



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

**EL PAPEL DE LA PRENSA ESCRITA ANTE EL FENÓMENO DE LA
GLOBALIZACIÓN**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA
PRESENTA:

JUANA MALDONADO RODRÍGUEZ

ASESOR: LIC. FERNANDO MARTÍNEZ VÁZQUEZ

SANTA CRUZ ACATLÁN, NAUCALPÁN DE JUÁREZ, FEBRERO DE 2005

m. 341042



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradecimientos

Durante estos años son muchas las personas e instituciones que han participado en este trabajo y a quienes quiero expresar mi gratitud por el apoyo y la confianza que me han prestado de forma desinteresada.

Debo un especial reconocimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México, a la Facultad de Estudios Superiores Acatlán y a todos sus maestros por sus enseñanzas.

También me complace agradecer a Fernando por su apoyo invaluable, gracias por todas tus observaciones, tu guía y tu tiempo.

No puedo olvidar a mis compañeros y amigos con los cuales he compartido de todo. Gracias por los buenos y malos momentos. Gracias a Isabel, David, Jovita, Gabriela.

Todo esto nunca hubiera sido posible sin el amparo incondicional de mi familia, a mi madre, mis hermanas, hermanos, mis sobrinos. Sin la confianza y el ánimo de Beatriz, de Alejandro y Susana.

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

NOMBRE: Laura Maldonado
Rodríguez

FECHA: 16 febrero de 2005

FIRMA: [Firma]

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1

CAPÍTULO I: LA TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN Y LA INTERDEPENDENCIA CON EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y LA GLOBALIZACIÓN

1.1. Conceptos de Sistema Social y Sistema de Comunicación Institucional 3

1.2. La supraestructura y su relación con el Sistema Social y el Sistema de Comunicación Institucional 8

CAPÍTULO 2. LA GLOBALIZACIÓN EN MÉXICO

2.1. Antecedentes 11

2.1.1 Capitalismo y globalización 12

2.2 . Condiciones de la prensa escrita nacional 16

2.3. Historia de los diarios: *La Jornada*, *Reforma* y *El País* 22

2.3.1. La Jornada 22

2.3.2. Reforma 24

2.3.3. El País 26

2.4. La evolución de la globalización y sus repercusiones con la prensa escrita nacional 27

2.5. La occidentalización y sus implicaciones en la supraestructura de ambos sistemas 30

CAPÍTULO 3. LA METODOLOGÍA

3.1. El análisis de contenido	34
3.1.1. Elementos del análisis de contenido	35
3.2 Construcción del instrumento de análisis	37
3.2.1. Código de análisis	38
3.2.2. Determinación de las variables y su explicación	39
3.2.3. Ejemplo de aplicación	52

CAPÍTULO 4. APLICACIONES

4.1. Resultados por periódico	55
4.1.1. La Jornada	55
4.1.2. Reforma	58
4.1.3. El País	62
4.2 .Resultados generales	67

CONCLUSIONES	70
---------------------	----

BIBILOGRAFÍA	74
---------------------	----

ANEXO I	77
----------------	----

ANEXO II	101
-----------------	-----

INTRODUCCIÓN

La globalización es un hecho inminente, que se ha extendido y aún no termina de penetrar en los campos político, económico, cultural, social y religioso. Dicho fenómeno, relativamente joven, ha cobrado gran fuerza extendiéndose por todo el planeta. Como todo cambio, lleva consigo modificaciones internas tanto en las viejas estructuras socioeconómicas, como en la amplia gama de valores y normas. Los adelantos tecnológicos, una de las características más notables de dicho proceso, obligan a cambiar en varios planos: los estilos de trabajar se modifican, la recreación lo hace de la misma manera, surgen necesidades, florece un nuevo modo de pensar y de hacer las cosas.

Las nuevas pautas a seguir son impulsadas principalmente por Estados Unidos y los países dominantes de Europa, dichos patrones han sido promovidos por diferentes instituciones, como la familia y otras organizaciones, pero principalmente por los Medios de Comunicación Masiva a través de sus productos comunicativos. En este marco los medios de información, cada vez más rápidos, abarcadores y eficientes cumplen un importante papel, ya que son los encargados de llevar información hasta el más escondido rincón donde exista una televisión, un radio, una computadora con acceso a Internet o un periódico.

La transformación apresurada en el Sistema Social mueve el deseo de realizar el presente trabajo, el cual pretende tener un acercamiento al papel que cumple la prensa nacional ante el fenómeno de la globalización y principalmente descubrir una parte de su supraestructura a través de los relatos.

Para ello se plantearon varias preguntas de investigación:

La visión del mundo propuesta por la prensa, a través de sus relatos ¿forma parte de los referentes del Sistema Social?

¿Qué relación existe entre los cambios que está sufriendo el Sistema Social y la producción de la información en la prensa escrita nacional e internacional?

¿De qué manera influye la occidentalización en la elección y manejo de los temas?

Para resolver las anteriores preguntas fue necesario conocer la estructura y el mensaje de los textos propuestos por la prensa escrita y así averiguar la supraestructura.

El diseño de esta tesis responde al interés de lograr las metas fijadas, por lo que la estructura queda descrita de la siguiente manera:

En el primer capítulo se describe la Teoría Social de la Comunicación (Manuel Martín Serrano:1986) que da sustento al presente trabajo de investigación, el apartado inicia con la definición del Sistema Social y el de Comunicación Institucional así como su interdependencia, asimismo se detallan los conceptos teóricos y la relación con el objeto de estudio de esta tesis.

En el segundo capítulo se aborda de manera general la situación que enfrenta la prensa nacional dentro del contexto de la globalización, se empieza con la mención de los antecedentes de dicho fenómeno, para ello fue necesario recurrir a las características del sistema de producción capitalista para finalmente llegar a definir el término globalización, pasando por la situación actual de nuestro país. También se hace un recorrido por el escenario que vive la prensa escrita nacional, así como un acercamiento a los tres diarios que se analizan: *La Jornada*, *Reforma* y *El País*. Además se habla de la occidentalización, pensamiento proveniente de Estados Unidos y Europa, y de sus implicaciones en el Sistema Social y en el de Comunicación.

El tercer capítulo está dedicado a la metodología que se utilizó para el estudio de los productos comunicativos de la prensa, ahí se exponen los resultados extraídos a través de un análisis de contenido realizado a varios relatos que aparecen en el año 2003 en los diarios *La Jornada*, *Reforma* y *El País*. Esta parte inicia con la revisión de los conceptos metodológicos y la descripción de la técnica de investigación (análisis de contenido), aplicada a los productos comunicativos (Klaus Krippendorff: 1990).

El análisis de contenido se aplicó a los relatos que aparecieron en la sección cultural de los tres diarios. Se seleccionaron estos periódicos al considerar que están arraigados a su país de origen, además de su importante número de tiraje y cada uno llega a sectores sociales diferenciados, es decir, que orientan su información hacia un determinado público. Los periódicos nacionales fueron incluidos por estar entre los principales diarios de referencia informativa para sectores claves de la sociedad mexicana. Además, dichas publicaciones presentan posiciones editoriales opuestas: *La Jornada* está más cerca de la izquierda, y *Reforma* ideológicamente se sitúa más con el sector empresarial. *El País*, se definió, desde un principio, con una línea editorial moderadamente progresista, es uno de los diarios de mayor difusión e influencia en España y tiene una importante presencia en varios países de Latinoamérica, entre ellos México. La investigación se realiza durante el año 2003, por ser el más cercano al desarrollo de la misma.

Se eligió a dicha sección porque es uno de los campos donde más se disemina el quehacer cultural y donde se pueden encontrar ideas, valores, normas o creencias que sean un indicador de la visión que se tiene de la globalización. La revisión se hizo únicamente a la información que abarca los ámbitos de la literatura y la música, ambas áreas son representativas para el objeto de estudio, ya que permiten identificar si el lenguaje está variando, si los temas lo hacen de la misma manera y si la prensa informa acerca de esos cambios. Además de que son géneros que tienen una importante penetración en el público, sobre todo la música que es la que más se consume.

El capítulo cuarto está destinado a la exposición de los datos generales obtenidos a partir del análisis de contenido, asimismo podemos encontrar una comparación de los diarios nacionales con el internacional, así como la interpretación de los resultados y las conclusiones.

La tesis finaliza con los anexos donde se incluyen cada uno de los cuadros realizados para el vaciado de los datos.

La reflexión en torno al papel que juega la prensa nacional frente al fenómeno de la globalización, resulta amplia y compleja. Sin embargo, se busca dar una aportación más a los estudios que ya se han elaborado inspirados por dicho fenómeno, pues sólo es una pequeña exploración al inmenso campo del periodismo escrito y a la complejidad del Sistema Social, pero tal vez sirva para desarrollar futuras investigaciones.

CAPÍTULO 1

LA TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN Y LA INTERDEPENDENCIA CON EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y LA GLOBALIZACIÓN

El estudio de la relación entre Sistema Social (SS) y Sistema de Comunicación (SC) ha sido causa de varias investigaciones que se han dado a lo largo de la historia. Dicho tema ha despertado interés en más de un pensador.

Manuel Martín Serrano retoma el tema y lo desarrolla en su libro: *La producción social de comunicación*, (1986), el cual trata de la producción de información destinada a la comunicación pública y de su uso social. Además, el autor propone *La Teoría Social de la Comunicación*, misma que servirá de base para el desarrollo de la presente investigación.

El punto de partida de la teoría es que hay una relación entre sociedad y comunicación. "Existen interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad".¹

Las "tareas científicas" que deben ser asumidas por dicha ciencia (*La Teoría Social de la Comunicación*) son: "identificar la naturaleza de esas mutuas interdependencias", "formular las leyes históricas que permitan explicar y predecir cuándo, por qué y cómo se producen" y "encontrar criterios que permitan prever los efectos que tienen tales interacciones para el progreso o el estancamiento de los hombres; sobre su cultura, sus relaciones y sus instituciones".²

En esta medida *La Teoría Social de la Comunicación* proporcionará los elementos necesarios para comprender las relaciones y afectaciones, o mejor dicho, los cambios e intercambios que existen entre el Sistema Social y el Sistema de Comunicación y en cada uno de sus niveles (estructura, infraestructura y supraestructura).

Se escogió la mencionada teoría, porque es la más pertinente para desarrollar el objeto de estudio, ya que contiene las herramientas adecuadas para conocer la supraestructura de la prensa nacional, mediante un análisis de contenido en la sección cultural de tres periódicos, *La Jornada*, *Reforma* y *El País*, consolidados periodística y económicamente y con una importante presencia en su país de origen.

1.1 Conceptos de: Sistema Social y Sistema de Comunicación Institucional

Para poder comprender los conceptos de Sistema Social y Sistema de Comunicación Institucional, es preciso aclarar lo que es un sistema. Por sistema entendemos a un conjunto de dos o más elementos, los cuales se encuentran organizados y poseen características y funciones

¹ MARTIN, Serrano Manuel. *La producción social de comunicación*. Alianza Editorial, Madrid, 1986, p.15

² Ibid, p. 15

propias que les permiten relacionarse y distinguirse de los demás elementos del sistema. Martín Serrano (1986), habla de varios sistemas; entre ellos el Social (SS) y el de Comunicación Pública (SC). A continuación se dará la definición de cada uno, pero para poder entender mejor su significado, es necesario aclarar algunos términos que maneja dicho autor, tales como comunicación pública:

“Es una forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye por el recurso (medio) a un Sistema de Comunicación especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto”.³

Para Martín Serrano, el Sistema de Comunicación Pública surge en las sociedades como una especialización de la organización social. En la medida que las sociedades se van haciendo más complejas en cuanto al número de población u organización, el Sistema de Comunicación deberá ir a la par; si no es así desaparecerá y en su lugar quedará otro tipo de comunicación.

Por otra parte, cuando la comunicación pública llega a institucionalizarse, es decir, a procesar y distribuir noticias que interesan a una colectividad surge un sistema de comunicación pública institucional. Dicho en palabras de Martín Serrano: el Sistema de Comunicación Pública Institucional se refiere a la “asignación de determinados recursos materiales y humanos a una organización especializada en la obtención, el procesamiento y la distribución de información destinada a la comunicación pública, organización cuyas características y cuyos funcionamientos están explícitamente legitimados y regulados”.⁴

En este sistema es donde nos vamos a centralizar a lo largo de la investigación, ya que las diferentes empresas de comunicación, sean de televisión, prensa, radio, etc., cumplen con dichas características, es decir, son instituciones que cuentan con material humano, tecnológico y una organización. En el presente trabajo nos ocuparemos de tres empresas periodísticas especializadas en los medios escritos.

Los Sistemas de Comunicación Institucional surgen como causa de la evolución de las sociedades “como una especialización de la propia organización social”.⁵ La evolución de los tipos de este sistema se presenta por orden de aparición.

1. Comunicación *Asamblearia*: en este tipo de comunicación se reúnen un grupo de personas con la intención de ser informados por uno o más oradores.
2. Comunicación por *Emisarios*: aquí, algún mensajero difunde la información a un colectivo o a sus miembros. La transmisión oral satisface o suple a la organización y la infraestructura, que son prácticamente inexistentes.
3. La Comunicación por *Redes de Distribución de Mensajes*: en este tipo de comunicación los destinatarios de la información son seleccionados. Hay receptores intermedios, los cuales van a hacer llegar la información. Existe una organización especializada, además de contar con infraestructura.
4. Por último están las *Tecnologías de Producción y Distribución en Masa de los Productos Comunicativos*. Su variante más evolucionada es la Comunicación de Masas. Aquí las

³ MARTIN, Serrano Manuel. Op. cit., p. 72

⁴ Ibid, p. 74

⁵ Ibid, p. 52

instituciones mediadoras se profesionalizan y especializan en cierto control de datos. Además hay una producción y distribución masiva de productos comunicativos. "Los medios de comunicación de masas hacen acto de presencia y se perfeccionan".⁶

Cabe destacar que actualmente el tipo de comunicación que domina es la de *Tecnologías de Producción y Distribución en Masa*. Esto no quiere decir que los demás no existan. En ciertas comunidades o grupos sociales, por ejemplo, siguen practicando la comunicación *Asamblearia*. Sin embargo, la comunicación de masas está por encima de las demás, debido a su capacidad de aplomamiento con el Sistema Social.

La comunicación de masas se ha *ajustado* de una forma bastante significativa con el sistema capitalista. En este desarrollo histórico puede suceder que el Sistema de Comunicación Pública ya no opere con los cambios que se dan en el SS y en esta medida, pueden surgir modificaciones en el SC para adaptarse, o simplemente se incorpora otro tipo de Sistema de Comunicación Institucional.

Dentro de cada uno de estos sistemas encontramos que están integrados por los mismos componentes: una supraestructura (conocimientos, creencias y valores o componentes cognitivos); una infraestructura (equipamiento tecnológico, componentes materiales) y una estructura (modo de operar con los recursos y las personas, es decir, la organización). Sin embargo, esto no significa que sean iguales, por ejemplo, la estructura del SS estará integrada por los diferentes tipos de organización tales como: la familia, los partidos políticos, entre otros. Para el SC la estructura serán las empresas mediadoras tales como; los medios escritos, cine, radio, televisión, etc.

En el Sistema Social, el nivel estructural lo integran las organizaciones que ayudan para la producción y reproducción de la sociedad, tales como la organización de la familia o del trabajo; en el plano de la infraestructura encontramos a los recursos materiales y humanos, así como el equipamiento tecnológico tales como: las materias primas, herramientas, entre otros; y la supraestructura está conformada por las normas (jurídicas, morales), ideas (políticas, estéticas, etc.) y creencias (dogmas religiosos, etc.) de una sociedad.

El Sistema de Comunicación Pública depende del mundo real, esto es, de los referentes que proporcionan los tres niveles. La estructura la conforman todas las organizaciones especializadas y mediadoras como la prensa, radio, televisión, etc. La infraestructura son los aparatos de producción, recepción y difusión de los mensajes de la comunicación, tales como: televisores, radios, etc. Finalmente la supraestructura está presente en las narraciones y es una visión de lo que acontece.

Existen otras diferencias entre estos sistemas y estas son: "El Sistema Social está organizado para manejar y transformar materias, energías e información con vistas a la satisfacción de las necesidades individuales y colectivas (biológicas, sociales, espirituales) de los miembros de la sociedad. El Sistema de Comunicación Pública se organiza para manejar esos mismos elementos, pero su referencia específica son los acontecimientos, es decir, aquello que sucede, o deja de suceder y afecta a la comunidad".⁷

⁶ MARTIN, Serrano Manuel. Op. cit., p. 76

⁷ Ibid, p. 56

De acuerdo al anterior planteamiento podemos decir que el fin de ambos sistemas es el mismo: contribuir al desarrollo de la humanidad. Para lograr su objetivo cada uno tiene caminos diferentes. Así pues, para el SC la referencia son los aconteceres y para el SS son las necesidades de la sociedad.

Por otra parte, dice Martín Serrano, en la medida que surge un modo sistemático de adquirir, procesar y distribuir las noticias que conciernen a la colectividad, surge un sistema de comunicación pública institucional. Aquí entran los Medios de Comunicación Masiva (MCM), como el cine, prensa, radio, televisión, y ahora Internet.

“Los MCM, estatales o privados, son instituciones sociales mediadoras. Tienen encomendado establecer una afectación entre lo que cambia el entorno (SR) (Sistema de Referencia) y lo que se transforma en la conciencia de las personas (S.Co.) (Sistema Cognitivo). Los MCM comparten esta función social con otras instituciones de enculturización (tales como la iglesia, la escuela, la familia, etc.)”.⁸

De acuerdo con lo anterior, los Medios de Comunicación Masiva son instituciones sociales especializadas en el uso y distribución de la información que funcionan como mediadoras o que se encargan de institucionalizar la información. Cabe destacar que el Sistema de Comunicación de Masas se conformó a lo largo de un tiempo muy prolongado como una réplica del Sistema Capitalista. En ese proceso de confluencia entre producción de noticias y la producción de bienes, se definieron y consolidaron las funciones sociales asignadas a la comunicación pública.⁹

Es importante aclarar que el concepto de Sistema de Comunicación Institucional, será utilizado a lo largo de esta investigación, ya que la prensa escrita; y específicamente los diarios: *La Jornada*, *Reforma* y *El País*; son el motivo de estudio, ya que son tres empresas consolidadas periodística y económicamente, abarcan a un público importante de lectores, tienen una línea editorial distinta y están prendidos a su país de origen. Por otra parte está la globalización, la cual formaría parte del Sistema Social. Cada uno de éstos cuenta con una base material, una organización y un plano cognitivo. Pero, como se aclaró anteriormente, los componentes que se encuentran en cada uno de los niveles son diferentes.

La Interdependencia

De acuerdo con los planteamientos de Martín Serrano, el Sistema Social y el Sistema de Comunicación Pública son interdependientes, esto quiere decir que si alguno de los dos sufre un cambio, esa alteración puede afectar o no al otro nivel en alguno de sus componentes. “Para que el Sistema de Comunicación Pública pueda verse modificado por un cambio del Sistema Social, sólo requiere que le sea dependiente. Pero si además sucede que a veces el Sistema Social resulta afectado por la transformación del Sistema de Comunicación esa interdependencia, supone por definición, la interdependencia suficiente para que el Sistema de Comunicación llegue a tomar la iniciativa del intercambio”.¹⁰

⁸ MARTIN, Serrano Manuel. Op. cit., p. 115

⁹ Ibid., p. 92

¹⁰ Ibid, 53

Ese intercambio y afectación que se va dando en cada uno de los niveles provoca cambios en ambos sistemas, de tal manera que cada uno realiza los ajustes pertinentes para su propia sobrevivencia y para el bien de la sociedad, que es el fin de ambos sistemas. Y de esta forma va a ser necesario un nuevo acoplamiento entre el uso público de la información (Sistema de Comunicación) y la organización productiva (Sistema Social).

La interrelación que existe entre SS y SC, puede verse cuando se afectan o modifican cualquiera de los tres niveles (estructura, infraestructura y supraestructura). La afectación puede ser directa a cada nivel o a diferentes, es decir, si el SS sufre algún cambio en el plano supraestructural el SC también lo sufrirá en ese nivel. Martín Serrano pone el siguiente ejemplo:

“El reconocimiento de la libertad de opinión en las instituciones de los países democráticos, puede tener su correspondencia en los contenidos de los MCM”.¹¹

El siguiente es un ejemplo de afectación entre niveles diferentes, supraestructura-estructura:

La propuesta de modos de vida y de valores urbanos en los MCM, esto puede provocar, entre otras cosas, la emigración del campo a la ciudad, además de transferencias de mano de obra desde el sector agrario a los de la industria y los servicios.¹²

De acuerdo en este planteamiento, podemos decir que para nuestro objeto de estudio la globalización tiene ciertas directrices, una de ellas es la apertura de fronteras y con ello la penetración de información variada proveniente de todo el mundo. Ante este cambio, los MCM deben estar sufriendo alguna modificación en cualquiera de sus tres niveles. Lo que interesa a esta tesis es identificar cuáles son esas modificaciones que se están dando en el plano supraestructural, principalmente del Sistema de Comunicación Institucional.

Según esta descripción de los sistemas se comprende que los ajustes pueden ocurrir entre niveles correspondientes, entre niveles no correspondientes o al interior de cada uno de los sistemas. "Tales reajustes internos han podido ser inducidos por la afectación del otro. Pero se resuelven según las leyes que regulan el funcionamiento del propio sistema afectado y no según las que rigen el funcionamiento del afectante".¹³

Cabe mencionar que si alguno de los sistemas sufre un cambio, en cualquiera de sus niveles cada componente se ajustará a esas modificaciones del otro sistema. Los ajustes que se den en cualquier sistema podrán darse en sus tres niveles, ya que de acuerdo con Martín Serrano todo Sistema requiere además de un acoplamiento externo otro interno entre sus niveles. Los Agentes sociales serán los encargados de llevar a la práctica esos cambios. Así pues;

“Un ajuste de la supraestructura de (SS) cambia la imagen social y jurídica de la familia (...) Un ajuste de la infraestructura de (SS) hace que el equipamiento social para el ocio y el equipamiento comercial de pequeñas dimensiones decaigan”.¹⁴

¹¹ MARTIN, Serrano Manuel. Op. cit., p. 57

¹² Ibid, p. 58

¹³ Ibid, p. 7

¹⁴ Ibid, p. 59

De acuerdo con esto, el fenómeno de la globalización tiene que estar produciendo alguna modificación en cualquiera de los tres niveles, o en los tres, de ambos sistemas. Cabe mencionar que tanto el Sistema Social como el de Comunicación están abiertos el uno al otro, pero como se precisó al principio de este apartado en el universo existen una gran cantidad de sistemas que se encuentran interactuando. Martín Serrano hace mención de otros dos que intervienen en dichos cambios. Estamos hablando del Sistema de Necesidades (SN) y del Sistema de Referencia (SR).

“Si se quiere el funcionamiento del Sistema Social está sobredeterminado por la transformación de las necesidades humanas (SN) y el de la Comunicación Pública por el cambio del ecosistema social (SR).”¹⁵

Así pues, lo que acontece, la realidad que nos rodea pertenece al Sistema de Referencia y es precisamente de ahí de donde el SC toma lo que le interesa para crear relatos que presentarán posteriormente al público.

“El Sistema de Comunicación Pública puede modificarse como consecuencia de su interdependencia con el Sistema Social, de su autorregulación y de su apertura al Sistema de Referencia”.¹⁶

También debemos tomar en cuenta, que algunas veces las ideas que se manejan en los Medios de Comunicación Masiva, pueden o no corresponder con lo que prevalece en el SS. De esta manera algún medio de comunicación puede o no ofrecer la información que pide la sociedad globalizada. Y esto no quiere decir que tenga que desaparecer ese tipo de comunicación institucional.

1.2 La supraestructura y su relación con el Sistema Social y el Sistema de Comunicación Institucional

“Las interdependencias a nivel de las supraestructuras suelen analizarse en términos de congruencia. Existirá congruencia cuando la representación del entorno que se ofrece en los relatos de la Comunicación Pública es compatible con la concepción del orden social que tiene vigencia en la sociedad”.¹⁷

Pero esto no es siempre cierto, ya que algunas veces las ideas que aparecen en las narraciones de los Medios de Comunicación Masiva, pueden no corresponder a la supraestructura social.

Sin embargo, dice Martín Serrano, alguna vez en la vida tendrá que surgir un cambio en los contenidos, por ejemplo de los MCM, si es que sucede también un cambio en el funcionamiento de la Formación Social Capitalista.

De acuerdo con esto, podemos decir que actualmente se está dando un cambio en el capitalismo a y si tomamos en cuenta el anterior planteamiento diremos que alguna vez, si no es que ya, los

¹⁵ MARTIN, Serrano Manuel. Op. cit. p. 56

¹⁶ Ibid, p. 60

¹⁷ Ibid, p. 69

MCM están sufriendo algún cambio en cualquiera de sus niveles, esto se debe a las transformaciones en el Sistema Social.

Los encargados de realizar esas transformaciones son los agentes sociales, ellos deciden cuándo y qué cambios se dan en cualquiera de los tres niveles. Martín Serrano lo explica de la siguiente manera:

“(…) la transformación de los contenidos de la comunicación tiene que producir en algún momento alguna consecuencia en la organización de dicha sociedad; y el cambio cultural de las ideologías tiene que afectar en algún momento, de alguna manera, a la producción social de comunicación”.¹⁸

Por otra parte no es posible determinar cuál será el cambio que se produzca en cualquiera de los niveles, a partir de una modificación de algún nivel en un sistema, ya que los encargados de realizar esos cambios son los agentes sociales.

“(…) no se puede deducir cuáles van a ser las transformaciones que van a aparecer en los relatos de los MCM, a partir del conocimiento de los cambios que suceden en la organización social”.¹⁹

Lo que interesa a esta investigación es tener un acercamiento al papel que juega la prensa escrita dentro del fenómeno de la globalización y descubrir una parte de la supraestructura a través de los relatos de tres diarios: *La Jornada*, *Reforma* y *El País*.

Para poder identificar parte de la supraestructura del Sistema de Comunicación Institucional será necesario comprobar “cuáles son los objetos de referencia de los que se da noticia en la comunicación pública y qué información se proporciona a propósito de ellos”.²⁰

Como se mencionó anteriormente, de los tipos de comunicación institucional que existieron y existen, actualmente nos encontramos en el de *Tecnologías de Producción y Distribución en masa de los productos comunicativos*. En nuestros días la tecnología que hace posible la distribución masiva de esos productos comunicativos, son los televisores, los radios y la Internet. El periódico y el cine son otros medios que llegan al público masivo, en una forma significativa.

Cabe mencionar que los otros tipos de Comunicación Institucional, aún siguen existiendo, pero de alguna manera, están superados o relegados por los más poderosos; así pues, la Comunicación *Asamblearia*, por *Emisarios* y por *Redes de Distribución de Mensajes*, permanecen en la actualidad, pero bajo la sombra de los más evolucionados.

Martín Serrano propone varias leyes que regulan la permanencia, la transformación y la sustitución de los Sistemas de Comunicación Institucional. Estas leyes se enumeran a continuación, ya que serán útiles para el posterior desarrollo de esta tesis.

¹⁸ MARTIN, Serrano Manuel. Op. cit. p. 70

¹⁹ Idem

²⁰ Ibid, p.74

1. *Ley de la jerarquización institucional de los sistemas que proveen a la comunicación pública.* Cada sociedad institucionaliza un único sistema como cauce dominante de comunicación pública durante períodos históricos prolongados.

Aquellos sistemas de comunicación que tuvieron que ser relegados por otros más poderosos, siguen permaneciendo, pero como subsistemas. Es decir, siempre hay un sistema de comunicación que domina.

2. *Ley de la integración entre información, organización y acción.* Un sistema de comunicación pública permanece institucionalizado en tanto y sólo en tanto, que exista un ajuste entre información pública, organización social y acción social.

Mientras el sistema de comunicación social “facilite el control sobre el cambio del entorno y sobre el cambio de la propia sociedad” y donde la sociedad no se transforme en otra, entonces permanecerá; si no es así, será sustituido.

Dentro de esta ley existen otros puntos que señala Martín Serrano y los cuales es preciso mencionar:

- a) *Toda comunidad ofrece resistencia a la sustitución de un tipo de Sistema de Comunicación Pública por otro.*
- b) *Todo Sistema Institucional de Comunicación Pública está sometido a un permanente reajuste interno y externo, precisamente para asegurar su permanencia.*
- c) *Una reforma funcional del Sistema de Comunicación Pública puede concluir con su transformación cualitativa o con su desaparición cuando fracasa el ajuste.*
- d) *La exigencia de que exista un ajuste entre información pública, organización social y acción social, puede satisfacerse con modificaciones (alternativas, solidarias, o complementarias) a cualquier nivel.*
- e) *Un Sistema de Comunicación Pública que pertenezca a un tipo menos complejo no puede persistir a la larga como Sistema Institucional, cuando existe otro tipo más evolucionado a disposición de una sociedad, para enfrentarse con los cambios que ha sufrido su entorno.*²¹

Todos los conceptos expuestos anteriormente servirán de base para desarrollar la investigación, ya que el tema que interesa es identificar la supraestructura a partir de un análisis de contenido en la sección cultural, de las notas que manejan información de literatura y música en los diarios: *La Jornada, Reforma y El País*. Para ello se tomará en cuenta el contexto actual en que vivimos, específicamente la globalización. En el siguiente capítulo se aborda la definición y las características de dicho proceso histórico.

²¹ MARTIN, Serrano Manuel. Op. cit. pp. 77-81

CAPÍTULO 2

LA GLOBALIZACIÓN EN MÉXICO

2.1 Antecedentes

En la parte teórica de esta investigación se habló del Sistema Social y del Sistema de Comunicación Institucional, señalamos que ambos están integrados por una estructura, una supraestructura y una infraestructura. También se hizo la distinción en cada uno de estos niveles, así como de la interdependencia de ambos sistemas.

En este capítulo se abordará la historia del fenómeno de la globalización, el cual forma parte del Sistema Social. Anteriormente se explicó que dentro de cada SS queda integrado un tipo de comunicación, así pues en el capitalismo, se ubica el llamado tipo de *Comunicación por Técnicas de Producción y Distribución Masiva de Información*, cuyas características quedaron enunciadas en el capítulo anterior.

A través del desarrollo del capitalismo, los tipos de comunicación institucional han variado o evolucionado hasta llegar al actual Sistema de Comunicación de Masas. Sin embargo, los reajustes del SC se siguen generando, y como lo señala Martín Serrano esos cambios afectan a los tres niveles.

“...llegando el Capitalismo a su etapa actual de desarrollo monopolista está realizando ajustes importantes en su Sistema Institucional de Comunicación. Esa reorganización interna afecta a las tecnologías, a la organización y a las ideologías que se manejan en la Comunicación de Masas”.¹

Lo que interesa del anterior planteamiento es precisar que los cambios que se están dando en el Sistema Social afectan al Sistema de Comunicación Institucional debido a la interdependencia de ambos sistemas.

