

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CENTRO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN**

**MEDIOS Y DEMOCRACIA. REVISIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
IMPRESOS EN EL PROCESO ELECTORAL EN PACHUCA HIDALGO. 1999 –
2002**

**TESINA PARA OBTENER EL TÍTULO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:
LAURA RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ**

**DIRECTOR
DR. FRANCISCO PEREDO CASTRO**

MÉXICO, D.F. AGOSTO DEL 2004



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.

CONTENIDO

	PAGS	
Introducción	2	
CAPÍTULO I DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
1.1 Fundamentos teóricos.....	6	
1.2 La influencia de los medios en los procesos electorales.....	7	
1.3 Código de ética periodística.....	13	
CAPÍTULO 2 TRATAMIENTO DE LA PRENSA DURANTE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES PARA RENOVAR EL MUNICIPIO DE PACHUCA HGO., EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE NOVIEMBRE DE 1999		
2.1 El Sol de Hidalgo.....	21	
2.2 Síntesis	22	
2.1 Elecciones en el estado de Hidalgo.....	24	
2.2 El municipio, procesos electorales y medios de comunicación....	28	
2.3 El conflicto electoral en Pachuca en la elección de 1999.....	30	
2.4 <i>El Sol de Hidalgo</i> y <i>Síntesis</i> durante las campañas electorales para renovar el municipio en la elección de 1999.	34	
2.5 <i>Aquí Hidalgo</i>	44	
CAPÍTULO 3 LA PRENSA DURANTE LA ADMINISTRACIÓN DE JOSÉ ANTONIO TELLERÍA BELTRÁN.....		52
3.1 <i>El Sol de Hidalgo</i> y <i>Síntesis</i> en el caso de Antorcha Campesina en junio del 2001.....	54	
3.2 <i>El Sol de Hidalgo</i> y <i>Síntesis</i> en el caso UNTA en mayo del 2002..	59	
3.3 <i>El Sol de Hidalgo</i> y <i>Síntesis</i> en las elecciones municipales del mes de noviembre del 2002.....	63	
Reflexiones finales	80	
Bibliografía	86	
ANEXOS		

INTRODUCCIÓN

El Estado de Hidalgo, a lo largo de su historia política, se ha caracterizado por ser una entidad homogéneamente priísta. Sin embargo, fue en la elección del 14 de noviembre de 1999 cuando ocurrió un giro “sorpresivo” para la sociedad hidalguense y en particular para los capitalinos, cuando la presidencia municipal de Pachuca – bastión del poder ejecutivo estatal – fue ganada por primera vez por un partido opositor, el Partido Acción Nacional, (PAN) para el periodo 1999 – 2002.

A unos seis meses de que terminara su mandato, el panista Antonio Tellería fue víctima de una enfermedad que le impidió continuar al frente del ayuntamiento. Más de una voz en el Partido Acción Nacional se alzó para culpar a los medios de comunicación sobre la enfermedad que aquejó al munícipe. “Lo golpearon mucho en los medios y también el gobierno estatal”, declaró Rosa María Martín Barba, entonces secretaria municipal y actualmente diputada local por ese partido.

A lo largo de 8 años de ejercicio periodístico no había sido tan evidente el malestar de la población hidalguense para con los que ejercemos la profesión, como en los últimos meses. La situación ha llegado al extremo de que algunos grupos sociales condicionan una entrevista a cambio de que el reportero firme un documento, donde se comprometa a escribir sólo lo que el entrevistado informa, justificando que en Hidalgo sólo conocen a la prensa gobiernista, amarillista o sensacionalista.

A esto hay que agregar que los funcionarios públicos, sobre todo presidentes municipales, suelen hacer una pregunta antes de que un reportero pretenda entrevistarlos en sus oficinas, ¿Y cuánto va a costar la entrevista?

El hecho de que un partido diferente al Partido Revolucionario Institucional (PRI) gobernara por primera vez la capital del estado hizo pensar que en la entidad se estaban dando pasos firmes en el tránsito a la democracia en el ámbito local. En la presente

investigación revisaremos si en este proceso los medios de comunicación y gobierno hicieron su parte para garantizarla.

La intención primera en la presente investigación fue aproximarnos a la posibilidad de conocer cuál fue la intención del voto en los medios de comunicación en el estado de Hidalgo en los procesos de elección municipal del 14 de noviembre de 1999 y del 10 de noviembre del 2002, y en este sentido aportamos en el primer capítulo los conceptos teóricos que nos permitirán establecer las bases y la importancia del desarrollo del tema.

