierno.	El régimen se basa en las propuestas del PRI y PAN.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Ing. Cuauhtémoc Cárdenas	Declaraciones de identificación	Pasional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	5. El régimen buscará por todos los medios imponer a su candidato.	El régimen priista pretende prevalecer como gobierno	El régimen busca controlar las elecciones.

Autor de la comunicación:	Formas de declaración:	Intensidad:
- Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varios - Redacción	Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	- Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reporteros: Claudia Guerrero y Wilbert Torre	Declaraciones de hecho.	Racional

Asunto (¿De qué trata la comunicación?)	Tema	Intencionalidad (En base a las cualidades retóricas o propagandísticas de una porción del contenido)	Tendencia (Tratamiento que se hace en pro o en contra de un asunto; grado de positividad o negatividad del contenido en relación a un tópico)
- Régimen	6. El régimen debe aceptar su derrota donde la oposición se imponga.	El régimen no podrá revertir los resultados electorales.	No existe posibilidad de que el régimen cometa un fraude.

Autor de la comunicación: - Ing. Cuauhtémoc Cárdenas - Reportero (s) - Sin Firma - Agencia - Varías - Redacción	Formas de declaración: Declaraciones de hecho Declaraciones de preferencia Declaraciones de identificación	Intensidad: - Racional - Pasional - Agresivo - Complaciente
Reportero: Jorge Arturo Hidalgo	Declaraciones de hecho.	Racional

## Interpretación de resultados

A continuación se presenta la manera en que han sido interpretados los resultados obtenidos de la clasificación de datos tanto cualitativos como cuantitativos de la información periodística seleccionada.

### 1. Análisis cualitativo del espacio concedido a textos y encabezados en primera plana.

Como podrá observarse en el Cuadro I de los Anexos, el periódico *La Jornada* utiliza con mucha mayor frecuencia los títulos en la primera plana para dar a conocer la noticia (se apoya en lo que se conoce como sumarios y en ellos hace un desglose de información.) En tanto que *Reforma* sí recurre a la presentación de textos breves, en algunos ejemplares, para informar lo más importante del hecho.

Con base a las 50 notas analizadas, el total de centímetros cuadrados que otorgó *La Jornada* en primera plana a los títulos fue de 920.3, mientras que *Reforma* sumó un total de 733.82

No obstante, en cuanto al texto, también en primera plana, *Reforma* supera por mucho a *La Jornada*, puesto que aquel otorgó 1001.95 centímetros cuadrados, contra 33.3 de este último. La diferencia de espacio otorgado al texto en ambos periódicos puede estar relacionada con la distinción de formatos. *Reforma* cuenta con mayor capacidad para la presentación de texto, aun en la primera página, sobre las noticias que considera relevantes. *La Jornada*, encuentra más limitado este campo y la herramienta con que equilibra su formato, respecto a la información en la primer página, son los sumarios.

### 2. Análisis cualitativo del espacio fotográfico en primera plana e interiores.

El espacio otorgado a las fotografías se midió también en centímetros cuadrados. *La Jornada* por su parte dedicó un total de 1961.82 cm<sup>2</sup> a estas ilustraciones en primera plana, mientras que con *Reforma* fueron 1512.38, como se indica en el Cuadro II de los Anexos.

Cabe señalar que *La Jornada* utilizó las fotografías como un elemento de gran peso informativo en la primera plana, más que el propio texto, ubicándolas como una herramienta que pudiera atraer mayormente la atención de los lectores y fijar en la mente la relevancia de la noticia que se había determinado según este medio.

*Reforma*, sin embargo, prestó menos espacio al material gráfico en esa primera página, pero incrementó notoriamente su utilización en páginas interiores, con un total de 6070.04 centímetros cuadrados, rebasando por mucho a *La Jornada* con 2910.41; con lo cual se observa que éste último valorizó mayormente el texto en interiores.

*Reforma* se apoya mucho en las imágenes y eso puede implicar un uso limitado de la información que redactan los reporteros, por lo que se origina una ausencia de datos específicos de los eventos de la campaña política.

### 3. Análisis de contenido a partir de las categorías *explícito e implícito*. \*

A continuación, les ofrecemos a ustedes el listado de *asuntos y temas* tratados en el análisis de contenido de la información periodística a partir de los cuales se detectaron las menciones *explícitas e implícitas*, en los diarios *Reforma* y *La Jornada*.

#### *Periódico Reforma*

<i>Asuntos</i>	<i>No. De Temas</i>
Medios	1
Elecciones	9
Libertad	3
Democracia	3
Oposición	7
Propuestas	10
Régimen	6

#### *Periódico La Jornada*

<i>Asuntos</i>	<i>No. de Temas</i>
Medios	5
**Objetividad	2
**Opinión Pública	3
Elecciones	5
Libertad	3
Democracia	9
Oposición	7
Propuestas	13
Régimen	9

\* Los ejemplos de las menciones implícitas y explícitas en los diarios analizados se encuentran en el Cuadro III de los Anexos.

\*\* Nota: Como puede observarse, en el periódico *Reforma* no se reportan los *asuntos Objetividad y Opinión Pública* como en el caso de *La Jornada*, esto debido a que en las notas periodísticas analizadas no se detectaron menciones sobre estos *asuntos* en particular.

**Periódico Reforma**

<b>Asunto</b>	<b>Temas</b>
<b>Medios</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los medios deben ser vigilados en la difusión de propaganda política.</li> </ol>
<b>Elecciones</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En las elecciones del 2000, Cárdenas terminará una tarea inconclusa</li> <li>2. Con 17 millones de votos, Cárdenas ganará las elecciones del 2000.</li> <li>3. El PRI incurrirá en actos ilegales para las elecciones del 2000.</li> <li>4. Con la Alianza de centro-izquierda, Cárdenas buscará el triunfo en los comicios.</li> <li>5. Los ataques a la campaña son muestra de la preparación de la Alianza.</li> <li>6. El triunfo en las elecciones permitirá la ampliación de recursos a la educación superior.</li> <li>7. Cárdenas advirtió al Gobierno y al PRI de no cometer un fraude en las elecciones.</li> <li>8. El llamado de Fox al PRD para unir fuerzas, es muestra de una débil campaña.</li> <li>9. Previo a las elecciones, Cárdenas asestó su tercer golpe en la UNAM.</li> </ol>
<b>Libertad</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cárdenas promete libertad a los detenidos universitarios.</li> <li>2. Cárdenas se manifestó por la libertad de expresión en la UNAM.</li> <li>3. En el gobierno de Cárdenas, los sindicatos gozarán de libertad y autonomía.</li> </ol>
<b>Democracia</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cárdenas ha luchado por más de una década para instaurar la democracia.</li> <li>2. La alternancia en el poder debe darse con democracia.</li> <li>3. Cárdenas busca el apoyo de la gente que cree en la democracia.</li> </ol>
<b>Oposición</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las circunstancias del país, obligan a la oposición de izquierda a mantenerse unida.</li> <li>2. El PAN no formó parte de la oposición de izquierda y siguió su alianza con el régimen.</li> <li>3. La Alianza por México es la única oposición real al régimen.</li> <li>4. El gobierno tendrá que aceptar su derrota por la Alianza de oposición.</li> <li>5. La invitación de Fox a unir a sus contrincantes políticos es muestra de su débil campaña.</li> <li>6. En los cuestionamientos al tricolor, Fox destacó que Cárdenas regresara a la oposición.</li> </ol>

	7. Por más de 12 años Cárdenas ha sido aspirante opositor a la Presidencia de la República.
Propuestas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cárdenas sostuvo la propuesta perredista de volver más eficientes y equitativos los impuestos.</li> <li>2. Cárdenas propone eficientar las finanzas públicas.</li> <li>3. La Alianza por México se propone la apertura de la economía.</li> <li>4. Las propuestas de 1994 en rechazo al neoliberalismo, llevaron a Cárdenas al tercer lugar de la contienda.</li> <li>5. La propuesta de Cárdenas es rescatar el sistema educativo nacional.</li> <li>6. Las propuestas de la Alianza ofrecen beneficios fiscales a quienes inviertan en educación.</li> <li>7. Las propuestas de la Alianza por México, pugnan por acabar con la impunidad que lesiona la economía.</li> <li>8. Las propuestas de Fox son reaccionarias y de retroceso.</li> <li>9. La propuesta de la Alianza es gobernar con visión patriótica.</li> <li>10. La Alianza propone ir en contra de las cúpulas sindicales.</li> </ol>
Régimen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los candidatos del PRI son gente vinculada al régimen de Salinas.</li> <li>2. El actual régimen presidencialista no puede detener su proceso de descomposición.</li> <li>3. El PAN mantiene su alianza con el régimen.</li> <li>4. Francisco Labastida y Vicente Fox son los candidatos preferidos del régimen.</li> <li>5. El régimen buscará por todos los medios imponer a su candidato.</li> <li>6. El régimen debe aceptar su derrota donde la oposición se imponga.</li> </ol>

**Periódico La Jornada**

<b>Asunto</b>	<b>Temas</b>
Medios	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los medios tienen mayor libertad para informar.</li> <li>2. Los medios deben contribuir al avance democrático.</li> <li>3. El IFE debe cuidar la información electoral que se transmite en los medios.</li> <li>4. El partido oficial y el régimen utilizan los medios para apoyar a sus candidatos.</li> <li>5. Ciertos medios dan a conocer cifras amañadas de los asistentes a los actos proselitistas de la Alianza por México.</li> </ol>
Objetividad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El régimen utiliza a los medios como portadores de su propaganda política.</li> <li>2. Existen medios a los que se les ordena difundir informaciones falsas.</li> </ol>



Opinión Pública	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los partidos que integran la Alianza deben unificar criterios para no causar confusión entre la opinión pública.</li> <li>2. Las propuestas deben discutirse ante la opinión pública del país.</li> <li>3. La "oposición domesticada" se niega a que las crisis en el país sean aclaradas ante la opinión pública.</li> </ol>
Elecciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los integrantes de la Alianza por México están dispuestos a defender el triunfo en las elecciones.</li> <li>2. La Alianza tiene la organización para echar abajo un fraude en las elecciones.</li> <li>3. En estas elecciones los mexicanos podrán garantizar que se gobierne con honradez y patriotismo.</li> <li>4. En las próximas elecciones puede ser otro el proyecto político y económico que se desarrolle en la Nación.</li> <li>5. Respetuoso de las instituciones, Cuauhtémoc Cárdenas, esperó el resultado oficial de las elecciones para hacer su declaración.</li> </ol>
Libertad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existen condiciones para una contienda democrática, por la libertad que tienen los medios para informar.</li> <li>2. La libertad de expresión significa respetar las opiniones, trátase de quien se trate.</li> <li>3. Se debe dar libertad a los estudiantes detenidos, como una medida de solución al conflicto universitario.</li> </ol>
Democracia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuauhtémoc Cárdenas inicia por tercera ocasión una tarea inconclusa: ganar democráticamente el poder.</li> <li>2. El fin es ser gobierno para acelerar el tránsito del país a la democracia.</li> <li>3. La democracia será la única vía para mejorar la calidad de vida de los mexicanos.</li> <li>4. El IFE contribuirá de manera importante en el establecimiento de la democracia.</li> <li>5. La conformación de la Alianza es una noticia importante para la democracia mexicana.</li> <li>6. La Alianza por México es producto de la política democrática de sus integrantes.</li> <li>7. Democracia es la posibilidad de participación de todos en la toma de decisiones.</li> <li>8. La alternancia en el poder con sentido democrático permitirá dirigir al país en función de los intereses de los mexicanos.</li> <li>9. La democracia que está construyendo la Alianza, es libre de corrupción y delincuencia.</li> </ol>
Oposición	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La oposición tiene perspectivas reales de ser gobierno y acelerar el cambio.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. La oposición dará fin al partido de Estado que promueve intereses contrarios al país.</li> <li>3. La Alianza por México constituye la única oposición real al sistema.</li> <li>4. El PAN es aliado del régimen y eso le impide formar parte de la oposición.</li> <li>5. La Alianza se opone a la política económica que pretende privatizar la industria eléctrica y petrolera.</li> <li>6. Con un gobierno que no es afín a la oposición no se puede colaborar.</li> <li>7. La izquierda será la más firme oposición contra el gobierno del PAN.</li> </ol>
Propuestas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La propuesta de Ley Indígena, elaborada por la COCOPA, llegará al Congreso para ser aprobada.</li> <li>2. Cárdenas se propone negociar personalmente la paz en Chiapas y respetar los Acuerdos de San Andrés.</li> <li>3. Cárdenas propone que el Estado cuente con recursos para cumplir a plenitud sus obligaciones.</li> <li>4. El campo, la pequeña y mediana industria, los acuerdos comerciales y la política petrolera, son ejes en la propuesta económica de Cárdenas.</li> <li>5. La Alianza propone mayores asignaciones presupuestales al rubro de educación.</li> <li>6. Se propone al Congreso de la Unión exenciones fiscales a quienes inviertan en educación.</li> <li>7. Plantea la gratuidad de la enseñanza pública desde el jardín de niños hasta al posgrado universitario.</li> <li>8. Se propone eliminar la injerencia del gobierno en las decisiones de los universitarios.</li> <li>9. Cárdenas propone dignificar las condiciones de vida de los maestros.</li> <li>10. Fox, Labastida y Cárdenas expusieron sus propuestas para realizar un debate que, en los hechos, ya se estaba efectuando.</li> <li>11. La diferencia entre las propuestas de los candidatos, es la orientación política de su proyecto económico.</li> <li>12. Las propuestas de Cárdenas son recuperar las responsabilidades sociales del gobierno.</li> <li>13. El régimen ventila, a través de algunos medios, que estas propuestas son contradictorias.</li> </ol>
Régimen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cárdenas es opositor al régimen de corrupción y desigualdad social que prevalece.</li> <li>2. El régimen presidencialista no responde a las necesidades del país.</li> <li>3. El régimen actual coloca en desventaja la economía del país.</li> <li>4. En México se ha impuesto un régimen apátrida.</li> <li>5. El régimen no puede ofrecer salidas políticas y económicas, constructivas y duraderas.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. El régimen impide que la opinión pública conozca las crisis en todas sus dimensiones.</li> <li>7. El actual régimen político ha empobrecido a los mexicanos y puesto al país de rodillas.</li> <li>8. El régimen impuesto en las últimas administraciones es defendido por el PAN y PRI.</li> <li>9. En el desmantelamiento del régimen de partido de Estado, la Alianza por México dio una contribución decisiva.</li> </ol>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3.3.1 Los temas en el periódico *Reforma*

Aquí será conveniente remitirse a las definiciones de estas categorías, expuestas en el apartado metodológico.