Cabe señalar que la comunicación de masas cambia para adecuarse a las transformaciones que afectan al SS, ya que las características principales del fenómeno de la globalización son la apertura total de fronteras, no solamente en el sentido económico, sino también en los planos cultural, político y social. En esta medida, el Sistema de Comunicación Institucional cambia por el simple hecho de la readaptación; si ésta fracasa a las condiciones creadas por el desarrollo histórico del capitalismo, de acuerdo con Martín Serrano, entonces la Comunicación de Masas sería inadecuada para satisfacer las necesidades de información institucional en la sociedad globalizada. Hay otra posibilidad, es que “la Sociedad Capitalista Avanzada y la Comunicación de Masas hayan realizado una simbiosis, es decir, que tengan establecidas interdependencias más generalizadas y vitales que las que existieron, hasta ahora, entre otras Formaciones Sociales y sus respectivos Sistemas de Comunicación”.²

¹ MARTÍN, Serrano Manuel. Op. Cit. p. 860

² Ibid. P. 87

2.1.1 Capitalismo y globalización

Para poder hablar del surgimiento y repercusiones de la globalización en México es necesario echar un vistazo a dicho fenómeno a nivel mundial, y de paso precisar algunos términos que serán útiles a esta investigación. Para ello será preciso aclarar los conceptos de capitalismo y globalización.

Los orígenes de la producción capitalista aparecen en ciudades aisladas a lo largo del mar Mediterráneo, durante los siglos XIV y XV, este sistema económico sustituyó al feudalismo, el cual fue eliminado después de varias revoluciones que llevaron a cabo los comerciantes junto con las masas trabajadoras. Las bases que dieron inicio al actual sistema de producción fueron de forma diversa en cada país, en épocas diferentes y con algunas variaciones.

El proceso de la acumulación originaria del capital, en Inglaterra, fue largo y violento las viviendas de campesinos y obreros fueron destruidas, los terratenientes crearon decretos en los cuales se regalaban “a sí mismos en propiedad privada las tierras del pueblo dejando a la población campesina disponible como proletariado al servicio de la industria”.³

Carlos Marx explica claramente cómo se dio la acumulación originaria del capital.

“...la depredación de los bienes de la Iglesia, la enajenación fraudulenta de las tierras del dominio público, el saqueo de los terrenos comunales, la metamorfosis llevada a cabo por la usurpación y el terrorismo más inhumanos, de la propiedad feudal y del patrimonio del clan en la moderna propiedad privada, he ahí otros tantos métodos idílicos de la acumulación originaria. Con estos métodos se abrió paso a la agricultura capitalista, se incorporó el capital y la tierra y se crearon los contingentes de propietarios libres y privados de medios de vida que necesitaba la industria de las ciudades”.⁴

Fue así como se les convirtió a los campesinos en obreros asalariados, dueños únicamente de su fuerza de trabajo. Y se sentaron las bases para un nuevo sistema de producción: el capitalismo.

Un suceso importante que apresuró el cambio del nuevo sistema económico-social fue la revolución industrial, pero los cambios no fueron radicales, ya que sólo transformó de un modo de explotación a otro.

A partir del siglo XVI se inicia en Europa una importante transformación debida al auge de las actividades comerciales; así la colonización de los continentes americano y africano, la invención de las máquinas durante la Revolución Industrial, el descubrimiento de yacimientos de oro y plata, dan fuerza al capitalismo.

“...desde el siglo XVI se observa en Inglaterra un intenso crecimiento de las distintas ramas industriales. Las nuevas invenciones técnicas y sus perfeccionamientos y, lo más importante, las nuevas formas de organización del trabajo industrial, calculado para una producción masiva de

³ MARX, Carlos. *El Capital. Crítica de la economía política* I. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1986, p. 617

⁴ *Ibid.*, p. 624

mercancías, atestiguan que la industria inglesa se reestructuraba paulatinamente en dirección hacia la forma de producción capitalista”.⁵

Fue hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando el capitalismo logra un pleno desarrollo, extendiéndose prácticamente por todos los países del mundo, hasta la Primera Guerra Mundial donde un nuevo sistema socioeconómico toma gran importancia en Asia: el socialismo.

El modo de producción capitalista se definiría como: “la producción generalizada de mercancías, en la cual los productores directos han sido desposeídos de sus medios de producción y por lo tanto tienen que vender su fuerza de trabajo (única mercancía que poseen) a aquellos que poseen los medios de producción. La fuerza de trabajo y los medios de producción por igual se han convertido en mercancías. Los medios de producción a su vez se convierten en capital, incrementando su valor de cambio por medio de la plusvalía creada por los productores directos y apropiada por los dueños del capital. Una sociedad dominada por el modo de producción capitalista está dividida en dos clases básicas: la clase capitalista que monopoliza los medios de reproducción y el proletariado que está obligado económicamente a vender su fuerza de trabajo”.⁶

Con más de cinco siglos de permanencia el sistema de producción capitalista aún sigue vigente, aunque claro con algunos cambios propios de su adaptación. Actualmente estamos viviendo un nuevo ciclo de expansión del capitalismo, la globalización de éste.

Para varios autores no existe una fecha exacta o un acontecimiento mundial que nos diga específicamente cuándo y dónde surge este nuevo fenómeno que llamamos globalización. Sin embargo, para Octavio Ianni (1998), éste tiene su antecedente en la “inauguración en 1985 de la *perestroika* (...) por el gobierno de Gorbachov en la Unión Soviética”; la caída del muro de Berlín (1989) es otro de los acontecimientos importantes.

“La *perestroika* puso en práctica cambios profundos en la estructura del sistema económico soviético con la sustitución de los mecanismos de la economía planificada centralmente por los mecanismos de la economía de mercado”.⁷

“La caída del muro de Berlín en 1989 simboliza no sólo la crisis de los regímenes socialistas del Este europeo, sino también la apertura de nuevas fronteras para la expansión del capitalismo en aquellos países”.⁸

Para Javier Prado Galán (uno de los autores del texto: *Efectos sociales de la globalización*, 2000) el fenómeno de la globalización es un hecho reciente de dos décadas atrás, plantea tres fases de dicho proceso:

1. Se desarrolla desde finales del siglo XIX hasta antes de la Segunda Guerra Mundial.
2. Va desde la Segunda Guerra Mundial hasta mediados de los años ochenta.
3. Actualmente, dice, está la internacionalización de los mercados que pone en dependencia recíproca a las firmas y a las naciones en grados inéditos y originales.

⁵ BARGA, M. A. *La revolución inglesa en el siglo XVII*. Universidad Autónoma de Puebla. México, 1984, p.13

⁶ MANDEL, Ernest. *El capitalismo tardío*. Ediciones Era. México, 1987, pp. 570-571

⁷ IANNI, Octavio. *La Sociedad Global*. Siglo veintiuno editores. México, España, 1998, p.3

⁸ *Ibid.*, p. 4

La caída de la Unión Soviética trajo como consecuencia la crisis de los modelos socialistas. El nuevo orden internacional capitalista atrajo la atención de antiguos regímenes socialistas quienes aceptaron aplicar las “bondades” del capitalismo.

“Globalización significa la perceptible pérdida de fronteras del quehacer cotidiano, en las distintas dimensiones de la economía, la información, la ecología, la técnica, los conflictos transculturales y la sociedad civil”.⁹

En la globalización, los Estados nacionales desaparecen, la sociedad se globaliza, ya no es una sociedad que pertenece a un sólo país. Ulrich Beck, 1998, plantea en ocho puntos, las características de la globalización, o más bien lo que es irreversible para dicho fenómeno:

1. El ensanchamiento del campo geográfico y la creciente densidad del intercambio internacional, así como el carácter global de la red de mercados financieros y del poder cada vez mayor de las multinacionales.
2. La revolución permanente en el terreno de la información y las tecnologías de la comunicación.
3. La *exigencia*, universalmente aceptada, de respetar los derechos humanos.
4. Las corrientes icónicas de las industrias globales de la cultura.
5. La política mundial posinternacional y policéntrica: junto a los gobiernos hay cada vez más actores transnacionales con cada vez mayor poder (multinacionales, organizaciones no gubernamentales, Naciones Unidas).
6. El problema de la pobreza global.
7. El problema de los daños y atentados ecológicos globales.
8. El problema de los conflictos transculturales en un lugar concreto.¹⁰ No debemos olvidar que el proyecto de la globalización es de influencia occidental y dentro de ella encontramos valores y parámetros que se expanden por los medios de comunicación a todo el mundo dentro de éstos los más recurrentes son: el individualismo, el consumismo, la tendencia a un pensamiento homogéneo, entre otros.

“El mercado único exige un pensamiento y un comportamiento únicos, uniformadores. La información se supedita y condiciona al objetivo principal de los medios que es la búsqueda del beneficio económico.

“El producto de todo esto es la formación de un nuevo hombre caracterizado por la imposibilidad para elaborar pensamiento abstracto y por la disposición a guiar su comportamiento por la cultura de la imagen”.¹¹

Por otra parte, hay un aumento por la tolerancia en temas de sexualidad, de religión o de opiniones políticas, existe una expansión del protestantismo religioso. La finalidad ahora es tener éxito, superarse, ser eficaz y dinámico y hay un cierto rechazo por las tradiciones por

⁹ ULRICH, Beck. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Paidós, 1998, p.42

¹⁰ Ibid, p. 29

¹¹ LAREDO Sánchez, Fernando. et al. *Efectos sociales de la globalización*. Noriega editores, México, 2000, p. 76

considerarlas obsoletas, lo que importa es lo moderno. Esto se da principalmente en los países desarrollados como Estados Unidos, y se expande por todo el mundo.

De acuerdo con las características de la globalización antes mencionadas, los valores principales que perduran son los económicos, donde impera el individualismo y una agresiva competitividad entre naciones, gobiernos, empresas y hasta individuos. Cabe destacar que este nuevo pensamiento se disemina tanto en el ámbito cultural, como el religioso, el de negocios y la internacionalización de los valores de la inteligencia occidental.

Para Ianni la globalización del mundo expresa un nuevo ciclo de expansión del capitalismo. “Estamos viviendo un nuevo ataque de universalización del capitalismo, como método de producción y proceso civilizador el desarrollo del modo capitalista de producción de manera extensiva e intensiva, adquiere otro impulso apoyado en las nuevas tecnologías, la creación de nuevos productos, la recreación de la división internacional del trabajo y la mundialización de los mercados”.¹²

Además, existe una apertura e interdependencia económica por parte de nuestro país con otras naciones. Otro rasgo de la globalización son los avances tecnológicos y de telecomunicaciones que se están gestando lentamente en nuestra nación. Uno de los puntos importantes es la globalización de la información que se puede constatar a través de Internet donde se presentan múltiples temas e informaciones, muchas veces de dudosa procedencia.

Estos cambios en el Sistema Social han traído como consecuencia modificaciones en el Sistema de Comunicación Institucional. En la medida en que se abren las fronteras, característica de la globalización, es fácil que penetren a cada rincón del mundo ideas, costumbres, creencias, etc. de varias partes del globo. Los encargados de hacer posible esto son los medios de comunicación.

Anteriormente hablábamos del Sistema de Referencia que es de donde el Sistema de Comunicación Institucional toma u observa sucesos y elabora datos, que posteriormente presentará a un público determinado. Entonces, en la medida que cambie el SS, el SC tendrá nuevos datos de referencia y del personal humano que integra este último sistema depende qué sucesos tomará, de todo ese universo.

Y en efecto, el SS está cambiando, el capitalismo se modifica y los Medios de Comunicación de Masas están contribuyendo de forma significativa a ello. Si seguimos los planteamientos de Martín Serrano acerca de la adaptación y readaptación de los sistemas, podemos decir que esa reorganización interna del Sistema Social “afecta a las tecnologías, a la organización y a las ideologías que se manejan en la comunicación de masas”.¹³

La televisión es uno de los MCM que llega a gran parte de los habitantes del planeta y con ello sus productos comunicativos que pueden entrar a los hogares de cualquiera, debido a las características que le son propias, para comprender mejor este planteamiento será necesario enunciar varias características que Manuel Martín Serrano denomina líneas de avance tecnológico hacia el logro de la comunicación referencial:

¹² IANNI, Octavio. *La era del globalismo*. Editorial Siglo veintiuno, México 1999, p. 13

¹³ MARTÍN, Serrano Manuel. Op. cit. p. 86

1ª. *La tecnología de la comunicación ha progresado reduciendo el tiempo transcurrido desde la elaboración de la noticia hasta su recepción.*

La emisión de noticias es casi de manera inmediata al momento de su recepción. Actualmente en la radio y televisión se transmite información que se está dando en el mismo instante que los receptores la reciben. Un ejemplo de esto podría ser el derrumbamiento de las torres gemelas. Dicho fenómeno fue visto por una gran cantidad de personas en todo el mundo, debido al importante desarrollo de las tecnologías.

2ª. *Otra línea de avances tecnológicos se ha orientado a incrementar la proporción de expresiones icónicas en los productos comunicativos.*

Cada día vemos más imágenes en los productos comunicativos. Hay un predominio de éstas hacia la palabra escrita o verbal, lo cual provoca que el grupo de receptores de dicha información se incremente, ya que actualmente las imágenes suplen, en alguna medida, al texto o la palabra.

3ª. *La combinación de la capacidad sincrónica e icónica supone un nuevo progreso cualitativo en el uso de la comunicación de masas*

La combinación de la sincronía e iconicidad, la ha denominado Martín Serrano como *index*. Los media *index* hacen posible una mayor autonomía del usuario de la comunicación respecto al productor, en la elaboración cognitiva de los temas. El uso imperante de las imágenes sobre el lenguaje hablado o escrito hace que el discurso del profesionista encargado de enunciarlo no sea necesario o se vuelva redundante respecto a las imágenes que se proyectan.

4ª. *La última línea de progreso tecnológico ha tenido como objeto traspasar las barreras geográficas para lograr que los productos comunicativos alcancen cualquier punto habitado por los hombres*

Martín Serrano en el año que escribió el texto: *La Producción Social de la Comunicación* (1986) ya imaginaba la Internet, medio de información que es una realidad. La Internet traspasa fronteras llevando diversos productos comunicativos hasta el más escondido rincón del mundo. Cabe destacar que una de las partes fundamentales de este nuevo medio son las imágenes, lenguaje universal. De esta manera, dice Martín Serrano, cada comunidad humana comparte la dimensión referencial de todo nuestro mundo y no sólo la de aquél espacio geográfico donde se desenvuelven sus actividades.¹⁴

2.1 Condiciones de la prensa escrita nacional

A lo largo de la historia de la humanidad han existido diferentes formas de comunicación, que se han adaptado al desarrollo de la misma, ya sea que los tipos de comunicación caminen a la par con la sociedad, en un proceso evolutivo parejo, o que se queden atrás, relegados por los más poderosos.

Así pues, en los pueblos que contaban con un reducido número de habitantes, bastó con un tipo de comunicación, *Asamblearia*, donde uno o más oradores informaban a un público acerca de los

¹⁴ MARTÍN, Serrano Manuel. Op. cit. p. 90

problemas que afectaban a su comunidad. En la medida que las sociedades se vuelven más complejas el tipo de comunicación que utilizan resulta obsoleto, entonces es cuando surge otro tipo de comunicación más eficiente que cubrirá las necesidades de esa población cada vez más complicada.

Cuando los tipos de comunicación evolucionan, también lo hacen los aparatos con que difunden la información, de tal manera que en la actualidad los medios de comunicación necesitan contar con una vasta infraestructura para llegar a un público amplio.

De entre los diferentes medios de comunicación masiva existentes, el periódico fue el primero en aparecer, seguido del cine, la radio, la televisión y actualmente la Internet. En nuestros días la prensa escrita sigue ocupando un papel muy importante dentro de los demás MCM, ya que, algunas veces, es a partir de alguna información que se genera en este medio de donde se nutren los demás y viceversa. Sin embargo, es importante señalar que la prensa escrita no solamente reúne un número simbólico de lectores, sino que algunas características propias la ponen en clara desventaja con los demás medios de información, como la televisión, y la Internet que es capaz de reunir en un sólo escenario a la prensa, el cine, la radio y la televisión.

Si bien es cierto que la Internet no ha desplazado a ningún medio de información tradicional, también es cierto que ha cobrado gran importancia dentro de ellos. Las posibilidades para comunicarse por Internet son amplias, se puede consultar alguna información y colocar otra, sin restricción alguna. Además la Internet tiene una atracción visual que está acompañado de texto y sonido de tal manera que encierra las características de la prensa, la radio y la televisión en un solo escenario.

La página en Internet de un periódico que además circula de manera convencional imita la lógica de la edición impresa: primera plana, secciones de finanzas, deportes, comentarios, etcétera. El usuario puede seguir ese orden tradicional o modificarlo, de la misma manera que quienes prefieren comenzar por la sección cultural del diario. Pero a diferencia del lector de la edición impresa, el consumidor de la versión electrónica puede volver o avanzar a cualquier zona del periódico sólo con hacer click en una liga de hipertexto.

En este sentido podemos decir que la Internet compite con los medios tradicionales en el plano de las audiencias.

Ante estos cambios que se están dando en el marco de la globalización, los MCM deben estar sufriendo modificaciones, en cualquiera de sus niveles (estructura, infraestructura y supraestructura), para adaptarse a este nuevo contexto. Para ello, la mayoría cuenta con una página en Internet, como una medida para entrar a este mundo globalizado. Los periódicos nacionales que nos ocupan en la presente investigación son: *La Jornada* y *Reforma* de los cuales hablaremos más adelante.

Podría decirse que la prensa impresa es una industria débil, ya que a lo largo de la historia del periodismo han desaparecido varios periódicos, otros más existen pero están muy debilitados. Muchos de ellos no cuentan con una infraestructura adecuada para hacer frente a la poderosa competencia de los medios electrónicos.

A pesar de ello, los cambios en la industria editorial mexicana se han dado de manera notoria en sus tres niveles. En cuanto a la supraestructura, Raúl Trejo Delarbre menciona algunos de los más importantes:

“Hay cambios, sí. Pero no tantos como para asegurar que la prensa de hoy es radicalmente distinta a la de hace dos décadas. Ahora los enfoques editoriales son más variados (...) la mayoría de los diarios mexicanos siguen siendo políticamente ambiguos, aunque de cuando en cuando asuman causas como si fueran hechos o desplieguen fobias como si fuesen causas. La prensa mexicana se ha sacudido las inhibiciones que se autoimponía y hasta los intocables de antes (el ejército, la virgen guadalupana y el presidente de la República) son motivo de discusión en todos los tonos, o casi; no obstante ese desatascamiento, el rigor analítico, la seriedad informativa y hasta la cordura opinativa, siguen dejando mucho qué desear”.¹⁵

Los temas que hace unas cuantas décadas eran impensables para la prensa escrita nacional, en nuestros días son frecuentes. Actualmente cualquier figura pública es criticada sin el mismo temor de unos cuantos años atrás. También se han visto algunos cambios por parte del gobierno, pues si bien es cierto que la presión y asesinatos a periodistas no ha desaparecido, también es cierto que este tipo de prácticas han disminuido de forma significativa en lo que va del presente siglo. A pesar de esto, como bien menciona Raúl Trejo existe una autocensura por parte de la prensa, principalmente por el miedo a perder la publicidad gubernamental.

“El gobierno ya no presiona a la prensa como era tan proverbial como impúdico que ocurriese, pero más por temor al escándalo denunciatorio que por carecer de recursos para ello: muy pocos diarios y prácticamente ninguna revista han conseguido que en sus finanzas, la principal fuente de ingresos haya dejado de ser la publicidad de los gobiernos federal o estatales”.¹⁶

A través de la historia del periodismo mexicano han aparecido un número importante de publicaciones periódicas de corta duración y otras más permanecen hasta nuestros días. A continuación se muestra un breve panorama de la situación en la prensa contemporánea del Distrito Federal.

Cada año aparecen nuevos diarios y otros más dejan de existir, de tal manera que son pocos los que tienen una trayectoria sólida; tal es el caso del diario *El Universal*, que nace en el año de 1916, uno de los más antiguos que aún perdura, (sin olvidar a *Excélsior*, 1917, el cual es el más antiguo en el Distrito Federal). *El Universal* ha renovado varias veces su imagen y su tendencia (en sus orígenes se caracterizó por ser oficialista y conservador. Actualmente ya no sigue estas líneas). Fue así, como a partir de julio de 2002, modifica sus contenidos y la presentación de sus páginas. “La innovación, el diseño, la calidez y la audacia en el diario quehacer periodístico, son parte de una estrategia que aplica para mantener y acrecentar su liderazgo en este nuevo siglo”.¹⁷

Además *El Universal* cuenta con una página en Internet y con varias publicaciones como: la revista semanal *Día Siete*, la sección semanal *Autopistas* y El periódico *EL M* y la revista *La Revista*. Todo esto con el fin de captar más lectores y permanecer compitiendo en el mercado

¹⁵ Trejo, Delarbre Raúl (Enero de 1998). *Veinte años de prensa*. Consulta de diciembre de 2003.
En: <http://raultrejo.tripod.com/sociedadypoder/portamedios/htm>

¹⁶ Idem

¹⁷ *Historia ampliada*. Consulta en Noviembre de 2003.

En: <http://www.eluniversal.com.mx/disenio/directorios/historia.htm>

nacional. *El Universal Gráfico*, que nació como diario vespertino en febrero de 1922, renovó su diseño e imagen convirtiéndose en el primer diario matutino en febrero de 2002, además su bajo costo (dos pesos) le ha permitido llegar a un amplio público.

Otros diarios como: *Novedades*, *Unomásuno* y *Excélsior*, no han podido dar gran batalla a los nuevos cambios globalizantes y se han visto en serias crisis. Por ejemplo, *Novedades*, que era propiedad de Rómulo O'Farrill, tuvo que cerrar sus puertas.

El caso de *Excélsior* ha sido uno de los que más polémica ha causado en la historia del actual periodismo mexicano, ya que es una muestra de la relación entre gobierno y prensa durante la década de los setenta. El golpe que sufrió *Excélsior* en 1976, marcó a la prensa. La salida de Julio Scherer, director de ese diario, y un grupo de periodistas de la casa editorial, durante el gobierno de Luis Echeverría fue un tanto mitificada por Scherer y sus compañeros, según lo señala Raúl Trejo: "El *Excélsior* previo a julio de 1976 no era precisamente un espacio de democracia y pluralidad. Allí destacaban algunas valiosísimas plumas críticas y eventualmente el trabajo de unos cuantos reporteros con tal oficio e imaginación que descollaban delante de sus colegas de otros medios. Pero el contexto nacional y periodístico en el que se desempeñaba, a menudo se le imponía a ese importante diario; en ocasiones, la indiferencia e incluso la antipatía que mostraba respecto de movimientos sociales independientes o de las izquierdas, no era distinta de las actitudes de otros diarios en la prensa establecida".¹⁸ Y es que con el gobierno corrupto y represor de ese entonces no podía haber sido de otra manera.

Cabe señalar que además de la mala relación entre el gobierno de Echeverría y la empresa periodística existía una mala administración de su dirigencia lo que provocó que un grupo de cooperativistas sacaran a Scherer y a su grupo.

A partir del golpe que recibió *Excélsior* su línea editorial se endureció, además los colaboradores con los que contaba fueron remplazados y esto le hizo perder más popularidad. Asimismo nuevos diarios estaban surgiendo y otros más se renovaban.

Después de la salida de *Excélsior* Julio Scherer formó la revista *Proceso* en sólo cuatro meses. Dicha publicación es una de las más prestigiadas de México, pues se ha caracterizado por sus múltiples investigaciones, sobre todo se basa en la política y es una de las revistas con mayor circulación y aceptación en los lectores mexicanos.

El *unomásuno* surgió del grupo desmembrado de *Excélsior* y es otro de los diarios que ha sufrido una gran cantidad de adversidades que no le han permitido levantarse. "El diario cuyo periodismo surgió sumamente fresco, ahora tiene grandes deudas y debió acudir al proceso de concurso mercantil, donde acreedores y propietarios deben realizar los ajustes para salir adelante. Sin embargo, la familia Alonso lo vendió a un empresario mexiquense de los medios de comunicación que no ha respetado los derechos laborales de trabajadores con más de 20 años de antigüedad. Y ahora *unomásuno* es un verdadero fantasma".¹⁹

¹⁸ Trejo, Delarbre Raúl (Enero de 1998). *Veinte años de prensa*. Consulta de diciembre de 2003.
En: <http://raultrejo.tripod.com/sociedadypoder/portamedios/htm>

¹⁹ Yuste, José (marzo de 2003:). *Periódicos en venta*. Consulta de noviembre de 2003.
En: <http://www.etcetera.com.mx/pag24ne29.asp>

La Jornada y *Reforma*, diarios de los que nos ocuparemos en este trabajo, son bastante jóvenes. El más viejo, *La Jornada*, ha sufrido varios cambios a lo largo de su existencia, de los cuales el más visible ha sido el del formato, ya que de ser un tanto opaco ha pasado a ser más vistoso. Dicho diario se ha distinguido por contar con colaboradores destacados como Cristina Pacheco o Carlos Monsiváis, entre otros. Su precio es uno de los más elevados en comparación con otros (diez pesos). Desde el momento de su creación, 1964, se ha caracterizado por hacer periodismo de investigación. Los movimientos sociales como las elecciones federales de 1988, el levantamiento zapatista de 1994 y la huelga en la Universidad Nacional Autónoma de México en 1999, forman parte de su línea editorial, ya que contaron, en su momento, con una amplia cobertura en el diario.

“El surgimiento de nuevos diarios enriqueció el panorama de la prensa mexicana. De *unomásuno* a *La Jornada*, hubo una intencional propuesta para hacer periodismo de búsqueda, cuyos logros fueron matizados por rivalidades y concepciones distintas del trabajo editorial que acabaron en conocidos rompimientos y en menos estruendosos alejamientos”.²⁰

En cuanto al diario *Reforma*, de aparición más reciente su plato fuerte ha sido la publicidad, la cual le ha permitido existir desahogadamente. Sus múltiples secciones expresan la intención de abarcar a un público lector amplio. Este diario ha innovado en el ámbito periodístico nacional al incluir encuestas como un atractivo más. Su página principal es llamativa y a la vez dinámica y su costo es menor al de *La Jornada*, lo que lo hace ser un medio accesible. *Reforma* fue creado en 1993 por la empresa editora de *El Norte* de Monterrey.

Cabe destacar que ambos diarios cuentan con una página en Internet. *Reforma* es uno de los medios que cobra para tener acceso a ésta, la cual es dinámica y entretenida. El sitio en Internet de *La Jornada* es menos llamativo y su acceso es gratuito.

El Financiero y *El Economista* son diarios especializados en economía, aunque también presentan información general, tienen una importante presencia en el país.

El Sol de México, cabeza de la corporación de diarios más grande del país, Organización Editorial Mexicana, experimentó una modernización editorial a mediados de los setenta, modesta pero perceptible, que acabó por disgustar a sus propietarios.

La Prensa y *Esto* son diarios que abarcan a un importante número de lectores, ya que su principal público es de corte popular. El primero tiene especial interés por las notas policíacas y la nota roja y *Esto* es deportivo. Los dos forman parte de la Organización Editorial Mexicana, la cadena periodística más grande del país que reúne a 35 diarios.

La Crónica de Hoy fundada el 17 de junio de 1996, a lo largo de su trayectoria ha sufrido varias crisis una importante en el año 2002, donde dejó de publicar su suplemento cultural y el periódico solamente aparecía de lunes a viernes.

En lo que va del presente siglo han aparecido otros medios impresos como: *Milenio*, surgió el 1 de enero de 2000 bajo la dirección de Raymundo Riva Palacio. Actualmente lo dirige Carlos

²⁰ Trejo, Delarbre Raúl (Enero de 1998). *Veinte años de prensa*. Consulta de diciembre de 2003.
En: <http://raultrejo.tripod.com/sociedadypoder/portamedios/htm>

Marín, dicho diario atravesó una crisis económica que provocó la reducción de la planta laboral, hace un año el 30% de la plantilla del diario fue despedida: casi 40 personas, en su mayoría empleados del área de diseño, fotografía y corrección de estilo. “*Milenio*, enclave en la capital del país del Grupo Multimedios Estrellas de Oro, propietario de varios medios en el norte del país, comenzó a publicarse en 2000 e imprime (...) alrededor de 25 mil”.²¹

El Independiente, diario de corta vida, desde antes que empezara a circular 3 de junio de 2003, levantó suspicacias debido a la trayectoria empresarial de su dueño, Carlos Ahumada, y los vínculos de éste con algunos sectores del PRD. En medio de los escándalos políticos producidos por los videos que grabó su dueño Carlos Ahumada, los integrantes de ese diario se vieron obligados a renunciar y fue así como el 15 de marzo de 2004 fue la última edición de este diario.

El 30 de septiembre se dio a conocer que el empresario radiofónico José Gutiérrez Vivó adquirió más de 50% de las acciones de *El Herald*, convirtiéndose en el presidente del Consejo de Administración de la empresa. El empresario Juan Antonio Pérez Simón, quien fue director de Telmex y actual consejero del Grupo Carso, adquirió el 40% de las acciones. Los nuevos dueños del ahora llamado *Diario Monitor* se comprometieron con el "humanismo informativo".

La idea de presentar una pequeña semblanza de algunos medios de información es para distinguir los cambios que se han dado a lo largo de la historia del periodismo nacional contemporáneo y su relación con el gobierno, donde el periodismo nacional ha cambiado de manera significativa. La publicidad gubernamental que era y sigue siendo la fuente más importante de ingresos para algunos diarios se ha visto reducida desde los años noventa, hecho que ha ocasionado la desaparición de algunos diarios como: *El Nacional*, *Novedades* y *El Día*.

Además de la fuerte caída de la publicidad gubernamental, el bajo número de lectores es otro de los factores que incrementan el problema financiero de varios diarios nacionales.

Si bien es cierto que la relación entre el gobierno y los medios ha mejorado en el presente siglo; también es cierto que además de los problemas financieros que han enfrentado, algunos diarios son afectados por algunos cambios de la globalización tales como el avance de las tecnologías.

A lo largo de dos décadas, la prensa nacional se ha visto inmersa en varias situaciones que le han servido para lograr un mejor desarrollo. Para Raúl Trejo la prensa escrita ha presentado dos tendencias durante ese lapso: “Por un lado, la inestabilidad profesional y editorial de muchos diarios cuyos propietarios consideraban que sus negocios estaban en riesgo cuando las informaciones u opiniones que publicaban molestaban a personajes del poder político”. Y por otro, “la reorientación de periódicos que compiten para ganar lectores y no sólo gacetas publicitarias ha propiciado una renovación de la prensa que todavía es incipiente”.²²

²¹ Trejo, Delarbre Raúl (Enero de 1998). *Veinte años de prensa*. Consulta de diciembre de 2003. En <http://raultrejo.tripod.com/sociedadypoder/portamedios/htm>

²² Trejo, Delarbre Raúl (Enero de 1998). *Veinte años de prensa*. Consulta de diciembre de 2003. En <http://raultrejo.tripod.com/sociedadypoder/portamedios/htm>

2.3. Historia de los diarios: *La Jornada*, *Reforma* y *El País*

Conocer la historia de los diarios *La Jornada*, *Reforma* y *El País*, que son causa de esta investigación, permitirá comprender mejor los resultados que arroje el análisis de contenido. Puesto que dichos medios forman parte del Sistema de Comunicación Institucional.

Iniciaré describiendo la historia de los diarios nacionales, según el orden de su aparición, para continuar con el internacional. La semblanza de los tres periódicos permitirá entender, en parte, las transformaciones que ha sufrido el Sistema Social al lado del Sistema de Comunicación Institucional.

2.3.1. *La Jornada*

La Jornada aparece por primera vez el 19 de septiembre de 1984, partiendo de principios similares al diario español *El País*. Sus creadores tuvieron que recurrir a la sociedad mexicana para recaudar el capital que ayudaría a financiar al nuevo diario capitalino.

“El 29 de febrero de hace 19 años, un grupo de periodistas convocó a una empresa de enorme alcance, entre otros, quienes el 28 de noviembre de 1983 habían renunciado a *unomásuno*. Los convocantes expusieron sus lineamientos editoriales que fueron, al mismo tiempo, sus principales compromisos”.²³

Además de la colaboración de la sociedad, reconocidos pintores como Rufino Tamayo y Francisco Toledo donaron obras para hacer posible la creación de este diario. También se hizo un llamado público consiguiendo a más de 2200 accionistas. El director general fue Carlos Payán Verver y los subdirectores Miguel Ángel Granados Chapa, Héctor Aguilar Camín, Carmen Lira y Humberto Musacchio.

La Jornada aparece en un momento cuando la gran parte de los medios eran voceros oficiales del gobierno. El nuevo diario ofreció una lectura distinta y distante del boletín oficial y las caravanas al presidente y los funcionarios, gestadas en la tradicional complicidad entre el gobierno y los medios. Se declaró como un diario no partidista, defensor de valores, la democracia, la justicia, la libertad y el nacionalismo. Se hablaba de un diario moderno, crítico y abierto a los acontecimientos nacionales e internacionales.

La nueva publicación no podía estar exenta de la censura gubernamental, ya que el expresidente Miguel de la Madrid lo vio con desconfianza y no proporcionó publicidad oficial. Las primeras semanas todo parecía estar en contra del diario, pues no hubo cómo anunciar su salida.

La Jornada ha sido protagonista y vocero al mismo tiempo, de los cambios que se han dado en el Sistema Social y se ha caracterizado por dar gran cobertura a movimientos como el del Consejo Estudiantil Universitario de 1987; las elecciones federales de 1988; la guerra del Golfo Pérsico; el levantamiento zapatista en 1994; la huelga estudiantil de 1999 en la Universidad Nacional Autónoma de México; los atentado terroristas del 11 de septiembre de 2001, entre otros. Todos

²³ Levario, Turcott Marco. *Sí, crisis en La Jornada*. Etcétera (mayo de 2003). En <http://www.etcetera.com.mx/pag02ne31.asp>

ellos han modificado de forma significativa la estructura del diario y le han permitido elevar su tiraje de forma importante y llegar a un público ansioso de información de “izquierda”.

Sin embargo, este diario se ha visto envuelto en varias crisis económicas, debido a irregularidades administrativas, además, su tiraje ha disminuido en forma considerable. Durante el movimiento zapatista de 1994, este diario llegó a publicar hasta 164 mil ejemplares una cifra bastante contrastante con el tiraje actual del diario (de 35 a 40 mil ejemplares). A pesar de esto *La Jornada* se ha podido consolidar en lo periodístico y en lo económico.

En cuanto a infraestructura el diario tiende a crecer, ya que hace poco adquirió una imprenta propia, así como un inmueble.

Su formato ha sido modificado varias veces, fue uno de los primeros diarios de México que ofreció la posibilidad de leerse a través del web, aunque su diseño no es muy atractivo.

Además, *La Jornada* es un medio que cubre un amplio sector de lectores, desde universitarios, de altos ingresos, hasta algunas franjas populares.

Según el Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos *La Jornada*, tuvo un tiraje de 106,400 ejemplares (mayo 2003).²⁴

“La Unión de Voceadores registra que *La Jornada* tiene un tiro de 35 a 40 mil ejemplares, con un 15% de devolución, lo que se traduce en que el diario vende de 29 mil 750 a 34 mil ejemplares en kioskos. En locales cerrados, 633 ejemplares fueron distribuidos, 240 devueltos, 393 vendidos (62.1% de venta). (El estudio de Bimsa ubica a *La Jornada* con 287.1 miles de lectores.)²⁵

La empresa que lo publica, Desarrollo de Medios (Demos), es una sociedad anónima. Este diario, es de tamaño tabloide, en un principio contenía sólo 32 páginas; actualmente tiene alrededor de 50, dependiendo del día de la semana, además cuenta con algunos suplementos como: “Letra S”, donde se abordan temas referentes a la salud, sexualidad, sida, entre otros; “Investigación y Desarrollo” (ID) es otro suplemento bimestral donde se trata información de ciencia y tecnología. Además publica suplementos especiales como: “Triple Jornada” (mensual), “un dos tres por mí”, “Monos”, “Orbe” (quincenario editado por Prensa Latina), entre otros. La información que se maneja en cada uno es especializada.

Actualmente lo integran las secciones llamadas: Política, Política/opinión (aquí encontramos varios artículos de opinión), Economía, Cultura, Espectáculos, Cartelera, Toros (sólo algunas veces), Deportes, El mundo, Estados, La capital y Sociedad y Justicia.

Para la introducción de este periódico se esperaba no solamente un formato novedoso, sino también un nuevo periodismo. Asimismo *La Jornada* quería ser recibido y aceptado por intelectuales, así es como después nacen los suplementos y con ellos las importantes figuras de colaboradores como: Octavio Paz, Carlos Fuentes, Carlos Monsiváis, Carlos Montemayor, Eduardo Galeano, entre otros.

²⁴ García, Cynthia. *Persiste pobre lectura de periódicos*. En: <http://www.elasesor.com.mx/adage2/noticia3.html>

²⁵ Islas, Reyes Laura. *Los diarios ahora. Cuál es el estado de la prensa escrita*. Etcétera (noviembre 2003). En: <http://www.etcetera.com.mx/pag91ne37.asp>

El director fundador de este diario es Carlos Payán Vélver y la directora general es Carmen Lira Saade. Actualmente, cuenta con una página en Internet, en la cual colabora la UNAM y es gratuita.

2.3.2 Reforma

El periódico *Reforma* sale a la venta el 20 de noviembre de 1993. Su director, Alejandro Junco, se propuso generar controversia y polémica entre sus lectores por medio de un diario diferente a los que en ese entonces existían en la Ciudad de México.

Dicho diario pertenece a Grupo Reforma, quien en 1922 con la publicación del periódico *El Sol*, en Monterrey, dio origen a una serie de diarios en el norte del país. La creación de *El Norte*, en 1938; seguida de *Reforma*, en 1993; *Palabra*, en 1997; y *Mural*, en 1998; nos habla de un gran éxito empresarial.

Desde la creación del diario *El Norte*, se rechazaron a las gacetillas (publicidad disfrazada de noticias) y cualquier tipo de subsidio estatal, fue así como los directivos basaron la economía de sus publicaciones en anuncios de empresas privadas al estilo estadounidense.²⁶ En el diario *Reforma* se siguió la misma línea.

“Esa forma de hacer periodismo enmarca la definición de fondo que es, a juzgar por lo que durante casi siete años ha publicado ese rotativo, una oferta impresa hecha no para lectores sino para consumidores de líneas breves que los hagan sentir que están informados”.²⁷

En 1993 Alejandro Junco, director de *El Norte*, pensó en un proyecto para un nuevo diario, para ello se valió de firmas prestigiosas como las de Guadalupe Loeza, Sergio Sarmiento, Miguel Ángel Granados Chapa, entre otros. La misma empresa puso en circulación, en diciembre de 1997 el diario *Metro: Tu transporte a la noticia*, con la idea de satisfacer las exigencias informativas de los lectores capitalinos.

“Cuando Reforma llegó a la Ciudad de México, en 1993, lo hizo con un firme propósito: establecer un nuevo modelo de periodismo nacional; uno basado en independencia, profesionalismo y pluralidad.

“La propuesta informativa venía también acompañada de un concepto comercial e industrial que convergían hacia el mismo vértice fundamental de un periodismo sin ataduras capaz de reflejar los retos de un México en evolución”.²⁸

Su nuevo formato y la agilidad de la información que presentaba, fue poco a poco ganando lectores de clase media y media alta. Otra de sus características es que maneja mucha publicidad misma que algunas veces está por encima de la información. Es claro que los dueños de *Reforma*

²⁶ BENAVIDES, Ledesma José Luis y QUINTERO, Herrera Carlos. *Escribir en prensa*. Redacción informativa e interpretativa. Editorial Alambra Mexicana, México, 1997, p. 25

²⁷ Levario Turcott, Marco. *Diario Reforma: el corazón en los negocios*. Etcétera, 9 de marzo de 1999. En: <http://etcetera.com.mx/pre32.asp>

²⁸ *Monopolio presiona a Reforma*, en *Reforma*, 05 de junio de 2003

tienen una visión empresarial. La economía del diario le permite estar a la vanguardia en cuanto a tecnología.

Este diario presenta algunos rasgos del periodismo anglosajón, ya que convierte a muchas cabezas en títulos telegráficos realmente ininteligibles.²⁹

Un acontecimiento que marcó a este periódico y que sin duda ganó a una considerable cantidad de lectores fue el conflicto que vivió con la Unión de Voceadores y Expendedores de la Ciudad de México, organismo encargado de la venta y distribución de los medios escritos.

“A pocos días de cumplir un año de haber salido a la venta en la capital del país, la Unión dejó de distribuir en la vía pública el periódico propiedad de Alejandro Junco.

“Desde el lunes 31 de octubre, el periódico ya no se localizó fácilmente en los puestos de periódicos de la Unión. El martes primero de noviembre fue imposible conseguirlo en la vía pública”.³⁰

Una de las políticas que siguió el diario *Reforma* desde su momento de creación era circular todos los días del año, esto no agradó al gremio de la Unión de Voceadores, ya que ellos no trabajan en los días festivos, tales como el 20 de noviembre, día en que aparece *Reforma*, la inconformidad no se hizo esperar por parte de la Unión. “Acostumbrada a dictar las reglas para vender publicaciones bajo el amparo del sistema político al que a veces servía como censor encubierto, la asociación civil fundada en 1923 pretendió imponerse: sólo circularían los ejemplares los días que sus afiliados trabajaran y no se podrían tener suscriptores, ya que ese sistema de distribución representaba competencia”.³¹

La respuesta de *Reforma* fue que las firmas más prestigiosas como Miguel Ángel Granados Chapa, Lorenzo Meyer y Germán Dehesa, salieron a las calles a vender el nuevo diario. Esto le valió el apoyo de diferentes medios de comunicación y de un importante sector de la sociedad.

Otra medida que tomó la empresa periodística fue ampliar su panorama de distribución vendiéndose en “los restaurantes Vips, Lynnys, Sansbors en las tabaquerías de los hoteles Cristal, Sheraton, Flamingos Plaza (...)”.³²

Sin embargo, este conflicto duró varios años y fue causa de que este periódico atrajera a un considerable grupo de lectores jóvenes y con ello la publicidad que es el sustento de los medios de comunicación masiva.

Este diario se caracteriza porque intenta capturar a un público lector de todas las edades con información ágil y accesible a través de sus diferentes secciones (Estados, Internacional, Ciudad y Metrópoli, Cultura, Negocios, Aviso de Ocasión, Buena Mesa, Viernes Social, Gente y Deportes (algunas varían dependiendo el día de la semana) y suplementos especiales. Su formato

²⁹ Gurrea, José Antonio C. *Reforma: excesiva influencia del periodismo anglosajón*.

En: <http://www.etcetera.com.mx/pag28ne31.asp>

³⁰ AGUILAR, Gabriela y TERRAZAS, Ana Cecilia. *La prensa en la calle. Los voceadores y la distribución de periódicos y revistas en México*. Editorial Grijalbo, México, 1996, p. 155

³¹ Idem

³² AGUILAR, Gabriela y TERRAZAS, Ana Cecilia. Op. Cit. P. 156

es estándar y su contraportada generalmente contiene publicidad, también tiene más de 200 periodistas y colaboradores; y una importante infraestructura. Su novedosa página en Internet atrae a más lectores. A este diario que edita aproximadamente 90 mil ejemplares se le suele asociar con posiciones pro-empresariales.

2.3.3 El País

El País, periódico español, apareció el 4 de mayo de 1976, a los seis meses de la muerte de Francisco Franco. De ahí la importancia de su nacimiento en un momento tan importante en la historia de España.

Su director en México, Jesús Ceberio, afirma que el diario “tiene la voluntad de defender una transición rápida a un sistema plenamente democrático, y de inscribir a España en el contexto europeo. El periódico se define como liberal en el terreno de la economía y de las costumbres. Nosotros veníamos de un régimen confesional y siempre hemos defendido un Estado aconfesional, donde el poder militar esté sometido a la autoridad civil, que surja de elecciones democráticas”.³³

A mediados de los años noventa se empezó a imprimir en México y surgió el proyecto de salir en Argentina. Una de las ideas de sus dirigentes era poner a este diario a la venta de estos dos países con el fin de llegar a más lectores hispanos. Además, la ubicación geográfica de ambas naciones les permitiría cubrir el continente, por una parte, por su ubicación geográfica y por otra por su cantidad de habitantes. “Desde Buenos Aires, el diario distribuye 10 000 ejemplares por Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Uruguay, Perú y Paraguay”.³⁴

El País imprime sus distintas ediciones en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Lugo, Las Palmas, Burgos, Palma de Mallorca, además de otras cuatro plantas en Alemania, Bélgica, México y Argentina. Además el periódico tiene delegaciones en Washington y Bruselas, y una red de corresponsales en México, Moscú, París, Roma, Londres, Berlín, Lisboa, Jerusalén y Buenos Aires, además de colaboradores en Nueva York, Miami, La Habana, Lima, Guatemala, Santiago de Chile, Río de Janeiro, Caracas, Quito, Managua, Amsterdam, Estocolmo, Ginebra, Viena, Varsovia, Johannesburgo y Rabat.

Su tiraje internacional es de 200 mil ejemplares distribuidos en 50 naciones. Su número de páginas está alrededor de 40, dependiendo del día de la semana. *El País* se imprime en los talleres del diario mexicano *La Prensa* y es distribuido mediante la Unión de Voceadores. La información que maneja es de corte internacional, aunque también presenta noticias locales de España. Podría decirse que su formato es muy parecido al diario *La Jornada*, ya que este último se inspiró en el diario español.

Las secciones que lo integran son: Internacional, Opinión, España, Sociedad, La cultura, Espectáculos, Deportes y Economía, los sábados publica la revista *Babelia*, que contiene información cultural. Los domingos cuenta con los suplementos como: *Domingo*, *Negocios*, y *Pequeño País*. Con el diario se distribuye la revista a color *El País Semanal*, y coleccionables culturales.

³³ Rebossio, Alejandro. *Queremos acercarnos a cada país*. En <http://www.mediomundo.net/mm0302/unomedio.asp>

³⁴ Idem

"El País conectó con un deseo muy profundo de la sociedad española y ahí radica su éxito. Hemos tratado de hacer siempre un ejercicio de la libertad de expresión con todas sus consecuencias. Uno de los momentos en que eso se puso a prueba fue en el intento de golpe del 23 de febrero de 1981. Cuando todavía el Congreso de los Diputados, con el gobierno dentro, estaba ocupado por los golpistas manejados por Tejero y el desenlace era incierto, *El País* sacó a primera hora de esa noche una edición con un titular inusual en primera página que decía 'El País con la Constitución'. Defendemos la democracia, las libertades individuales y los derechos humanos de forma muy radical.

"La edición que está en los kioscos porteños es casi la misma que la española. Sólo se agregan algunos artículos dirigidos con noticias de América en las distintas secciones, como Internacional, Cultura o Economía. "No pretendemos enmascarnos y ser un periódico americano".³⁵

La publicación española que se distribuye en México cuenta con publicidad de nuestro país, aunque la información que se maneja es más de corte internacional. Se encuentra en puestos grandes de periódicos y en tiendas como Sansbors.

A pesar de su importante presencia en América, al diario le falta penetrar más en Europa, donde después de la caída del Muro de Berlín los periódicos se han ensimismado. También han enfrentado dificultades para entrar a un público latinoamericano, ya que la gente se acostumbra más a leer diarios locales y la presencia de un diario extranjero genera más desconfianza.

"Un periódico es un medio muy atado al terreno. Es difícil hacer un desembarco desde fuera con un proyecto de periódico local. En casi todos los países suele haber una cierta resistencia al ingreso puro y duro de un grupo de prensa extranjero, cosa que no se produce en el mundo de la televisión o de la radio".³⁶

2.4. La evolución de la globalización y sus repercusiones con la prensa escrita nacional

Es necesario precisar la transición que se está dando en el capitalismo dentro de nuestro país, ya que el estudio que nos ocupa es averiguar la supraestructura de tres diarios, dos de ellos nacionales, en los apartados anteriores se señaló la historia de éstos. En este espacio se muestran algunas características tanto del Sistema Social como del Sistema de Comunicación dentro de un país en vías de desarrollo como es el nuestro.

México entra en el proceso de la globalización a finales de los años ochenta durante la administración de Miguel de la Madrid Hurtado, quien dio el primer paso a la apertura de la economía nacional mediante privatizaciones y acuerdos internacionales.

³⁵ Rebossio, Alejandro. *Queremos acercarnos a cada país.*

En <http://www.mediomundo.net/mm0302/unomedio.asp>

³⁶ Idem

“(…) en 1986 se gestionó para que el país ingresara al Acuerdo General de Aranceles y Tarifas mejor conocido como el GATT y que actualmente funciona como la Organización Mundial del Comercio”.³⁷

Este fue un suceso importante, pues hizo que México se integrara formalmente al sistema regulado del comercio mundial. Durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari se profundizó más en la apertura de la economía con la abierta privatización de las empresas paraestatales como los bancos, transportes, telecomunicaciones, entre otros. Otro hecho relevante en dicho gobierno fue el impulso que le dio al Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), puesto en vigor el primero de enero de 1994. Durante la administración de Ernesto Zedillo, se siguió la misma línea de las privatizaciones: la apertura de la telefonía y la banca y los acuerdos de libre comercio, en este último rubro, dice Eaton, “se pretendió ampliar los lazos económicos y comerciales del país con otras regiones del mundo para reducir de esta forma la dependencia de México con la economía estadounidense”. (América Central, Sudamérica, Europa y el Medio Oriente se convirtieron en los nuevos socios comerciales de México colocando al país como el campeón mundial del libre comercio).³⁸

Estos esfuerzos colocaron a México dentro de los países que tienen más tratados de libre comercio en el mundo, sin embargo los resultados positivos son poco claros.

Cuando Vicente Fox Quesada asumió la Presidencia se encontró a un país inmerso en el mercado mundial y para julio de 2000 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUEM).

“(…) entre estos acuerdos también están: el Tratado de Libre Comercio con Chile (1999), Los acuerdos de libre comercio con Bolivia, Costa Rica y los socios del Grupo de los Tres (Colombia y Venezuela) firmados en 1995. Después del TLCUEM los acuerdos más recientes son el Acuerdo de Libre Comercio con Israel y el Acuerdo con el Triángulo del Norte de Centroamérica (Guatemala, Honduras y El Salvador) firmados en el 2000”.³⁹ Actualmente se pretende hacer uno más con Japón.

Para el futuro (2005) se piensa concretar el Área de Libre Comercio de las Américas, mejor conocido como ALCA, en el cual se propone que todo el continente Americano se convierta en un área común de libre comercio, algo así como un bloque competitivo ante la Unión Europea y algunos países asiáticos.

Uno de los principales tratados de libre comercio ha sido el TLCAN, una de cuyas características es el libre comercio entre los tres países miembros. Ante dicha situación la desventaja de México es clara con relación en las otras dos naciones, las razones son muchas, para empezar estamos compitiendo con dos países desarrollados y con la primera potencia a nivel mundial, Estados Unidos.

Para apreciar los problemas de la industria de la información en nuestro país sólo basta echar un vistazo a las salas cinematográficas, las cuales se encuentran invadidas por películas provenientes de nuestra nación vecina. Es imposible que las empresas nacionales puedan competir con la

³⁷ Eaton W. David. *México y la globalización*. Editorial Trillas, México, 2001, p. 63

³⁸ *Ibid*, p. 64

³⁹ *Ibid*, p. 66

oferta audiovisual en el mercado mundial. En el campo de la televisión mexicana el panorama no es diferente, sólo dos empresas han podido permanecer y crecer a expensas de la mayoría, me refiero a *Televisa* y *TV Azteca* que han ganado un importante terreno ya sea por medio de fusiones con otros consorcios o con la compra de empresas de comunicación prácticamente en quiebra, de tal suerte que sólo unas cuantas manos obtienen beneficios.

Cabe destacar que la importante presencia de productos comunicativos estadounidenses en el mercado nacional ha traído como consecuencia una nueva forma de pensamiento en la sociedad mexicana y con ello el cambio en los contenidos de los medios (supraestructura), es decir, el Sistema de Referencia está sufriendo modificaciones, que tienen que ser plasmados en los datos que presenta el Sistema de Comunicación Institucional.

Por otra parte, el TLCAN es sólo una prueba de que estamos entrando al proceso de la globalización, el cual es ayudado o conducido por los avances tecnológicos. Con la entrada de la Internet ha sido posible consumir más productos comunicativos a gran escala provenientes principalmente de Estados Unidos. Pero no sólo en este medio se observa esto, sino también en la televisión, la cual tiene mayor alcance debido a su bajo costo, por otra parte, como menciona Martín Serrano este medio de comunicación presenta imágenes que de cierta manera son universales, se explican por sí mismas y en las cuales el discurso del profesional de comunicación suena redundante, en esta medida los productos comunicativos que aporta dicho medio pueden penetrar a un mayor auditorio.

En el plano económico las empresas se encuentran ante un panorama mucho más competitivo, lo que las ha orillado a cambiar sus estrategias de competencia. La prensa escrita ya no rivaliza solamente con la radio o la televisión, ahora existe también la Internet, que incluye: audio, texto e imagen en un solo espacio. Esto ha orillado a los periódicos a generar importantes cambios en su estructura; es así como existe más publicidad; la información es cada vez más breve; hay varios textos cortos para atraer la atención del lector e informar rápidamente; se incluyen fotografías llamativas y de ser posible las páginas son a color, entre otros.

Sin embargo, varias empresas de comunicación no pudieron o no supieron caminar a la par con los cambios en el Sistema Social, lo que las obligó a cerrar sus puertas. Cuando Vicente Fox hizo un recorte importante del presupuesto destinado a la publicidad de la prensa, varios diarios no pudieron subsistir. Pero, hubo algunos periódicos como *Reforma* que adoptó el sistema de las empresas norteamericanas, basado en subsidio de anunciantes privados y no sufrió daños significativos.

En la actualidad a menudo se habla de una revolución tecnológica o de la era digital. Y es que con el arribo de las nuevas tecnologías, sobre todo en el campo de la computación, el mundo del trabajo se transforma es así como los periodistas de ahora deben saber manejar las nuevas tecnologías. Su capacitación ya no es igual a la de hace veinte años, ahora deben informar al mismo momento que se genera la noticia, de tal suerte que no les da tiempo de analizar el hecho sino, sólo de narrarlo, volviendo redundante su relato, ya que las imágenes hablan por sí mismas, en esta medida la fuerza de trabajo se especializa. El periodista de ahora ya no puede abarcar todo, sino sólo centrarse a un área de donde puede sacar una infinidad de temas.

Asimismo la revolución informática pone en manos de los dueños del poder una capacidad excepcional de formar e informar. El arribo de nuevas tecnologías, característica de la globalización, obliga a la prensa escrita a comprar maquinaria, y a entrar en lo que exigen los

nuevos cambios, así pues, los periódicos deben tener una página en Internet, aunque algunas veces sea puramente su versión impresa, y no se exploten las características que ofrece el nuevo medio de comunicación.

En este panorama, los diarios nacionales que nos ocupan *Reforma* y *La Jornada*, han dado batalla a dichos cambios, ambos periódicos cuentan con una página en Internet, son empresas sólidas, y hasta cierto punto exitosas, tal es el caso de *Reforma*.

A *La Jornada* y *Reforma* les ha tocado vivir cambios importantes en el Sistema Social tales como la entrada de un nuevo partido al poder (Partido Acción Nacional), después de setenta años bajo gobiernos priístas. Esta sustitución de partidos trajo consigo algunas medidas nuevas con el Sistema de Comunicación Institucional, tales como la sensible reducción de la publicidad, que en realidad se venía dando desde los años noventa, pero se vio más acentuada a raíz del presente siglo. Este cambio en el Sistema Social tomó por sorpresa al Sistema de Comunicación Institucional, ya que algunos diarios se quedaron en el intento por atraer publicidad de empresas privadas.

Una de las consecuencias sociales que trajo consigo la globalización fue el aumento de la migración en el campo, ya que la falta de oportunidades laborales obliga a la población a desplazarse a las grandes urbes, esto hecho debilita los lazos nacionales. Además, la libre competencia de empresas mexicanas con extranjeras pone a las de nuestro país en clara desventaja, pues la gran mayoría no cuenta con la infraestructura adecuada para hacer frente a esta competencia desleal y lo mismo debe estar pasando con las empresas de comunicación.

Además, dice David W. Eaton, 2000, la desigualdad económica social y tecnológica que ha aumentado entre los pueblos es considerada como el principal problema que la globalización ha ocasionado.

Para competir con ese mercado o con los cambios del Sistema Social, el Sistema de Comunicación debe modificar sus contenidos, su maquinaria y su organización. Sin embargo, estos ajustes, como se mencionó en el capítulo uno se van a dar en un tiempo más o menos largo.

2.5 La occidentalización y sus implicaciones en la supraestructura de ambos sistemas.

Al hablar de la occidentalización del mundo nos referimos a una forma de pensamiento, proveniente de Estados Unidos y Europa, que poco a poco se está expandiendo por todo el mundo. Este proceso se desarrolla en los campos político, cultural, económico y social de cualquier país, imponiendo su estilo particular de hacer las cosas.

La occidentalización es la propagación de la cultura de los países dominantes (Holanda, Inglaterra, Francia, Alemania, Bélgica, Italia, Estados Unidos y otras naciones) en todo el planeta. Se caracteriza por seguir modelos, formas de vida, de pensamiento y de trabajo afines, de tal manera que en el mundo rigen los principios de libertad, igualdad, consumismo, racionalidad, entre otros; éstos son los lineamientos marcados por el capitalismo que se globalizan, es como un proceso civilizador que se impone en cualquier forma de vida.

Pero, no debemos olvidar que la occidentalización del mundo no se desarrolla tranquilamente, ya que junto con ella se desenvuelven otras culturas de diversos países que están dentro del fenómeno denominado globalización e influyen y fluyen de manera importante en las culturas occidentales. Así pues, si la música pop o el idioma inglés se extienden por todo el planeta, el reggae, que proviene de África, ha podido penetrar en países occidentales. Pero a pesar de esto la cultura occidental está por encima de las demás.

Anteriormente ya habíamos hablado de la supraestructura, la cual se entiende como los conocimientos creencias y valores. Pero también se dijo que este nivel es muy diferente en el Sistema Social y en el de Comunicación, ya que este último es una visión de lo que acontece en el Sistema de Referencia y que está propuesto en las narraciones.

En este panorama los medios de comunicación van a ser los encargados de difundir las ideas de la occidentalización a lo largo y ancho del globo de acuerdo a ciertos lineamientos o intereses.

“Cada medio se ocupa de unos u otros referentes, dedicándoles mayor o menor atención, eligiendo unas u otras fuentes de información. Acota los aconteceres en un marco temporal, que pueden estar abiertos a los antecedentes y las consecuencias de los sucesos, o ceñirse a una referencia en el presente. Sitúa lo que acontece en un *marco espacial* cuando delimita los espacios (físicos, geopolíticos, sociopolíticos) donde suceden las cosas que se narran”.⁴⁰

“Los medios de comunicación de masas intervienen en la selección del acontecer público median una representación institucionalizada y objetivada de lo que acontece, realizando una tarea mitificadora y ritualizadora”.⁴¹

El anterior planteamiento de Martín Serrano expone claramente una de las funciones o actividades de los medios de comunicación de masas. Ellos seleccionan de todo el universo de referentes que nos rodea, lo que les interesa y lo ordenan de tal forma que pueda ser presentado con facilidad al receptor. Pero, además ponen a los aconteceres en un marco temporal y espacial y le dedican la atención que consideran pertinente para cada uno presentando a los receptores un producto comunicativo bien definido.

Cabe destacar que esta occidentalización de la que se habla está dentro del Sistema Social, y que es una de sus variantes, en cierta medida nos situamos en el plano supraestructural del SS, ya que nos referimos a un modo de pensamiento “occidental que se expande a nivel mundial con la ayuda de la industria cultural y con la expansión de los medios de comunicación de masas.

Un claro ejemplo de esta occidentalización del mundo, dice Octavio Ianni, es la expansión del idioma inglés por casi todo el planeta.

“El inglés se difundió como ningún otro idioma anteriormente, hasta convertirse en el idioma del mundo. Dejó atrás a sus posibles competidores (...) Toda imagen que se tiene del mundo del consumo de masas, del comercio y de la comunicación internacionales, de las artes populares, del conflicto generacional, de la tecnocracia, se encuentra impregnada de referencias y hábitos lingüísticos ingleses y anglo-norteamericanos”.⁴²

⁴⁰ MARTÍN Serrano, Manuel. Op. cit. p142

⁴¹ Ibid, p.137

⁴² IANNI, Octavio. *La sociedad global*. Siglo veintiuno editores, México, ESPAÑA, 1998, p. 48

En la medida que la industria cultural empieza a expandirse con la ayuda de los MCM, así lo hará también el pensamiento occidental que es lo que impera en el Sistema de Referencia. Ese pensamiento del que se habla es de la internacionalización de los valores de la inteligencia occidental, es decir, la cultura mundial de los negocios y la expansión de la cultura popular.