Durante la revisión de las 50 notas informativas, en lo que corresponde al periódico *Reforma* se tiene que el tema relacionado con "Medios" no tuvo más que una sola *mención explícita* en las notas, la cual consistió en la declaración del candidato; en adelante no volvió a retomar este tema tampoco de manera *implícita*, y se refería a que debieran ser vigilados en la difusión de propaganda política.

Esto puede dejar ver que *Reforma* es un diario que no dio amplia difusión a la posibilidad de que los medios fueran supervisados en sus materiales, relativos a la propaganda electoral.

El asunto "Elecciones", como puede observarse en el cuadro precedente, se manejó en nueve temas, a lo largo de las 25 notas analizadas, únicamente correspondientes a *Reforma*, cada uno de los cuales mereció una *mención explícita*, que consistió en la declaración propiamente del candidato, pero en cuanto a las *menciones implícitas* —y sólo por esta vía— el diario dejó ver la pretensión de Cuauhtémoc Cárdenas de no dejarse arrebatar la posibilidad de llegar al poder.

Sobre el asunto "Libertad" no hay ninguna *mención implícita* en la que *Reforma* haya abundado acerca del tema, únicamente lo menciona en tres ocasiones de manera *explícita* y como referencia a la declaración del candidato.

"Democracia" que podría haber sido considerado como un elemento típico de las declaraciones del aspirante perredista, en las 25 notas analizadas, correspondientes en este caso únicamente al periódico *Reforma*, se deducen sólo tres temas que fueron abordados de *manera explícita* y dos de *forma implícita*, como se muestra en el Cuadro III-D del apartado de los Anexos. Aun cuando las declaraciones hubieran sido limitadas respecto a este tema por parte del candidato, hubiera sido posible que en las *menciones implícitas*, el diario dejara ver el lugar que Cuauhtémoc Cárdenas otorgaba a esta forma de gobierno.

La "Oposición" fue otro de los asuntos considerados para el análisis de las 50 notas periodísticas y observamos en el Cuadro III-E de los Anexos que, por ejemplo, el tema que hacía referencia a que "el PAN no formó parte de la oposición de izquierda y siguió su alianza con el régimen", *Reforma* ciertamente nada más hace una *mención explícita*, pero en cambio se obtienen tres *menciones implícitas* durante el análisis.

Puede darse el caso de que estas *menciones implícitas* sean propiamente parte del discurso del candidato y no referencias del diario, pero lo cierto es que este tema en particular sí contó con el espacio para su difusión, aunque fueran expresiones del aspirante.

De aquí en adelante me permito enunciar brevemente, tanto el asunto como los temas que se desprendieron de éste, y que fueron objeto del análisis de contenido para proceder a la interpretación de datos.

"La Alianza por México es la única oposición real al régimen", fue otro tema que mereció en *Reforma* una atención especial, como se muestra en el Cuadro III-E de los Anexos. Tuvo tres *menciones implícitas* y *explícitas*, lo cual significó la posibilidad de que los lectores analizaran el papel que esta Alianza representaba respecto de los otros candidatos.

También llamó la atención el tema de que "la invitación de Fox a unir a sus contrincantes políticos es muestra de su débil campaña", ya que tuvo dos *menciones explícitas* y cuatro *implícitas*. Esto hace ver que *Reforma* brindó espacio a las declaraciones del perredista que no fueron propiamente conciliatorias con el aspirante del PAN. Este manejo *implícito*, en particular, puede implicar que parte del discurso de Cuauhtémoc Cárdenas se utilizó para contrapuntar las posiciones del PRD y PAN.

El tema de que por más de 12 años Cárdenas jugó un papel como aspirante opositor a la Presidencia de la República, con el cual se obtuvo tanto una *mención explícita* como *implícita*, deja ver que el periódico no pasó por alto las candidaturas consecutivas del perredista, sin lograr consolidarlas.

Respecto a las "*Propuestas*" en las notas periodísticas analizadas, como puede observarse en el Cuadro III-F de los Anexos, *Reforma* reportó de una a dos *menciones explícitas* por cada uno de los temas, pero en cuanto a las *menciones implícitas* hubo algunas variaciones. Por ejemplo, un tema que tuvo constantes *menciones implícitas* durante el análisis fue "la propuesta de Cárdenas de rescatar el sistema educativo nacional".

En este caso se reportó 15 veces el tema, seguido de seis menciones igualmente *implícitas* sobre la propuesta de la Alianza para gobernar con visión patriótica; de cinco sobre la propuesta de ir en contra de las cúpulas sindicales y acabar con la impunidad que lesiona la economía.

Se hicieron cuatro referencias *implícitas* a la propuesta de eficientar las finanzas públicas, así como la de llevar a cabo la apertura de la economía. *Reforma* efectivamente trató de brindar un espacio apropiado para la difusión de las propuestas de campaña, cumpliendo con la tarea informativa que tiene encomendada, pero sólo privilegió algunos puntos específicos.

Tal fue el caso de las propuestas ligadas con el sistema educativo del país y el rubro de economía. *Reforma* había sido uno de los medios que difundió ampliamente la versión de que Cuauhtémoc Cárdenas había dado un giro a su propuesta económica, y que el neoliberalismo que había rechazado en 1994, llevándolo al tercer lugar de la contienda en ese entonces, esta vez era parte de su ofrecimiento de campaña. A ese planteamiento, le llevó cuatro referencias *implícitas*, es decir que, a los ojos de *Reforma*, Cárdenas en un intento por ganar adeptos había dado un giro a su proyecto económico y político pues acataría los lineamientos de un sistema neoliberal, calificando de incongruente la propuesta. Esta supuesta versión fue muy discutida por el medio.

Con relación al "Régimen", el tema que se refiere a que Francisco Labastida y Vicente Fox son los candidatos preferidos de éste, fue el que mayor número de menciones obtuvo, pues apareció con tres referencias *explícitas* y cuatro *implícitas*, lo cual deja ver que *Reforma* mostró interés en enfatizar que, por tratarse de los "consentidos", uno de ellos efectivamente recibiría el espaldarazo para llegar a la Presidencia y consolidar la campaña política.

El tema "los candidatos del PRI son gente vinculada al régimen de Salinas", contabilizó una mención *explícita* y cuatro *implícitas*, es decir, que hubo interés en dejar ver la posibilidad de que el tricolor sigue recibiendo instrucciones del ex presidente, y que por lo tanto lo vuelve menos apto para retomar la conducción del país.

Aquí nuevamente se aborda el tema "el PAN mantiene su alianza con el régimen", en donde se observan dos referencias *explícitas* y tres *implícitas*. Es probable que el periódico haya pretendido dejar ver entre líneas cierta familiaridad de este partido con el sistema gobernante, en un intento por anclarlos en el público lector como los partidos con capacidad de conducción del país.

### 3.3.2 Los temas en el periódico *La Jornada*

Ahora, respecto al periódico *La Jornada*, cuyos asuntos analizados son los mismos que se manejaron en *Reforma*, se puede observar tanto en el Cuadro de Anexos, como en el cuadro de temas que precede este apartado, que dedicó un espacio importante para referirse a los medios de comunicación como un instrumento que ha ganado espacio para publicar libremente informaciones y con ello, contribuir al avance democrático, al mismo tiempo que sugiere contar con órganos de control encargados de vigilar su comportamiento en tiempo de elecciones.

Lo anterior porque en este periódico se aborda el hecho de que algunos medios son utilizados por el régimen para apoyar a sus candidatos, y por lo tanto debe existir un órgano que se encargue de mantener en orden el material propagandístico que se difunde.

*La Jornada* refiere en sus páginas que existen medios que dieron a conocer cifras amañadas acerca de los actos de campaña del candidato perredista, de hecho se obtiene una *mención explícita* de este tema y tres *implícitas*, lo cual permite observar que este medio reprobó el hecho de que los medios no fueran imparciales al informar de la campaña política del abanderado de Alianza por México.

De hecho, este *asunto* de los medios también estuvo muy relacionado con el *asunto* de "Objetividad", que a diferencia del periódico *Reforma*, dentro del análisis de las 50 notas informativas, en *La Jornada* sí se detectó *implícitamente* a través de dos temas.

Por ejemplo, "el régimen utiliza a los medios como portadores de su propaganda política", y "existen medios a los que se les ordena difundir informaciones falsas" fueron clasificados como *menciones implícitas* con relación a un comportamiento objetivo. Podría decirse que *La Jornada* fue muy incisiva acerca de la dirección que dieron otros medios a la información y de la posición que con ello otorgaban a los participantes.

Respecto a la "Opinión Pública", como puede verse en el Cuadro III-J de los Anexos, el tema que obtuvo mayor número de *menciones implícitas* fue el que señala: "los partidos que integran la Alianza debían unificar criterios para no causar confusión entre la opinión pública".

*La Jornada* estuvo interesado en promover la unidad de Alianza por México ante desacuerdos que se dieron al interior cuando ésta fue conformándose. Asimismo se hizo referencia, aunque sólo con una *mención explícita*, a dos temas más que sugerían que las crisis en la nación y las propuestas de gobierno para los siguientes seis años, fueran discutidas frente a la opinión pública del país.

Para dicho medio había sido muy importante reproducir esta parte del discurso del perredista, que tenía que ver con el lugar que se le otorgaba a la opinión de los ciudadanos, pero también a los líderes de esa opinión pública, demostrando que además de difundir la información completa del candidato, éste último coincidía con la política del diario de mantener debidamente informada a la sociedad.

Respecto a los temas de "*Elecciones*", todos obtuvieron una *mención explícita*, aunque *implícitamente* su presencia destacó en las 25 notas, correspondientes en este caso únicamente a *La Jornada*, del total de las 50 que se analizaron.

El tema sobre la disposición de los integrantes de la Alianza por México para defender el triunfo en las elecciones, sobresalió con ocho *menciones implícitas*. *La Jornada* mandó fuerte el mensaje de que no se repetiría la actitud pasiva de 1988.

"La Alianza tiene la organización para echar abajo un fraude en las elecciones", contó con cuatro referencias *implícitas*; *La Jornada* apoyaba, desde el momento en que le dio una amplia difusión, la decisión de los integrantes de esa Alianza de no renunciar a un posible triunfo presidencial; dejó ver que ya se contaba con la organización que evitaría que la coalición liderada por Cuauhtémoc Cárdenas, fuera objeto del fraude.

De igual forma destacó por sus *menciones implícitas* el tema referente a que en esas elecciones los mexicanos podrían garantizar un gobierno honrado y con patriotismo, así como la posibilidad de que otro proyecto político y económico se desarrollara en la Nación. Ambos temas obtuvieron un total de seis referencias *implícitas* cada uno, por lo que podemos considerar que este periódico buscó impulsar el proyecto de la izquierda en México encabezado por el candidato perredista.

Los temas sobre "*Libertad*", sólo obtuvieron tres referencias *explícitas*, como se muestra en el Cuadro III-L de los Anexos, un tanto similar al manejo que brindó el periódico *Reforma*, pues uno de esos temas nos remitía a la libertad que se promovía a favor de los detenidos universitarios para contribuir a la solución pacífica de la huelga que enfrentó en ese periodo la UNAM.

Este diario también abordó el tema de *Libertad*, de acuerdo al discurso de Cárdenas, como la posibilidad de expresar y respetar las opiniones de los individuos y como posibilidad para tener una contienda democrática por la condición de los medios para informar libremente. Así, el periódico tendió a promover las características de un sistema democrático o del sistema que se podría llegar a instaurar con un proyecto político de izquierda al mando.

Los temas sobre "*Democracia*" recibieron mucha mayor atención en *La Jornada* a diferencia del periódico *Reforma*, pues como se observa en los cuadros precedentes, se detectaron un total de nueve temas, en razón de las notas periodísticas seleccionadas. Ciertamente se habló, por una parte, de que el aspirante iniciaba por tercera ocasión una tarea inconclusa, "ganar democráticamente el poder", pero por otra, con cinco *menciones implícitas*, envió el mensaje de que con el perredista existía la posibilidad de acelerar el tránsito del país a la democracia.

Se obtuvieron dos *menciones explícitas* y dos *implícitas* al tema que planteó a la democracia como "la única vía para mejorar la calidad de vida de los mexicanos". Se abordó, aunque con una sola referencia *explícita*, el planteamiento de que el IFE sería un organismo que contribuiría "en el establecimiento de la democracia" y el que señalaba a la "conformación de la Alianza como una noticia importante para la democracia mexicana".

Estos planteamientos, por ejemplo, no fueron detectados en el periódico *Reforma*, donde sólo se lograron definir tres temas que no ahondaban en las características de un gobierno bajo el régimen democrático promovido por Cárdenas, así como se difundió en *La Jornada*.

Se puede observar en el Cuadro III-M de los Anexos, que también este diario promovió, con cinco *menciones implícitas*, que esa alternancia democrática "permitiría dirigir al país en función de los intereses de los mexicanos". El tema que señaló a la "*Democracia*" como "la posibilidad de participación de todos en la toma de decisiones", obtuvo una referencia *explícita*.