“Los que participan de esta cultura saben operar computadoras, teléfonos celulares, horarios de las aerolíneas, tipos de cambio. Todos ellos se visten igual, se relacionan con la misma informalidad amigable, descargan sus tensiones de manera similar y, sobre todo, interactúan en inglés”.⁴³

Actualmente, el hecho de poseer aparatos tecnológicos “de punta” se ha convertido en una necesidad. Las tecnologías, la informática y la cibernética, forman también parte de las exigencias de la globalización. La meta ahora es contar con una computadora y con el servicio de Internet, porque es lo que exige el mercado. Así pues, surge la necesidad de modificar la infraestructura en las escuelas de educación básica y con ello los planes de estudio con la finalidad de educar seres competitivos para el mercado laboral.

Asimismo parece que la única opción es ser receptivo a las nuevas tecnologías, seguir la línea del consumismo a través de nombres de empresas ya conocidas por casi todos los habitantes del planeta tales como: McDonalds, Coca Cola, DirecTV, Carrefour, Dominos, entre otros.

Los valores que predominan en este mundo globalizado son el individualismo, el consumismo, un marcado abandono del compromiso social, político y moral y una tendencia por obtener el éxito y triunfo personal. Además hay una pérdida de sensibilidad ante la violencia, y tal pareciera que una promoción a la agresividad y el odio expresado en varios programas televisivos y en música dedicada a jóvenes.

La búsqueda constante del éxito, de la eficacia, la productividad, del abandono colectivo del compromiso y la búsqueda individual o corporativista del bienestar, son sinónimo actualmente de felicidad.

Otra de las características es que el tiempo cambia, es decir, la gente tiene cada vez menos oportunidad para pensar o reflexionar, debido a las múltiples actividades que debe realizar a lo largo del día. En esta medida la forma más rápida para informarse es por medio de la televisión, pues no implica mayor esfuerzo, en cambio el hecho de leer un periódico o una revista, requiere de mayor atención, concentración y por lo tanto de más tiempo.

Uno de los motores de la globalización son las ganancias económicas y en esta medida los textos expuestos por la prensa deben vender, ya sea con la promoción de un concierto o a través de la venta de algún título literario, es decir, los relatos de los periódicos traen incluida ya la publicidad.

Es importante destacar que algunos productos nacionales logran permanecer al lado de los extranjeros y se van a integrar como parte de la cultura de nuestro país, tal es el caso de las

⁴³ LAREDO Sánchez, Fernando. et al. *Op. cit.* p.98

hamburguesa o hot dog, los cuales conviven con los tradicionales “taquitos”, que no han podido ser reemplazados.

La música es uno de los campos donde más se manifiesta la occidentalización. Así pues, algunas veces se escuchan más títulos estadounidenses que mexicanos en determinados sitios como las discotecas. En la literatura también sucede, en cierta manera, un ejemplo muy claro es el libro titulado Harry Potter, que ha tenido gran popularidad entre los niños ya no sólo de México, sino de todo el mundo.

Los valores presentados anteriormente son sólo una parte de todos aquellos que conforman al Sistema Social, sin embargo son representativos para la presente investigación y servirán de base para la interpretación de los datos que arroje el análisis de contenido, que se abordará en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 3

LA METODOLOGÍA

En el primer capítulo de esta tesis se explicaron los elementos teóricos que dan sustento al análisis de los diarios: *La Jornada, Reforma y El País*. En el capítulo segundo se desarrolló el contexto actual del Sistema Social; así como la historia de cada uno de los periódicos estudiados. Los planteamientos metodológicos-técnicos quedan descritos en el presente apartado, los cuales se aplicarán a datos procedentes de la prensa nacional e internacional, para analizar en ellos la supraestructura. La técnica empleada para el estudio es el análisis de contenido propuesto por Klaus Krippendorff (1990).

3.1 El análisis de contenido

“El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto”.¹

Desglosando la definición anterior podemos decir que el análisis de contenido aborda a los datos no sólo como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos y en esta medida los mensajes no tienen un único significado, sino presentan una multiplicidad de ellos. Este hecho, según Krippendorff, debe ser tomado en cuenta por los investigadores puesto que cada uno puede mirarlo desde diferentes ángulos.

Además de ser una técnica cuantitativa, el análisis de contenido es en esencia cualitativo, puesto que dentro de todo un universo de datos ordenados y cuantificados, el investigador interpreta la ausencia o presencia de los mismos mediante las inferencias. “Exigimos que el análisis de contenido sea predictivo de algo en principio observable que facilite la toma de decisiones o que contribuya a conceptualizar la porción de la realidad que dio origen al texto analizado”.²

Otra característica de la técnica de investigación es que debe ser fiable en la medida que es reproducible, esto quiere decir que si algún investigador en otro tiempo aplica la misma técnica a los mismos datos, los resultados deben ser los mismos que se obtuvieron originalmente y en esta medida el análisis de contenido está siendo reproducible.

“En su sentido más elemental, los datos son estímulos físicos o vehículos-signos, como las marcas negras sobre un papel blanco. Sin embargo, el interés por el significado parte casi siempre de niveles superiores de abstracción, como documentos escritos, películas cinematográficas (...). El contexto es su medio”.³

¹ KRIPPENDORF, Klaus. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona, Paidós, 1990, p 28

² Ibid, p. 32

³ Ibid, p. 32

Cabe destacar que el análisis de contenido debe interesarse por dos espacios de la realidad: la realidad de los datos y la realidad de lo que el investigador quiere conocer, y en esta medida el contexto estará delimitado.

3.1.1 Elementos del análisis de contenido

Unidades de análisis

Para poder llevar a cabo un análisis de contenido es necesario identificar cada una de las unidades de análisis, Krippendorff nos habla de tres: unidades de muestreo, registro y contexto. Su definición servirá para comprender la función que desempeñan cada una.

“Las unidades de muestreo interesan para el muestreo y sirven de base para los estudios de tipo estadístico. Las unidades de registro, en su conjunto, son portadoras de la información dentro de las unidades de muestreo y sirven de base para el análisis. Y las unidades de contexto se refieren al proceso de descripción de las unidades de registro”.⁴

El párrafo anterior muestra de forma resumida la función de las unidades de análisis. A continuación se definirá a cada una:

◆ *Unidades de muestreo*

Las unidades de muestreo son aquellas porciones de la realidad observada, o de la secuencia de expresiones de la lengua fuente que se consideran independientes unas de otras. Esto quiere decir que aquella parte simbólica que se toma de la realidad (para el estudio) debe ser representativa de la misma, ya que a partir de ella podremos hacer generalizaciones.

Además, las unidades de muestreo que se seleccionen deben ser independientes de las demás, de tal forma que la inclusión o exclusión de alguna de ellas no afecte el análisis final, ya que de no ser independientes, en el momento del conteo sus frecuencias carecerían de significado.

En esta medida el analista debe diferenciar el material relevante del que no lo es, de tal manera que esa parte de la realidad a analizar proporcione datos necesarios para realizar generalizaciones. Krippendorff propone varios planes de muestreo para obtener una muestra representativa de la población a estudiar.

- a) Muestra aleatoria: nos sirve para obtener las unidades de muestreo –en caso de no tener un conocimiento previo sobre el fenómeno que se investigará– elaborando un listado y eligiendo al azar (dados, ruleta, etc.) a una unidad.
- b) Muestras estratificadas: dentro de una población de datos existen estratos, es decir, una subpoblación, de tal suerte que cada unidad de muestreo pertenece sólo a un estrato. Por ejemplo: los periódicos son estratificados según la zona geográfica, la frecuencia de distribución, etc.

⁴ KRIPPENDORF, Klaus. Op.cit., p. 87

- c) Muestreo sistemático: después de haber seleccionado una unidad de una lista en la muestra se debe seguir una secuencia, por ejemplo en el caso de publicaciones periódicas se recomienda que sea cada cinco números que se realice el análisis.
- d) Muestreo por conglomerados: este tipo de muestra utiliza como unidades muestrales grupos de elementos que presentan designaciones y límites naturales (por ejemplo: publicaciones regulares, noticias diarias, libros, páginas o partes destinadas a la publicidad, etc.) por lo que se concluyen todos sus elementos.
- e) Muestreo de probabilidad variable: se asignan las probabilidades de inclusión en la muestra de cada unidad de acuerdo con algún criterio a priori. El procedimiento más común es el submuestreo en el que las unidades se asignan de acuerdo con el tamaño, lo que da lugar a las que suelen denominarse muestras proporcionales.
- f) Muestreo en etapas múltiples: es cuando se recurre a más de un procedimiento de muestreo.

◆ Unidades de registro

Siguiendo a nuestro autor diremos que las unidades de registro pueden considerarse partes de una unidad de muestreo que es posible analizar de forma aislada. Puede ser la parte más pequeña del contenido (por ejemplo: las palabras), o bien, una oración o un texto completo de tal forma que puedan ser analizadas de manera individual, pero sin dejar atrás el contexto. La unidad de registro, es pues, una porción del texto donde se detecta una referencia.

En tanto las unidades de muestreo son físicas, las de registro son el resultado de un trabajo descriptivo. Podría decirse que las primeras son más amplias y su división se sucede de manera natural, mientras que las segundas requieren de un grado más de concentración para poderlas dividir.

◆ Unidades de contexto

Las unidades de contexto fijan límites a la información contextual que puede incorporarse a la descripción de una unidad de registro. Demarcan aquella porción del material simbólico que debe examinarse para caracterizar la unidad de registro. Las unidades de contexto no necesitan ser independientes y pueden contener varias unidades de registro.

El analista debe tener presente la realidad que rodea a los datos y lo que él quiere conocer de ellos. Las unidades de contexto abarcan a las de registro y son necesarias para su descripción.

Krippendorff señala que para fijar estas unidades, diferentes análisis de contenido emplean varios procedimientos que se enuncian a continuación:

Unidades físicas: son naturales, generalmente el límite de mensajes que contienen coincide con el límite del medio por el cual se transmite. Puede ser un periódico, un artículo, un libro, un discurso, etc. Las unidades físicas dividen un medio de acuerdo con el tiempo, la longitud, el tamaño o el volumen y no de acuerdo con la información que transmiten.

Unidades sintácticas: las unidades y elementos sintácticos son naturales en relación con la gramática de un determinado medio de comunicación. No exigen emitir juicios sobre el

significado. Estas unidades son más naturales que las físicas porque utilizan distinciones establecidas por la propia fuente. Las unidades de contexto a menudo se definen de este modo.

Unidades Referenciales: las unidades pueden definirse a partir de determinados objetos, sucesos, personas, actos, países o ideas a los que se refiere una expresión. Es cuando se designa a una sola cosa con varios nombres. Estas unidades son las preferidas para la definición de las unidades de muestreo y de registro.

Las unidades referenciales son indispensables cuando se trata de cerciorarse del modo en que se describe un fenómeno existente. Si se pretende inferir las actitudes, preferencias y creencias de los autores, se requieren designaciones referenciales de los objetos actitudinales de interés.

Unidades proposicionales: requieren un grado considerable de familiaridad con la sintaxis, la semántica y la lógica del lenguaje fuente así como con ciertas transformaciones lingüísticas, como la reformulación de las frases, su realización, su descontextualización y la determinación de los núcleos de significado.

Unidades temáticas: las unidades temáticas se caracterizan por su correspondencia con una definición estructural particular del contenido de los relatos, explicaciones o interpretaciones. Se distinguen entre sí sobre bases conceptuales y del resto del material irrelevante por poseer las propiedades estructurales deseadas.

3.2 Construcción del instrumento de análisis

El material que se eligió para la investigación fue la prensa escrita de la cual se analizaron tres diarios (dos nacionales y uno internacional): *La Jornada*, *Reforma* y *El País*. El periodo que se analiza abarca el año 2003 por ser lo más actual posible para el desarrollo de este trabajo.

Se estudia únicamente a la información que hace referencia al campo de la música y la literatura en la sección *cultural* de los tres diarios. Esto obedece a razones de delimitación del campo de estudio. Se eligió a dicha sección porque es donde se disemina el quehacer cultural y donde se pueden encontrar ideas, valores, normas o creencias que sean un indicador de la visión que se tiene de la globalización. Además la música y la literatura son géneros que tienen una importante penetración en el público, sobre todo el primero, pues se consume en mayor medida.

A continuación se enuncian los criterios que se tomaron para la selección del universo que se estudia:

- a) *El muestreo en etapas múltiples* fue el que mejor se acopló a la investigación, ya que se requirió de más de un método de muestreo (el sistemático y el de probabilidad variable), se eligieron dos diarios nacionales: *La Jornada* y *Reforma* debido a su notable penetración en el mercado nacional (el tiraje de *La Jornada*, en mayo de 2003, fue de 106,400 ejemplares; *Reforma* editó 146,883 mil), a su alcance geográfico en nuestro país y a la significativa cantidad de lectores con que cuentan, además de ser periódicos que tiene una gran presencia dentro de los medios nacionales. De los diarios extranjeros se eligió a *El País* (su tiraje, en noviembre de 2003, fue de 433 mil 617) debido a su importante presencia en el público hispano y principalmente en el mexicano, además de ser uno de

los periódicos que goza de gran a nivel mundial, ya que se encuentra entre los diarios más exitosos a nivel mundial.

- b) Para disminuir el tamaño de la muestra se procedió a dividirla en mitades saltando los meses de tal forma que quedaron sólo seis de ellos (enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre). Una vez hecho esto se analizó a los diarios con una separación de cinco días de tal suerte que el total de periódicos fue de 126 ejemplares (42 por cada medio).
- c) Finalmente la comparación de los periódicos nacionales con el internacional proporcionará datos para valorar la supraestructura y así conocer sus estrategias de competencia en un mundo globalizado.

3.2.1 Código de análisis

El instrumento de análisis que se presenta a continuación tiene como finalidad constatar los cambios que se están dando en los productos comunicativos de la prensa, si es que los hay, en el contexto de la globalización.

Un estudio de la *mediación cognitiva*⁵ permitirá conocer la selección y el tratamiento de los datos de referencia y de los valores de referencia que se manejan en la prensa. Otro estudio de la *mediación estructural*⁶ proporcionará datos en la elaboración de los productos comunicativos.

La construcción del código de análisis que se realizó, para llegar a los anteriores fines, está integrada por una lista organizada de variables, cada una de las cuales está dentro de una categoría para su identificación. La selección se hizo mediante la operacionalización de los conceptos: globalización, occidentalización, literatura y música. Una vez que se realizó esto se procedió a su organización.

A cada variable se le asignaron valores u opciones que contienen una clave para su codificación. Cabe destacar que algunas de éstas aceptan más de una opción.

Los procedimientos que se tomaron en cuenta para su elaboración son los siguientes:

- Definición de las variables
- Decisión de las opciones que abarcarían

A continuación se explica a las variables que se consideraron y la manera en que se registraron las opciones de cada una de ellas.

⁵ El conflicto entre el cambio del acontecer y la reproducción de las normas sociales. La mediación cognitiva está orientada a lograr que eso que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias, aunque para proporcionarle dicho lugar sea preciso transformar esa concepción del mundo.

⁶ El conflicto entre la apertura del medio al acontecer imprevisto y su cerramiento en una forma comunicativa. La mediación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas que cada medio produce. (MARTIN Serrano, Manuel. Op. cit. p:131)

3.2.2 Determinación de las variables y su explicación

A. VARIABLES FÍSICAS

Las variables físicas sirvieron para identificar el lugar donde se ubica la información dentro del diario, así como la forma y el tamaño como se presenta. Su importancia radica en que por medio de ellas podremos identificar la mediación estructural, para distinguir los rasgos rituales de la comunicación en la prensa diaria.

1. Ubicación de la información: la posición que ocupa la información dentro de un periódico indicará la trascendencia y jerarquía que se le otorga a cierta noticia. La jerarquización de la información es algo que se realiza cotidianamente, así pues, una nota que se encuentre en la portada será más importante, para los criterios del editor, que una que se ubique en la contraportada.

1. Primera plana 2. Contraportada 3. Página principal en la sección cultural 4. Segunda página en la sección cultural 5. Otra página en la sección 6. Suplemento

2. Ubicación de la información interior: identificar el número de la página ayudará a determinar la manera de jerarquizar la información, así una nota que aparezca en una página non será más importante que la que se ubique en una página par.

1. Página par 2. Página non

3. Tamaño que se le asigna a la información: el tamaño que se le asigna a una información dentro de un diario tiene que ver con varias razones como son: el tipo de información (nota, entrevista, reportaje, etc.) o con el tema. Los parámetros tomados para la medición de los relatos es la siguiente:

1. 1/64 de página 2. 1/32 de página 3. 1/16 de página 4. 1/8 de página 5. ¼ de página 6. 1/3 de página 7. ½ de página 8. 1 página 9. 1 1/2 página 10. Más de página y media 11. Otro

4. Forma de presentar la nota: se refiere al género periodístico, con esta variable evaluaremos la forma en que los autores presentaron la información. Cabe destacar que se incluyen los géneros informativos y los de opinión.

1. *Nota informativa:* es un género expositivo donde se habla de un hecho presentado explícita o implícitamente como verdadero, nuevo, importante y de interés general. Puede ser un hecho probable o consumado. Susana González Reyna (1991), define noticia como todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista será de gran trascendencia y de interés general. Dicho género periodístico responde a las preguntas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué? La estructura de la nota va en orden decreciente, como el de una pirámide invertida, de tal forma que en la entrada se escriben los detalles más importantes, en el cuerpo se encuentran más elementos del hecho.

Cabe mencionar que a este género periodístico en el diario *El País* se le conoce como género seco o informativo puro, que se entiende como el punto cero de interpretación y no se firma nunca. "Es el texto de la despersonalización máxima, cosa que es imposible puesto que siempre estamos interpretando. El periodista carece de toda propiedad sobre el texto y no ha tenido ninguna participación en la consecución de los datos. Se limita a trabajar con material de agencias o fuentes indirectas". Es decir que el profesional de la

comunicación debe escribir con una voz no prestada por el coro universal de los lugares comunes, pero tampoco que se distinga con los giros personales que sólo corresponderían a un texto firmado.⁷

2. *Reportaje*; se trata de un género narrativo en él se encuentran la crónica, la noticia o la entrevista por lo que requiere de una amplia investigación, ya que existe la interpretación del suceso. El reportaje consta de una entrada donde se relata lo más importante del suceso, para llamar la atención del lector; en el cuerpo se relatan los hechos sin que decaiga en interés del lector y por último la conclusión donde se destaca la idea central o tema central del reportaje. El estilo de este género periodístico se identifica por un lenguaje informativo y expresivo con una narración fluida. Para Vicente Leñero, 1986, en el reportaje se impone el estilo directo y puro. Lo que indica que se narra sin comentario alguno, es decir, sin editorializar.
3. *Crónica*; se trata de una noticia concreta donde se relatan hechos que no necesariamente están ordenados cronológicamente, sino de la relación de incidentes relevantes del mismo, dentro de una sucesión ordenada. Es un género narrativo con apoyo descriptivo, es una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos actuales. Para Susana González Reyna (1991) la extensión de la crónica no es fija, ya que tiene variaciones y su límite puede determinarse por el espacio que le otorgue el periódico. La estructura de la crónica es sencilla consta de la entrada (fuerte y atractiva), el cuerpo (incluye relatos que describen al hecho) y la conclusión. El estilo requiere de un lenguaje sencillo y agradable.
4. *Editorial*; texto sin firma en el que se expresa la opinión del editor, del director o de la redacción de un hecho, dato, tema o problema de la actualidad. Su propósito es mostrar la postura del periódico sobre el suceso más importante del día. El fin del editorial es informar al lector sobre la posición del medio o buscar un acuerdo opinativo con los lectores. Los editoriales son de tipo político, económico y social. Susana González Reyna (1991) clasifica a los editoriales de la siguiente manera: informativo, explicativo, interpretativo, polémico, exhortativo, de campaña, persuasivo y de interés humano. La estructura del editorial es variable depende del tema y del fin que se busque; lo integran un encabezado que indica el tema; el cuerpo donde se encuentran la exposición del tema y los comentarios y la combinación de los comentarios con la conclusión.
5. *Columna*; género de opinión que tiene una frecuencia determina, un título, un nombre y tipografía fijos. Interpreta, analiza, valora y orienta al público respecto de sucesos noticiosos diversos. Tiene un carácter personal y emotivo, es de menos formalidad que el artículo de opinión. Los temas son variados y el columnista puede defender o atacar una idea, alabar o censurar el comportamiento de individuos y de los grupos sociales. Consta de una entrada, desarrollo -donde se incluyen los comentarios- y la conclusión. Se puede mezclar la información y los comentarios. La siguiente clasificación corresponde a Susana González Reyna (1991): columna de opinión, de información, humorística, de personalidades la columna revoltillo.
6. *Artículo de opinión*; para Vicente Leñero, 1986, el artículo es el género que utiliza el periodista para expresar sus ideas, opiniones, juicios o puntos de vista sobre noticias o temas de interés público. También se le llama artículo de fondo, es un género opinativo

⁷ *El Blanco Móvil: Taller de periodismo*. En: <http://www.fnpi.org/biblioteca/relatorias/blancomovil/4.asp>

referido a un tema de actualidad variable, que expresa el punto de vista de quien firma. Es un género periodístico que de manera personal informa e interpreta los acontecimientos y establece alguna tesis o doctrina. Los temas pueden ser de tipo social, económico, político, económico, religioso, cultural, etc.. Los artículos pueden ser de comentario o de crítica. El articulista comenta, valora, toma partido o rechaza la información. La estructura del artículo no es rígida. No se somete a las normas establecidas para los géneros periodísticos.

7. *Reseña*; implica una narración ordenada del desarrollo de una expresión artística o de comunicación. Excluye juicios de valor. Generalmente se reseñan libros, cuadros, discos musicales o películas cinematográficas. El autor presenta datos relevantes de la obra artística acompañados de un breve resumen.
8. *Híbrido*; es una mezcla de dos o más géneros periodísticos. Combinando componentes propios de los géneros informativos con otros utilizados en los géneros de opinión.
10. *No identificables*; cuando no se les pueda ubicar dentro de alguno de los géneros antes mencionados.

5. **Paratexto**: son las imágenes que acompañan a los textos, muchas veces sirven para reforzar a los datos que se exponen, pero también pueden ser independientes del relato y presentar temas por sí mismas.

1. Fotografía 2. Caricatura 3. Infografía 4. Sin imagen

B. VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN

Se refieren a la procedencia de la información, a los sectores a quienes se dirige y al autor del relato. Al igual que las variables físicas ayudarán para definir la mediación estructural.

1. **Origen de la nota**: tiene que ver con el lugar de dónde se genera la información, ya sea en el país al cual pertenece el diario, un extranjero, o bien a un Estado o localidad de una nación.

1. *Local*: cuando se hable de un estado o localidad.

2. *Nacional*; cuando se refiera a un país.

3. *Extranjero*; si trata de un lugar extranjero.

4. *No se identifica*

2. **Autor de la información**: se refiere a la persona que escribe la nota. Esta variable ayudará a cuantificar las notas que se generan en la redacción de un periódico y las que provienen de agencias informativas u otra fuente.

1. Reportero 2. Articulista 3. Columnista 4. Corresponsal 5. Agencia informativa 6. Boletín de prensa 7. Otros

3. **Espacio de dónde se obtuvo la información**: se refiere al espacio dónde suceden las cosas que se narran.

1. Auditorio 2. Conferencia 3. Festival nacional 4. Festival internacional 4. Debates 5. Feria 6. Certamen 7. Otro 8. No se especifica

4. Agencia informativa: esta variable servirá para identificar qué agencia informativa es la que predomina para la obtención de la información en caso de que ésta no se genere en la redacción del diario.

1. AP (Associated Press, de Estados Unidos)
2. AFP (Agence France Presse, de Francia)
3. Notimex (de México)
4. EFE (de España)
5. ITAR-TAS (de Rusia)
6. Reuter (de Inglaterra)
7. Otra

5. Sectores a los que se dirige la comunicación: el relato de los diarios permitirá identificar los sectores a los que se dirige la información, puede ser que la mención de éstos esté explícita o implícita en el texto.

1. Intelectuales
2. Estudiantes
3. Amas de casa
4. Mujeres
5. Hombres
6. Obreros
7. Empresarios
8. Jóvenes
9. Campesinos
10. Lectores
11. Otros
12. No se identifica

C. VARIABLES DE LOS PERSONAJES DEL RELATO

Son las características que presenta el relato de los personajes que menciona, pueden ser físicas, morales, etc., así como los objetivos que persiguen. La conducta de los personajes indica la existencia de normas para pautar la forma en que el personaje desempeña su rol.

1. Agentes del relato: puede ser un individuo, institución o grupo que sea el referente en la nota, ya que es quien proporciona la información. Se va a considerar nacional cuando su nacionalidad es la misma que la del diario que publica la información y extranjero cuando corresponde a cualquier otra parte del mundo.

1. Individuo nacional
2. Individuo extranjero
3. Gobierno nacional
4. Gobierno extranjero
5. Grupo nacional
6. Grupo extranjero
7. Institución nacional
8. Institución extranjera
9. Organización no gubernamental nacional
10. Organización no gubernamental extranjero
11. Otros

2. Objetivos de los personajes del relato: por medio de esta variable nos daremos cuenta de cuáles son las metas de los personajes.

1. Personales

a. tener éxito; progreso individual en el trabajo, en el medio social y material. *b. ser eficaz;* cuando se logra hacer efectivo un intento o propósito.

c. ser dinámico; capaz de desarrollar cualquier actividad.

d. superarse; tratar de ser mejor cada día.

e. ser competitivo; tener la capacidad suficiente para lograr sus objetivos.

f. ser productivo; crear cosas útiles.

g. ser reconocido; mérito o talento de una persona o grupo que se aprecia.

h. capturar premios; búsqueda de reconocimientos, ya sea materiales o simbólicos.

i. tener fama; reúne las orientaciones hacia el poder, la alabanza, la victoria competitiva, la estima social.

j. otro

2. Grupales

a. obstrucción; impedir la acción de otros agentes.

- b. *indiferencia*: frialdad o tibieza sobre alguna persona o cosa. Carencia de preocupación o interés por algo.
- c. *triunfo*; la búsqueda por la victoria
- d. *otro*

3. Materiales

- a. *ganancias económicas*
- b. *expansión de industrias*
- c. *contar con avances tecnológicos*

4. Otro

3. Actos que realiza el personaje para lograr los objetivos: esta variable servirá para conocer el comportamiento de los personajes para lograr un fin.

1. Ventas 2. Difusión 3. Privatización 4. Integración 5. Técnicas de mercadeo 6. Publicidad
7. Cambio de imagen 8. Corrupción 9. Otra

4. Atributos o características de los personajes: la mención de las características de los personajes (físicas o de personalidad) servirá para conocer los estereotipos que maneja la prensa acerca de los comunicantes.

1. Físicos

1a) *positivos*

1.1a. atractivo

1.2a. Jovial

1.3a Elegante

1b) *negativos*

1.1b. poco atractivos

1.2b. viejo

1c) *no identificables*

2. Personalidad

2a) *Positivos*

2.1a. inteligente

2.2a. talentoso

2.3a. tolerante

2b) *negativos*

2.1b. autoritario

2.2b. corrupto

2.3b. intolerante

3. Otro

5. Cómo evalúa el medio a los personajes: las conductas o ideas de los personajes, así como sus actos pueden estar aprobados o desaprobados por aquellos que escriben el relato. Esto indicará la representación que busca dar la prensa.

1. Elogio 2. Crítica 3. Minimización 4. Neutral 5. Otro

6. Nacionalidad de los actores extranjeros: esta variable ayudará a identificar qué región tiene una mayor participación en el acontecer del que se da noticia.

1. Norteamericana
2. Centroamericana
3. Sudamericana
4. Europea
5. Asiático
6. Países árabes
7. Otro

7. Instrumentos materiales presentes en la información: el uso de tecnologías o instrumentos tradicionales mencionados en el relato permitirá comprender su importancia.

1. Libros
2. Audio libros
3. DVD
4. CD
5. CD ROM
6. Mp3
7. Otro
8. No se hace mención

D. VARIABLES DE ESPACIO Y TIEMPO

Dentro del relato el tiempo indicará los temas relevantes y no relevantes que maneja la prensa escrita. Además el tiempo sirve para identificar el cambio que afecta a cualquier sistema. El espacio será una señal de los lugares más recurrentes de los personajes en el desempeño de su rol.

1. Espacio donde transcurre la acción del actor en el desempeño de su rol: servirá para identificar el lugar en dónde ocurren mayormente las acciones de los actores.

1. Espacio nacional
2. Espacio internacional

2. Tiempo al que hace referencia la información: las historias que hablen de sucesos diacrónicos o se cierran en el presente sirven para señalar qué es lo que tiene vigencia, lo que carece de ella y lo que es digno de atención.

1. Presente
2. Pasado
3. Futuro

3. Temporalidad del objeto de referencia: la temporalidad es la dependencia que se establece en el relato entre la existencia del objeto de referencia y el tiempo.

1. Atemporal; no se le puede situar en ningún tiempo.
2. Intemporales; pueden ser situados en cualquier tiempo humano.
3. Temporales; pueden ser situados en un determinado tiempo.

E. VARIABLES DE LA SELECCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO

Esta variable servirá para identificar la realidad que los MCM ofrecen a sus audiencias por medio de los relatos. Es posible conocer cuáles son los datos de referencia y los valores de referencia con los cuáles se elaboran temas que aparecen en los relatos de la prensa. Dentro de las siguientes variables nos estamos moviendo dentro del campo de la mediación cognitiva.

1. Normas generales mencionadas por el personaje, otro personaje o el emisor; permitirá identificar las normas o pautas que aparecen en la Prensa como patrones de conducta.

1. Políticas
 - a. soberanía
 - b. control de instituciones
 - c. Privatización
 - d. acuerdos internacionales
2. Sociales
 - a. integración
 - b. derechos de la ciudadanía
 - c. subsidios
3. Económicos

a. privatización b. desarrollo tecnológico c. crecimiento económico d. progreso técnico e. internacionalización del capital f. productividad

4. Culturales

a. alfabetización b. formas de vida universal c. imágenes universales

5. Religiosas

a. libertad de credos b. religión universal

2. Temas a los que se hace referencia en el campo de la literatura: esta variable ayudará a conocer cuáles son los temas más recurrentes en el campo de la literatura.

1. Institución política

2. Personaje político

3. Propuestas de ley

4. Difusión

a. masiva b. no masiva

5. Educación

a. Alfabetización b. Libertad sexual c. Competitividad d. Rentabilidad e. Otro

6. Ventas de libros

a. Por Internet b. Ferias c. Otro

7. Censura

a. Gubernamental b. Autocensura

8. Conflictos

9. Migración

10. Empresas trasnacionales

11. La familia

12. Machismo

13. Contaminación

14. Desigualdades sociales

15. Delincuencia

16. Moda

17. Premios

a. nacionales b. internacionales

18. Tecnologías

19. Crisis literaria

20. Otros

3. Temas a los que se hace referencia en el campo de la música; conocer la presencia y ausencia de temas que se refieren al campo de la música permitirá distinguir la importancia que les da la prensa.