Los temas que ubicaron a la Alianza como producto "de la política democrática de sus integrantes" cuyo régimen era "libre de corrupción y delincuencia", fueron planteamientos que recibieron dos *menciones implícitas* cada uno.

Este *asunto* en particular, se consideró uno de los tópicos más característicos en el discurso del perredista, por ser un contendiente de izquierda, por ello era interesante analizar qué tanto habían profundizado ambos diarios en la difusión de sus planteamientos. Efectivamente, las diferencias saltaron a la vista, ya que *Reforma*, no fue exhaustivo en la difusión de los datos que definían el perfil de Cárdenas y su proyecto democrático, mientras que *La Jornada* aprovechó la posibilidad a través de sus textos, para detallar esta propuesta.

En cuanto a los temas de "*Oposición*", su manejo *implícito* en el periódico *La Jornada* revelaron nuevamente que se trata de un medio tendiente a impulsar la ideología de izquierda y apoyar el proyecto político de Cuauhtémoc Cárdenas.

El análisis de las 25 notas periodísticas, de nuestro universo de 50, reveló que la Alianza por México se proyectó en este diario como "la única oposición real al sistema". Obtuvo 13 menciones en forma *implícita*, dos como referencia *explícita*, seguido del planteamiento que ubicó al PAN como "aliado del régimen, lo cual le impedía formar parte de la oposición", con un total de ocho menciones *implícitas* y dos *explícitas*.

Efectivamente, este apoyo por parte de *La Jornada*, no se demuestra de una forma abierta, que podría ser a través de las *menciones explícitas*, pero el recurso en estos medios es lo que puede enfatizarse entre líneas, según la incidencia de menciones acerca de determinado tema.

Por ejemplo, cuando se habla de las perspectivas reales de la oposición para ser gobierno, se obtiene una *mención explícita* a cambio de siete *menciones implícitas*, al igual que el planteamiento que señala que la izquierda sería la más firme oposición contra el gobierno del PAN, donde se detectan otras siete referencias *implícitas*.

Los temas de oposición tuvieron un manejo importante en este diario, porque esa cantidad de referencias de manera *implícita*, hablan de la intención del diario de apoyar otra forma de gobierno. Bastaba una declaración puntual del candidato para que pudiera transmitirse con diferentes matices y un fondo uniforme.

El tema "con un gobierno que no es afín a la oposición no se puede colaborar" obtiene dos manifestaciones *explícitas* y seis de manera *implícita*. Con ello envió el mensaje también sobre las escasas posibilidades de combinar dos proyectos políticos distintos. Al mismo tiempo que *La Jornada* daba cuenta de un total distanciamiento con el proyecto de Acción Nacional, confirmaba la pretensión de Cuauhtémoc Cárdenas de dar fin al partido de Estado y sus siete décadas en el poder.

Las "*Propuestas*" fueron otro campo donde *La Jornada* también destacó la participación de Cárdenas en la contienda y de hecho, fueron los temas que más repeticiones obtuvieron.

Como puede observarse en los cuadros que anteceden este texto, así como en el Cuadro III-O de Anexos, las *menciones explícitas* en los 13 temas detectados, fluctuaron de una a cuatro repeticiones. Temas como "negociar personalmente la paz en Chiapas y respetar los Acuerdos de San Andrés; mayores asignaciones presupuestales a la educación; y la gratuidad de la enseñanza pública desde el jardín de niños hasta el posgrado universitario", fueron los que reportaron cuatro referencias *explícitas*.

Pero el tema que más *menciones implícitas* obtuvo fue el que habló de la propuesta de Cárdenas de recuperar las responsabilidades sociales del gobierno, seguido del planteamiento que señalaba la diferencia entre las propuestas de los candidatos y que consistía en la orientación política de su proyecto económico.

Estos temas insisto, fueron los que más se repitieron, dentro del análisis de las 50 notas periodísticas, en las correspondientes a *La Jornada*, como una muestra del trabajo "hormiga" que los medios de comunicación realizan para apoyar, o en algunos casos para desprestigiar, a una personalidad pública.

Con 15 menciones igualmente *implícitas* destacaron la propuesta para que el Estado contara con mayores recursos a fin de cumplir a plenitud sus obligaciones. De alguna forma podemos interpretar que este diario consideraba urgente recuperar el papel del Estado como eje rector en la vida política y económica del país y nos lo hace saber puesto que el discurso de Cárdenas en este sentido, logra un espacio considerable en las notas.

Finalmente, los temas sobre "Régimen" destacan por sus *menciones implícitas* también, mientras que las referencias *explícitas* consisten en las declaraciones propias del candidato pues no rebasan más allá de dos menciones.

El tema que señala "Cárdenas es opositor al régimen de corrupción y desigualdad social que prevalece", es el que más se detectó en el análisis, evidenciando una vez más las características y el legado de un régimen que prevalece por un periodo de 70 años en el poder, sin más capacidad para seguir dirigiendo el destino de este país.

Así lo demuestra el número de *menciones implícitas* que se detectan con los temas "el régimen presidencialista no responde a las necesidades del país; en México se ha impuesto un régimen apátrida; éste no puede ofrecer salidas políticas y económicas, constructivas y duraderas; este régimen es defendido por el PAN y PRI".

La constante presencia de *menciones implícitas* respecto a estos temas en particular nos permiten ver que *La Jornada* fue un diario preocupado porque se postergara, a través de esta elección, la



permanencia de un mismo partido en el gobierno, que representaba más una forma de vida para muchos, que la tarea por realizar, depositada en sus filas para comandar la nación.

#### 4. Análisis cualitativo de la información por su ubicación espacial en el periódico.

En este apartado nos referimos a la cantidad de notas objeto de estudio, que se publicaron en primera plana, como se muestra en el Cuadro V de los Anexos. Aquí nuevamente observamos variaciones interesantes; por ejemplo, *La Jornada* reportó solo una nota en primera plana, mientras que *Reforma* obtuvo seis.

Aun cuando *La Jornada* se posiciona como un periódico de corte izquierdista, al menos las 25 notas que fueron analizadas, de nuestro universo de 50, no obtienen un lugar preponderante en primera plana; ciertamente, como ya se mencionó al inicio de la "Interpretación de resultados", este periódico recurrió más cantidad de veces al uso de los sumarios para dar a conocer la noticia, pero llevó estas notas hasta las páginas interiores.

Es probable que el factor "espacio" haya sido determinante en este caso, pero de cualquier forma es manifiesto que *Reforma* superó a *La Jornada* en este sentido, al margen del comportamiento que ambos periódicos hayan reportado en interiores.

Su ubicación en *Páginas de la Primera Sección* indica por lo tanto que *La Jornada* llevó hasta aquí las notas informativas restantes, en tanto que *Reforma* reportó 12, igualmente de un universo de 50 notas, pues en este último diario se detectó una *Sección Especial de Elecciones*, en donde ubica siete notas periodísticas más.

Durante el análisis encontramos que *Reforma* cuenta con mayor capacidad de espacio para manejar secciones específicas, en donde se concentra la información que habrá de publicarse por determinado tiempo, acerca de un hecho noticioso particular.

En cambio *La Jornada* mantiene permanentemente la estructura de sus secciones y en ellas concentra y clasifica su información, independientemente de los anexos o suplementos que ya son conocidos por los lectores debido a su publicación regular, pero igualmente bajo periodos de tiempo ya definidos como puede ser semanal, mensual, etc.

#### 5. Análisis de la información según el grado de compromiso de los redactores de los diarios.

Aquí nos referimos a la composición de las notas, como se muestra en el Cuadro VII de los Anexos. Ya en el *Apartado Metodológico* se hizo referencia a la selección de cuatro tipos de composición, aunque en el análisis se reportaron sólo dos, que fueron: *Información sin comentarios* e *Informaciones y comentarios amalgamados*.

En el primer caso, *Reforma* reporta un total de 12 notas sin la intervención de ningún comentario, en tanto que *La Jornada* reúne sólo cinco. Como puede observarse, *Reforma* se mantuvo en una posición más apegada a la estructura de las notas informativas, procurando brindar únicamente los elementos que permite este género. Podríamos decir que se trata de un medio que procuró respetar el formato de la nota.

Por su parte, *La Jornada* sí modifica de alguna manera este sistema; el análisis detectó 20 de sus notas con *informaciones y comentarios amalgamados*, es decir que aun cuando se debían brindar únicamente datos que informaran al lector sin calificar el hecho, este diario filtra en sus notas juicios por parte de quien se encarga de su redacción, hablando del ambiente en que se lleva a cabo un acto, de la aceptación que haya tenido entre el público reunido, de alguna característica sobre el estado de ánimo del candidato, etc.; aspectos que muy bien pueden describirse en géneros como la crónica, el reportaje o la entrevista, pero que en la nota informativa necesariamente quedan restringidos, no obstante se mencionan como en este caso, buscando intervenir favorablemente en el ánimo del electorado.

## 6. Análisis de contenido según el declarante.

Aquí estamos hablando del autor de las declaraciones que se analizaron en cada uno de los diarios. Tenemos por ejemplo que en *La Jornada* se detectaron, del total de las 50 notas, las que corresponden a este diario, 40 declaraciones de Cuauhtémoc Cárdenas que fueron publicadas textualmente, mientras que *Reforma* únicamente reporta 16 declaraciones. Este representa otro ejemplo del favoritismo con que tendió *La Jornada* respecto a la campaña de Cárdenas; a éste se le dio voz en el periódico para poder ahondar en sus propuestas y las partes más importantes de sus discursos.

*Reforma* por su parte, mantiene una posición de menos privilegio con el candidato perredista, es decir, no pondera con la misma intensidad sus declaraciones, las cuales si bien es cierto reportan una presencia en el diario, no es constante la publicación textual de las mismas.

Si observamos el Cuadro VIII de los Anexos, tenemos por ejemplo que la información que redactan los reporteros, equivale en *La Jornada* a 13 declaraciones, en tanto que *Reforma* suma un total de 20 declaraciones.

Este último diario fue más selectivo con la información, es decir, no se encargó de la reproducción del discurso del candidato, puede entenderse que la redactó de acuerdo a la importancia que le haya dado a la noticia y al espacio que hayan aproximado para informar de ese evento.

Asimismo, se les dio voz a otras personalidades políticas en la redacción de noticias de ambos diarios, esto significa que se publicaron las declaraciones sobre la campaña, en determinado evento, de personas como José Woldenberg, Consejero Presidente del IFE, Amalia García y Dante Delgado, del PRD. Estas voces fueron aun más reducidas, considerando que *La Jornada* privilegió el discurso de Cárdenas, y que *Reforma* se encargó de plasmar el trabajo elaborado por sus reporteros.

## 7. Análisis de contenido según el índice de intensidad de las declaraciones.

Esta parte del estudio resulta muy interesante porque a partir del análisis de las declaraciones, de quien las elabora, del espacio que se les otorga, etc., estas categorías analizadas se suman a la definición de posiciones que asumieron dos medios de comunicación en un periodo electoral.

La definición de categorías utilizadas en este índice de medición, podrán confrontarse en el Apartado Metodológico, y están directamente relacionadas con el nivel de emotividad que se

descargó durante la elaboración de las notas, categorías que pudieron constituirse por el uso continuo de determinadas palabras y que a su vez permitió clasificarlas en un rango que va de lo *racional, pasional, agresivo y complaciente*.

Tenemos entonces que *La Jornada* reporta un total de 20 *declaraciones racionales*, mientras que *Reforma* suma 27. Se puede observar, según se indica en el Cuadro IX de los Anexos, que el segundo diario tendió a presentar un comportamiento más imparcial respecto a la campaña perredista, en tanto que *La Jornada* mantiene una actitud ciertamente favorecedora de los ideales de izquierda.

Esto se deduce más claramente si consideramos que, respecto a las *declaraciones complacientes*, se detectan 34 repeticiones, en tanto que *Reforma* no reporta ninguna. Podemos interpretar entonces que efectivamente *La Jornada* es un diario tendiente a apoyar el proyecto político de Cárdenas, la orientación de las informaciones que publica tienen un sentido positivo respecto a los ofrecimientos del candidato, ya sea por el espacio que otorga a éste, como por lo favorecedor de las redacciones.

En el periódico de Alejandro Junco, por ejemplo, se detectan 10 *declaraciones pasionales*, a cambio de una sola en *La Jornada*. Por el comportamiento que vino reportando *Reforma*, se deduce que ésta categoría de emotividad, no necesariamente significa que haya otorgado calificativos a favor de la campaña, sino que más bien reflejó una actitud incrédula respecto a los alcances de esta candidatura; asumió una postura de constante cuestionamiento al trabajo desempeñado por Cárdenas.

En cuanto a declaraciones con perfil *agresivo*, tenemos que ambos diarios reportaron, cada uno, dos declaraciones de esta índole. En el caso de *La Jornada* aludieron al trabajo desempeñado por algunos medios de comunicación y el Partido Acción Nacional, y en *Reforma* la declaración del candidato perredista aludiendo debilidad en la campaña del PAN por invitarlos a unirse en la contienda, fue considerada bajo esta categoría, al igual que el planteamiento de Cárdenas al señalar que en su gobierno se castigaría la impunidad que lesiona la economía, en referencia a las actividades ilícitas de banqueros y empresarios mexicanos.

Mientras que el índice de *agresividad* en *La Jornada* giró en torno a instituciones y no de personas, *Reforma* si fue más incisivo en las declaraciones de Cuauhtémoc Cárdenas que tenían que ver con su negativa de aliarse con Acción Nacional.

## 8. Análisis cualitativo del contenido de los Titulares.

A continuación se presentan los titulares textuales de cada uno de los periódicos analizados.

### *Periódico Reforma*

No.	Titular
1	" <i>Sigue presente Salinas en tricolor</i> "
2	" <i>Acabaré la tarea de 1988.- Cárdenas</i> "
3	" <i>Presenta Cuauhtémoc propuesta económica</i> "
4	" <i>Promete Cárdenas diálogo con EZLN</i> "
5	" <i>Amarra PRD coalición con CD, PAS, PSN y PT</i> "
6	" <i>Es coalición sintoma de democracia, asegura IFE</i> "
7	" <i>Propone fecha de debate Cuauhtémoc Cárdenas</i> "

8	"Da un giro Cárdenas"
9	"Enmienda discurso candidato perredista"
10	"Ofrecen a universidades seguridad presupuestal"
11	"Urgen a reformar política agraria"
12	"Demanda Cárdenas al PRI no intente cometer fraude"
13	"Disgusta arremetida de Cárdenas"
14	"Recibe acusación, contesta: priistas"
15	"Falaz, el llamado de Fox a unir fuerzas.- Cárdenas"
16	"Podemos ganar, afirma el perredista"
17	"Ofrece Cárdenas educación laica"
18	"Confianza, compañeras y compañeros"
19	"Pierde Fox debate...de la negociación"
20	"Recuerdan al PRI errores de 70 años"
21	"Ofrece Cuauhtémoc erradicar charrismo"
22	"Arrebata Cuauhtémoc territorio a los paristas"
23	"Descarga Cárdenas baterías contra Fox"
24	"El último llamado a la congruencia"
25	"Digna, pero despedida al fin"

#### Periódico La Jornada

No.	Titular
1	"El PRD, listo para defender el voto: Cárdenas"
2	"Llama Cárdenas a terminar con el régimen presidencialista"
3	"Presenta Cárdenas su plataforma económica en el auditorio del ITAM"
4	"Sería precedente el juicio político contra Albores, afirma Cárdenas"
5	"Cárdenas es ya también abanderado de Convergencia por la Democracia"
6	"Solicitó la Alianza por México registro ante el IFE"
7	"Llama Cárdenas a PRD y PT a votar unidos el presupuesto"
8	"Propone Cárdenas terminar la política de castigo a los salarios"
9	"No existen contradicciones en mi propuesta económica: Cárdenas"
10	"Cárdenas: la educación superior, abandonada"
11	"Si hay declinación será de Fox o Labastida"
12	"Absurdo, un pacto de civilidad, dice Cárdenas"
13	"Debe sustituirse a quienes no manejaron bien la crisis bancaria"
14	"Reivindica Cárdenas la gratuidad educativa"
15	"Descarta Cárdenas alcanzar algún acuerdo con Vicente Fox"

16	"La repetición de propuestas ganó espacio a los ataques personales"
17	"Respaldan maestros la propuesta educativa de Cárdenas Solórzano"
18	"Multitudinario recibimiento a Cárdenas en Pátzcuaro"
19	"Fracasó Fox en su intento de realizar ayer mismo el debate"
20	"Propuestas, acusaciones y un tema recurrente: el salinismo"
21	"Cárdenas promete a sindicatos la abolición de la requisita"
22	"Perpetró el gobierno la más grave agresión a la UNAM: Cárdenas"
23	"Si acepto la oferta de Fox, sería tan delincuente como él: Cárdenas"
24	"Un sufragio al PRI o AN es un voto al entreguismo: Cárdenas"
25	"Cárdenas: seremos la más firme oposición"

En el Cuadro IV de los Anexos, encontramos que durante la revisión de las 50 notas periodísticas objeto de estudio, el tipo de titulares que prevaleció fueron los *Informativos*, tanto en el periódico *Reforma* como *La Jornada*, es decir que, en lo que respecta a esta porción de análisis de contenido, fundamentalmente ambos diarios cumplieron con la tarea de dar a conocer esos eventos de campaña en particular.

Los titulares conocidos como *Explicativos* fueron utilizados únicamente por *La Jornada*, el cual reportó cuatro de ellos en las notas correspondientes a este diario; podemos observar que en estos casos concretamente, el periódico consideró oportuno brindar mayores elementos de información que permitieran dejar en el lector una idea clara de los datos que abordaría en el cuerpo de la nota.

Esta acción necesariamente nos remite a las prácticas editoriales de un diario, ya que se trata de los elementos que otorgan para una mejor lectura de sus textos y la invitación que se hace para acceder al conocimiento de la nota.

Muchas veces el público con tan sólo leer el título sabe si será de su interés enterarse de la información completa, o si por el contrario, carece de la importancia para dedicar el tiempo a una lectura completa, por una parte, y por otra, también debe considerarse que el brindar elementos explicativos para un mejor juicio de parte del público, es una manera de privilegiar, dentro del medio de comunicación, un hecho noticioso en especial.

Cuando decimos que en el análisis de *La Jornada* se detectaron cuatro de estos títulos, podríamos entender que el periódico posicionó esos eventos entre los de mayor interés y que por lo tanto requiere causar interés, curiosidad y la necesidad de concluir el conocimiento de toda la nota.

Los *titulares Orientados* son otro elemento para analizar la dirección que dan los periódicos a la información, como puede confrontarse en las definiciones del Apartado Metodológico. En el caso de

*La Jornada*, del total de las notas estudiadas, se registraron siete de estos títulos, en tanto que *Reforma* contabilizó seis.

Al hacer uso de estos títulos, el medio está asumiendo una determinada posición respecto a un hecho en particular. *La Jornada* por su parte, lo hemos identificado como un diario tendiente a resaltar los principios del proyecto político de izquierda, por lo que al señalar que obtuvo siete *títulos orientados*, podemos entender que éstos favorecieron el trabajo de campaña de Cuauhtémoc Cárdenas.

Observamos, de acuerdo con el Cuadro IV de los Anexos, que *Reforma* registró un comportamiento ligeramente menos tendencioso, con base al número de *titulares orientados* que obtiene en el recuento. Cabe mencionar que éste no es un medio que se haya distinguido por su apego a los ideales de izquierda, y que por el contrario, figuró como un diario que cuestionaba el índice de popularidad o de aceptación de Cárdenas entre el electorado.

Sin embargo, respecto a los *titulares sensacionalistas*, observamos que en *Reforma* se detectaron cuatro de éstos, y en *La Jornada* ninguno. De acuerdo a la definición establecida en el Apartado Metodológico, es probable que *Reforma* haya pretendido atraer la atención de los lectores solamente ante determinados asuntos, en los cuales existiera la posibilidad de cuestionar el desempeño del candidato. *La Jornada* no manifestó la utilización de este tipo de titulares durante el análisis, y ello puede hacernos ver que entre sus objetivos, en tanto medio de comunicación masiva, no estuvo hacer un uso exagerado de palabras que resultaran nocivas a la carrera presidencial del candidato. Esto porque en nuestra definición se hace referencia a la intención de "atraer la atención del público generalmente a partir de la exageración en la presentación de hechos y noticias".

## Conclusiones

Al cabo del análisis de una porción de contenido periodístico sobre la campaña presidencial de Cuauhtémoc Cárdenas, hemos podido observar que, en efecto, los medios de comunicación se constituyen en tribunas de poder.

Su papel es contribuir a que la sociedad se mantenga informada, pero al margen de ello encontramos por otro lado que persiste un entramado de intereses y necesidades en nuestro sistema político que continuará apoyándose en los medios para privilegiar o promover grupos políticos.

Así pudo constatarse en el caso de *La Jornada*, que criticó la parcialidad de otros medios de comunicación respecto a la cobertura informativa en la campaña de Cárdenas, al tiempo que adoptaba una actitud de empatía con las ideas de izquierda.

*Reforma*, por su parte, con otro interés y desde otra perspectiva acerca del candidato fuerte en la campaña, mantuvo un comportamiento crítico ante la posibilidad de que Cárdenas alcanzara la Presidencia e instaurara el proyecto que promueve desde 1988.

A través de los contenidos analizados se pudo observar que estos medios de comunicación también son instituciones políticas y que, por lo tanto, ejercen presión en dichos contenidos; se ubican en distintos ángulos y en función del papel que desempeñan en nuestro sistema político, es como determinan la dirección de sus informaciones; se definen las tendencias.

En el desarrollo de la investigación se estableció que a partir de que el régimen impuesto por el partido de Estado comienza a desmoronarse a finales de los años sesenta, sucede una notable apertura entre los medios de comunicación.

*La Jornada* y *Reforma*, surgen como parte de este movimiento interesado en romper con las inercias que llevaba a los medios a responder a las exigencias del sistema. En este análisis de contenido se determinó que ambos diarios son, ciertamente, empresas dedicadas a producir y vender información, pero con preferencias políticas muy definidas a través de sus contenidos.

El periódico *La Jornada*, al cual definimos como un medio de oposición, reportó una constante repetición de las propuestas de Cárdenas e insistió en los beneficios de un gobierno de izquierda a través de las menciones implícitas, tanto de esas propuestas como de los temas que se obtuvieron a partir de la síntesis de la información periodística; ello revela por lo tanto que su rol en esta campaña fue impulsar el proyecto de izquierda.

*Reforma* es un medio cuyo manejo implícito de la información reveló ser menos insistente en la posibilidad de que Cárdenas encabezara la Presidencia de la República. Si bien destacó algunos puntos de la información relacionados básicamente con las propuestas de gobierno, los mensajes entre líneas que pudieran estar relacionados con algún apoyo al proyecto de izquierda no se detectaron; en ese sentido puede afirmarse que este periódico se concretó fundamentalmente a señalar las declaraciones del candidato, sin recurrir a las interpretaciones que pudieran reflejar un trato favorable por parte del medio.

Tenemos entonces que *La Jornada* en el periodo analizado, se comportó como un medio favorecedor del trabajo político de Cuauhtémoc Cárdenas, en tanto que *Reforma*, por su parte, reveló

con los contenidos informativos, la idea de que la alternancia en el poder no tendría lugar con este candidato.

La comunicación política que ejercieron tanto *Reforma* como *La Jornada* desde luego tuvo una orientación y consecuencias distintas; obviamente la idea fue incidir en el ánimo de los electores, sobre todo de aquellos que no tenían definida su preferencia electoral, y de acuerdo con la posición que ocupa cada medio en el sistema político, como señalamos anteriormente, fue como se definieron las "formas y fondos" del mensaje.

*La Jornada* denotó la promoción de un eventual gobierno opositor, más que con la utilización de grandes espacios, con el fondo de los mensajes, pues no se hablaba ni nos remitían a ningún tipo de cuestionamiento sobre su proyecto político. *Reforma* por su parte fue muy puntual en sus afirmaciones, no tendía a la repetición constante de sus propuestas y fue más incisivo cuando en algún evento que reportó se le hicieron cuestionamientos relacionados con su gestión en el Gobierno de la ciudad de México.

Por otro lado *Reforma* se cuidó mucho de reportar un tratamiento equitativo con todos los aspirantes, fundamentalmente porque en cuestiones de espacio, trató de guardar un equilibrio.

Si *La Jornada* dedicó para determinado evento una página completa informando sobre ello, digamos que *Reforma* otorgó esa misma cantidad de espacio pero el contenido, que fue posible analizar a partir de los asuntos y temas, varió siempre por sus fines (principalmente en los mensajes implícitos).

Consideramos que a partir del ejercicio de comunicación política que realizaron estos dos medios en ese periodo electoral, ambos pugnaron por hacer que los lectores aceptaran una determinada idea: 1) la posibilidad de que Cárdenas representaba el arribo de un gobierno de oposición al poder, en el caso de *La Jornada* y, el planteamiento de que el candidato de Alianza por México había dejado de representar en el 2000 la única oportunidad de tener a un gobierno de oposición, con *Reforma*.

Por otra parte, cabe mencionar que el manejo informativo de este último diario es desde una óptica empresarial y comercial, sin perder de vista que *La Jornada* se dirige igualmente como una empresa, con la diferencia de que es bajo el régimen de cooperativa.

Entre los intereses de *Reforma* se encuentran, por supuesto, hacer atractiva la información para una efectiva comercialización del mismo y en este análisis de contenido se pudo observar que el diario recurrió, en algunos casos, a la presentación sensacionalista de algunas noticias.

Ello implicó, como puede confrontarse con las definiciones del Apartado Metodológico, que el diario tendiera a magnificar ciertas particularidades en algunos eventos de campaña, en específico de los actos seleccionados para este estudio.

Por ejemplo, hubo sectores con los que se celebraron reuniones o actos de campaña, que no siempre simpatizaron con el trabajo político de Cárdenas. Luego entonces, el periódico *Reforma* privilegió en sus titulares frases que hablaban del ambiente que prevaleció en ese acto y que no había sido favorable, con lo cual era más probable impresionar a los lectores que con el énfasis en las propuestas políticas. *Reforma* recurrió más a este tipo de situaciones.



Por ello insistimos que el trato de ambos periódicos se diferencié no en términos de espacio otorgado para la información, sino en el sentido que con los titulares y el orden de las ideas se proporcionaba a las notas de la campaña para así conducir, de acuerdo a sus intereses, el ánimo de los electores.

Esto se puede ejemplificar con la nota periodística de fecha 4 de marzo del 2000, sobre la participación de Cárdenas en la Convención Nacional de Banqueros, celebrada en Acapulco, Guerrero, para la que *Reforma* titula: "...Disgusta arremetida de Cárdenas". *La Jornada* tituló "*Debe sustituirse a quienes no manejaron bien la crisis bancaria*".

Fue el uso de determinadas palabras y los aspectos que destacaban los titulares de la nota, lo que proyectó a Cárdenas de una forma muy diferente frente a los ciudadanos; por una parte, lo hacían ver como un candidato que tenía la intención de llevar hasta el fondo la realización de sus propuestas aunque esto tuviera un alto costo político para algunos sectores, y por otra, el perfil más destacado fue el de un candidato cuya plataforma se consideraba arcaica entre esos mismos grupos.

A lado de *La Jornada* que podemos decir se trató de un medio complaciente y tendiente a favorecer la campaña de la Alianza Por México -mediante sus contenidos- *Reforma* revoló a través de éstos un trato especialmente crítico, a partir del cual podemos afirmar que ambos periódicos fueron blanco de intereses de la corriente política con la que comulgan para influir en la naturaleza del contenido.