1. Institución política

2. Personaje político

3. Propuestas de ley

4. Difusión

- a. masiva b. no masiva
- 5. Educación
 - a. Alfabetización b. Libertad sexual c. Competitividad d. Rentabilidad e. Otro
- 6. Difusión musical
 - a. por Internet b. conciertos c. otro
- 7. Censura
 - a. gubernamental c. autocensura
- 8. Conflictos
- 9. Migración
- 10. Empresas disqueras trasnacionales
- 11. La familia
- 12. Machismo
- 13. Contaminación
- 14. Desigualdades sociales
- 15. Delincuencia
- 16. Moda
- 17. Premios
 - a. nacionales b. internacionales
- 18. Tecnologías
- 19. Piratería
- 20. Fusiones de géneros musicales
- 21. Crisis musical
- 22. Otros

4. Géneros literarios de los que se habla en el relato; permitirá conocer el género literario dominante dentro del relato.

- 1. Poesía 2. Novela 3. Cuento 3. Ensayo 4. Mezclas 5. Otros

5. Géneros musicales de los que se habla; esta variable, lo mismo que la anterior, permitirá conocer el género musical dominante dentro del relato.

- 1. Ópera 2. Pop ópera 3. Instrumental 4. Zarzuela 5. Pop 6. Rock 7. Ska 8. Jazz 9. Tango
- 10. Mezclas 11. Salsa 12. Heavy 13. Punk 14. Merengue 15. Reggae 16. Rap 17. Otros

6. Valores que maneja la información (ya sea positivos o negativos); mediante esta variable se podrá identificar a los valores mencionados en el relato con relación en los valores sociales presentes en el Sistema Social.

- 1. Tolerancia 2. Unidad 3. Respeto 4. Democracia 5. Progreso 6. Libertad 7. Cristianismo
- 8. Pluralismo 9. Universalismo 10. Laicidad 11. Secularismo 12. Fraternidad 13. modernidad
- 14. Posmodernidad 15. Justicia 16. Violencia 17. Intolerancia 18. Individualismo 19. Racismo
- 20. Odio 21. Agresividad 22. Corrupción

7. Número de personajes; esta variable servirá para averiguar si se quieren diseminar los focos de interés de acuerdo al tema que se trate.

- 1. Hasta 4 2. 5 a 7 3. 8 a 13 4. 14 ó más

Seguendo la clasificación anterior el código de análisis queda de la siguiente manera:

CÓDIGO DE ANÁLISIS

A. VARIABLES FÍSICAS

1. Ubicación de la información
1. Primera plana
2. Contraportada
3. Primera página en la sección Cultura
4. Segunda página en la sección Cultura
5. Otra página en la sección
6. Suplemento

2. Ubicación de la información interior
1. Página par
2. Página non

3. Tamaño que se le asigna a la información
1. 1/64 de página
2. 1/32 de página
3. 1/16 de página
4. 1/8 de página
5. ¼ de página
6. 1/3 de página
7. ½ de página
8. 1 página
9. 1 1/2 página
10. Más de página y media
11. Otro

4. Forma de presentar la nota
1. Nota informativa
2. Entrevista
3. Reportaje
4. Crónica
5. Editorial
6. Columna
7. Artículo de opinión
8. Reseña
9. Híbrido
10. No identificables

5. Paratexto
1. Fotografía
2. Caricatura
3. Infografía
4. Sin imagen

B. VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN

1. Origen de la nota
1. Local
2. Nacional
3. Extranjero
4. No se identifica

2. Autor de la información
1. Reportero
2. Articulista
3. Columnista
4. Corresponsal
5. Agencia informativa
6. Boletín de prensa
7. Otros

3. Espacio de dónde se obtuvo la información
1. Auditorio
2. Conferencia
3. Festival nacional
4. Festival internacional
5. Debates
6. Feria
7. Certamen
8. Otro
9. No se especifica

4. Agencia informativa
1. AP
2. AFP
3. Notimex
4. EFE
5. ITAR-TAS
6. Reuters
7. Otra

5. Sectores a los que se dirige la comunicación
1. Intelectuales
2. Estudiantes
3. Amas de casa
4. Mujeres
5. Hombres
6. Obrero
7. Empresarios
8. Jóvenes
9. Campesinos
10. Lectores
11. Otros
12. No se identifica

C. VARIABLES DE LOS PERSONAJES DEL RELATO

1. Agentes del relato
1. Individuo nacional
2. Individuo internacional
3. Gobierno nacional
4. Gobierno internacional
5. Grupo nacional
6. Grupo internacional
7. Institución nacional
8. Institución internacional
9. Organización no gubernamental nacional
10. Organización no gubernamental internacional
11. Otros

2. Objetivos de los personajes del relato
1. Personales
a. tener éxito
b. ser eficaz
c. ser dinámico
d. superarse
e. ser competitivo
f. ser productivo
g. ser reconocido
h. capturar premios
i. tener fama
j. otro
1. Grupales
a. Obstrucción
b. Indiferencia
c. triunfo
d. otro
3. Materiales
a. ganancias económicas
b. expansión de industrias
c. contar con avances tecnológicos
4. Otro

3. Actos que realiza el personaje para lograr los objetivos
1. Ventas
2. Difusión
3. Privatización
4. Integración
5. Técnicas de mercadeo
6. Publicidad
7. Cambio de imagen
8. Corrupción
9. Otra

4. Atributos o características de los personajes
1. Físicos
1a) positivos
1.1a. Atractivo
1.2a. Jovial
1.3a. Elegante
1b) negativos
1.1b. viejos
1.2b. poco atractivos
1c) no identificables
2. Personalidad
2a) positivos
2.1a. Inteligente
2.2a. talentoso
2.3a. tolerante
2b) negativos
2.1b. Autoritario
2.2b. corrupto
2.3b. intolerante
3. Otro

5. Cómo evalúa el medio a los personajes
1. Elogio
2. Crítica
3. Minimización
4. Neutral
5. Otro

6. Nacionalidad de los actores extranjeros
1. Norteamericana
2. Centroamericana
3. Sudamericana
4. Europea
5. Asiática
6. Países Arabes
7. Otro

7. Instrumentos materiales presentes en la información
1. Libros
2. Audio libros
3. DVD
4. CD
5. CD Rom
6. Mp3
7. Otro
8. No se hace mención

D. VARIABLES DE ESPACIO Y TIEMPO

1. Espacio donde transcurre la acción del actor en el desempeño de su rol

1. Espacio nacional
2. Espacio internacional

2. Tiempo al que hace referencia la información

1. Presente
2. Pasado
3. Futuro

3. Temporalidad del objeto de referencia

1. Atemporal
2. Intemporales
3. Temporales

E. VARIABLES DE LA SELECCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO

1. Normas generales mencionadas por el personaje, otro personaje o el emisor

1. Políticas
 - a. Soberanía
 - b. control de instituciones
 - c. Privatización
 - d. acuerdos internacionales
2. Sociales
 - a. Integración
 - b. derechos de la ciudadanía
 - c. Subsidios
3. Económicos
 - a. Privatización
 - b. desarrollo tecnológico
 - c. crecimiento económico
 - d. progreso técnico
 - e. internacionalización del capital
 - f. Productividad
4. Culturales
 - a. alfabetización
 - b. formas de vida universales
 - c. imágenes universales
5. Religiosas
 - a. libertad de credos
 - b. religión universal

2. Temas a los que se hace referencia en el campo de la literatura
1. Institución política
2. Personaje político
3. Propuestas de ley
4. Difusión
a. Masiva
b. no masiva
5. Educación
a. Alfabetización
b. Libertad sexual
c. Competitividad
d. Rentabilidad
e. Otro
6. Ventas de libros
a. por internet
b. Ferias
c. Otro
7. Censura
a. Gubernamental
b. Autocensura
8. Conflictos
9. Migración
10. Empresas trasnacionales
11. La familia
12. Machismo
13. Contaminación
15. Delincuencia
14. Desigualdades sociales
16. Moda
17. Premios
a. Nacionales
b. Internacionales
18. Tecnologías
19. Crisis literaria
20. Otros

3. Temas a los que se hace referencia en el campo de la música
1. Institución política
2. Personaje político
3. Propuestas de ley
4. Difusión
a. Masiva
b. no masiva
5. Educación
a. Alfabetización
b. Libertad sexual
c. Competitividad
d. Rentabilidad
e. Otro
6. Difusión musical
a. por internet
b. conciertos
c. otro
7. Censura
a. Gubernamental
b. no gubernamental
c. autocensura
8. Conflictos
9. Migración
10. Empresas disqueras trasnacionales
11. La familia
12. Machismo
13. Contaminación
14. Desigualdades sociales
15. Delincuencia
16. Moda
17. Premios
a. Nacionales
b. Internacionales
18. Tecnologías
19. Crisis musical
20. Piratería
21. Fusiones de géneros musicales
22. Crisis musical
23. Otros

4. Géneros literarios de los que se habla en el relato

1. Poesía
2. Novela
3. Cuento
4. Ensayo
5. Mezclas
6. Otros

5. Géneros musicales de los que se habla

1. Ópera
2. Pop ópera
3. Instrumental
4. Zarzuela
5. Pop
6. Rock
7. Ska
8. Jazz
9. Tango
10. Mezclas
11. Salsa
12. Heavy
13. Punk
14. Merengue
15. Reggae
16. Rap
17. Otros

6. Valores que maneja la información (ya sea positivos o negativos)

1. Tolerancia
2. Unidad
3. Respeto
4. Democracia
5. Progreso
6. Libertad
7. Cristianismo
8. Pluralismo
9. Universalismo
10. Laicidad
11. Secularismo
12. Fraternidad
13. Modernidad
14. Posmodernidad
15. Justicia
16. Violencia
17. Intolerancia
18. Individualismo
19. Racismo
20. Odio
21. Agresividad
22. Corrupción

8. Número de personajes

1. Hasta 4
2. 5 a 7
3. 8 a 13
4. 14 ó más

poesía y el ensayo son los géneros literarios mencionados; se hace alusión a la fraternidad y se mencionan de ocho a trece personajes; la numeración queda: (),4a,(),(1,4),(),12,1.

Cuadro 1

Nombre del diario: La Jornada

# Nota	Variables Físicas					Variables de identificación					Variables de los personajes							Variables de espacio y tiempo			Variables del acontecer						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
1	3	1	8	1	1	2	1	9		12	1	4	2,6	3	4		1	1	2,3	3		4a		1,4		12	1

El siguiente cuadro servirá para registrar la frecuencia y el porcentaje de las variables (cada una contará con una tabla) el resultado que se presentará es el resultado del conteo (los cuadros de porcentajes se muestran en el ANEXO 1).

Nombre del diario:

A. VARIABLES FÍSICAS

1. Ubicación de la información	Frecuencia	Porcentaje
1. Primera plana		
2. Contraportada		
3. Página principal en la sección cultural		
4. Segunda página en la sección cultural		
5. Otra página en la sección		
6. Suplemento		

Ejemplo:

La frecuencia representa la cantidad de veces en que aparecieron cada una de las categorías, por ejemplo en el siguiente cuadro se indica que sólo se encontraron dos informaciones con referencia al campo de la música o la literatura en la primera plana. La mayor cantidad de información que se encontró, según lo muestra el cuadro, fue en otra página de la sección "Cultura" con una frecuencia de 47.

El porcentaje fue el resultado de dividir la frecuencia entre el número de relatos analizados (que para el caso del diario *La Jornada* fueron un total de 85) y posteriormente multiplicada por 100, la operación quedaría de la siguiente manera:

En el caso de la página principal en la sección "Cultura" del diario *La Jornada* tenemos una frecuencia de 15, así pues dividimos 15 (que es la frecuencia de la variable "Página principal en la sección cultural"), entre 85 (total de notas revisadas en dicho periódico) y finalmente se multiplica por 100 (para determinar el porcentaje). La operación quedaría de la siguiente manera:

$$15/85=1.7 \quad 1.7 \times 100=17. \text{ El resultado es } 17\%$$

CAPÍTULO IV

APLICACIONES

En el capítulo anterior quedó descrita la metodología que se utilizó en esta investigación. A continuación se presentan los resultados del análisis de contenido aplicado a los diarios *La Jornada*, *Reforma* y *El País*. Para los cuales se emplearon tres tipos de tablas donde se ubican los resultados generales (anexo 1) del conteo de las variables, los porcentajes para cada una y finalmente una relación entre variables útiles para el objeto de estudio.

Los datos que se muestran más adelante están divididos en dos partes: en la primera por periódico, lo que permitirá identificar la mediación cognitiva y estructural de cada medio impreso. Además esto sirve para hacer una comparación final de los diarios nacionales con el internacional. Posteriormente se presentarán los resultados generales, así como su interpretación. Y finalmente las conclusiones.

4.1 Resultados por periódico

4.1.1 La Jornada

Dentro del diario *La jornada* 85 relatos se refieren al campo de la literatura y la música, de los cuales el 59% hablan de temas relacionados con la primera y 26% con la segunda. De la misma manera que en *Reforma*, en *La Jornada* existe una clara preferencia por el ámbito literario que por el musical, y es más notorio en último diario, ya que la producción escrita recibe el doble de importancia que la música

La ubicación de la información

La mayor parte de la información se concentra en las últimas páginas de la sección (56%), es decir, las páginas 3a, 4a y 5a. En la contraportada sólo se encontró el 2% y en la portada ninguna. La mayoría de los relatos están acompañados de una fotografía (62%); la caricatura e infografía no aparecen en ningún texto, pues generalmente las fotografías son de personajes a quienes se entrevistó o que están en algún concierto.

El tamaño que se le asigna a la información generalmente es de media página (31%), cuando se ubica en la página principal de la sección y va acompañada de una pequeña publicidad en la parte inferior. Los temas literarios que se enuncian en las páginas preferentes son muy variados van desde la difusión masiva o no masiva (20%) la venta de libros por Internet y ferias (9%), hasta la rentabilidad y competitividad de la educación (10%), entre otros, los menos mencionados son temas referentes a los conflictos, propuestas de ley, instituciones políticas, empresas transnacionales y contaminación.

En la mayor parte de los relatos se habla de la difusión de un libro o un concierto que sucederá en el futuro. Por ejemplo en un artículo titulado: "Inicio del Festival de México en el Centro Histórico" que ocupa media página en el diario *La Jornada* se habla de las actividades musicales que se realizarán en dicho festival, el costo del boleto, el lugar, entre otras cosas. (15/03/2003)

Existe un equilibrio de la información distribuida en las páginas pares (51%) con las nones (49%). Igualmente las normas mencionadas en los relatos no varían de una página a otra, aunque en las impares hay más textos que mencionan a las normas culturales respecto a la forma de vida universal. En las normas sociales se encontró a la integración con mayor frecuencia; las normas que tienen que ver con la religión (5%) fueron las menos comunes, lo que indica un claro rechazo o desinterés hacia éstas.

El 97% de la información es creada por el diario, raramente se recurre a relatos provenientes de agencias informativas. La mayor parte de la información proviene de la capital del país a la cual se le dio un carácter de nacional (48%). Los relatos que proceden de localidades ocupan el 15% y los de origen extranjero tienen un 16%. Esto representa que se sigue informando más acerca de lo que ocurre en el Distrito Federal que a nivel nacional o internacional.

El género periodístico dominante es la nota informativa con el 60%, seguida de la entrevista con el 14%; la reseña, los híbridos, la crónica y el artículo de opinión son muy escasos; la columna el reportaje y el editorial no se encontraron. A pesar del género periodístico dominante, este diario dedica una importante cobertura a la información, ya que habla de la vida del personaje, sus obras y su opinión de algún hecho relevante en la historia mundial o nacional.

La forma cómo evalúa el medio a los personajes es casi siempre de elogio en un promedio del 49% (a pesar de las características del género periodístico), en el 33% de los relatos se es neutral. Raras veces se hace una crítica a los actores o se les minimiza.

Es muy común no mencionar los lugares de donde se obtiene la información (71%), así como el público al que va dirigido el relato, aunque se deduce mediante la información que se proporciona, así pues, el público lector ocupa el 21%; las mujeres, los estudiantes, amas de casa, obreros, campesinos, hombres, intelectuales, empresarios y los jóvenes son los sectores a los que menos se dirigen las noticias de dicha sección.

La selección del acontecer público

En cuanto a los valores predominan los negativos sobre los positivos en las páginas impares. Se habla de violencia (9%), corrupción y agresividad (7%, para cada una); también se hace alusión a la modernidad (9%) y al progreso (7%). En las páginas pares se encontraron los mismos valores, pero en menor medida, se hace mayor mención a los valores positivos como la fraternidad (6%), la libertad (8%), integración (9%), entre otros. Esto se debe a que dentro de los objetos de referencia del año 2003 está el ataque de Estados Unidos contra Irak, un hecho que es constantemente mencionado por este diario. Por ejemplo, en una entrevista con Bei Dao, Premio Nobel de Literatura, se habla de dicha guerra:

La suave pronunciación y el discreto tono de voz de Bei Dao, (...) se altera una sola vez a lo largo de la conversación cuando toca el tema de Estados Unidos contra Irak: "Definitivamente no es sólo una acción estúpida, sino que va en contra de las regulaciones internacionales. Esta guerra viola y altera la existencia de la Organización de la Naciones Unidas". (25/03/2003)

Los temas que merecieron mayor espacio en el campo de la literatura fueron la difusión masiva y no masiva con 16% (se habla de la presentación de un libro o de ferias y de escritores famosos), los menos mencionados fueron: la censura gubernamental, migración, venta de libros, premios nacionales e internacionales, propuestas de ley, machismo, contaminación, moda, crisis literaria y

la familia (con un promedio de 1 a 4 por ciento). Los temas que no se encontraron fueron: empresas transnacionales, autocensura e institución política. Lo que indica que el diario pretende ser más universal o tratar temas variados y no concentrarse únicamente en uno.

Respecto a la música sobresalen los relatos referentes a fusiones musicales (25%) y difusión mediante conciertos (15%); no se encontró alguno que hiciera mención de la piratería y la censura gubernamental y autocensura, migración, empresas transnacionales, la familia, el machismo, contaminación y premios. Los demás temas tienen una frecuencia de uno a siete por ciento.

Cuando no se menciona a la música instrumental o la ópera se habla de mezclas, por ejemplo en una nota se refiere a la fusión del video con la música:

...no se tratará de un concierto convencional, sino propiamente de un espectáculo bidisciplinario en el que también el video desempeñará un papel importante, de hecho a la misma altura del aspecto sonoro. (30/03/2003)

Cabe destacar que los géneros literarios preferidos por este periódico son la novela (24%) y la poesía (22%). Las mezclas sólo cuentan con el 1%. El cuento y el ensayo (con el 7 y 11% respectivamente). En cuanto a los géneros musicales, la música instrumental (12%) y la ópera (8%) destacan sobre las demás; la zarzuela, el pop, la salsa, el reggae y el rock tuvieron una mención del 1 al 3 por ciento. Las anteriores preferencias indican que la novela, la poesía, la música instrumental y la ópera están consideradas como culturales y los demás géneros entran más en el plano popular.

Personajes

Las características físicas de los personajes tienen menos mención que las morales, los relatos analizados hablan más de su talento, tanto en la literatura como en la música en un promedio del 41%. La inteligencia (5%) y la jovialidad (16%) están en un plano medio. Rara vez se mencionan los aspectos negativos del actor como: corrupto (2%), poco atractivo (1%) o autoritario (2%). Cuando se menciona a una persona mayor de 50 años es común encontrar su edad y se hace referencia a los logros en su vida. El tema más recurrente es la difusión masiva cuando se habla del talento. En el campo de las letras el artista es evaluado con base en su talento, pero en el caso de la música no sucede lo mismo, pues aquí es más común encontrar características físicas de los personajes.

Los agentes del relato nacionales y extranjeros ocupan un porcentaje similar, en cuanto a su presencia en los textos (36 y 35 por ciento respectivamente). De los personajes extranjeros la mayoría es latinoamericano (16%), otro tanto europeo (15%), el 4% corresponde a los norteamericanos y el resto proviene de Asia y los Países Árabes. De África no se menciona alguno. Los objetivos que persiguen la mayor parte de los personajes mexicanos son el reconocimiento a su trabajo, el éxito y ganancias económicas. En tanto los actores extranjeros prefieren el triunfo. Dentro de los métodos preferidos para lograr sus fines se encontró la difusión (58%), la publicidad (13%), el cambio de imagen (12%) y las ventas (11%). La corrupción, técnicas de mercadeo, privatización e integración ocupan un menor porcentaje.

Los objetos que más se mencionaron en los relatos fueron los libros (51%) y en el 22% de la información no se encontraron objetos.

Espacio y tiempo

El espacio donde transcurre la acción de los personajes en el desempeño de su rol es mayoritariamente nacional (69%). Respecto al tiempo, el pasado es el dominante con el 49%; seguido del presente con el 46% y el futuro con el 38%. Hay relatos en los que se alternan los tres tiempos, por ejemplo, cuando se habla de la vida de un personaje se recuerda algo de su infancia hasta la actualidad y sus planes a futuro:

Bei Dao nacido en Beijing en 1949, visita a México para participar en el encuentro literario internacional Cartas del Destierro (...) El poeta y narrador ofrecerá hoy a las 18 horas, (...), la ponencia titulada Literatura underground en China desde 1960. (25/03/2003)

El 91% de los relatos hace referencia a un tiempo específico de la historia. El 59% de los relatos mencionan pocos personajes (hasta 4), ningún texto presenta más de 14 actores.

Existe un cierto equilibrio cuando se habla del presente, pasado o futuro.

Características particulares

El diario *La Jornada* generalmente destina de cuatro a cinco hojas (desde 2a a la 5a) a la sección cultural. La sección "Cultura" se ubica dentro de un espacio llamado: *La Jornada de en medio* y abarca otras secciones como: Espectáculos, La cartelera y Deportes.

En la primera página de la sección cultural es común encontrar publicidad de un libro o concierto.

4.1.2 Reforma

De los ejemplares que se revisaron del diario *Reforma*, se obtuvo un total de 99 relatos referentes a la música y la literatura. La mayor parte de los textos se ubicaron dentro de la sección cultural (97%) y en menor medida en la portada del diario, sólo el 3%, esto muestra que dicho periódico concede una mínima importancia a los temas culturales. Aunque, más que *La Jornada* donde hubo 0%.

El 70% de los textos hace referencia al ámbito de la literatura, en cuanto a la música se encontró 32%, los datos indican una inclinación de más del doble por lo literario.

La ubicación de la información

La nota informativa fue el género periodístico preferente para dar a conocer la información con un promedio del 61%, seguido de la reseña con el 14%. Los géneros a los que se recurrió en menor medida fueron el artículo de opinión (8%), entrevista (6%), crónica (4%), columna (1%), híbrido (1%); el reportaje y el editorial (0%) y los no identificables alcanzaron el 6%. Los temas más abordados por las notas son la difusión masiva y no masiva, educación referente a alfabetización, conflictos, delincuencia, difusión musical en conciertos, premios nacionales e internacionales. Esta clara preferencia por la nota informativa indica que sólo se pretende informar sobre un hecho y no profundizar sobre el mismo. En cuanto a la columna, o artículos de

opinión, géneros periodísticos donde hay más libertad para la crítica, se encontraron temas referentes a algún concierto o entrega de premios.

La información que mereció más espacio fue la referente a los conflictos (16%), la educación (13%), la difusión masiva (4%) y no masiva (6%) y la delincuencia (8%) esto en el campo de la literatura. En el ámbito musical el tema mayormente enunciado fue la difusión musical a través de conciertos (16%). Cabe destacar que la mayor parte de los relatos ocupan $\frac{1}{4}$ de página (34%). La nota principal regularmente abarca más de la mitad de la primera plana de la sección cultural y va acompañada por una o varias fotografías.

El 28% de los relatos no mencionan el lugar de dónde se generó la información, se da a entender que es un espacio físico, pero no se especifica como tal. Igualmente es difícil distinguir el público al que va dirigido el texto, aunque los receptores mayormente elegidos son los lectores con un porcentaje de 36%; los menos son los estudiantes, mujeres, hombres, obreros, empresarios y jóvenes con 12% para todos. El 27% de relatos es destinado a otro público que no se contempló en el código de análisis como los niños.

La selección del acontecer público

Los temas que se ubican en las páginas preferentes (portada, contraportada y primera y segunda página de la sección "Cultura") dan prioridad a conflictos (8%), alfabetización (4%), difusión masiva (4%), premios nacionales (3%), la familia (2%) y delincuencia (2%), entre otros, esto en cuanto a la literatura. Respecto al campo de la música los temas más mencionados fueron la difusión musical a través de conciertos (5%), difusión masiva y no masiva (3%), conflictos (2%) y los menos referidos fueron la familia, el machismo, premios y desigualdades sociales con el 1% para cada uno.

Cabe mencionar que los temas no varían de forma significativa de una página a otra de tal manera que los conflictos, conciertos y la alfabetización, que aparecen con mayor frecuencia, se pueden encontrar tanto en una página non como en una par, aunque la mayor parte de la información se concentra en las páginas impares (59%), no existe una marcada preferencia por algún tema en el campo de la música. Respecto a la literatura los temas predominantes en las páginas impares son los conflictos (12%), premios nacionales o internacionales (8%), la difusión masiva o no masiva (7%), la alfabetización (5%). En las páginas pares se encontraron con mayor frecuencia la alfabetización (6%), difusión masiva y no masiva con 6% y los conflictos con 5%, entre otros. Esta marcada referencia a los conflictos en las páginas impares (dentro del ámbito de la literatura) indica que hay mayor interés por mostrar el contexto marcado por la guerra de Estados Unidos contra Irak durante el año 2003. A continuación se presenta una nota donde un escritor habla de dicho conflicto:

El escritor brasileño Paulo Coelho reconoce sentirse algo pesimista por la turbulencia internacional, la guerra en Irak y por lo que eso supone la ruptura del diálogo entre hermanos.

"Estamos en una situación de quiebra del diálogo, y eso nos va a costar mucha sangre(...)"
(31/04/2003)

Las normas mayormente enunciadas en las páginas nones son la alfabetización (8%) y control de instituciones (4%). En las páginas pares se mencionan en menor medida, ya que la alfabetización

y subsidios alcanzan el 4% para cada una; también se habla de desarrollo tecnológico y libertad de credos (1% para cada uno).

Cuando se hace mención de algún género literario el de mayor preferencia es la novela con 32%; seguido de la poesía con el 24%, el ensayo (3%), el cuento (1%) y otros (7%); las mezclas no se mencionan. En el campo musical los géneros más referidos fueron la ópera (12%), instrumental (9%) y el jazz (6%); la zarzuela, el pop, el rock, ska, tango, mezclas, salsa y reggae recibieron mención del 3 al 1 por ciento. Esto indica que dicho diario pretende ser más "abierto" al no incluir sólo la ópera o la música instrumental.

La mayor parte de la información proviene del Distrito Federal (38%) que es considerada como nacional; el 17% es de origen local y el 19% extranjero. Los anteriores datos muestran una preferencia por la información que se produce en nuestro país, además de que el Distrito Federal es el lugar en dónde se obtiene más noticias de las cuales informa la Prensa.

Dentro de los valores tratados en los textos la violencia (21%) es la que sobresale; seguida de la corrupción (10%) y la fraternidad (8%)

De igual forma que *La Jornada*, este diario se preocupa por informar de la guerra trasladando dicho tema a las páginas impares, pero sin dejar atrás otros acontecimientos.

La fuente principal de información es el Distrito Federal.

Personajes

Los individuos nacionales (49%) aparecen con una leve ventaja sobre los extranjeros (46%), donde las regiones que predominan son la europea (18%); seguida de la norteamericana con el 13%, la sudamericana ocupa el 11% y la centroamericana el 6%, la asiática alcanzó el 1% y los países árabes y africanos no se mencionan. Los grupos nacionales y extranjeros recibieron mención del 7 al 6 por ciento respectivamente y las instituciones nacionales merecieron el 2%. Lo anterior se debe a que se habla más de asuntos que conciernen a la vida privada de un personaje como su niñez, los libros que ha escrito, presentaciones, conciertos, etcétera.

Regularmente los objetivos que persiguen los personajes son pocos y casi no se mencionan. Los más recurrentes son: ser reconocido (14%), tener éxito (11%) y tener ganancias económicas (9%), esto cuando se habla de un individuo. La difusión (30%) es uno de los actos que más realiza el personaje para lograr el éxito o llegar a ser reconocido, la integración, publicidad, cambio de imagen, corrupción y privatización son los actos menos preferidos para lograr sus objetivos.

Las características físicas de los personajes son muy poco referidas, pero aunque éstos tengan una edad avanzada se hace alusión a su jovialidad. Cuando el personaje tiene cierto renombre no importa mencionar su edad como se menciona en el siguiente texto donde se habla de José Saramago:

¿Quién soy yo?, es una pregunta que a José Saramago le produce vértigo. El Nobel portugués cree a los 80 años, que le será ya imposible contestarla. "hasta ahora ha sido para mí una página en blanco donde no puedo escribir: no sé qué soy. Un ser humano, sí, pero eso, ¿qué significa?"

En el plano de la evaluación moral se habla más de los rasgos positivos del actor, por ejemplo se hace alusión a su talento (52%) o a su inteligencia (6%).

Los objetos que más se mencionaron en los relatos fueron los libros (55%), a menudo se encuentran pequeñas reseñas de éstos o discos musicales, donde se presentan datos del autor, título de la obra y un breve resumen. Generalmente los objetos, son abstractos, es decir, se hace mención de un libro o un disco, pero no se refiere a su estado físico, sino al concepto del mismo.

En cuanto al número de personajes el 67% menciona *hasta 4 personajes* debido a que se tratan temas más individuales, por ejemplo, se habla acerca de los personajes de una novela o de los temas musicales que se tocaron en algún concierto, entre otros. Son pocos los textos que incluyen *más de 14 personajes* (4%).

A pesar de que la mayor parte de la información se genera en la ciudad de México, los personajes de los que se habla provienen de Europa, Estados Unidos o Latinoamérica.

Reforma concede casi el mismo espacio a los personajes extranjeros que a los nacionales, las regiones europeas tienen una importante presencia, al igual que la norteamericana y la latinoamericana, sin embargo los actores provenientes de países asiáticos sólo ocuparon el 1% y a los de países árabes no se les mencionó.

Es común que prefiera hablar del talento o inteligencia de los personajes que de sus características físicas. Además el número de personajes en el 67% de los relatos, no rebasa a más de cuatro, pues generalmente se habla de la vida personal.

Espacio y tiempo

La mayor parte de las acciones que realiza el personaje en el desempeño de su rol suceden en un espacio nacional (lugar a donde pertenece el diario, en este caso *Reforma* es de México), así pues el 65% de los actos que realizan los personajes suceden en nuestro país.

La mayoría de las historias escritas en este medio se refieren al pasado (70%), quedando en segundo lugar el presente (60%), son menos los relatos que se refieren al futuro (42%). Cabe mencionar que se encontraron algunos textos que hablan de los tres tiempos.

El 91% de los relatos analizados abordan temas que se les puede ubicar en un tiempo histórico determinado. Ningún texto estudiado se ubicó en un tiempo atemporal (relatos fuera del tiempo).