Tenemos entonces que *La Jornada* es un periódico identificado con la línea cardenista, mientras que por otro lado, a *Reforma* lo ubicamos como un diario que sí encuentra compatibilidad con el proyecto formulado por el equipo de la Alianza por el Cambio. Las directrices de ambos periódicos llevan un sentido distinto y tratan de convencer a la opinión pública, integrada tanto por los líderes de opinión como por los ciudadanos, de cuál candidato tendría mayores probabilidades de llegar a la Presidencia, quién podría encabezar el primer gobierno de oposición.

Ambos periódicos pugnaron por hacer aceptar una idea entre los votantes a lo largo de todo el proceso electoral. Al finalizar ese periodo, las consecuencias del manejo informativo se proyectaron en los resultados oficiales de la elección.

A lo largo de la campaña, se observó que el periódico *Reforma* había reportado un comportamiento incisivo con relación al historial político de Cárdenas, cuestionando su gestión al frente del Gobierno de la ciudad de México, el lanzamiento de su tercera candidatura presidencial e incluso enfatizando aparentes contradicciones en sus propuestas de campaña.

*La Jornada*, había asumido una actitud de consentimiento respecto al trabajo político del candidato perredista, y en sus líneas no se detectaban juicios que desaprobaban su trayectoria.

Pero respecto del comportamiento del periódico *Reforma*, si a esto sumamos el hecho de que en la población se generaron importantes expectativas ante la inminente posibilidad de que un gobierno que no fuera del PRI arribara al poder, un adecuado manejo de imagen y la singular manera de conducirse como persona y como político por parte del candidato del PAN, tenemos que la comunicación política que ejerció este medio generó importantes consecuencias para el sistema político.

---

\* Independientemente del cambio que ha tenido con Vicente Fox ya instalado en el gobierno, pues se ha presentado muy crítico con relación a su administración.

El trato que le pudo haber brindado *La Jornada* a Cuauhtémoc Cárdenas no obtuvo los resultados esperados para quienes apoyan, abiertamente y tras bambalinas, esta corriente política. En cambio por parte de *Reforma* podemos afirmar que ciertamente no era favorecedor de esta propuesta política y que la línea editorial del medio era compatible con otro proyecto, lo cual propició un movimiento importante entre los lectores del diario.

*Reforma* no apostó al proyecto político de Cárdenas, pero justamente la orientación que habría brindado a las informaciones de este candidato fueron las que proyectaron mayores consecuencias entre el círculo de lectores, puesto que a este aspirante lo ubicaron siempre en el tercer lugar de las encuestas (de preferencia electoral) y los resultados oficiales reportaron ese mismo nivel.

Por lo demás, consideramos que la comunicación política que se ejerció también por parte del candidato y su equipo de campaña, fueron determinantes para no obtener los resultados esperados, que podría ser objeto de una nueva investigación, a fin de determinar cuáles fueron las deficiencias para transmitir efectivamente las conveniencias de su proyecto político y lograr la aceptación de una parte importante de electores.

Como podemos observar, la característica de nuestros medios de comunicación en la actualidad no consiste en aquella inercia que los mantuvo subordinados por mucho tiempo con el sistema gobernante. Ciertamente continúan desarrollándose entre intereses políticos de distinto tipo, pero lo esencial, es el efecto que logran entre el público a través de los mensajes explícitos, y más aún implícitos, de sus contenidos.

Hoy los medios se encuentran muy ligados al comportamiento de la sociedad que se presenta cada día más politizada y con interés en el rumbo del país. Ahora es cuando se ha comenzado a realizar un intercambio dentro de un triángulo institucional, donde se ubica nuestro sistema político, los medios de comunicación y, legítimamente, los ciudadanos.

Al cabo de años de vicios y complicidades existentes entre el régimen y la prensa de nuestro país, se ha abierto una faceta en la que se ejerce con mayor sentido de responsabilidad el derecho de informar y de hacer propaganda política aún a través de los medios de comunicación; observamos una lucha de intereses sí, pero en un escenario en el que también sobresale el papel de la sociedad civil, que deja de ser desplazada y mantenerse inerte.

Posiblemente las voces que han surgido pugnando por ofrecer una visión informativa al margen de las versiones oficiales, seguirán manteniendo detrás a grupos y corrientes políticas, pero con la diferencia de que ahora los ciudadanos también tienen voz y los obliga a caminar por una línea más respetuosa y de seriedad en la labor informativa.

## ANEXOS

**Cuadro I. Espacio total en centímetros cuadrados,  
de textos y encabezados en Primera Plana**

	La Jornada 1era Plana Cm2	Reforma 1era plana Cm2
<b>Títulos</b>	1) 0	1) 0
	2) 9.24	2) 13.05
	3) 0	3) 0
	4) 0	4) 0
	5) 15.6	5) 12.84
	6) 0	6) 0
	7) 193.2	7) 25.76
	8) 0	8) 119.03
	9) 44.4	9) 0
	10) 17.98	10) 0
	11) 24.36	11) 0
	12) 0	12) 0
	13) 216.58	13) 14.1
	14) 17.1	14) 0
	15) 0	15) 0
	16) 0	16) 0
	17) 0	17) 0
	18) 0	18) 0
	19) 248.4	19) 206.25
	20) 68.55	20) 0
	21) 11.52	21) 0
	22) 5.24	22) 224.68
	23) 0	23) 118.11
	24) 30.21	24) 0
	25) 17.92	25) 0
<b>Total</b>	<b>920.3</b>	<b>733.82</b>
<b>Texto</b>	1) 0	1) 0
	2) 33.3	2) 91.65
	3) 0	3) 0
	4) 0	4) 0
	5) 0	5) 63.24
	6) 0	6) 0
	7) 0	7) 81.76
	8) 0	8) 176.97
	9) 0	9) 0
	10) 0	10) 0
	11) 0	11) 25
	12) 0	12) 0
	13) 0	13) 84.13
	14) 0	14) 0
	15) 0	15) 0
	16) 0	16) 0
	17) 0	17) 0
	18) 0	18) 0
	19) 0	19) 167.79
	20) 0	20) 0
	21) 0	21) 0

	22) 0 23) 0 24) 0 25) 0 33.3	22) 155.5 23) 155.91 24) 0 25) 0 1 001.95
<b>Total</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>953.6</b>	<b>1735.77</b>

**Cuadro II. Espacio fotográfico  
en centímetros cuadrados en primera plana**

La Jornada		Reforma	
1era Plana Cm2	Interiores Cm2	1era Plana Cm2	Interiores Cm2
1) 0	1) 188.7	1) 0	1) 99.36
2) 0	2) 68.44	2) 34.31	2) 177.48
3) 0	3) 109.47	3) 0	3) 12.74
4) 258.06	4) 256.19	4) 0	4) 191.4
5) 245.52	5) 0	5) 0	5) 254.1
6) 0	6) 231.88	6) 206.15	6) 425.7
7) 225.06	7) 106.14	7) 67.2	7) 330.26
8) 0	8) 0	8) 0	8) 137.8
9) 0	9) 0	9) 0	9) 123.17
10) 0	10) 103.7	10) 0	10) 98.28
11) 0	11) 107.36	11) 37.29	11) 285.2
12) 0	12) 0	12) 0	12) 153.7
13) 0	13) 106.14	13) 0	13) 63.2
14) 0	14) 109.8	14) 0	14) 181.25
15) 0	15) 106.14	15) 0	15) 356.19
16) 0	16) 157.01	16) 0	16) 211.8
17) 0	17) 0	17) 0	17) 209.55
18) 0	18) 102.48	18) 0	18) 253.45
19) 249.24	19) 270.3	19) 247.52	19) 574.59
20) 128.34	20) 102.48	20) 0	20) 0
21) 0	21) 241.8	21) 0	21) 181.93
22) 316.2	22) 101.6	22) 438.16	22) 568.81
23) 539.4	23) 0	23) 464.2	23) 702.51
24) 0	24) 105.78	24) 0	24) 279.84
25) 0	25) 335	25) 17.55	25) 197.73
<b>1961.82</b>	<b>2910.41</b>	<b>1512.38</b>	<b>6070.04</b>

**Cuadro III. Número de Menciones por Asuntos y Temas  
Periódico *Reforma***

**A.**

<b>Medios</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Los medios deben ser vigilados en la difusión de propaganda política	1	0

**B.**

<b>Elecciones</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
En las elecciones del 2000, Cárdenas terminará una tarea inconclusa	1	2
Con 17 millones de votos, Cárdenas ganará las elecciones del 2000.	1	3
El PRI incurrirá en actos ilegales para las elecciones del 2000.	1	3
Con la Alianza de Centro-izquierda, Cárdenas buscará el triunfo en los comicios	1	4
Los ataques a la campaña son muestra de la preparación de la Alianza.	1	0
El triunfo en las elecciones permitirá la ampliación de recursos a la educación superior.	1	0
Cárdenas advirtió al Gobierno y al PRI de no cometer un fraude en las elecciones	1	2
El llamado de Fox al PRD para unir fuerzas, es muestra de una débil campaña.	1	1
Previo a las elecciones, Cárdenas asestó su tercer golpe en la UNAM.	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>15</b>

**C.**

<b>Libertad</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Cárdenas promete libertad a los detenidos universitarios	1	0
Cárdenas se manifestó por la libertad de expresión en la UNAM	1	0

En el gobierno de Cárdenas, los sindicatos gozarán de libertad y autonomía	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>0</b>

**D.**

<b>Democracia</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
* Cárdenas ha luchado por más de una década para instaurar la democracia.	1	0
* La alternancia en el poder debe darse con democracia	1	1
Cárdenas busca el apoyo de la gente que cree en la democracia	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

Nota: El asterisco indica que existe un ejemplo de este tema en el Cuadro III A

**E.**

<b>Oposición</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Las circunstancias del país obligan a la oposición de izquierda a mantenerse unida.	1	0
* El PAN no formó parte de la oposición de izquierda y siguió su alianza con el régimen	1	3
La Alianza por México es la única oposición real al régimen	3	3
El gobierno tendrá que aceptar su derrota por la Alianza de oposición.	1	0
* La invitación de Fox a unir a sus contrincantes políticos es muestra de su débil campaña.	2	4
En los cuestionamientos al tricolor, Fox destacó que Cárdenas regresara a la oposición.	1	0
Por más de 12 años Cárdenas ha sido aspirante opositor a la Presidencia de la República.	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>11</b>

Nota: El asterisco indica que existe un ejemplo de este tema en el Cuadro III A

**F.**

<b>Propuestas</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Cárdenas sostuvo la propuesta perredista de volver más eficientes y equitativos los	1	2

impuestos		
Cárdenas propone eficiente las finanzas públicas	1	4
La Alianza por México se propone la apertura de la economía.	1	4
Las propuestas de 1994 en rechazo al neoliberalismo, llevaron a Cárdenas al tercer lugar de la contienda.	1	1
La propuesta de Cárdenas es rescatar el sistema educativo nacional.	1	15
Las propuestas de la Alianza ofrecen beneficios fiscales a quienes inviertan en educación	2	0
Las propuestas de la Alianza por México, pugnan por acabar con la impunidad que lesiona la economía.	2	5
Las propuestas de Fox son reaccionarias y de retroceso.	1	0
La propuesta de la Alianza es gobernar con visión patriótica.	1	6
La Alianza propone ir en contra de las cúpulas sindicales	1	5
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>42</b>

**G.**

<b>Régimen</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Los candidatos del PRI son gente vinculada al régimen de Salinas	1	4
El actual régimen presidencialista no puede detener su proceso de descomposición	1	0
El PAN mantiene su alianza con el régimen.	2	3
* Francisco Labastida y Vicente Fox son los candidatos preferidos del régimen.	3	4
* El régimen buscará por todos los medios imponer a su candidato.	1	1

El régimen debe aceptar su derrota donde la oposición se imponga.	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>12</b>

Nota: El asterisco indica que existe un ejemplo de este tema en el Cuadro III A

### Periódico La Jornada

#### II.

Medios	Mención Explícita	Mención Implícita
Los medios tienen mayor libertad para informar.	1	0
Los medios deben contribuir al avance democrático.	1	1
El IFE debe cuidar la información electoral que se transmite en los medios.	2	0
El partido oficial y el régimen utilizan los medios para apoyar a sus candidatos.	1	1
* Ciertos medios dan a conocer cifras amañadas de los asistentes a los actos proselitistas de la Alianza por México.	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>5</b>

Nota: El asterisco indica que existe un ejemplo de este tema en el Cuadro III A

#### I.

Objetividad	Mención Explícita	Mención Implícita
El régimen utiliza a los medios como portadores de su propaganda política.	0	1
Existen medios a los que se les ordena difundir informaciones falsas.	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>2</b>

#### J.

Opinión Pública	Mención Explícita	Mención Implícita
Los partidos que integran la Alianza deben unificar criterios para no causar confusión entre la opinión pública.	0	4
Las propuestas deben discutirse ante la opinión pública del país.	1	1



La "oposición domesticada" se niega a que las crisis en el país sean aclaradas ante la opinión pública.	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>5</b>

**K.**

<b>Elecciones</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
* Los integrantes de la Alianza por México están dispuestos a defender el triunfo en las elecciones.	1	8
La Alianza tiene la organización para echar abajo un fraude en las elecciones.	1	4
En estas elecciones los mexicanos podrán garantizar que se gobierne con honradez y patriotismo.	1	6
* En las próximas elecciones puede ser otro el proyecto político y económico que se desarrolle en la Nación.	1	6
Respetuoso de las instituciones, Cuauhtémoc Cárdenas, esperó el resultado oficial de las elecciones para hacer su declaración.	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>24</b>

Nota: El asterisco indica que existe un ejemplo de este tema en el Cuadro III A

**L.**

<b>Libertad</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Existen condiciones para una contienda democrática, por la libertad que tienen los medios para informar.	1	1
La libertad de expresión significa respetar las opiniones, trátase de quien se trate.	1	0
Se debe dar libertad a los estudiantes detenidos, como una medida de solución al conflicto universitario.	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

**M.**

<b>Democracia</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Cuauhtémoc Cárdenas inicia por tercera ocasión una tarea inconclusa: ganar democráticamente el poder.	1	0
El fin es ser gobierno para acelerar el tránsito del país a la democracia.	1	5
La democracia será la única vía para mejorar la calidad de vida de los mexicanos.	2	2
El IFE contribuirá de manera importante en el establecimiento de la democracia.	1	0
La conformación de la Alianza es una noticia importante para la democracia mexicana.	1	0
La Alianza por México es producto de la política democrática de sus integrantes.	1	2
Democracia es la posibilidad de participación de todos en la toma de decisiones.	1	0
La alternancia en el poder con sentido democrático permitirá dirigir al país en función de los intereses de los mexicanos.	1	5
La democracia que está construyendo la Alianza, es libre de corrupción y delincuencia.	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>16</b>

**N.**

<b>Oposición</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
La oposición tiene perspectivas reales de ser gobierno y acelerar el cambio	1	7
La oposición dará fin al partido de Estado que promueve intereses contrarios al país.	1	4
La Alianza por México constituye la única oposición real al sistema.	2	13
El PAN es aliado del régimen y eso le impide formar parte de la oposición.	2	8

La Alianza se opone a la política económica que pretende privatizar la industria eléctrica y petrolera.	2	1
Con un gobierno que no es afín a la oposición no se puede colaborar.	2	6
La izquierda será la más firme oposición contra el gobierno del PAN.	2	7
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>46</b>

**O.**

<b>Propuestas</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
La propuesta de Ley Indígena, elaborada por la COCOPA, llegará al Congreso para ser aprobada.	3	2
Cárdenas se propone negociar personalmente la paz en Chiapas y respetar los Acuerdos de San Andrés.	4	0
Cárdenas propone que el Estado cuente con recursos para cumplir a plenitud sus obligaciones.	2	15
El campo, la pequeña y mediana industria, los acuerdos comerciales y la política petrolera, son ejes en la propuesta económica de Cárdenas.	1	2
La Alianza propone mayores asignaciones presupuestales al rubro de educación.	4	3
Se propone al Congreso de la Unión exenciones fiscales a quienes inviertan en educación.	1	0
Plantea la gratuidad de la enseñanza pública desde el jardín de niños hasta el posgrado universitario.	4	4
Se propone eliminar la injerencia del gobierno en las decisiones de los universitarios.	1	0
Cárdenas propone dignificar las condiciones de vida de los maestros.	1	2

Fox, Labastida y Cárdenas expusieron sus propuestas para realizar un debate que, en los hechos, ya se estaba efectuando.	2	2
La diferencia entre las propuestas de los candidatos, es la orientación política de su proyecto económico.	2	22
Las propuestas de Cárdenas son recuperar las responsabilidades sociales del gobierno.	2	24
El régimen ventila, a través de algunos medios, que las propuestas son contradictorias.	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>78</b>

**P.**

<b>Régimen</b>	<b>Mención Explícita</b>	<b>Mención Implícita</b>
Cárdenas es opositor al régimen de corrupción y desigualdad social que prevalece.	1	12
El régimen presidencialista no responde a las necesidades del país.	1	8
El régimen actual coloca en desventaja la economía del país.	2	3
En México se ha impuesto un régimen apátrida.	1	8
El régimen no puede ofrecer salidas políticas y económicas, constructivas y duraderas.	1	8
El régimen impide que la opinión pública conozca la crisis en todas sus dimensiones.	1	1
El actual régimen político ha empobrecido a los mexicanos y puesto al país de rodillas.	2	3
El régimen impuesto en las últimas administraciones es defendido por el PAN y PRI.	1	8
En el desmantelamiento del régimen de partido de Estado, la Alianza por México dio una contribución decisiva.	1	0

**Cuadro III-A. Ejemplos del Cuadro III**

<b>Periódico</b>	<b>Tema</b>	<b>Mención Exp.</b>	<b>Mención Imp.</b>
Reforma	La alternancia en el poder debe darse con democracia	"El país, apuntó Cuauhtémoc Cárdenas, requiere de alternancia en el poder, pero con democracia, con valores propios de los mexicanos, para encauzar el desarrollo del país".	"Vamos a asegurar que haya una alternancia que nos permita recuperar una conducción del país en función de nuestros valores, de aquello que le hace falta a los mexicanos, que nos permita resolver los problemas de las grandes mayorías", dijo.  "Nosotros no estamos con su propuesta reaccionaria (de Vicente Fox) nosotros no estamos con su propuesta de retroceso. Nosotros no estamos con su propuesta, mediante la cual sólo se verían beneficiados unos cuantos y seguiría el deterioro de la mayoría".
Reforma	La invitación de Fox a unir a sus contrincantes políticos es muestra de su débil campaña.	"La invitación de Vicente Fox a sumar las fuerzas de la oposición rumbo a las elecciones del 2 de julio es un síntoma de la debilidad de su campaña, consideró ayer Cuauhtémoc Cárdenas".	"No puedo concluir estas palabras sin hacer alusión al llamado que desde esta misma plaza hizo ayer Vicente Fox para que abandone yo esta lucha...Son gritos lastimeros de quien se sabe perdido. Sin en realidad tuviera, como afirma, el 40, 46 ó 48 por ciento ¿me estaría llamando, estaría tan desesperadamente como se le ve, suplicando el voto de los perredistas? Este no es el discurso de quien se considera como ganador", exclamó.
Reforma	El PAN no formó parte de la oposición de izquierda y siguió su alianza con el régimen	"Interrogado (Cuauhtémoc Cárdenas) sobre si le hubiera gustado que el PAN formara parte de la alianza, respondió: "Me hubiera gustado que el PAN hubiera pasado a ser parte de la oposición, lo que no sucedió. Decidió seguir en su alianza con el régimen; finalmente están aquí los partidos que tienen un compromiso con el país".	"Nosotros no tenemos complicidades como muchos las tienen, nosotros no defendemos a los defraudadores de la banca, nosotros no estamos porque se privatice la industria eléctrica y la industria petrolera y porque sigan seis años más de lo mismo, sino porque en esta elección garanticemos un profundo cambio en la conducción económica, política y social del país", dijo Cárdenas.
Reforma	Francisco Labastida y Vicente Fox son los candidatos preferidos del régimen.	"Durante su discurso de tona de protesta como abanderado presidencial de la Alianza por México, en un mitin en el Foro Sol del autódromo Hermanos Rodríguez, Cárdenas lanzó el reto de debatir a sus dos principales contrincantes	"Al final, en los pasillos del hotel, donde se realizaba la conferencia, todos se preguntaban quién ganó, acto seguido la mayoría recordaba las principales frases de Cárdenas con las que se deslindó de las candidaturas de los abanderados del régimen". "Francisco Labastida aceptar ser el

		(Labastida del PRI y Fox del PAN) a quienes llamó los preferidos del régimen y los acusó de carecer, al igual que sus partidos de patriotismo".	candidato del régimen, el representante de Ernesto Zedillo y de la corrupción del régimen. Vicente Fox acepta que como Diputado votó las reformas salinistas", señaló.
Reforma	El régimen buscará por todos los medios imponer a su candidato.	Cuauhtémoc Cárdenas "alertó a unas 50 mil personas que lo acompañaron en el Foro Sol, que la Alianza por México no debe de engañarse, porque el régimen, con toda la maquinaria del Estado puesta a su servicio, como en 1988 y 1994, buscará por todos los medios imponer a su candidato".	"El abanderado de la Alianza por México, Cuauhtémoc Cárdenas lanzó una advertencia al Gobierno y al PRI para que no intenten cometer un fraude electoral en los comicios federales del próximo 2 de julio". "Que no se les ocurra ir en contra de la voluntad ciudadana, pues tenemos la capacidad para defender cada voto", expresó.
La Jornada	Ciertos medios dan a conocer cifras amañadas de los asistentes a los actos proselitistas de la Alianza por México.	Cárdenas advirtió que la actitud asumida por algunos medios "pretende crear las condiciones para que alabos, con supuestos resultados electorales o cifras oficiales amañadas, pudieran ser aceptadas por la opinión pública como resultados reales".	"...las plazas llenas, las calles que truenan de júbilo y esperanza, no concuerdan con las docenas y docenas de encuestas que distintos medios nos dan a conocer todos los días. Esas cifras, preciso Cuauhtémoc Cárdenas, pretenden ocultar la realidad y generar un ánimo de derrota como lo pretenden también ciertos medios informativos que sistemáticamente reducen en sus notas el número de asistentes a nuestros actos, que no informan de lo que hacemos, u otros que nos atacan con saña singular".
La Jornada	Los integrantes de la Alianza por México están dispuestos a defender el triunfo en las elecciones.	"Cuauhtémoc Cárdenas explicó que a diferencia de 1988, ahora la Alianza por México cuenta con presencia y capacidad para defender los resultados en las elecciones del próximo 2 de julio".	"Cuauhtémoc Cárdenas dijo que aunque la lucha ha sido larga y en el camino se han quedado "casi seis centenares de compañeros nuestros a los que sólo honramos y honraremos si nos mantenemos firmes en este esfuerzo, hoy los ánimos están muy altos. Hemos llegado a un punto tal y creado las condiciones, en estos años de lucha, para no sólo ganar con la mayoría de los votos, sino para hacer valer y hacer que se respeten esos votos".
La Jornada	En estas elecciones puede ser otro el proyecto político y económico que se desarrolle en la Nación.	Cárdenas manifestó: "Porque nosotros no tenemos complicidades como muchos las tienen; nosotros no defendemos a los defraudadores de la banca; nosotros no estamos por que se privatice la industria eléctrica, la industria petrolera y para que sigan seis años más de lo mismo; sino	"Con los ideales de la Alianza por México, vamos a ganar esta elección, pues suman millones de mexicanos los que han decidido cambiar el rumbo por el que se ha venido desarrollando el país, para que exista un gobierno patriota y honrado al frente de los destinos de México".

		para que en esta elección garanticemos un profundo cambio en la conducción económica, política y social del país".	
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**Cuadro IV. Tipo de titulares utilizados en las notas**

	<b>Informativos</b>	<b>Explicativos</b>	<b>Orientados</b>	<b>Sensacionalistas</b>
<b>La Jornada</b>	14	4	7	0
<b>Reforma</b>	15	0	6	4

**Cuadro V. Ubicación de las notas**

	<b>Primera Plana</b>	<b>Páginas de la Primera Sección</b>	<b>Páginas Editoriales</b>	<b>Sección Especial de Elecciones</b>
<b>La Jornada</b>	1	24	0	0
<b>Reforma</b>	6	12	0	7

**Cuadro VI. Tipo de Ilustraciones**

	<b>Fotografías</b>	<b>Caricatura</b>	<b>Cuadros Estadís.</b>	<b>Cuadros Resumen</b>	<b>Sin Ilustración</b>
<b>La Jornada</b>	17	4	0	0	1
<b>Reforma</b>	33	0	5	5	0

**Cuadro VII. Composición de las Notas**

	<b>Información sin comentarios</b>	<b>Informaciones y comentarios amalgamados</b>
<b>La Jornada</b>	5	20
<b>Reforma</b>	12	13

Nota: Aparecen en el cuadro únicamente las categorías que se manifestaron en el análisis

**Cuadro VII A. Ejemplos de Composición de las Notas**

Periódico	Fechas	Informaciones sin comentarios
La Jornada	Miércoles 20 de octubre de 1999.	"Con una organización muy superior a la que tuvo en 1988 el Frente Democrático Nacional, el Partido de la Revolución Democrática tendrá presencia en todas y cada una de las 60 mil secciones electorales de todo el país, así como en las 110 mil o 120 mil casillas que se instalen el 2 de julio del año 2000, afirmó Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, candidato del PRD y del Partido del Trabajo a la Presidencia de la República".
La Jornada	Domingo 31 de octubre de 1999.	San Cristóbal de las Casas, Chiapas. "Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, candidato del PRD a la Presidencia de la República, afirmó que de llegar a Los Pinos en el 2000, dará cabal cumplimiento a los acuerdos de San Andrés para que se abra la posibilidad de que se reinicie el diálogo en Chiapas, pues 'la paz es un factor fundamental para que podamos entrar efectivamente a la senda de un desarrollo democrático en nuestro país'".
La Jornada	Miércoles 8 de diciembre de 1999.	"Una vez entregada toda la documentación notariada, Cuauhtémoc Cárdenas manifestó que la conformación de la Alianza tiene como propósito inmediato ganar las elecciones del 2 de julio del 2000, sobre todo, que quienes la integran 'serán la parte fundamental del próximo gobierno de la República'".
La Jornada	Sábado 22 de enero del 2000.	En la sede de la Universidad Autónoma de Puebla, el candidato presidencial de la Alianza por México presentó un diagnóstico que incluye parte de su programa gubernamental hacia el sector educativo en el que puntualiza que las consecuencias de políticas deliberadas para restarle importancia a la educación superior que llevaron a cabo Miguel de la Madrid, Carlos Salinas y Ernesto Zedillo 'han sido la fuente de enormes tensiones en las que estudiantes, académicos e incluso autoridades han sido objeto de cambios que deterioran la naturaleza del trabajo y dañan las relaciones entre los diversos sectores de las universidades e institutos'".
La Jornada	Martes 20 de junio del 2000.	"Cuauhtémoc Cárdenas ratificó su compromiso de que, dentro de una nueva relación de respeto a la independencia y autonomía de los sindicatos, el próximo gobierno promoverá la eliminación del apartado B del artículo 123 constitucional, que prohíbe la huelga a los trabajadores al servicio del Estado, y la abolición de la requisa, que en la práctica anula ese mismo derecho laboral'".