Características particulares

Una de las características de *Reforma* es que regularmente presenta pequeñas reseñas de libros o discos musicales.

Todas las notas principales cuentan con una o varias imágenes, las notas pequeñas (1/16 ó 1/32) no llevan imagen. Además los textos principales suelen acompañarse de relatos independientes que hacen referencia al mismo tema. Otra de las características de dicho diario es que la sección "Cultura", generalmente abarca de 4 a 7 hojas (desde C1 hasta C7). Además cuenta con la revista cultural *El ángel* que sale cada domingo, donde los temas son variados: cine, revistas, poesía, novelas, entre otros.

4.1.3 El País

Dentro del diario *El País* se encontraron 112 relatos referentes al campo de la literatura y la música, de los cuales el 62% hablan de temas relacionados con la primera y 31% con la segunda. La preferencia ante la literatura es muy evidente, ya que representa el doble de la música. Cabe destacar que la mayor parte de los relatos se encontraron en el suplemento “Babelia” de este diario.

Ubicación de la información

De la misma manera que los diarios anteriores, en *El País* se destina mayor información del ámbito cultural al interior del periódico, con un equilibrio en sus páginas; así pues, la página principal de la sección “La Cultura” cuenta con el 21%; la segunda con 22% y otra página con 20%.

La mayor cantidad de los relatos se ubicaron en el suplemento del diario (32%); la primera plana captó el 4% y en la contraportada no se halló algún relato, lo que indica que la información cultural no es una de las prioridades por resaltar en los principales espacios de este diario.

Por otra parte, existe una ligera inclinación por ubicar a los relatos en las páginas pares (53%), sobre las nones (47%).

En cuanto al tamaño de la información la mayor parte ocupa $\frac{1}{4}$ de página (21%); seguida de $\frac{1}{2}$ con el 18% y $\frac{1}{8}$ de página con el 17%, las notas principales generalmente abarcan cuatro columnas o pueden ser de una página completa, aunque de éstas sólo se encontró el 5%, ya que regularmente existe otro relato que abarca una columna. El 61% de los relatos están acompañados de una fotografía, que generalmente es del personaje que se entrevista o del libro o disco que se reseña; el 37% no tuvo imagen.

El 88% de los relatos fueron escritos por reporteros, el 3% proviene de los boletines de prensa, el 1% de la agencia informativa española EFE y el 1% de corresponsales; el 7% es escrita por otras fuentes.

La mayor parte de los textos están escritos de manera neutral (58%), seguidos del elogio (33%) y por último la crítica (3%) y la minimización (1%), esto se debe en gran medida al género periodístico dominante: el género seco (nota informativa) con el 49%, seguida por la reseña (34%); la entrevista, los híbridos, la crónica y el artículo de opinión alcanzaron del 7 al 1 por ciento; el reportaje, la editorial y la columna no aparecieron.

Los libros son los instrumentos materiales favoritos con una mención del 61%, el CD contó con el 7%, el DVD con el 4% y el 15% se refirió a otros objetos.

Los géneros literarios preferidos son la novela (34%), la poesía (16%) y el cuento (10%); el ensayo recibió el 7% y las mezclas el 1%. En cuanto al campo de la música sobresalen levemente el rock, la música instrumental y el jazz con el 5% para cada uno; la ópera, el tango, la pop ópera, el pop y las mezclas captaron del 3 al 1 por ciento y por último la zarzuela, ska, salsa, heavy, punk, merengue, regee y rap no fueron nombrados. Esta mínima diferencia entre los géneros

musicales representa una tendencia a no considerar como cultural solamente a la ópera o a la música instrumental, sino que entran también el rock, la música pop y las mezclas.

Los lectores ocuparon el 46% del público al que se dirigen los mensajes, el 21% fue destinado a otro público y el 24% no se identificó. A las amas de casa, mujeres, hombres, obreros, empresarios y campesinos no se les destina algún relato.

La selección del acontecer público

En el campo de la literatura encontramos una mayor frecuencia en los temas relacionados con la guerra, muy a menudo se habla de la Guerra Civil española o del ataque estadounidense a Irak (hecho que domina el contexto del año 2003); en esta medida los conflictos ocupan el 16% de los relatos, seguidos por la migración con un 7%; así como la educación referente a la alfabetización (6%). La censura gubernamental, el machismo, la difusión masiva de un texto o evento, premios nacionales y la mención de algún personaje político (con 5% para cada una). El siguiente texto nos indica algunos de los temas tratados por novelistas españoles:

Buena parte de la narrativa española reciente ha vuelto sus ojos a la historia de España. Desde la Guerra Civil hasta la actualidad pasando por la represión de la posguerra, la muerte de Franco o el intento del golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, la novela sigue funcionando como retrato privado de un país. (05/07/2003)

Los menos referidos fueron: la moda, la contaminación, las tecnologías, premios internacionales, desigualdades sociales, la familia venta de libros por ferias o Internet, la libertad sexual y la difusión no masiva con frecuencias del 3 al 1 por ciento. Los temas sin mención alguna fueron: institución política, propuestas de ley, autocensura y la educación como competitividad.

Los temas más encontrados en las páginas nones fueron los conflictos (9%) y la educación como alfabetización (6%). En las páginas pares existe también una preferencia por mencionar conflictos (6%), migración (6%) y personajes políticos (5%), entre otros.

La inclinación que se da por los temas que tienen que ver con conflictos, violencia, migración y específicamente por guerras nos habla de que a dicho diario le interesa informar sobre hechos pasados (Guerra Civil), pero también por aquellos que se dan en el presente (conflicto en Irak), llevando esto al campo de la literatura.

En el caso de la música se encontró más interés por la difusión musical a través de conciertos (15%) e Internet (3%), seguida por la fusión de géneros musicales (9%) y la piratería (5%), destacando significativamente sobre los demás temas; de tal manera que la delincuencia, los personajes políticos, la migración, las tecnologías, los conflictos, las propuestas de ley, la difusión masiva, la censura gubernamental, la educación, empresas disqueras trasnacionales, la familia, el machismo y la moda abarcan promedios desde el 4 al 1 por ciento. Los premios, contaminación, desigualdades sociales, institución política y crisis musical no fueron referidos.

La difusión musical es uno de los temas que están con mayor frecuencia (8%) en las páginas nones, en las pares hay un equilibrio entre los otros temas con un predominio de las fusiones musicales con el 7%. A partir de lo anterior se deduce que la literatura está más interesada por dar cuenta de hechos sociales a diferencia de la música que se ocupa más por la difusión de un concierto o por la fusión musical, esto se ve claramente en los siguientes textos:

La escritora paquistaní Uzma Aslam Khan (...) trabaja en una ONG y escribe novelas. La segunda se titula Intrusos (Alfaguara), y es una mirada poética, artesanal y compleja a la sociedad de su país en los años ochenta y noventa. A través de la vida de cinco personajes(...) Aslam Khan disecciona la desigualdad social, el machismo y los problemas de las mujeres y los campesinos; muestra el ascenso de la violencia y de "la derecha religiosa, curiosamente apoyada por muchos jóvenes universitarios"; reivindica la pasión, la amistad y el diálogo, y protesta contra la censura de la prensa libre occidental durante la primera guerra del Golfo. (05/11/2003)

En otro relato referente a la música:

La cantante Tania Libertad da un giro más a su carrera al abordar las fusiones de la música afroperuana que va al encuentro de sus raíces en el continente africano(...)

Ha grabado hasta ahora 34 discos en los que han cabido desde la ranchera hasta la canción criolla de Perú, pasando por los boleros, el rock, los poemas cantados y la ópera... (5/7/2003)

Las normas más referidas fueron las políticas con un 6% para el control de instituciones, 5% para la soberanía; en igual porcentaje se encuentran las sociales con 6% para derechos de la ciudadanía y la integración con 5%; en el campo económico el desarrollo tecnológico mereció el 7%, seguido del crecimiento económico y progreso técnico con el uno por ciento para cada uno; en el ámbito cultural destacan la alfabetización con el 7% y las formas de vida universales con el 2%; dentro de las normas religiosas la libertad de credos cuenta con el uno por ciento, los demás temas no merecieron mención alguna.

Cabe destacar que encontramos más normas políticas y sociales en las páginas pares con el 9% para cada una, seguidas de las económicas con el 6%. Las menos mencionadas fueron las religiosas para ambas páginas.

En lo que se refiere a los valores los mayormente enunciados son la violencia con el 13%; seguido de la fraternidad (12%) y la corrupción (10%). La tolerancia, libertad, modernidad y posmodernidad recibieron 5% para cada una; la intolerancia, el individualismo, el racismo y la democracia recibieron el 4%; dentro de los valores no mencionados están el pluralismo y la laicidad. Los demás valores recibieron del uno al tres por ciento. La inclinación por los valores negativos nos habla del interés por mostrar las atrocidades de las guerras y su posible prevención.

Los personajes

El 42% de los textos hablan de individuos extranjeros, donde la región que predomina es la europea (22%), seguida de la centroamericana con 17%, la sudamericana con 13% y la norteamericana con 11%; las menos mencionadas fueron la asiática y los países árabes con 2 y 1 por ciento respectivamente (al igual que en *La Jornada* y *Reforma*, en este diario África no merece mención alguna). El 34% de los textos hacen referencia a individuos nacionales, el 10% para grupos nacionales y el 2% para los extranjeros. El gobierno nacional y extranjero, institución nacional y extranjera, así como las organizaciones no gubernamentales fueron las menos referidas. Esto nos indica que dentro del campo de la literatura y la música de lo que más se informa es de individuos, además de que la región predominante es la europea, lo mismo sucede con los anteriores diarios, tal vez se deba a que la mayor producción literaria y musical provenga de ese continente.

Dentro de los objetivos que persiguen los personajes se encontró una preferencia por el éxito (13%), ser reconocido (8%) y la obtención de ganancias económicas (6%). Los objetivos de los personajes no varían de acuerdo a los temas, así pues se encontró que el deseo de tener éxito se encuentra tanto en los temas de literatura (6%) como en los de música (7%), ser reconocido obtuvo el 5% para la literatura y 3% para la música. Además en el 17% de los relatos se mencionan otros objetivos (como la promoción de libros o acercar al público a la lectura, entre otros) que no están en el código de análisis como el texto que se presenta a continuación, donde el objetivo principal es acercar a los jóvenes a escuchar ópera:

“Queremos con estas producciones dar acceso a un público, sobre todo joven, que no tiene oportunidad de ver un título como Otello, que cuando se pone de pie en nuestro país suele ser para espacios como el Liceo, de Barcelona o el (teatro) Real de Madrid”, señala Osa quien, en principio, se plantea presentar sus propuestas en verano (...) (30/07/2003)

La difusión (16%) fue el método preferido por los personajes para llevar a cabo sus objetivos; el cambio de imagen, las ventas, la integración, la corrupción y las técnicas de mercadeo van desde el 5 al 1 por ciento; la publicidad y la privatización no fueron mencionadas.

Respecto a los atributos o características de los personajes sobresalen las de personalidad como el talento con el 51% y en menor cantidad la inteligencia (5%), las características físicas casi no se nombran, pero cuando se hace predominan las positivas: atractivo (1%), jovial (5%), elegante (2%) y esto se da más en el campo de la música.

Debe ser el rockero de aspecto más impecable que circule hoy por España. Carlos Valera Cerezo (La Habana, 1963) estuvo ayer mezclando en los madrileños estudios TRAK hasta las tantas, pero a la cita llega hecho un dandy: barba y pelo esculpados, suave perfume, negra indumentaria, botas relucientes. Y debajo una inteligencia de navaja automática.(10/05/2003)

Finalmente el 64% de los relatos menciona hasta cuatro personajes, el 13% de 5 a 7, el 10% de 8 a 13 y el 9% a 14 ó más personajes, esto se debe principalmente a que se hace más énfasis en la vida personal de los personajes.

Espacio y tiempo

La acción de los personajes se da prioritariamente en un espacio nacional, para este caso en España, con el 58%, el 33% sucede en lugares internacionales y el resto no se identifica. De igual manera el origen de la información da preferencia al ámbito nacional con 38%, seguido de lo local con el 22% y extranjero con el 11%.

En el 51% de los casos no se mencionan los lugares de dónde se obtiene la información y cuando se hace dominan el auditorio (4%), el certamen (4%) y la conferencia (4%); el 31% corresponde a otros espacios no mencionados en el código como pueden ser: teatros o en la propia casa del entrevistado.

El tiempo más común en los relatos es el presente (71%), o el pasado que tiene una importante frecuencia (62%) y por último el futuro con el 33% donde generalmente se habla de conciertos, ferias o congresos que están por suceder; en el 21% de los relatos se enuncian los tres tiempos; el 20% habla del presente y pasado y el 3% del presente y futuro. A continuación se presenta un sumario que hace referencia a los tres tiempos:

Más de un centenar de escritores de 80 países participan en el 69° Congreso Mundial del Pen Club Internacional, inaugurado este domingo en el Palacio de Bellas Artes de la Ciudad de México con el lema central Diversidad cultural y libertad de expresión. Durante la apertura del foro, que preside el mexicano Homero Aridijis y termina el jueves, se recordó que la paz social descansa en la aceptación del otro y en la pluralidad (...) (25/11/20003)

La mayor parte de la información presentada por *El País* aborda temas o historias ubicadas en un tiempo determinado (87%), el 12% se refirió a temas intemporales y no se encontró alguno en un tiempo atemporal.

Características particulares

El diario *El País* destina de dos hasta cinco páginas a la sección “La Cultura” (algunas veces se encuentra en las páginas 24-26 y otras de la 30-32). Cuando asciende el número casi siempre existe publicidad que abarca una plana.

En las últimas páginas de la sección, algunas veces, se encuentra un apartado denominado *La Cultura/Espectáculos*, donde existe información referente a la danza, toros, pasarelas, libros, teatro, entre otros (este apartado también se analizó por tener temas referentes a la literatura y la música).

Igual que en el diario *Reforma*, *El País* contiene breves reseñas destinadas a promover discos y algunas veces libros.

El suplemento *Babelia*, que aparece cada sábado, presenta varias reseñas de libros, en otras páginas se ubica un apartado nombrado *Narrativa*, donde se informa de algunos textos, además de un espacio para la poesía, el ensayo y la música, esta última abarca, generalmente, de una a dos páginas del suplemento (18 y 19 ó 22). Además *Babelia* siempre es anunciado en la primera plana del diario.

La publicidad que se encontró en la sección cultural y el suplemento hace alusión a la promoción de libros, exposiciones, premios, suscripciones, donativos, conciertos, entre otros.

Los porcentajes obtenidos de cada periódico se muestran en el ANEXO 1.

4.2 Resultados generales

A continuación se presentan los resultados generales que se obtuvieron después del análisis de contenido que se aplicó a los diarios: *La Jornada*, *Reforma* y *El País*.

Dentro de la supraestructura del Sistema Social encontramos cierto énfasis hacia el individualismo, al consumismo, a la búsqueda del triunfo personal y un rechazo por las tradiciones. Existe, también, una aceptación de valores como la modernidad, la posmodernidad y el universalismo, tendencia proveniente de los países occidentales.

De acuerdo con los planteamientos teóricos expuestos en el primer capítulo de esta tesis en el Sistema Social hay una vasta cantidad de referentes, de los cuales la prensa elige diariamente los que le parecen convenientes transformándolos en relatos, que son colocados en un espacio determinado, dándoles menor o mayor tamaño e incluyendo en ellos valores, normas y parámetros a seguir.

La prensa escrita nacional, por ejemplo, ha tenido que modificar el contenido de la información y hasta el mismo formato para estar a la par de los parámetros impuestos por la globalización. Esto se ve reflejado en algunas notas y casi todas las reseñas, donde se hace publicidad a libros o discos, hecho que es más vistoso en el diario *Reforma*. Por su parte *El País* (aunque dicho diario utiliza el género seco, éste no se diferencia en gran medida de la nota informativa, ya que el fin de ambos es informar sin la menor intervención del periodista, sin interpretar, matizar o adjetivar los hechos) utiliza el género informativo puro, por eso es que en él se encuentra más información, existe mayor interés por informar.

Otra de las características de la globalización es que la vida se vuelve cada vez más rápida y el tiempo no alcanza para realizar múltiples tareas. Ante esto la prensa mexicana reduce la información. Los relatos son breves y ligeros con constantes llamadas de atención mediante frases cortas. Además existe clara preferencia por la nota informativa. Así, los géneros periodísticos que ocuparían más espacio y que necesitan de mayor investigación, como el reportaje, no aparecen.

Hay una preferencia de la prensa nacional por mostrar variedad en los temas de tal manera, que incluye tanto la difusión de un concierto, como la opinión de un escritor respecto al conflicto Estados Unidos – Irak, es decir intenta ser más plural. No se encuentra una notable preferencia por los temas, ya que en las páginas preferentes (página principal de la sección cultura, páginas non) se maneja la misma información que en las no preferentes. No sucede lo mismo con el periódico *El País*, donde es más notoria la preocupación por informar acerca de acontecimientos bélicos.

Por otra parte, se encontró que los diarios mexicanos comunican más de asuntos de carácter local, pues la información a la que mayormente se refieren proviene del Distrito Federal. Además, la interacción de la ciudad con lo que ocurre en otras naciones se limita a ciertas actividades como: visitas periódicas de músicos o escritores extranjeros, pocas noticias de festivales internacionales. Podría decirse que la principal relación con la cultura de otras sociedades es la que aparece en la cartelera de cine, como sabemos casi enteramente destinada a películas estadounidenses. A esto hay que agregarle que los diarios no tienen corresponsales de

cultura en el extranjero y pocas veces envían periodistas a cubrir festivales o acontecimientos internacionales.

El País se preocupa por informar más de otras ciudades además de Madrid, podemos hallar relatos provenientes de México, Buenos Aires, Brasil o Portugal. La mayor parte de las veces los personajes desempeñan su rol en un espacio nacional.

Además, la estructura del diario no varía en relación al tema que se trata, así la nota principal, la mayoría de las veces va a ocupar el mismo espacio (una o media página, acompañada siempre de una o más fotografías), es decir, que la mediación estructural está bien definida y no se supedita a la mediación cognitiva, el diario no modifica su formato o el espacio destinado a cada información es casi siempre el mismo.

Los diarios conceden una mínima importancia a la promoción de la cultura, pues raramente se encontraron notas en la primera plana.

Dentro de la globalización encontramos que la música pop o el rock son como una marca, van inherentes a ella y se consideran como parte de la cultura, sin embargo, *La Jornada* las excluye de sus páginas culturales, dando mayor presencia a la ópera o la música instrumental. Lo mismo sucede con los géneros literarios, ya que la novela y la poesía están por encima de los demás de una forma notable. Sin embargo, en *Reforma* y *El País* existe un intento por incluir el pop o el rock en sus páginas culturales, lo cual es un indicador de que están cambiando al llevar este tipo de música considerada como popular.

Como se planteo en el capítulo dos de este trabajo, los estereotipos que se operan en la globalización responden a seres dinámicos, eficaces, donde el fin primordial es tener éxito, superarse, además de la obtención de ganancias económicas, las cuales constituyen ahora el núcleo central de los lineamientos marcados por la occidentalización.

En esta medida, en los tres diarios se presentan personajes bien definidos en el campo de la literatura son personas talentosas, inteligentes, intelectuales que en su mayoría rebasan los 50 años de edad. Cuando se alude a la música, los personajes son jóvenes, y se habla más de sus características físicas. A partir de esto podemos decir que estos periódicos siguen ciertos lineamientos de la globalización. Además los personajes están dentro de las normas sociales, ya que no son corruptos ni autoritarios y casi no hay feos.

Reforma presenta un diseño llamativo e innovador con varias fotografías y otros recursos como breves resúmenes de la información, textos breves dentro de las notas; pero el contenido sigue siendo el mismo, debido a que existe un énfasis por informar de lo local. Sin embargo, dicho diario está más con los nuevos parámetros o lineamientos de la globalización como son las ventas, esto se ve de manera marcada en las reseñas que hablan de discos y libros; en cambio *La Jornada* casi no se interesa por esto, pues se ocupa más de informar acerca del personaje que se está entrevistando.

Los sectores a los que se dirige la información están bien delimitados, casi siempre son lectores o aquellos que gusten de música como la ópera y la instrumental, no existe un interés por llegar a las amas de casa o a los obreros.

Un dato que cabe la pena destacar es que a los personajes provenientes de Asia, los Países Árabes o África, casi no se les da espacio, ya que la mayor parte está destinado a los de origen europeo, latinoamericano o estadounidense.

También se encontró que existe una mayor denuncia de los conflictos o la educación en el ámbito literario que en el musical, ya que este último se ocupa más por los conciertos o presentaciones.

La prensa se ocupa más de lo individual en la medida que se refiere a personajes específicos, casi no se habla de instituciones o grupos.

Otro hecho importante por resaltar es que la prensa casi no menciona temas relacionados con la religión, da la impresión de ser algo intocable o que está fuera del acontecer cultural. En cuanto a las normas, la prensa nacional se ocupa más de las culturales referentes a la educación a diferencia de la prensa internacional que se centra en las políticas, sociales y económicas; a las normas religiosas no se les da importancia alguna.

El recorrido que se hizo a lo largo de esta investigación revela que la prensa nacional presenta algunos rasgos de la globalización. Sin embargo, parece que existe una contradicción entre la mediación cognitiva y la estructural, por una parte los medios se esfuerzan por cambiar su apariencia siendo más vistosos, ya sea mediante una imagen o una cabeza; y por otra, el contenido de sus relatos no varía de forma significativa, ya que se preocupan por informar acerca de eventos, ferias, conciertos o por la difusión de algún libro; y algunas veces se abordan temas referentes a la guerra, festivales internacionales, dando la impresión que el mundo cultural se encuentra aislado de los planos político, social, económico y religioso.

CONCLUSIONES

La transformación del Sistema Social es un hecho, la globalización del capitalismo está en marcha y junto con esto el Sistema de Comunicación Pública realiza ajustes importantes para su readaptación. La interdependencia de ambos sistemas ha hecho posible el surgimiento de cambios en sus tres niveles (estructura, infraestructura y supraestructura).

Dentro de la supraestructura del Sistema Social existen nuevos valores y normas, así pues si en la etapa monopolista del capitalismo, uno de los motores eran las ganancias económicas, en la globalización se acentúa aún más. Además hay un incremento del individualismo, del consumismo, la búsqueda del triunfo personal y existe un rechazo por las tradiciones, hasta el pensamiento se vuelve homogéneo; también predomina una aceptación de valores como la modernidad, la posmodernidad y el universalismo, tendencia proveniente de Estados Unidos y Europa principalmente.

Una de las principales características de la globalización es, como su nombre lo indica, que todo se globaliza, se expande abarcando por completo al planeta, donde se requiere de una circulación más fluida de bienes y mensajes. En este sentido, la información que ofrecen los Medios de Comunicación Masiva es un recurso indispensable para que la globalización acontezca, ya que éstos funcionan como mediadores, pues por medio de sus relatos llevan a las audiencias representaciones del SS de tal manera que en sus narraciones encontramos valores, parámetros y normas a seguir.

De acuerdo a los planteamientos teóricos de esta tesis los cambios del Sistema Social inciden en el tratamiento de la información que presentan los MCM, los cuales reflejan, mediante sus relatos, lo que acontece en el mundo social de donde eligen lo que consideran más importante y le dan una jerarquización, lo ordenan en un espacio dentro del medio informativo y proporcionan cierto tratamiento según los intereses de la empresa periodística y posteriormente lo presentan al público. Pero, no debemos olvidar que algunas veces las ideas expuestas en los MCM pueden o no corresponder con lo que prevalece en el SS o con lo que exige la sociedad globalizada y esto no quiere decir que tenga que desaparecer el medio informativo.

Según lo expuesto a lo largo de la presente investigación, el propósito primordial es conocer la supraestructura de los diarios nacionales dentro del contexto de la globalización, con base en la Teoría Social de la Comunicación propuesta por Manuel Martín Serrano (1986), objetivo que al término de este trabajo se alcanzó.

Para ello, se planteó que tanto el Sistema Social como el de Comunicación Institucional han sufrido ciertos cambios que harán posible la penetración o no, de la prensa nacional en el mercado mundial.

Para demostrar dicho planteamiento, fue necesario realizar un análisis de contenido a 296 relatos de tres diarios: *La Jornada*, *Reforma* y *El País*, el estudio proyectó datos que sirvieron para conocer la visión que tiene la prensa escrita nacional de lo que acontece, los cuales se muestran a continuación:

- Tanto en la prensa nacional como en la internacional imperan algunos lineamientos de la globalización como el consumismo, el cual se ve reflejado en la forma como se publicitan los productos y se incita al público a su adquisición, ya sea por medio de una reseña o una nota que hable de una feria o la promoción de algún concierto. La intención de vender es más marcada en *Reforma*, ya que muestra pequeños textos, cada uno con la imagen del libro o disco que promociona, el caso de *El País*, periódico que presentó una importante cantidad de reseñas (34%) alargó más la información de las mismas, en cambio en *La Jornada* parece que éste no es su interés principal, pues otorga más importancia al personaje que a promover un libro o disco.
- Existen importantes diferencias en los diarios nacionales, en cuanto a los lineamientos dispuestos por la globalización: el diario *Reforma* sigue más los parámetros de dicho proceso histórico; a diferencia de *La Jornada* que está en una línea un tanto tradicional. Por ejemplo, el primer diario incluye al rock y pop en la sección, por otra parte presenta más reseñas donde se promociona un libro, un disco o un concierto, además su formato es más llamativo, ya que se vale de varias fotografías y breves textos intercalados con las notas, no sucede lo mismo con *La Jornada*, pues sus relatos son más largos y generalmente van acompañados de una sola fotografía, una cabeza y el sumario. Además se interesa por informar acerca de la vida u opinión de personajes.
- La música que promociona la globalización es el rock, que se considera como parte de la "nueva cultura", tanto en *Reforma* como en *El País* es integrado este género musical, no sucede lo mismo con *La Jornada* que sigue las viejas líneas de considerar como cultural a la ópera y la música instrumental, dejando al rock en el plano popular.
- Por otra parte, hay cierto desinterés por lo que ocurre a escala internacional. Da la impresión que la cultura está apartada del acontecer social, del cual sólo toma lo que le interesa y no se preocupa en profundizar, esto es más marcado en el diario *Reforma*.

La lucha que ha dado la prensa nacional a lo largo del proceso de la globalización ha sido ardua, pero no siempre efectiva, ya que después de estar apoyada y anclada a gobiernos priístas de pronto sufre una fuerte caída en la publicidad gubernamental con la sucesión de un nuevo partido al poder (Partido Acción Nacional), a esto se une el bajo número de lectores, lo cual incrementa el problema financiero de varios diarios ocasionando el trágico descenso de algunos; unos cierran completamente sus puertas y otros entran en crisis debido a su tardía reacción ante este nuevo proceso histórico. Además de esto ahora enfrentan a la Internet, la "revolución digital" ha derribado las fronteras que antes separaban las tres formas tradicionales de la comunicación: sonido, escritura, imagen. Sin embargo, en cierta medida, la prensa tradicional ha sabido utilizar esta nueva forma de comunicar para sacar ganancias económicas, es así como los diarios analizados cuentan con una página en la red, donde cobran (*Reforma* y *El País*) y expanden su información a todo el mundo.

Los diarios que se analizaron mostraron amplias diferencias, de entrada el diario *Reforma* presenta un formato estándar, a color mucho más vistoso y llamativo que los diarios *El País* y *La Jornada*, cuyo formato tabloide y su presentación en blanco y negro los hace menos atractivos que el primero, pero sus recursos para atraer la atención son los encabezados y las fotografías o las caricaturas.

El campo de la literatura es el preferido para los tres diarios, además es donde existe la denuncia o un interés más marcado por lo social; la música se refiere más a la difusión de conciertos; ya

que incluye poco a poco representaciones y parámetros delineados por la globalización, aunque sigue estando muy estilizado el plano cultural esto es más marcado en el diario *La Jornada*, pues se ocupa más por informar de la música clásica o la ópera; a diferencia de *Reforma* y *El País*.

El estudio de los datos muestra como la visión del mundo propuesta por la prensa escrita nacional sigue varios lineamientos marcados por la globalización, unos se muestran de manera clara y otros más están sugeridos a través de los textos. El dato de que los diarios incluyen la música pop, al rock o la salsa dentro de la sección cultural, espacio que no hace mucho estaba destinado a la ópera o a la música instrumental, es un indicador de que la prensa está tomando algunos referentes del Sistema social.

Uno de los principales motores de la globalización son las ganancias económicas y en esta medida la información se somete y condiciona al objetivo principal de los medios de información que es la búsqueda del beneficio económico. La prensa cumple con la función de informar, pero además promociona productos, a través de sus relatos, incitando así a su consumo.

Otra de las características de la globalización es que se rechazan los valores, las tradiciones y los conocimientos aparentemente difíciles de convertir en éxito, por carecer de interés y sentido. Aquello que implique el mínimo de dificultad es rechazado, en esta medida, las empresas de comunicación escrita agregan a sus páginas géneros periodísticos como la nota informativa, las fotografías y los pequeños llamados (diario *Reforma*) de tal manera que sea más fácil de digerir y que no implique más tiempo al lector, el fin es informar rápido, darlo todo de manera sencilla por medio de la reiteración, característica de las nuevas tecnologías, donde las imágenes sustituyen al texto o lo vuelven redundante.

Las normas políticas, sociales y culturales son las que reciben mayor atención, quedando en segundo término las económicas. En las normas políticas se hace hincapié en el control que ejercen algunas instituciones. Las sociales son diferentes para los tres diarios: *Reforma* se refiere en mayor medida a los subsidios (a la promoción de la actividad cultural); *La Jornada* y *El País* se mencionan más a la integración. En las culturales el tema central es el de la alfabetización.

Hay un intento en la prensa mexicana por informar de temas variados, lo mismo se habla de un concierto, que de la opinión de un escritor acerca del conflicto Estados Unidos-Irak. Pero es notorio como los campos de la música y la literatura están divididos, en el primero los personajes son más jóvenes y se pone menos atención a temas como la guerra. En el caso de la literatura los actores son más grandes de edad, existe más interés por los problemas sociales y tienen cierto renombre. Los personajes siguen algunos parámetros de la globalización, pues se encontró que dentro de sus fines están ser reconocidos, y en menor medida obtener éxito y ganancias económicas.

De lo anterior se concluye que el proceso de la globalización obliga a la prensa a cambiar en la medida que hay nuevos referentes y ésta da cuenta de ellos en menor o mayor medida.

Los cambios en el Sistema no siempre obligan a los diarios a supeditar los espacios físicos destinados a cada información.

La materia prima de los Medios de Comunicación de Masas se origina en las transformaciones del entorno social, y por esta razón, -dice Martín Serrano (1986)-, el cambio social compromete el modo de hacer de las instituciones mediadoras.