Periódico	Fechas	Informaciones y comentarios amalgamados
La Jornada	Lunes 25 de octubre de 1999.	"Acapulco, Gro., Aquí, en el lugar del más reciente triunfo de la política perredista de alianzas, caracterizó frontalmente las condiciones políticas en las que inicia por tercera ocasión en poco más de 12 años una tarea inconclusa: "Ganar legítima y democráticamente el poder, ser gobierno y acelerar el tránsito de nuestro país a la democracia".
La Jornada	Jueves 28 de octubre de 1999.	"En el auditorio Raúl Baileres del Instituto Tecnológico Autónomo de México" (ITAM), donde se formaron algunos de los más relevantes promotores de la política neoliberal en el país -como Miguel Mancera Aguayo, Pedro Aspe Armella y Carlos Hurtado, entre otros- Cuauhtémoc Cárdenas manifestó que "se requiere una revisión a fondo de las finanzas públicas, a fin de establecer una fiscalidad funcional, la cual permita al sector privado desarrollar sus actividades en un marco de rentabilidad suficiente, y que el gobierno tenga los recursos necesarios para cumplir sus funciones".
La Jornada	Domingo 19 de diciembre de 1999.	"El tono del discurso de Cuauhtémoc Cárdenas fue más firme y definido, una vez que asumió la candidatura de la Alianza por México. La diferenciación con sus adversarios también su más nítida y contundente. Apuntó "Hoy los candidatos del gobierno, el del PAN y el del PRI, critican a los gobiernos perredistas y, sin reconocer los grandes objetivos, argumentan que hemos estado por debajo de las expectativas... Quienes han solapado la corrupción, quienes han defendido y nos han impuesto al Fobaproa, quienes han puesto al país de rodillas frente al exterior... no pueden ser los agentes del cambio, ni tienen la autoridad moral para llamar ahora a ir en contra de lo que siempre han defendido y alentado".
La Jornada	Viernes 14 de enero del 2000.	"Cuauhtémoc Cárdenas precisó algunos de los planteamientos que hacen diferente su propuesta económica de la de sus adversarios. "También nos distingue nuestra posición en materia energética. Nosotros nos oponemos a la propuesta de Ernesto Zedillo para privatizar la industria eléctrica". "La algarabía de la población ahí reunida fue en ascenso y hasta un grupo de trabajadores dejó escuchar su grito: ¡duro Cuauhtémoc y no te revientes reata!".
La Jornada	Sábado 25 de marzo del 2000.	Hermosillo, Son. "La mayoría de ustedes, supongo, son militantes del PRI y eso no significa que ese partido esté aquí dentro", reviró Cuauhtémoc Cárdenas ante integrantes de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), que le pidieron aclarar la injerencia del PRD en la vida interna universitaria. La respuesta molestó aun más a los rectores que, desde un principio, cuestionaron las propuestas de Cárdenas y trataron de ponerlo en problemas al preguntarle sobre su gestión al frente del Gobierno del Distrito Federal.

Periódico	Fechas	Informaciones sin comentarios
Reforma	Domingo 28 de noviembre de 1999	"El PRD logró ayer concretar una alianza electoral con los partidos Convergencia por la Democracia, Alianza Social, Sociedad Nacionalista y del Trabajo, rumbo a la sucesión presidencial del año 2000. La coalición denominada Alianza por México" postulará a Cuauhtémoc Cárdenas como candidato presidencial, y su lema será el mismo del Quinto Congreso Nacional del PRD: Unidos somos Mayoría".
Reforma	Sábado 19 de febrero del 2000.	"Saltillo.- El capítulo agropecuario del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá debe revisarse y la política hacia el campo reformularse para garantizar a los productores mexicanos costos equivalentes a la competencia externa y la creación de una bolsa de dinero que proteja a los hombres del campo cuando los precios de sus productos se caigan, propuso ayer Cuauhtémoc Cárdenas.
Reforma	Domingo 5 de marzo del 2000.	"Desde hace 20 años, al iniciarse la crisis de crecimiento en México, la contribución del sector bancario al desarrollo económico ha sido negativa, se ha convertido en un factor de desequilibrio y en los últimos años ha sido una pesada carga para las finanzas públicas, aseguró ayer Cuauhtémoc Cárdenas. Al participar en la Convención Nacional Bancaria, el aspirante presidencial de la Alianza por México aseguró que la relación perversa entre la alta burocracia gubernamental y una parte significativa del sector financiero ha incidido en la crisis bancaria".
Reforma	Martes 11 de abril del 2000.	"Villa de Ayala, Mor.- La invitación de Vicente Fox a sumar las fuerzas de la oposición rumbo a las elecciones del 2 de julio es un síntoma de la debilidad de su campaña, consideró ayer Cuauhtémoc Cárdenas. La Alianza por México, indicó, no atiende a los llamados falaces de la reacción".
Reforma	Miércoles 17 de mayo del 2000.	"Cuauhtémoc Cárdenas presentó ante maestros su propuesta educativa, la cual incluye ingresos mensuales a los mentores de seis salarios mínimos, cobertura del 100 por ciento de primaria y secundaria para los niños, y acceso a la universidad al menos al 50 por ciento de la población juvenil. Asimismo, será libre, laica y gratuita".

Periódico	Fechas	Informaciones y comentarios amalgamados
Reforma	Miércoles 12 de enero del 2000.	"En un sorpresivo giro de su proyecto económico, Cuauhtémoc Cárdenas propuso ayer un cambio estructural basado en la apertura económica, la operación mundial de mercados y de los flujos de capital. Cárdenas dijo que las reformas económicas hasta ahora logradas en el país —que antaño tachó de neoliberales— deben ser base de "una activa política de promoción de la oferta, esto es, de fomento a la producción".
Reforma	Domingo 27 de febrero del 2000.	"Con respuestas elusivas, el aspirante (del PRD) a la Presidencia se negó a calificar la conducta de sus contrincantes, el panista Vicente Fox y el priista Francisco Labastida, quienes en los últimos días escenificaron un intercambio de vituperios. "Lo que hagan los otros candidatos no nos importa a nosotros", remató.
Reforma	Miércoles 24 de mayo del 2000.	"Vicente Fox perdió la iniciativa. Por primera vez en el curso de la campaña electoral, el candidato de Alianza por el Cambio no pudo salirse con la suya. No logró sacar adelante la realización de un debate nocturno para ayer martes, y en una insólita coincidencia, fue ridiculizado por Cuauhtémoc Cárdenas y atacado por Francisco Labastida".
Reforma	Sábado 27 de mayo del 2000.	"Cárdenas se olvidó del humor y la ironía que mostró como anfitrión el martes y ayer regresó al gesto adusto, hablando del duro panorama de la situación del país, con insistentes críticas al PRI, partido con el que Fox lo vinculó e incluso dijo que tenía una alianza. Ante sus cuestionamientos al tricolor, Fox le dijo al michoacano que destacaba que hubiera "regresado" a la oposición".
Reforma	Viernes 23 de julio del 2000.	"Después de llenar el Zócalo en defensa de la candidatura de Andrés Manuel López Obrador y del "martes negro" que hizo pasar a su contrincante panista Vicente Fox, previo al debate, Cuauhtémoc Cárdenas consiguió ayer en la UNAM su tercer golpe electoral, a sólo nueve días de los comicios presidenciales. Como si fuera la última apuesta, arriesgando los puntos que lo colocan aun en el tercer lugar de las encuestas, el candidato decidió por sí sólo atender la invitación de académicos, estudiantes y trabajadores de la UNAM, y presentarse en Ciudad Universitaria a pesar de los signos de tensión, protestas y ánimos exaltados".

**Cuadro VIII. Autor de las declaraciones analizadas**

	<b>Ing. Cuahtémoc Cárdenas</b>	<b>Reportero (s)</b>	<b>Varios</b>	<b>Total</b>
<b>La Jornada</b>	40	13	4	57
<b>Reforma</b>	16	20	3	39

Nota: Aparecen en el cuadro únicamente las categorías que reportaron frecuencia de aparición en la contabilización del análisis.

**Cuadro IX. Índice de intensidad de las declaraciones**

	<b>Racional</b>	<b>Pasional</b>	<b>Agresivo</b>	<b>Complaciente</b>
<b>La Jornada</b>	20	1	2	34
<b>Reforma</b>	27	10	2	0

**Cuadro X. Análisis cualitativo de la información (Asuntos y Temas)**

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Medios	Los medios tienen mayor libertad para informar.	José Woldenberg	Política	*	
Medios	Los medios deben contribuir al avance democrático.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Medios	El IFE debe cuidar la información electoral que se transmite en los medios.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Medios	El partido oficial y el régimen utilizan los medios para apoyar a sus candidatos	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Medios	Ciertos medios dan a conocer cifras amañadas de los asistentes a los actos proselitistas de la Alianza por México.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Objetividad	El régimen utiliza a los medios como portadores de su propaganda política.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Objetividad	Existen medios a los que se les ordena difundir informaciones falsas	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Opinión Pública	Los partidos que integran la Alianza deben unificar criterios para no causar confusión entre la opinión pública.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Opinión Pública	Las propuestas deben discutirse ante la opinión pública del país.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Opinión Pública	La "oposición domesticada" se niega a que las crisis en el país sean aclaradas ante la opinión pública.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Elecciones	Los integrantes de la Alianza por México están dispuestos a defender el triunfo en las elecciones	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Elecciones	La Alianza tiene la organización para echar abajo un fraude en las elecciones	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Elecciones	En estas elecciones los mexicanos podrán garantizar que se gobierne con honradez y patriotismo	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Elecciones	En estas elecciones puede ser otro el proyecto político y económico que se desarrolle en la Nación.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Elecciones	Respetuoso de las instituciones, Cuauhtémoc Cárdenas, esperó el resultado oficial de las elecciones para hacer su declaración.	Reporteros: Juan Antonio Zúñiga y Andrea Becerril	Política	*	
Libertad	Existen condiciones para una contienda democrática, por la libertad que tienen los medios para informar.	José Woldenber	Política	*	
Libertad	La libertad de expresión significa respetar las opiniones, trátese de quien se trate	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Libertad	Se debe dar libertad a los estudiantes detenidos, como una medida de solución al conflicto universitario.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Democracia	Cuauhtémoc Cárdenas inicia por tercera ocasión una tarea inconclusa: ganar democráticamente el poder.	Reportero: Juan Antonio Zúñiga	Política	*	
Democracia	El fin es ser gobierno para acelerar el tránsito del país a la democracia	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Democracia	La democracia será la única vía para mejorar la calidad de vida de los mexicanos.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Democracia	El IFE contribuirá de manera importante en el establecimiento de la democracia.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Democracia	La conformación de la Alianza es una noticia importante para la democracia mexicana.	José Woldenberg	Política	*	
Democracia	La Alianza por México es producto de la política democrática de sus integrantes	José Woldenberg	Política	*	
Democracia	Es la posibilidad de participación de todos en la toma de decisiones.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Democracia	La alternancia en el poder con sentido democrático permitirá dirigir al país en función de los intereses de los mexicanos.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Democracia	La democracia que está construyendo la alianza, es libre de corrupción y delincuencia.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Oposición	La oposición tiene perspectivas reales de ser gobierno y acelerar el cambio	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Oposición	La oposición dará fin al partido de Estado que promueve intereses contrarios al país.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Oposición	La Alianza por México constituye la única oposición real al sistema	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Oposición	El PAN es aliado del régimen y eso le impide formar parte de la oposición.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Oposición	La Alianza se opone a la política económica (de Zedillo) que pretende privatizar la industria eléctrica y petrolera	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Oposición	Con un gobierno que no es afín a la oposición no se puede colaborar	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Oposición	La izquierda será la más firme oposición contra el gobierno del PAN.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Propuestas	La propuesta de Ley Indígena, elaborada por la COCOPA, llegará al Congreso para ser aprobada.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Propuestas	Cárdenas se propone negociar personalmente la paz en Chiapas y respetar los Acuerdos de San Andrés.	Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuéllar.	Política	*	
Propuestas	Cárdenas propone que el Estado cuente con recursos para cumplir a plenitud sus obligaciones.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Propuestas	El campo, la pequeña y mediana industria, los acuerdos comerciales y la política petrolera, son ejes en la propuesta económica de Cárdenas.	Reporteros: José Gil Olmos, Fabiola Martínez, Juan Manuel Venegas y Juan Antonio Zúñiga.	Política	*	



Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Propuestas	La Alianza propone mayores asignaciones presupuestales al rubro de educación	Reportero: Juan Antonio Zúñiga	Política	*	
Propuestas	Se propone al Congreso de la Unión exenciones fiscales a quienes inviertan en educación.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Propuestas	Plantea la gratuidad de la enseñanza pública desde el jardín de niños hasta el posgrado universitario.	Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuellar	Política	*	
Propuestas	Se propone eliminar la injerencia del gobierno en las decisiones de los universitarios.	Reportero: Andrea Becerril	Política	*	
Propuestas	Cárdenas propone dignificar las condiciones de vida de los maestros.	Reportero: Andrea Becerril	Política	*	
Propuestas	Fox, Labastida y Cárdenas expusieron sus propuestas para realizar un debate que, en los hechos, ya se estaba efectuando.	Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga y Juan Manuel Venegas.	Política	*	
Propuestas	La diferencia entre las propuestas de los candidatos, es la orientación política de su proyecto económico.	Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuellar.	Política	*	
Propuestas	Las propuestas de Cárdenas son recuperar las responsabilidades sociales del gobierno.	Reporteros: José Gil Olmos, Juan Antonio Zúñiga, Juan Manuel Venegas y Mireya Cuellar	Política	*	
Propuestas	El régimen ventila, a través de algunos medios, que las propuestas son contradictorias	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Régimen	Cárdenas es opositor al régimen de corrupción y desigualdad social que prevalece	Reportero: Juan Antonio Zúñiga M.	Política	*	
Régimen	El régimen presidencialista no responde a las necesidades del país.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Régimen	El régimen actual coloca en desventaja la economía del país.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Régimen	En México se ha impuesto un régimen apátrida.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Régimen	El régimen no puede ofrecer salidas políticas y económicas, constructivas y duraderas.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Régimen	El régimen impide que la opinión pública conozca la crisis en todas sus dimensiones.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Régimen	El actual régimen político ha empobrecido a los mexicanos y puesto al país de rodillas.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Régimen	El régimen impuesto en las últimas administraciones es defendido por el PAN y PRI	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Régimen	En el desmantelamiento del régimen de partido de Estado, la Alianza por México dio una contribución decisiva.	Cuauhtémoc Cárdenas	Política	*	
Medios	Los medios deben ser vigilados en la difusión de propaganda política	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Elecciones	En las elecciones del 2000, Cárdenas terminará una tarea inconclusa.	Reporteros: Claudia Guerrero y Sergio Flores	Nacional		*
Elecciones	Con 17 millones de votos Cárdenas ganará las elecciones del 2000.	Amalia García, Presidenta del PRD	Nacional		*
Elecciones	El PRI incurrirá en actos ilegales para las elecciones del 2000.	Amalia García, Presidenta del PRD	Nacional		*
Elecciones	Con la Alianza de centro-izquierda, Cárdenas buscará el triunfo en los comicios	Reportero: Claudia Guerrero	Nacional		*
Elecciones	Los ataques a la campaña son muestra de la preparación de la Alianza	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Elecciones	El triunfo en las elecciones permitirá la ampliación de recursos a la educación.	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Elecciones	Cárdenas advirtió al Gobierno y al PRI de no cometer un fraude en las elecciones.	Reportero: Jorge Arturo Hidalgo	Nacional		*
Elecciones	El llamado de Fox al PRD para unir fuerzas, es muestra de una débil campaña	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Elecciones	Previo a las elecciones, Cárdenas asestó su tercer golpe en la UNAM.	Reportero: Claudia Guerrero	Nacional		*
Libertad	Cárdenas promete libertad a los detenidos universitarios	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Libertad	El perredista se manifestó por la libertad de expresión en la UNAM	Reportero: Claudia Guerrero	Nacional		*
Libertad	En el gobierno de Cárdenas, los sindicatos gozarán de libertad y autonomía	Reportero: Miguel Domínguez	Nacional		*

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Democracia	Cárdenas ha luchado por más de una década para instaurar la democracia	Reporteros. Claudia Guerrero y Sergio Flores.	Nacional		*
Democracia	La alternancia en el poder debe darse con democracia.	Reportero: Esperanza Barajas	Nacional		*
Democracia	Cárdenas busca el apoyo de la gente que cree en la democracia	Reportero: Esperanza Barajas	Nacional		*
Oposición	Las circunstancias del país obligan a la oposición de izquierda a mantenerse unida	Dante Delgado, Dirigente del Partido Convergencia por la Democracia.	Nacional		*
Oposición	El PAN no formó parte de la oposición de izquierda y siguió su alianza con el régimen.	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Oposición	La Alianza por México es la única oposición real al régimen.	Reporteros: Claudia Guerrero y Wilbert Torre	Nacional		*
Oposición	El gobierno tendrá que aceptar su derrota por la Alianza de oposición	Reportero: Jorge Arturo Hidalgo	Nacional		*
Oposición	La invitación de Fox a unir a sus contrincantes políticos es muestra de su débil campaña	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Oposición	En los cuestionamientos al tricolor, Fox destacó que Cárdenas regresará a la oposición.	Reportero: Daniel Moreno	Nacional		*
Oposición	Por más de 12 años, Cárdenas ha sido aspirante opositor a la Presidencia de la República	Reporteros: Claudia Guerrero, Juan Carlos Magallanes y Ernesto Núñez	Nacional		*
Propuestas	Cárdenas sostuvo la propuesta perredista de volver más eficientes y equitativos los impuestos	Reportero: Claudia Guerrero	Nacional		*

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Propuestas	Cárdenas propone eficientar las finanzas públicas	Reportero: Claudia Guerrero	Nacional		*
Propuestas	La Alianza por México se propone la apertura de la economía	Reporteros: Esperanza Barajas y Roberto Zamarripa	Nacional		*
Propuestas	Las propuestas de 1994 en rechazo al neoliberalismo, llevó a Cárdenas al tercer lugar de la contienda.	Reporteros: Esperanza Barajas y Roberto Zamarripa	Nacional		*
Propuestas	Cárdenas ofrece rescatar el sistema educativo nacional	Reportero: Esperanza Barajas	Nacional		*
Propuestas	Las propuestas de la Alianza ofrecen beneficios fiscales a quienes inviertan en educación	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Propuestas	Las propuestas de la Alianza por México, pugnan por acabar con la impunidad que lesiona la economía	Reportero: Alejandro Ascencio	Nacional		*
Propuestas	Las propuestas de Fox son reaccionarias y de retroceso	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Propuestas	La propuesta de la Alianza es gobernar con visión patriótica	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Propuestas	La Alianza propone ir en contra de las cúpulas sindicales	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Régimen	Los candidatos del PRI son gente vinculada al régimen de Salinas	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Régimen	El actual régimen presidencialista no puede detener su proceso de descomposición	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Régimen	El PAN mantiene su alianza con el régimen	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*
Régimen	Francisco Labastida y Vicente Fox son los candidatos preferidos del régimen	Cuauhtémoc Cárdenas	Nacional		*

Asunto	Temas	Declarante	Ubicación por secciones	Periódico	
				La Jornada	Reforma
Régimen	El régimen buscará por todos los medios imponer a su candidato	Reporteros: Claudia Guerrero y Wilbert Torre	Nacional		*
Régimen	El régimen debe aceptar su derrota donde la oposición se imponga	Reportero: Jorge Arturo Hidalgo	Nacional		*

## Bibliografía

1. Bardin, Laurence. *Análisis de contenido*  
Ediciones Akal, Madrid, 1986
2. Bobbio, Norberto; Matteucci, Nicola. *Diccionario de Política*  
Ed. Siglo XXI, España, 1981
3. Bohmann, Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México* Alianza Editorial,  
México, 1989,  
428 pp.
4. Borrat, Héctor. *El periódico como actor político*  
Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1989  
167 pp.
5. Curran, James; Gurevitch, Michael. *Sociedad y Comunicación de Masas*  
FCE, México, 1981  
532 pp.
6. *Enciclopedia de la comunicación. Artes, ciencias y técnicas.*  
Tomo II, Ed. Noriega, México, 1994
7. Estudios sobre Comunicación Pública. *Los Medios de Comunicación Social*. Recopilación,  
introducción y comentarios especiales del Dr. Steinberg, Charles Ed. Roble S.A., México, 1972  
(Segunda edición), Traducción de Luz María Trejo de Hernández, 583 pp.
8. Fagen, Richard R. *Política y Comunicación*  
Ed. Paidós, Buenos Aires, 1966  
179 pp.
9. Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*  
Juan Pablos Editor, México, 1982  
330 pp.
10. García Fajardo, José Carlos. *Comunicación de masas y pensamiento político.*  
Ediciones Pirámide, Madrid, 1992  
252pp.
11. Garza Mercado, Ario. *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales*  
Ed. El Colegio de México, México, 1996, 6ª. Edición  
410pp.
12. González Reyna, Susana. *Manual de redacción e investigación documental*  
Ed. Trillas, México, 1979  
175pp.

13. Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*  
Ediciones G. Gili, Barcelona, 1981  
352pp.
14. Heinz, Dieterich. *Nueva guía para la investigación científica.*  
Edit. Planeta, Colección Ariel, México, 1998  
235pp.
15. Katz, Chaim S.; Doria, Francisco A. *Diccionario básico de comunicación*  
Ed. Nueva Imagen, México, 1980
16. Kayser, Jacques. *El periódico*,  
Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina,  
CIESPAL, Quito, Ecuador, 1961  
66 p.
17. Kraus, Sidney; Davis, Dennis. *Comunicación masiva. Sus efectos en el comportamiento político*  
Ed. Trillas, México, Primera Edición, 1991  
277pp.
18. Krippendorff, Klaus. *Metodología de Análisis de Contenido: Teoría y Práctica*, Barcelona,  
Paidós Comunicación, 1980  
279pp.
19. Labarriére, Jean Louis. *Teoría Política y Comunicación*  
Editorial Gedisa, España 1992  
274 pp.
20. MacBride, Et. Al. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Informe de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación*  
Ed. FCE, México, Segunda edición en español, 1987  
269 pp.
21. Moles, Abraham A.; Rohmer, Elisabeth. *Teoría estructural de la comunicación y Sociedad*  
Ed. Trillas, México, 1983  
207 pp
22. Molina y Vedia, Silvia. *Manual de opinión pública*  
UNAM, México, 1978  
113pp.
23. Mota, Ignacio H. de la. *Enciclopedia de la comunicación. Artes, ciencias y técnicas*  
Tomo I, Ed. Noriega, México, 1994.
24. Ochoa Olvera, Salvador. *Derecho de Prensa. Libertad de Expresión, Libertad de Imprenta. Derecho a la información*  
México, Montealto Editores, 1998  
494pp.



25. Palgunov, N. La prensa y la opinión pública  
Ed. Cartago, Buenos Aires, 1966  
154pp.
26. Paoli, J. Antonio. *Comunicación e información: perspectivas teóricas*  
Ed. Trillas – UAM, México, 1989 (Quinta reimpresión)
27. Rodríguez Castañeda Rafael. *Prensa Vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones*  
Ed. Grijalbo, México, 1993  
386 pp.
28. Schramm, Wilbur. *Mecanismo de la comunicación. Procesos y efectos de la comunicación colectiva.*  
CIESPAL, Quito, 1964
29. Toussaint, Florence. *Crítica de la información de masas.*  
Ed. Trillas, 1990 (Tercera edición)  
93 pp.
30. Van Dijk, Teun A. *Prensa, Racismo y Poder*  
Universidad Iberoamericana, 1ª. Edición en Español, México, 1994  
95 pp.
31. Wright, Charles R. *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica*  
Ed. Paidós, Argentina, 1980 (6ª. Reimpresión)  
155 pp.
32. Curran, James; Gurevitch, Michel. *Sociedad y Comunicación de Masas*  
FCE, México, 1981  
532 pp.
33. Weber, Max. *El político y el científico*  
Colofón S.A., México, 2001, 5ª. Edición  
127 pp.

#### Tesis

34. Alvarado Zaldívar, José Antonio. "Funciones que pueden ejercer en un periódico los profesionales de la comunicación". *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPS, 1993.
35. Anaya Bello, Alejandro. Et Al. "De la importancia de la cultura política y la prensa". *Tesis de Licenciatura en Comunicación Social*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Julio del 2000.

36. Ríos Robledo, Germán Guadalupe. "Propuesta Teórica para el Estudio de la comunicación Política". *Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, UNAM, FCPS, 2000.
37. Trejo Delarbre, Raúl. "La Prensa Marginal en México (1972-1974)". *Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva*, UNAM, FCPS, 1975.

#### Revistas

38. Academia Mexicana de Derechos Humanos. *Las elecciones federales de 2000 en México. Análisis cualitativo de la cobertura y gastos de campaña en T.V.*, AMDH, México, 2000
39. Acosta Valverde, Miguel; Parra Rosales, Luz Paula. "Los procesos electorales en los medios de comunicación". *Guía para el análisis de contenido electoral en México*. Academia Mexicana de Derechos Humanos, A.C. Universidad Iberoamericana, México, 1995.
40. Arredondo Ramírez, Pablo. "Medios de Comunicación y Procesos Electorales. El caso de los noticieros de televisión". *Revista Comunicación y Sociedad*, No. 8, Enero-Abril 1990, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara.
41. Berelson, Bernard. Análisis de Contenido. Este artículo fue publicado en el Handbook of Social Psychology, editado por Gardner Lindzey en Reading, Massachusetts, por la Addison Wesley Publishing Co., Ind., 1954: Vol. I ("Theory and Method"), p. 488-522. Traducido por Alfonso Chacón Solano y Jorge Ayala Blanco, para el Departamento Técnico de la Dirección General de Información de la UNAM, Julio de 1969.
42. Esquivel Hernández, José Luis. "El Norte y la ruta de la prensa regiomontana". *Revista Mexicana de la Comunicación*. Año XII, Núm. 66, Noviembre-Diciembre de 2000.
43. Martínez, Omar Raúl. "Saldo de la jornada mediática-electoral", *Revista Mexicana de la Comunicación*. Año II, Núm. 64, Julio-Agosto de 2000.
44. Martínez, Omar Raúl. "Datos duros sobre monitoreo de coberturas electorales". *Revista Mexicana de la Comunicación*, Año II, Núm. 63, Mayo-Junio de 2000.
45. Villoro, Juan. "Domingo de transición". *Memoria Gráfica de la Democracia 2000*. Instituto Federal Electoral, México, 2000.
46. Trejo Delarbre, Raúl. "Campaña y Elecciones en la prensa de la ciudad de México". *Revista Comunicación y Sociedad*, Núm. 8, Enero-Abril de 1990. Centro de Estudios de la Información y la Comunicación. Universidad de Guadalajara.

#### Informes

47. Acosta, Miguel. *Los medios de comunicación y la educación ciudadana*. Academia Mexicana de Derechos Humanos, México, 1997.

48. Bache, Ximena. "Rol de los medios masivos electrónicos (televisión y radio) en el proceso electoral del 2 de julio del 2000: respuesta o directriz". *Boletín de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública*. Año 7, Núm. 26, Octubre de 2000.
49. Carreño Carlón, José. "El impacto de los medios de comunicación en la constitución de la política democrática". *Seminario Internacional: Partidos Políticos, Medios de Comunicación y el Proceso Democrático*, Febrero de 1999.