La prensa, al igual que los demás medios de comunicación se ocupa de dar cuenta del acontecer, en esta medida elige de todo el universo de acontecimientos, lo que considera importante para informar y lo presenta en un espacio dentro del medio físico, dándole un tratamiento y una forma.

Aunque uno de los referentes destacados durante el año 2003 es la guerra Estados Unidos- Irak, la prensa nacional sigue dedicando un significativo espacio a otros temas como la realización de conciertos, ferias, desigualdades sociales, educación, entre otros. Esto quiere decir, que no importa tanto lo que sucede en el mundo, la prensa no concede más espacio a una información a partir de esto, sino que tiene bien definidos los espacios destinados a cada información y los referentes del Sistema Social no necesariamente la obligan a modificarlos; así la mediación estructural está bien delimitada, para empezar la sección cultural se encuentra siempre en un lugar específico, el número de páginas no varía de forma significativa, la información ocupa casi siempre el mismo espacio, por ejemplo, la nota principal, en la sección cultural, generalmente abarca una página completa en el caso de *La Jornada* y *El País*; en *Reforma* alcanza media página o una completa y siempre va acompañada de varias imágenes.

El pensamiento que predomina en la globalización es el occidental, que se caracteriza por una cultura del negocio, de hacer dinero, del consumo, del beneficio particular, además del rechazo por el conocimiento aparentemente difícil. Dicho pensamiento tiene una importante presencia en la elección y manejo de los temas en los diarios tanto nacionales como internacionales.

El hecho de que la prensa tanto nacional como internacional sólo hable de personajes de América Latina, de Norteamérica y de Europa, y excluya de forma tajante a los provenientes de países árabes, asiáticos o africanos, muestra, por una parte, la partición del mundo; y por otra la promoción de un sistema común de valores, de normas, de temas y de la visión de la vida occidental. Además del rechazo y la descalificación a ciertas culturas, ya que la occidentalización exige una alienación y tal pareciera que el fin de la prensa es contribuir a la marginación de los menos poderosos. En esta dinámica, se puede decir que todo aquello que no cumpla o que no entre en los lineamientos marcados por la ideología occidental es rechazado por la prensa.

Finalmente podemos decir que sí hay cambios en la prensa, tanto en el formato del medio informativo como en el contenido. Se pretende hacer un diario dinámico, capaz de llamar la atención, los textos son breves y no existe una amplia investigación. Además, se promueven valores occidentales como el consumismo, el individualismo, la idea de presentar todo fácil, la aceptación de una sola cultura y la marginación de otras.

La presente investigación es una aportación más a los múltiples estudios que se han realizado sobre un fenómeno por demás complejo, interesante e importante por analizar. En esta tesis se estudió la supraestructura de la prensa escrita nacional e internacional dentro del contexto de la globalización, quedando fuera el nivel de la infraestructura y estructura. La posibilidad de seguir explotando dicho tema en todos sus niveles queda abierta.

BIBLIOGRAFÍA

1. AGUILAR, Gabriela y TERRAZAS, Ana Cecilia. *La prensa en la calle. Los voceadores y la distribución de periódicos y revistas en México*. Editorial Grijalbo, México, 1996.
2. BARGA, M. A. *La revolución inglesa en el siglo XVII*. Universidad Autónoma de Puebla, México, 1984.
3. BENAVIDES, Ledesma José Luís y QUINTERO, Herrera Carlos. *Escribir en prensa. Redacción informativa e interpretativa*. Editorial Alambra Mexicana, México, 1997.
4. BOHOMAN, Karin. *Medios de Información y Sistemas Informativos en México*. Tercera Edición, Alianza Editorial, México, 1994.
5. EATON, W. David. *México y la globalización*. Editorial Trillas, México, 2001.
6. FERNÁNDEZ, Fátima. *Los Medios de Difusión Masiva en México*. Segunda Edición, El Caballito, México, 1981.
7. FERRER, Eulalio. *Información y Comunicación*. Fondo de cultura Económica, México, 1997.
8. IANNI, Octavio. *La era del globalismo*. Siglo veintiuno editores, México, 1999.
9. IANNI, Octavio. *La Sociedad Global*. Siglo veintiuno editores, México, España, 1998.
10. IANNI, Octavio. *Teorías de la globalización*. Siglo veintiuno editores, México, España, 1996.
11. GOMIS, Lorenzo. *Teoría del Periodismo*. Cómo se forma el presente. Primera Edición, Paidós, Argentina, 1991.
12. GONZÁLEZ, Reyna Susana. *Géneros periodísticos 1. Periodismo de opinión y discurso*. Editorial Trillas, México, 1991.
13. KRIPPENDORF, Klaus. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Paidós, Barcelona, 1990.
14. LAREDO Sánchez, Fernando. et al. *Efectos sociales de la globalización*. Noriega editores, México, 2000.
15. LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos. *Manual de Periodismo*. Editorial Grijalbo México, 1986.
16. MANDEL, Ernest. *El capitalismo tardío*. Ediciones Era, México, 1987.
17. MARTÍN, Serrano Manuel. *La Producción Social de Comunicación*, Alianza Editorial, Madrid, 1986.
18. MARTÍN, Serrano Manuel. *Teoría de la Comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia*. ENEP Acatlán, México, 1999.
19. MARX, Carlos. *El capital. Crítica de la economía política I*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1986, pp. 607-649.
20. RIVADENEIRA, Prada Raúl. *Periodismo. La Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación*. Tercera Edición. Editorial Trillas, México, 1990.

21. ULRICH, Beck. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Paidós, Barcelona, 1998.
22. WALTER Buckley. *La Sociología y la Teoría Moderna de los Sistemas*. Amarrortu Editores, Buenos Aires, 1970.

HEMEROGRAFÍA

El País, los meses enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre de 2003.

La Jornada, los meses enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre de 2003.

Reforma, los meses enero, marzo, mayo, julio, septiembre y noviembre de 2003.

MANRIQUE, Diego. *Cartas urgentes desde Cuba*. El país. España, 10 de mayo de 2003. Suplemento Babelia, p. 22.

AZNÁREZ, Juan Jesús. *Más de cien autores abogan en un congreso en México por el respeto hacia el otro*. El País. 25 de noviembre de 2003. Sección La Cultura, p. 25.

EFE. *Preocupa guerra a Coelho*. Reforma. México 31 de marzo de 2003. Sección La Cultura, p. 1.

FADUL, Ligi, FERNÁNDEZ, Fátima y SOLIS, Beatriz. *Comunicólogos y Medios*. Nexos, 1996.

GÁMEZ, Silvia Isabel. "Me pregunto qué soy". Reforma. México 15 de mayo de 2003. Sección Cultura, p.1C.

GÜEMES, Cesar. *La nostalgia es un hueco de la memoria profunda*. La Jornada. Mexico 25 de marzo de 2003. Sección Cultura p. 3a.

JARQUE, Fietta. *La fusión 'afro' de Tania Libertad*. El país. España, 5 de julio de 2003. Suplemento Babelia, p. 18.

Monopolio presiona a Reforma, en Reforma, 05 de junio de 2003.

MORA, Miguel. "Es triste que Pakistán se alie con las potencias que invaden países soberanos". El país. España, 5 de noviembre de 2003. Sección La Cultura, p. 34.

R. C. *Un país de novela*. El país. España, 5 de julio de 2003. Suplemento Babelia, p. 4

TORRES, Rosana. *El proyecto Ópera Popular comienza con un 'Otello' clásico*. El País. España, 30 de julio de 2003. Sección La Cultura, p. 27.

VARGAS, Ángel. *Maarten Altena Ensemble estrena hoy dos obras de compositores mexicanos*. La Jornada. México 30 de marzo de 2003. Sección Cultura p. 4a.

ANEXOS

ANEXO I

LA JORNADA

A. VARIABLES FÍSICAS

1. Ubicación de la información	Frecuencia	Porcentaje
1. Primera plana	0	0%
2. Contraportada	2	2%
3. Página principal en la sección Cultura	15	17%
4. Segunda página en la sección Cultura	20	24%
5. Otra página en la sección	48	56%
6. Suplemento	0	0%

2. Ubicación de la información interior		
1. Página par	43	51%
2. Página non	42	49%

3. Tamaño que se le asigna a la información		
1. 1/64 de página	0	0%
2. 1/32 de página	0	0%
3. 1/16 de página	1	1%
4. 1/8 de página	6	7%
5. 1/4 de página	8	9%
6. 1/3 de página	19	22%
7. 1/2 de página	26	31%
8. 1 página	18	21%
9. 1 1/2 página	3	4%
10. Más de página y media	1	1%
11. Otro	3	4%

4. Forma de presentar la nota		
1. Nota informativa	51	60%
2. Entrevista	12	14%
3. Reportaje	0	0%
4. Crónica	3	4%
5. Editorial	0	0%
6. Columna	3	4%
7. Artículo de opinión	3	4%
8. Reseña	6	7%
9. Híbrido	4	5%
10. No identificables	3	4%

5. Paratexto		
1. Fotografía	53	62%
2. Caricatura	0	0%
3. Infografía	0	0%
4. Sin imagen	32	38%

B. VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN

1. Origen de la nota		
1. Local	13	15%
2. Nacional	41	48%
3. Extranjero	14	16%
4. No se identifica	3	4%

2. Autor de la información		
1. Reportero	58	68%
2. Articulista	7	8%
3. Columnista	2	2%
4. Corresponsal	3	4%
5. Agencia informativa	5	6%
6. Boletín de prensa	2	2%
7. Otros	7	8%

3. Espacio de dónde se obtuvo la información		
1. Auditorio	5	6%
2. Conferencia	3	4%
3. Festival nacional	2	2%
4. Festival internacional	2	2%
5. Debates	0	0%
6. Feria	1	1%
7. Certamen	0	0%
8. Otro	12	14%
9. No se especifica	60	71%

4. Agencia informativa		
1. AP	0	0%
2. AFP	1	1%
3. Notimex	0	0%
4. EFE	1	1%
5. ITAR-TAS	0	0%
6. Reuters	1	1%
7. Otra	1	1%

5. Sectores a los que se dirige la comunicación		
1. Intelectuales	2	2%
2. Estudiantes	2	2%
3. Amas de casa	1	1%
4. Mujeres	3	4%
5. Hombres	1	1%
6. Obrero	0	0%
7. Empresarios	0	0%
8. Jóvenes	3	4%
9. Campesinos	0	0%
10. Lectores	18	21%
11. Otros	20	24%
12. No se identifica	30	35%

C. VARIABLES DE LOS PERSONAJES DEL RELATO

1. Agentes del relato		
1. Individuo nacional	31	36%
2. Individuo internacional	30	35%
3. Gobierno nacional	0	0%
4. Gobierno internacional	1	1%
5. Grupo nacional	6	7%
6. Grupo internacional	7	8%
7. Institución nacional	4	5%
8. Institución internacional	1	1%
9. Organización no gubernamental nacional	0	0%
10. Organización no gubernamental internacional	0	0%
11. Otros	1	1%

2. Objetivos de los personajes del relato		
1. Personales		
a. tener éxito	14	16%
b. ser eficaz	2	2%
c. ser dinámico	1	1%
d. superarse	1	1%
e. ser competitivo	2	2%
f. ser productivo	1	1%
g. ser reconocido	27	32%
h. capturar premios	6	7%
i. tener fama	6	6%
j. otro	0	0%
2. Grupales		
a. Obstrucción	8	9%
b. Indiferencia	1	1%
c. triunfo	15	18%
d. otro	0	0%
3. Materiales		
a. ganancias económicas	8	9%
b. expansión de industrias	4	5%
c. contar con avances tecnológicos	3	4%
4. Otro		
	4	5%

3. Actos que realiza el personaje para lograr los objetivos		
1. Ventas	9	11%
2. Difusión	49	58%
3. Privatización	1	1%
4. Integración	2	2%
5. Técnicas de mercadeo	5	6%
6. Publicidad	11	13%
7. Cambio de imagen	10	12%
8. Corrupción	1	1%
9. Otra	13	15%

4. Atributos o características de los personajes		
1. Físicos		
1a) positivos		
1.1a. Atractivo	1	1%
1.2a. Jovial	14	16%
1.3a. Elegante	0	0%
1b) negativos		
1.1b. viejos	8	9%
1.2b. poco atractivos	1	1%
1c) no identificables		
2. Personalidad		
2a) Positivos		
2.1a. Inteligente	4	5%
2.2a. talentoso	35	41%
2.3a. tolerante	2	2%
2b) negativos		
2.1b. Autoritario	2	2%
2.2b. corrupto	2	2%
2.3b. intolerante	0	0%
3. Otro		

5. Cómo evalúa el medio a los personajes		
1. Elogio	42	49%
2. Crítica	9	11%
3. Minimización	2	2%
4. Neutral	28	33%
5. Otro	2	2%

6. Nacionalidad de los actores extranjeros		
1. Norteamericana	3	4%
2. Centroamericana	12	14%
3. Sudamericana	2	2%
4. Europea	13	15%
5. Asiática	7	8%
6. Países Árabes	1	1%
7. Otro	1	1%

7. Instrumentos materiales presentes en la información		
1. Libros	43	51%
2. Audio libros	1	1%
3. DVD	1	1%
4. CD	7	8%
5. CD Rom	3	4%
6. Mp3	0	0%
7. Otro	9	11%
8. No se hace mención	19	22%

D. VARIABLES DE ESPACIO Y TIEMPO

1. Espacio donde transcurre la acción del actor en el desempeño de su rol		
1. Espacio nacional	59	69%
2. Espacio internacional	18	21%

2. Tiempo al que hace referencia la información		
1. Presente	39	46%
2. Pasado	42	49%
3. Futuro	32	38%

3. Temporalidad del objeto de referencia		
1. Atemporal	0	0%
2. Intemporales	7	8%
3. Temporales	77	91%

E. VARIABLES DE LA SELECCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO

1. Normas generales mencionadas por el personaje, otro personaje o el emisor		
1. Políticas		
a. Soberanía	4	5%
b. control de instituciones	12	14%
c. Privatización	0	0%
d. acuerdos internacionales	1	1%
2. Sociales		
a. Integración	10	12%
b. derechos de la ciudadanía	5	6%
c. Subsidios	3	4%
3. Económicos		
a. Privatización	0	0%
b. desarrollo tecnológico	7	8%
c. crecimiento económico	2	2%
d. progreso técnico	1	1%
e. internacionalización del capital	0	0%
f. Productividad	0	0%
4. Culturales		
a. alfabetización	5	6%
b. formas de vida universales	7	8%
c. imágenes universales	6	7%
5. Religiosas		
a. libertad de credos	4	5%
b. religión universal	0	0%

2. Temas a los que se hace referencia en el campo de la literatura		
1. Institución política	4	5%
2. Personaje político	5	6%
3. Propuestas de ley	1	1%
4. Difusión		
a. Masiva	16	19%
b. no masiva	18	21%
5. Educación		
a. Alfabetización	4	5%
b. Libertad sexual	3	4%
c. Competitividad	6	7%
d. Rentabilidad	4	5%
e. Otro	0	0%
6. Ventas de libros		
a. por internet	1	1%
b. Ferias	8	9%
c. Otro	10	12%
7. Censura		
a. Gubernamental	6	7%
b. Autocensura	0	0%
8. Conflictos	5	6%
9. Migración	2	2%
10. Empresas trasnacionales	0	0%
11. La familia	1	1%
12. Machismo	2	2%
13. Contaminación	1	1%
14. Desigualdades sociales	7	8%
15. Delincuencia	2	2%
16. Moda	1	1%
17. Premios		
a. Nacionales	1	1%
b. Internacionales	6	7%
18. Tecnologías	5	6%
19. Crisis literaria	3	4%
20. Otros	3	4%

3. Temas a los que se hace referencia en el campo de la música		
1. Institución política	0	0%
2. Personaje político	1	1%
3. Propuestas de ley	1	1%
4. Difusión		
a. Masiva	6	7%
b. no masiva	7	8%
5. Educación		
a. Alfabetización	1	1%
b. Libertad sexual	2	2%
c. Competitividad	2	2%
d. Rentabilidad	2	2%
e. Otro	0	0%
6. Difusión musical		
a. por internet	2	2%
b. conciertos	15	18%
c. otro	1	1%
7. Censura		
a. Gubernamental	4	5%
b. no gubernamental	0	0%
c. autocensura	0	0%
8. Conflictos	3	4%
9. Migración	0	0%
10. Empresas disqueras trasnacionales	0	0%
11. La familia	0	0%
12. Machismo	0	0%
13. Contaminación	0	0%
14. Desigualdades sociales	2	2%
15. Delincuencia	1	1%
16. Moda	1	1%
17. Premios		0%
a. Nacionales	0	0%
b. Internacionales	1	1%
		0%
18. Tecnologías	3	4%
19. Piratería	2	2%
20. Fusiones de géneros musicales	0	0%
21. Crisis musical	6	7%
22. Otros	0	0%

4. Géneros literarios de los que se habla en el relato		
1. Poesía	19	22%
2. Novela	20	24%
3. Cuento	6	7%
4. Ensayo	9	11%
5. Mezclas	1	1%
6. Otros	9	11%

5. Géneros musicales de los que se habla		
1. Ópera	7	8%
2. Pop ópera	0	0%
3. Instrumental	10	12%
4. Zarzuela	3	4%
5. Pop	1	1%
6. Rock	1	1%
7. Ska	0	0%
8. Jazz	0	0%
9. Tango	2	2%
10. Mezclas	0	0%
11. Salsa	1	1%
12. Heavy	0	0%
13. Punk	0	0%
14. Merengue	0	0%
15. Reggae	0	0%
16. Rap	0	0%
17. Otros	1	1%

6. Valores que maneja la información (ya sea positivos o negativos)		
1. Tolerancia	2	2%
2. Unidad	1	1%
3. Respeto	3	4%
4. Democracia	5	6%
5. Progreso	8	9%
6. Libertad	9	11%
7. Cristianismo	2	2%
8. Pluralismo	0	0%
9. Universalismo	5	6%
10. Laicidad	1	1%
11. Secularismo	0	0%
12. Fraternidad	7	8%
13. Modernidad	15	18%
14. Posmodernidad	1	1%
15. Justicia	3	4%
16. Violencia	15	18%
17. Intolerancia	10	12%
18. Individualismo	4	5%
19. Racismo	5	6%
20. Odio	7	8%
21. Agresividad	6	7%
22. Corrupción	10	12%

7. Número de personajes		
1. Hasta 4	50	59%
2. 5 a 7	13	15%
3. 8 a 13	13	15%
4. 14 ó más	1	1%

REFORMA

A. VARIABLES FÍSICAS

1. Ubicación de la información	Frecuencia	Porcentaje
1. Primera plana	3	3%
2. Contraportada	0	0%
3. Página principal en la sección Cultura	23	23%
4. Segunda página en la sección Cultura	17	17%
5. Otra página en la sección	46	46%
6. Suplemento	10	10%

2. Ubicación de la información interior		
1. Página par	41	41%
2. Página non	58	59%

3. Tamaño que se le asigna a la información		
1. 1/64 de página	1	1%
2. 1/32 de página	0	0%
3. 1/16 de página	4	4%
4. 1/8 de página	21	21%
5. 1/4 de página	34	34%
6. 1/3 de página	15	15%
7. 1/2 de página	9	9%
8. 1 página	5	5%
9. 1 1/2 página	0	0%
10. Más de página y media	0	0%
11. Otro	10	10%

4. Forma de presentar la nota		
1. Nota informativa	60	61%
2. Entrevista	6	6%
3. Reportaje	0	0%
4. Crónica	4	4%
5. Editorial	0	0%
6. Columna	1	1%
7. Artículo de opinión	8	8%
8. Reseña	14	14%
9. Híbrido	1	1%
10. No identificables	6	6%

5. Paratexto		
1. Fotografía	87	88%
2. Caricatura	5	5%
3. Infografía	1	1%
4. Sin imagen	7	7%

B. VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN

1. Origen de la nota		
1. Local	17	17%
2. Nacional	38	38%
3. Extranjero	19	19%
4. No se identifica	25	25%
2. Autor de la información		
1. Reportero	68	69%
2. Articulista	6	6%
3. Columnista	1	1%
4. Corresponsal	1	1%
5. Agencia informativa	7	7%
6. Boletín de prensa	0	0%
7. Otros	16	16%

3. Espacio de dónde se obtuvo la información		
1. Auditorio	17	17%
2. Conferencia	2	2%
3. Festival nacional	2	2%
4. Festival internacional	1	1%
5. Debates	0	0%
6. Feria	2	2%
7. Certamen	3	3%
8. Otro	44	44%
9. No se especifica	28	28%

4. Agencia informativa		
1. AP	0	0%
2. AFP	3	3%
3. Notimex	1	1%
4. EFE	3	3%
5. ITAR-TAS	0	0%
6. Reuters	0	0%
7. Otra	1	1%

5. Sectores a los que se dirige la comunicación		
1. Intelectuales	0	0%
2. Estudiantes	2	2%
3. Amas de casa	0	0%
4. Mujeres	2	2%
5. Hombres	3	3%
6. Obrero	1	1%
7. Empresarios	1	1%
8. Jóvenes	3	3%
9. Campesinos	0	0%
10. Lectores	36	36%
11. Otros	27	27%
12. No se identifica	30	30%

C. VARIABLES DE LOS PERSONAJES DEL RELATO

1. Agentes del relato		
1. Individuo nacional	49	49%
2. Individuo internacional	46	46%
3. Gobierno nacional	0	0%
4. Gobierno internacional	0	0%
5. Grupo nacional	7	7%
6. Grupo internacional	6	6%
7. Institución nacional	2	2%
8. Institución internacional	0	0%
9. Organización no gubernamental nacional	0	0%
10. Organización no gubernamental internacional	0	0%
11. Otros	0	0%

2. Objetivos de los personajes del relato		
1. Personales		
a. tener éxito	11	11%
b. ser eficaz	3	3%
c. ser dinámico	3	3%
d. superarse	2	2%
e. ser competitivo	0	0%
f. ser productivo	3	3%
g. ser reconocido	14	14%
h. capturar premios	1	1%
i. tener fama	0	0%
j. otro	1	1%
1. Grupales		
a. Obstrucción	2	2%
b. Indiferencia	0	0%
c. triunfo	0	0%
d. otro	0	0%
3. Materiales		
a. ganancias económicas	9	9%
b. expansión de industrias	0	0%
c. contar con avances tecnológicos	0	0%
4. Otro	32	32%

3. Actos que realiza el personaje para lograr los objetivos		
1. Ventas	3	3%
2. Difusión	30	30%
3. Privatización	1	1%
4. Integración	0	0%
5. Técnicas de mercadeo	4	4%
6. Publicidad	1	1%
7. Cambio de imagen	1	1%
8. Corrupción	2	2%
9. Otra	20	20%

4. Atributos o características de los personajes		
1. Físicos		
1a) positivos		
1.1a. Atractivo	2	2%
1.2a. Jovial	1	1%
1.3a Elegante	0	0%
1b) negativos		
1.1b. viejos	1	1%
1.2b. poco atractivos	1	1%
1c) no identificables	0	0%
2. Personalidad		
2a) Positivos		
2.1a. Inteligente	6	6%
2.2a. talentoso	51	52%
2.3a. tolerante	1	1%
2b) negativos		
2.1b. Autoritario	0	0%
2.2b. corrupto	3	3%
2.3b. intolerante	2	2%
3. Otro	8	8%

5. Cómo evalúa el medio a los personajes		
1. Elogio	14	14%
2. Crítica	2	2%
3. Minimización	0	0%
4. Neutral	77	78%
5. Otro	1	1%

6. Nacionalidad de los actores extranjeros		
1. Norteamericana	13	13%
2. Centroamericana	6	6%
3. Sudamericana	11	11%
4. Europea	18	18%
5. Asiática	1	1%
6. Países Árabes	0	0%
7. Otro	2	2%

7. Instrumentos materiales presentes en la información		
1. Libros	54	55%
2. Audio libros	0	0%
3. DVD	0	0%
4. CD	4	4%
5. CD Rom	0	0%
6. Mp3	0	0%
7. Otro	21	21%
8. No se hace mención	21	21%

D. VARIABLES DE ESPACIO Y TIEMPO

1. Espacio donde transcurre la acción del actor en el desempeño de su rol		
1. Espacio nacional	64	65%
2. Espacio internacional	35	35%

2. Tiempo al que hace referencia la información		
1. Presente	59	60%
2. Pasado	69	70%
3. Futuro	42	42%

3. Temporalidad del objeto de referencia		
1. Atemporal	0	0%
2. Intemporales	9	9%
3. Temporales	90	91%

E. VARIABLES DE LA SELECCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO

1. Normas generales mencionadas por el personaje, otro personaje o el emisor		
1. Políticas		
a. Soberanía	0	0%
b. control de instituciones	4	4%
c. Privatización	0	0%
d. acuerdos internacionales	0	0%
2. Sociales		
a. Integración	1	1%
b. derechos de la ciudadanía	3	3%
c. Subsidios	11	11%
3. Económicos		
a. Privatización	0	0%
b. desarrollo tecnológico	2	2%
c. crecimiento económico	1	1%
d. progreso técnico	0	0%
e. internacionalización del capital	0	0%
f. Productividad	0	0%
4. Culturales		
a. alfabetización	12	12%
b. formas de vida universales		0%
c. imágenes universales	0	0%
5. Religiosas		
a. libertad de credos	1	1%
b. religión universal	0	0%

Reforma

2. Temas a los que se hace referencia en el campo de la literatura		
1. Institución política	0	0%
2. Personaje político	1	1%
3. Propuestas de ley	0	0%
4. Difusión		
a. Masiva	4	4%
b. no masiva	6	6%
5. Educación		
a. Alfabetización	11	11%
b. Libertad sexual	0	0%
c. Competitividad	1	1%
d. Rentabilidad	1	1%
e. Otro	0	0%
6. Ventas de libros		
a. por internet	0	0%
b. Ferias	3	3%
c. Otro	1	1%
7. Censura		
a. Gubernamental	1	1%
b. Autocensura	0	0%
8. Conflictos	16	16%
9. Migración	4	4%
10. Empresas trasnacionales	0	0%
11. La familia	4	4%
12. Machismo	2	2%
13. Contaminación	0	0%
14. Desigualdades sociales	2	2%
15. Delincuencia	8	8%
16. Moda	0	0%
17. Premios		
a. Nacionales	6	6%
b. Internacionales	6	6%
18. Tecnologías	2	2%
19. Crisis literaria	1	1%
20. Otros	17	17%

3. Temas a los que se hace referencia en el campo de la música		
1. Institución política	1	1%
2. Personaje político	2	2%
3. Propuestas de ley	1	1%
4. Difusión		
a. Masiva	0	0%
b. no masiva	3	3%
5. Educación		
a. Alfabetización	0	0%
b. Libertad sexual	0	0%
c. Competitividad	0	0%
d. Rentabilidad	0	0%
e. Otro	0	0%
6. Difusión musical		
a. por internet	2	2%
b. conciertos	16	16%
c. otro	4	4%
7. Censura		
a. Gubernamental	0	0%
b. no gubernamental	0	0%
c. autocensura	0	0%
8. Conflictos	3	3%
9. Migración	0	0%
10. Empresas disqueras trasnacionales	0	0%
11. La familia	2	2%
12. Machismo	1	1%
13. Contaminación	0	0%
14. Desigualdades sociales	1	1%
15. Delincuencia	1	1%
16. Moda	0	0%
17. Premios		
a. Nacionales	0	0%
b. Internacionales	1	1%
18. Tecnologías	0	0%
19. Crisis musical	0	0%
20. Piratería	0	0%
21. Fusiones de géneros musicales	3	3%
22. Otros	2	2%

4. Géneros literarios de los que se habla en el relato		
1. Poesía	24	24%
2. Novela	32	32%
3. Cuento	1	1%
4. Ensayo	3	3%
5. Mezclas	0	0%
6. Otros	7	7%

5. Géneros musicales de los que se habla		
1. Ópera	12	12%
2. Pop ópera	0	0%
3. Instrumental	9	9%
4. Zarzuela	2	2%
5. Pop	1	1%
6. Rock	3	3%
7. Ska	1	1%
8. Jazz	6	6%
9. Tango	1	1%
10. Mezclas	1	1%
11. Salsa	1	1%
12. Heavy	0	0%
13. Punk	0	0%
14. Merengue	0	0%
15. Reggae	1	1%
16. Rap	0	0%
17. Otros	10	10%

6. Valores que maneja la información (ya sea positivos o negativos)		
1. Tolerancia	3	3%
2. Unidad	0	0%
3. Respeto	1	1%
4. Democracia	2	2%
5. Progreso	2	2%
6. Libertad	5	5%
7. Cristianismo	0	0%
8. Pluralismo	0	0%
9. Universalismo	0	0%
10. Laicidad	0	0%
11. Secularismo	0	0%
12. Fraternidad	8	8%
13. Modernidad	4	4%
14. Posmodernidad	1	1%
15. Justicia	0	0%
16. Violencia	21	21%
17. Intolerancia	1	1%
18. Individualismo	0	0%
19. Racismo	2	2%
20. Odio	0	0%
21. Agresividad	3	3%
22. Corrupción	10	10%

7. Número de personajes		
1. Hasta 4	66	67%
2. 5 a 7	19	19%
3. 8 a 13	9	9%
4. 14 ó más	4	4%

EL PAÍS

A. VARIABLES FÍSICAS

1. Ubicación de la información	Frecuencia	Porcentaje
1. Primera plana	4	4%
2. Contraportada	0	0%
3. Página principal en la sección Cultura	24	21%
4. Segunda página en la sección Cultura	25	22%
5. Otra página en la sección	23	20%
6. Suplemento	36	32%

2. Ubicación de la información interior	Frecuencia	Porcentaje
1. Página par	60	53%
2. Página non	52	47%

3. Tamaño que se le asigna a la información	Frecuencia	Porcentaje
1. 1/64 de página	1	1%
2. 1/32 de página	0	0%
3. 1/16 de página	2	2%
4. 1/8 de página	19	17%
5. 1/4 de página	24	21%
6. 1/3 de página	16	14%
7. 1/2 de página	20	18%
8. 1 página	6	5%
9. 1 1/2 página	0	0%
10. Más de página y media	5	4%
11. Otro	19	17%

4. Forma de presentar la nota	Frecuencia	Porcentaje
1. Nota informativa	55	49%
2. Entrevista	8	7%
3. Reportaje	0	0%
4. Crónica	2	2%
5. Editorial	0	0%
6. Columna	0	0%
7. Artículo de opinión	1	1%
8. Reseña	38	34%
9. Híbrido	3	3%
10. No identificables	4	4%

5. Paratexto	Frecuencia	Porcentaje
1. Fotografía	68	61%
2. Caricatura	3	3%
3. Infografía	0	0%
4. Sin imagen	41	37%

B. VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN

1. Origen de la nota		
1. Local	26	22%
2. Nacional	43	38%
3. Extranjero	12	11%
4. No se identifica	6	5%

2. Autor de la Información		
1. Reportero	98	88%
2. Articulista	0	0%
3. Columnista	0	0%
4. Corresponsal	1	1%
5. Agencia informativa	2	1%
6. Boletín de prensa	3	3%
7. Otros	8	7%

3. Espacio de dónde se obtuvo la información		
1. Auditorio	5	4%
2. Conferencia	4	4%
3. Festival nacional	1	1%
4. Festival internacional	2	2%
5. Debates	1	1%
6. Feria	2	2%
7. Certamen	5	4%
8. Otro	35	31%
9. No se especifica	57	51%

4. Agencia Informativa		
1. AP	0	0%
2. AFP	0	0%
3. Notimex	0	0%
4. EFE	2	2%
5. ITAR-TAS	0	0%
6. Reuters	0	0%
7. Otra	0	0%

5. Sectores a los que se dirige la comunicación		
1. Intelectuales	4	4%
2. Estudiantes	3	3%
3. Amas de casa	0	0%
4. Mujeres	0	0%
5. Hombres	0	0%
6. Obrero	0	0%
7. Empresarios	2	2%
8. Jóvenes	5	5%
9. Campesinos	0	0%
10. Lectores	51	46%
11. Otros	23	21%
12. No se identifica	27	24%

C. VARIABLES DE LOS PERSONAJES DEL RELATO

1. Agentes del relato		
1. Individuo nacional	38	34%
2. Individuo internacional	47	42%
3. Gobierno nacional	0	0%
4. Gobierno internacional	2	2%
5. Grupo nacional	11	10%
6. Grupo internacional	7	6%
7. Institución nacional	0	0%
8. Institución internacional	1	1%
9. Organización no gubernamental nacional	0	0%
10. Organización no gubernamental internacional	0	0%
11. Otros	1	1%

2. Objetivos de los personajes del relato		
1. Personales		
a. tener éxito	14	13%
b. ser eficaz	1	1%
c. ser dinámico	1	1%
d. superarse	2	2%
e. ser competitivo	1	1%
f. ser productivo	3	2%
g. ser reconocido	9	8%
h. capturar premios	1	1%
i. tener fama	2	2%
j. otro	3	3%
1. Grupales		
a. Obstrucción	3	3%
b. Indiferencia	2	2%
c. triunfo	3	3%
d. otro	0	0%
3. Materiales		
a. ganancias económicas	7	6%
b. expansión de industrias	4	4%
c. contar con avances tecnológicos	2	2%
4. Otro		
	16	17%

3. Actos que realiza el personaje para lograr los objetivos		
1. Ventas	5	4%
2. Difusión	18	16%
3. Privatización	2	2%
4. Integración	4	4%
5. Técnicas de mercadeo	1	1%
6. Publicidad	0	0%
7. Cambio de imagen	5	5%
8. Corrupción	2	2%
9. Otra	22	20%

4. Atributos o características de los personajes		
1. Físicos		
1a) positivos		
1.1a. Atractivo	1	1%
1.2a. Jovial	6	5%
1.3a Elegante	2	2%
1b) negativos		
1.1b. viejos	5	4%
1.2b. poco atractivos	0	0%
1c) no identificables		
2. Personalidad		
2a) Positivos		
2.1a. Inteligente	6	5%
2.2a. talentoso	57	51%
2.3a. tolerante	4	4%
2b) negativos		
2.1b. Autoritario	0	0%
2.2b. corrupto	4	4%
2.3b. intolerante	0	0%
3. Otro	9	8%

5. Cómo evalúa el medio a los personajes		
1. Elogio	37	33%
2. Crítica	3	3%
3. Minimización	1	1%
4. Neutral	65	58%
5. Otro	0	0%

6. Nacionalidad de los actores extranjeros		
1. Norteamericana	12	11%
2. Centroamericana	19	17%
3. Sudamericana	15	13%
4. Europea	25	22%
5. Asiática	2	2%
6. Países Árabes	2	2%
7. Otro	1	1%

7. Instrumentos materiales presentes en la información		
1. Libros	68	61%
2. Audio libros	1	1%
3. DVD	4	4%
4. CD	8	7%
5. CD Rom	0	0%
6. Mp3	0	0%
7. Otro	12	11%
8. No se hace mención	17	15%

D. VARIABLES DE ESPACIO Y TIEMPO

1. Espacio donde transcurre la acción del actor en el desempeño de su rol		
1. Espacio nacional	65	58%
2. Espacio internacional	37	33%

2. Tiempo al que hace referencia la información		
1. Presente	80	71%
2. Pasado	69	62%
3. Futuro	37	33%

3. Temporalidad del objeto de referencia		
1. Atemporal	0	0%
2. Intemporales	13	12%
3. Temporales	97	87%

E. VARIABLES DE LA SELECCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO

1. Normas generales mencionadas por el personaje, otro personaje o el emisor		
1. Políticas		
a. Soberanía	5	5%
b. control de instituciones	7	6%
c. Privatización	0	0%
d. acuerdos internacionales	0	0%
2. Sociales		
a. Integración	6	5%
b. derechos de la ciudadanía	7	6%
c. Subsidios	1	1%
3. Económicos		
a. Privatización	0	0%
b. desarrollo tecnológico	8	7%
c. crecimiento económico	1	1%
d. progreso técnico	1	1%
e. internacionalización del capital	0	0%
f. Productividad	0	0%
4. Culturales		
a. alfabetización	8	7%
b. formas de vida universales	2	2%
c. imágenes universales	0	0%
5. Religiosas		
a. libertad de credos	1	1%
b. religión universal	0	0%

2. Temas a los que se hace referencia en el campo de la literatura		
1. Institución política	0	0%
2. Personaje político	5	5%
3. Propuestas de ley	0	0%
4. Difusión		
a. Masiva	5	5%
b. no masiva	1	1%
5. Educación		
a. Alfabetización	9	8%
b. Libertad sexual	2	2%
c. Competitividad	0	0%
d. Rentabilidad	2	2%
e. Otro	0	0%
6. Ventas de libros		
a. por internet	1	1%
b. Ferias	3	3%
c. Otro	1	1%
7. Censura		
a. Gubernamental	5	5%
b. Autocensura	0	0%
8. Conflictos	18	16%
9. Migración	7	6%
10. Empresas trasnacionales	0	0%
11. La familia	8	7%
12. Machismo	3	3%
13. Contaminación	0	0%
14. Desigualdades sociales	5	5%
15. Delincuencia	4	4%
16. Moda	2	2%
17. Premios		
a. Nacionales	6	5%
b. Internacionales	2	2%
18. Tecnologías	5	4%
19. Crisis literaria	1	1%
20. Otros	12	11%

3. Temas a los que se hace referencia en el campo de la música		
1. Institución política	0	0%
2. Personaje político	3	3%
3. Propuestas de ley	2	2%
4. Difusión		
a. Masiva	2	2%
b. no masiva	0	0%
5. Educación		
a. Alfabetización	1	1%
b. Libertad sexual	0	0%
c. Competitividad	0	0%
d. Rentabilidad	0	0%
e. Otro	0	0%
6. Difusión musical		
a. por internet	3	3%
b. conciertos	17	15%
c. otro	2	2%
7. Censura		
a. Gubernamental	1	1%
b. no gubernamental	0	0%
c. autocensura	0	0%
8. Conflictos	2	2%
9. Migración	3	3%
10. Empresas disqueras trasnacionales	2	2%
11. La familia	1	1%
12. Machismo	1	1%
13. Contaminación	0	0%
14. Desigualdades sociales	0	0%
15. Delincuencia	4	4%
16. Moda	1	1%
17. Premios		
a. Nacionales	0	0%
b. Internacionales	0	0%
18. Tecnologías	3	3%
19. Piratería	6	5%
20. Fusiones de géneros musicales	10	9%
21. Crisis musical	0	0%
22. Otros	2	2%

4. Géneros literarios de los que se habla en el relato		
1. Poesía	19	16%
2. Novela	38	34%
3. Cuento	11	10%
4. Ensayo	8	7%
5. Mezclas	1	1%
6. Otros	11	10%

5. Géneros musicales de los que se habla		
1. Ópera	3	3%
2. Pop ópera	2	2%
3. Instrumental	6	5%
4. Zarzuela	0	0%
5. Pop	2	2%
6. Rock	6	5%
7. Ska	0	0%
8. Jazz	5	5%
9. Tango	3	3%
10. Mezclas	3	3%
11. Salsa	0	0%
12. Otros	0	0%
13. Heavy	0	0%
14. Punk	0	0%
15. Merengue	0	0%
16. Reggae	0	0%
17. Rap	0	0%
18. Otros	11	10%

6. Valores que maneja la información (ya sea positivos o negativos)		
1. Tolerancia	6	5%
2. Unidad	2	2%
3. Respeto	2	2%
4. Democracia	4	4%
5. Progreso	2	2%
6. Libertad	6	5%
7. Cristianismo	1	1%
8. Pluralismo	0	0%
9. Universalismo	2	2%
10. Laicidad	0	0%
11. Secularismo	1	1%
12. Fraternidad	13	12%
13. Modernidad	6	5%
14. Posmodernidad	6	5%
15. Justicia	2	2%
16. Violencia	15	13%
17. Intolerancia	4	4%
18. Individualismo	3	3%
19. Racismo	4	4%
20. Odio	2	2%
21. Agresividad	4	4%
22. Corrupción	11	10%

7. Número de personajes		
1. Hasta 4	72	64%
2. 5 a 7	15	13%
3. 8 a 13	11	10%
4. 14 ó más	10	9%

Nombre del diario: La Jornada

# Nota	Variables Fiscales										V. de los personales										V. de espacio y tiempo										V. del econtecar									
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8									
1	3	1	8	1	1	2	1	9	12	1	4	2,6	3	4	4	1	1	2,3	3	3	1,4	4a,5c	4a,5b,17b	1,4	2	1	12	1	3	1	2									
2	4	2	8	1	1	4	1	9	12	2	1h,1,2c	2,6	1,1b	4	5	1	2	2	2	3	2	4a,6c	4a,17b	1,4	2	1	12	1	3	1	2									
3	3	1	8	1	1	2	1	9	12	1	4	2,6	3	4	4	1	1	2,3	3	3	1,4	4a,6c	4a,17b	1,4	2	1	12	1	3	1	2									
4	4	2	8	1	1	4	1	9	12	2	1h,1,2c	2,6	2,3a	2	2	1	1	2	2	3	1,3	4a,6c	4a,6c	1,3	2	1	5,13,22	1	3	1	2									
5	3	1	8	1	1	4	1	9	12	1	1d,2c,3b	2	2,2a	1	2	1	1	2	2	3	6	4a,6c	4a,6c	6	2	1	12	1	3	1	2									
6	4	2	8	2	1	1	1	6	10	2	1g	2	1,1a,1,2a	1	2	1	1	1,2	3	3	1	4b,6b,7	4b,6b,7	1	4	1	6,12,17	2	3	1	2									
7	5	1	5	6	4	2	1	9	11	1	2b,1,1b	2	2,2a	1	2	1	1,2	2	3	3	8	4a,6c	4a,6c	8	4	1	15,22	1	3	1	2									
8	3	1	6	1	1	4	2	1	9	4	4	2	2,2a	4	6	7	1,3	3	3	3	1a,d	6b,5a,8,14	6b,5a,8,14	3	3	1	2,6,19,20	1	3	1	2									
9	3	1	5	1	4	2	1	9	8	1	1g	1,2,6	2,2a	1	4	4	1	3	3	3	2c	4a,6b,22	4a,6b,22	1	1	1	13	1	3	1	2									
10	5	1	9	1	4	2	1	9	12	1	1e	2	5	5	1	1	1	1	1	1	2a	4a,6c	4a,6c	6	2	1	6,9	1	3	1	2									
11	5	1	6	1	4	3	6	9	8	1a,2c,3ab	1,5,7	2,2a	1	2	4,5	1	2	1,3	3	3	1b,3bc	4a,5c,d,6c,18	4a,5c,d,6c,18	6	2	1	5,9,13	2	1	1	2									
12	5	2	6	1	4	3	4	9	12	6	1ah	2,2a	1	2	1	2	2	2	3	3	1,7b	4a,6c	4a,6c	2,4	2	1	19	1	1	1	2									
13	3	1	11	1	1	3	1	9	4	2	1g	1,2,6	1,2a	1	5	1	2	1,2	3	3	2b	12,14	12,14	2	2	1	19	1	1	1	2									
14	3	1	6	1	4	1	1	9	10	2	1e	2	2	4	2	1	1	3	3	3	4a,6b	4a,6b	2	2	1	19	1	1	1	2										
15	4	1	7	1	1	2	1	9	12	1	1	1,2	2,1a	1	1	1	1	3	3	3	3b,4c	4b,5b,6b,7a	4b,5b,6b,7a	6	2	1	1,22	1	1	1	2									
16	5	2	6	1	1	2	1	9	10	1	1	1,2	1	1	1	1	1	1	1	1	3b,4c	4a,5b,18	4a,5b,18	3	2	1	5	1	1	1	2									
17	5	2	6	1	4	1	9	11	7	3b,3c	2,4,7	2,7	1	1	7	1	1	1,3	3	3	4b	4b	4b	1	1	1	16	1	1	1	2									
18	5	2	8	1	1	2	1	9	10	1	1g	2	2,2a	1	1	1	1	1	1	1	3b,4c	4a,5b,18	4a,5b,18	3	2	1	5	1	1	1	2									
19	5	1	7	2	1	1	1	8	11	5	1g	2	2,2a	1	1	1	1	1	1	1	4b	4b	4b	1	1	1	16	1	1	1	2									
20	5	2	7	1	1	2	1	9	10	1	1	2	2,2a	1	1	1	1	1	1	1	4b,6c,13	4b,6c,13	4	2	1	16	1	1	1	2										
21	3	1	8	1	1	1	1	9	3,4	6	1a,1g,2c	2,6	1,2a,2,2a	1	4	8	1	1,3	3	3	2a,b,4a	4a,6c,14,16	4a,6c,14,16	1	4	1	10,13,19	1	1	1	2									
22	4	2	7	1	1	3	5	9	6	12	2	2a,3a	2	4	4	1	2,3	3	3	2a,c	4b,5a,6b,14	4b,5a,6b,14	16	4	1	4,6,3,15	3	1	1	2										
23	4	2	7	6	1	2	3	9	2	6	3a	8	2,2a	1	1	4	1	2,3	3	3	4b	4b	4b	2	2	1	16	1	1	1	2									
24	5	1	7	7	4	2	2	9	1	1	1g	2	2,2a	1	1	1	1	1	1	1	1a,2b	5c,19	5c,19	14	1	3	22	2	1	1	2									
25	3	1	7	1	1	2	1	9	10	2	1	2	2,2a	4	4	8	1	1	1	1	3b,3d	5c,19	5c,19	4	4	1	5,13,18	3	1	1	2									
26	4	2	8	2	1	2	1	9	11	5	1a	2	2,2a	4	4	1	1	1	1	1	4b	4b	4b	1	1	1	13	1	1	1	2									
27	3	1	8	1	1	2	1	9	12	1	1g,1a	2	1,2a	1	1	1	1,3	3	3	3	4b,6b	4b,6b	4b,6b	1	4	1	13	1	1	1	2									
28	4	1	8	2	1	2	1	9	12	2	1g,1h,2a	2,7	2,2a	1	5	1	1,3	3	3	3	4b,11	4b,11	4b,11	2	2	2	2	1	1	1	2									
29	5	1	6	1	4	2	1	9	11	5	1a,1,2c	2	1,2a,2,2a	1	4	8	1	2,3	3	3	1a,2a,2b	4a,7a,9	4a,7a,9	1,2	6	1	16,17,21	1	1	1	2									
30	5	1	6	4	1	2	1	1	11	6	1f,1g,2c	2	1,2a,2,2a	1	2	8	1	2	2	3	3b	4a,6b,18	4a,6b,18	6	6	1	13,14,16	3	1	1	2									
31	5	1	4	1	4	3	5	9	3	11	2	2,2a	1	4	8	2	2	2	2	3	4c	4a,6b,18	4a,6b,18	3	3	1	6	1	1	1	2									
32	3	1	8	1	1	1,5	1	9	12	2	1g	7	2,2a	1	2,4	1	2	2,3	3	3	1b	6b,7a	6b,7a	6	6	1	6	1	1	1	2									
33	4	2	5	1	4	2	1	3	12	7	1	2	2,2a	1	4,5	1	2	2	3	3	2a,5a	4a,14,17b	4a,14,17b	6	6	1	1	1	1	1	2									
34	5	1	7	1	1	2	1	3	12	1	1g	7	2,2a	1	4	1	2	2	3	3	1b	1,2,3	1,2,3	1	1	1	1	1	1	1	2									
35	5	2	6	1	4	2	1	9	7	12	1	1h	2	3	3	1	2	1	3	3	4b	4b	4b	1	1	1	16,21	2	1	1	2									
36	5	1	4	1	4	3	5	8	7	12	1	2	4	4,5	1	2	2	2	3	3	2a	4a,9,14,17b	4a,9,14,17b	2	2	1	16,17	3	1	1	2									
37	5	2	7	7	1	3	2	9	11	2	1g	2	2,2a	4	8	1	2	2	3	3	5a	4b,7a	4b,7a	2	2	1	16,17	3	1	1	2									
38	5	2	7	1	1	1	1	9	11	5	2c	1,2,5	4	7	7	1	3	3	3	3	4b,6b	4b,6b	4b,6b	3	3	1	13	1	1	1	2									
38	5	1	6	7	4	3	2	9	12	2	1a,2,2a	1	4	8	2	1,2	3	3	3	3	4b,6b	4b,6b	4b,6b	1,3	3	1	13	1	1	1	2									
40	4	2	11	2	1	2	1	9	10	1	1e,1g	6,7	2,1a	1	4	8	1	1	1	1	4a	20	20	2	2	1	7,12,16,20	1	1	1	1	2								
41	3	1	8	8	1	1	1	9	11	2	1a,1g,1,2c,3a	1,2	1,2b,2,1b	2	7	1	1	2	3	3	4a	4a,5b,12	4a,5b,12	6	6	1	16,20,21,22	1	1	1	1	2								

La Jornada

# Nota	Variables Físicas										V. de identificación										V. de los personales					V. de espacio y tiempo					V. del acontecer				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8				
42	4	1	7	7	4	2	2	1	11	5					3	8	1	2	3																
43	2	1	9	2	1	2	1	8	8	2	4				1	4	1	1	1	3															
44	4	2	6	1	4	1	7	9	4,5	4	1a,2c				1	7	7	1	3	3															
45	4	2	7	2	1	3	1	8	12	2	1f,2a				4	1	1	1	2,3	3															
46	5	2	4	1	4	2	1	9	8	1					4	4	1	1	3	3															
47	4	2	4	1	4	3	1	9	12	2	1g,2c				4	1	2	1	3	3															
48	4	1	7	1	1	1	1	9	11	1	1a,1b,1c,2c,3c				1	1	3,4,7	1	3	3															
49	5	1	7	7	1	1	1	11	11						2b	2,6,7	4	1	1	3															
50	5	2	6	1	4	2	1	1	10	2	2c				1	1	1	1	3																
51	5	1	6	1	4	3	1	1	12	1	1g,2a				1	2	1	1	3																
52	5	1	7	1	1	2	1	1	10	5	1g				2	2,2a	8	1	2	3															
53	5	2	6	1	1	1	1	9	12	1	2a,3a				1	1	1	1	3																
54	4	1	6	1	1	3	7	9	12	2	2a				4	4	1	2	3																
55	5	2	10	1	1	7	9	1	11	2	2,2a				1	5	2	2	2																
56	3	1	8	2	1	1	8	1	12	1	1g				1	1	2	1,3	3																
57	4	2	8	2	1	7	8	12	12	1	1g,2c				1	7	1	1	2	3															
58	5	1	7	1	1	2	1	9	10	2	1g,2a				4	2	1	1	2	3															
59	5	2	6	8	4	1	9	12	12	2					2	2	1	2	3																
60	2	2	8	4	1	2	1	2	10	1					1	8	1	1	3																
61	5	1	5	7	1	2	9	12	2	9	2a,1,2a				9	2	2	2	3																
62	5	1	5	6	4	6	9	12	2	1a,1b,1g,1,2c	4				2,5	8	1	2	3																
63	3	1	9	1	1	1	9	12	12	1	2,1a				2	2	1	1,2	3																
64	4	2	7	4	1	2	1	4	10		1,2a				4	1	1	1	2																
65	4	2	7	7	4	3	9	10	1	9	9				4	8	1	1	3																
66	5	2	7	2	1	1	9	10	1	9	2,2a				4	1	1	2	3																
67	4	2	8	1	1	2	1	2	2	1	1,1b				2	1	2	2	2																
68	5	2	3	1	1	4	4	12	11	4	2,2a				4	2,4,5	8	1	2,3	3															
69	5	2	7	1	4	3	7	9	12	2	1h				4	8	2	2,3	3																
70	5	1	7	1	1	3	1	9	12	2					4	1	2	2	3																
71	5	2	7	1	1	2	1	2	2	1	1,1b				1	2	1	2	3																
72	5	2	7	7	1	2	2	9	10	1	1g				2	1	2	2	3																
73	5	1	4	1	4	1	1	9	10	7					12	1,5	1	2,3	3																
74	5	1	4	1	4	1	1	9	11	1	3b				1	1	1	3	3																
75	5	2	5	1	4	1	4	8	11	2	1,1b				1	8	1	3	3																
76	5	1	6	1	1	2	1	8	11	6	2,2a				1	4	7	1	2	3															
77	5	2	7	7	4	2	5	1	11	6	1g				2	1,2a,2,2a	4	1	1	3															
78	5	2	6	1	4	2	1	9	12	5	1g				4	7	1	2	3																
79	5	2	5	1	1	2	1	9	12	1	1a,3a,3c				4	1	1	1	3																
80	3	1	8	1	1	2	1	1	11	6					9	2,2a	4	1	2	3															
81	5	2	6	8	4	7	8	10	2	1a					2	1,2a,2,2a	1	1	3																
82	5	2	6	8	4	2	1	9	1						4	5	1	2	1	3															
83	5	2	11	2	1	2	1	9	10						4	1	1	1,3	2																
84	5	1	7	2	1	1	1	8	12	1	2a				2	4	1	1,3	3																
85	5	2	7	1	1	2	7	9	11	7	3a				2	7	1	1	3																

Nombre del diario: Reforma

# NOTA	VARIABLES FISICAS					VARIABLES DE IDENTIFICACION					VARIABLES DE LOS PERSONAJES					V. ESPACIO Y TIEMPO			VARIABLES DEL ACOTAR								
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
1	1	1	5	1	1	2	1	9	12	1																	
2	6	2	8	8	12	4	7	8	10	2	1f,1j	2	2,2a	4	1	1	8										
3	6	2	6	8	1	1	7	9	10	2	1a	9	2,2a	4	1,4	1	1	2	1	3							
4	6	2	5	8	4	4	7	8	10	2	1c	2	2,2a	4	4	1	2	1,2	3								
5	5	2	5	1	1	2	1	1	12	2	1a	2	2,2a	4	1	7	1,2	3									
6	1	2	7	1	1	1	1	1	12	5	1b,1c	2	3	4	8	1	1,2,3	3									
7	3	1	4	1	1	3	1	1	10	2																	
8	3	2	5	1	1	2	1	8	12	1																	
9	4	1	5	1	1	1	1	7	10	1	1f	9	2,2a	4	1	1	1	1,2	3								
10	5	2	6	8	1	1	7	8	12	1	4		2,2a	4	1	1	1	1,2,3	3								
11	5	2	6	6	2	4	3	7,8	11	1,2	1b,1c		2,2a	4	3	1	1	1,2,3	3								
12	5	1	5	8	1	4	1	8	11	1,2		2,2a	4	1	4	7	1	1,2,3	3								
13	4	1	7	1	1	4	1	8	11	1	1a,1g	9	1,1a	4	7	1	1	2									
14	5	2	4	1	1	1	5	9	3	12	1		2,2a	4	1	1	1,2	3									
15	5	1	3	1	4	3	5	7	2	12	2		2,2a	4	3	1	2	2	3								
16	3	2	11	1	1	2	1	8	4,5	1	2a,3a,3	5,6															
17	5	2	5	1	1	3	1	8	12	1																	
18	5	2	11	1	1	4	1	8	10	1	1g	9	2,2a	1	8	2	2	3									
19	5	1	5	7	1	4	2	8	10	1	4	9	2,2a	1	1	1	1	2	3								
20	3	2	6	1	1	4	1	9	11	1	4	9	2,2a	1	1	1	1,2	2									
21	5	1	5	4	1	1	7	1	10	5	4		3	2	7	1	1,2	3									
22	5	2	4	1	1	2	1	9	11	6	1g	2	2,2a	4	4	8	1	3	3								
23	4	1	4	1	1	4	1	9	12	1	4	9	2,2a	4	7	1	1,2	3									
24	5	1	5	1	1	2	1	2	10	2																	
25	5	1	5	7	1	2	2	8	12	2	1a,3a	8	2,2b,2,3b	2	1	8	2	1	3								
26	3	2	11	1	1	1	1	8	7	1	1a	9	2,2b,2,3b	4	1	1	1,2,3	3									
27	4	1	8	2	1	2	1	8	10,11	2	4		3	4	4	1	1,2,3	2									
28	3	2	7	1	1	2	1	1	11	1	4		2,2a	1	7	1	1,2	3									
29	5	1	6	7	1	2	2	1	11	5	4			2	7	1	2	3									
30	5	1	4	7	1	2	2	1	11	1,2																	
31	3	2	7	2	1	3	1	9	10	1	4		2,2a	1	4	1	2	3									
32	3	2	4	1	1	2	1	1	11	1	4																
33	4	2	6	4	1	1	1	8	12	1	4	9	2,2a	4	8	1	1,2,3	3									
34	4	2	3	1	4	3	5	9	4	11	2	4	2	4	3	8	2	1,3	3								
35	5	1	6	1	1	2	1	8	12	1	4	9															
36	5	2	4	1	1	4	1	8	12	5	1g	2	2,1a	4	1	1	2,3	3									
37	3	2	5	1	1	3	1	9	10	2	4		2,2a	4	4	1	1	3									
38	3	2	11	2	1	2	1	9	10	2	4		2,1a	4	4	1	2	2	3								
39	5	2	5	8	1	4	1	8	11	1	4	2	2,3a	4	4	1	1,2	3									
40	3	2	5	1	1	2	1	9	12	1,7	4	9	2	2,2a	1	4	1	2									

# NOTA	VARIABLES FÍSICAS					VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN					VARIABLES DE LOS PERSONAJES					V. ESPACIO Y TIEMPO			VARIABLES DEL ACOTAR							
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	
41	5	1	4	1	1	2	1	1	56	2	4	2	4	15	7	1	1,3	3								
42	5	2	3	1	4	3	5	8	4	11	6	1g	2	2,2a	4	4	2	3	3						3	
43	5	2	5	8	1	1	1	9	10	10	1	4,3a	2		4	4	7	2	3						16,21	
44	5	2	3	1	1	3	5	8	2	11	2,6	1a	2	2,2a	4	2,4	8	1	1,23	3					3,18	
45	5	2	5	1	1	3	1	9	10	2	2	1a	2	2,2a	4	4	2	2	3						5	
46	4	1	8	2	7	4	1	8	10	1	4	9	4	2,2a	4	4	1	1,2	3						1	
47	5	2	5	1	1	2	1	8	10,11		1	1g	2	2,2a	4	4	1	1,2,3	2						16	
48	5	2	5	8	1	2	1	1	10	1	1g	2	2	2,2a	4	4	1	2,3	3						6	
49	5	2	4	4	1	2	1	1	11	15		1g	2	2,2a	4	4	1	1	2						1	
50	5	2	5	1	1	3	1	9	12	2	4	2	2	1,1a,2,2a	4	4	2,3	3							1	
51	3	2	4	1	1	2	1	1	12	1				2,2a	1	8	2	2	3						2	
52	5	1	5	8	1	4	1	8	11	2				2,2a	4	4	1	2	3						1	
53	5	1	11	8	1	4	1	8	10	1,2				2,2a	5	4	2	1	2						1	
54	3	2	11	1	1,2	3	1	8	10	2	1a	2,5			4	1	2	1,2	3						16	
55	3	2	6	1	1	2	1	1	10	2	1g				4	1	2	1,2,3	3						1	
56	4	1	7	10	1	2	7	1	10	1	1g			2,2a	4	4	1	1,2	3						1	
57	5	2	5	1	1	1	1	3	11	5,6	1a,3a	3	2,2a	4	1,4	8	1	1	2						16	
58	3	2	8	10	2	4	7	9	11	2	1d	2	2	1,2a,2,2a	1	1	8	2	1,2						1	
59	5	1	4	1	1	2	1	9	10	7	4	9	2,2a	4	4	4	8	1	2						16	
60	5	1	4	8	1	3	1	8	10	2	1g	2	2,2a	4	4	4	7	2	1,2						16,21	
61	3	2	7	1	1	2	1	9	10	1	2			2,2a	4	4	2	1,2	3						2	
62	5	2	4	1	1	1	1	3	8	6		2			4	1,7	1	1	3						1	
63	4	1	6	1	1	2	1	8	10,11	1	3a	1,5			4	4	7	1	2						1	
64	4	1	4	1	1	2	1	9	10	1		2			4	1	1	1,3	3						22	
65	5	1	6	1	1	3	1	8	10	2					4	1	1	1,3	3						6	
66	5	1	4	1	4	2	1	6	10	1,2		2,5		2,2a	4	2	1	2	1,3						2	
67	5	2	6	1	1	1	1	9	10	2	2a	9			4	2	1	3	3						2	
68	5	2	5	1	1	1	1	4	12	1	4				4	7	1	1,3	3						1	
69	4	1	5	1	1	2	1	8	1,10	2	1a,3a	1,2			4	1	1	1,2,3	3						16,22	
70	4	1	5	1	1	3	1	8	12	2	4	2		2,1a	4	1	8	2	1,3						3	
71	4	2	4	1	1	3	5	6	4	12	2	4			4	3	8	2	1,3						22	
72	4	2	5	1	1	2	7	1	10	2	4				4	3	8	2	3						1	
73	3	2	5	1	1	3	1	8	12	1				2,2a	4	3	1	2	3						22	
74	4	1	6	1	1	3	1	9	10	2	4			2,2a	4	8	2	2	3						1	
75	4	1	6	7	1	4	2	9	12	1	4	2			4	4	1	2	1,2						12	
76	5	1	4	8	1	4	1	8	11	1	1g	2		2,2a	1	1	1,2	2	3						13	
77	5	1	4	8	1	4	1	8	11	2	1g	2		2,2a	4	4	1	1,2,3	2						6,12	
78	3	2	5	10	1	4	7	9	12	1,2	1,2			2,1a	4	3	8	1	1,2						1	
79	5	1	6	1	1	2	1	8	12	1,2	1,2	4	9	2,2a	4	7	1	2	3						16	
																										6
																										19
																										2