Se realizó la revisión de los medios de comunicación en el periodo previo a la jornada electoral del 14 de noviembre de 1999. Quisimos saber si esta necesidad de cambio, que finalmente expresó la ciudadanía pachuqueña en las urnas en 1999 se vio reflejada en los medios de comunicación y, particularmente, en los dos diarios de mayor circulación en la entidad, *El Sol de Hidalgo* y *Síntesis*.

¿Será suficiente haber acabado con 71 años de monopartidismo en el Ejecutivo Federal para afirmar que México es un país democrático? ¿Cuál es el ambiente se vive en las entidades y particularmente Hidalgo?

Como intermediarios entre los ciudadanos y los representantes de los gobiernos, ya sean estos municipales estatales o federal, los medios de comunicación son el canal, la vía, los intérpretes, los voceros del sentir del pueblo. Pero ¿cómo se traduce esta premisa en los procesos electorales?.

No está por demás cuestionarnos sobre las condiciones en las que actualmente trabajan los periodistas en las entidades federativas, en este caso particular en Hidalgo. ¿Es real la profesionalización de los medios de comunicación?, ¿De los trabajadores de esos medios? ¿Cómo se percibe la profesionalización de los medios en las entidades? En algunas de las grandes empresas periodísticas del país se ha tratado de recuperar la confianza de la sociedad para los medios creando códigos de ética, ¿Pero será suficiente? Es un tema al que le dedicamos también un apartado en el primer capítulo.

Este tema sirve de pretexto para revisar, en el segundo capítulo, el papel de un semanario de nombre *Aquí Hidalgo*. Circula en la entidad a propósito de la administración panista en Pachuca. Lo citamos como un ejemplo de periodismo imparcial y aunque su penetración entre la sociedad es de alguna manera limitada, no es razón suficiente para dejar de cuestionar su razón de ser. Es un secreto a voces en el gremio que *Aquí Hidalgo* es un medio de comunicación que, sin ser un medio público, utiliza la infraestructura humana y material del gobierno estatal para operar.

No se trata de denostar el papel que los medios de comunicación desarrollan en la entidad, y en particular en Pachuca, sino de revisar su participación dentro de la cultura democrática, de conocer su influencia como generadores de opinión pública, de indagar en el papel que juegan los comunicadores, pero también los dueños de los medios impresos, de insistir en aquellas condiciones que permiten que hoy en día sigan proliferando medios partidarios y cuya presencia se evidencia durante los procesos electorales.

A lo largo del ejercicio de la administración municipal panista en Pachuca, se acusó a los medios de comunicación de conducirse con parcialidad. Así es que para ahondar sobre el particular se citan dos hechos específicos que conmocionaron a la opinión pública. El primer caso tuvo su punto más agudo a la mitad del gobierno, cuando la organización Antorcha Campesina exigió al Congreso local enjuiciar a Antonio Tellería, a quien acusaron de reprimir a un grupo de sus militantes, entre ellos menores de edad y a mujeres.

El segundo hecho ocurrió un año después, en el 2002, cuando otra organización, la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA), fue igualmente reprimida por la policía municipal, luego de retener a un elemento de este cuerpo policial en otra manifestación. En ambos casos se pidió se aplicara juicio político contra el presidente municipal panista.

También revisaremos el manejo que los medios de comunicación antes citados (*El Sol de Hidalgo* y *Síntesis*) dieron a la información durante las campañas electorales de los

candidatos municipales, para la elección del 10 de noviembre del 2002 y particularmente, sobre los candidatos contendientes en la capital, Pachuca.

México, se ha dicho, vive en una época de transición hacia la democracia. Sin embargo, este estado de la sociedad estará lejos de continuar su camino si cada sector no cumple con la tarea que le corresponde y el que particularmente nos interesa es el de los medios de comunicación, que son el puente entre el gobierno y la sociedad, son los que le dan o quitan la credibilidad a la democracia. Los que la hacen realidad o la mitifican. Son uno de los principales mecanismos para infundir en la sociedad una opinión sobre la forma de gobernar.

En la elección del 10 de noviembre del 2002, el partido oficial en Hidalgo, el PRI, logró obtener el triunfo en la alcaldía municipal de Pachuca. Y he aquí la cuestión ¿Cuál fue el papel que jugaron los medios de comunicación impresos en este proceso? Y desde esta perspectiva, se busca revisar si los medios que se analizaron cumplen con el rol que les corresponde dentro del avance democrático, en el caso del estado de Hidalgo.

Se suele estudiar mucho sobre los procesos electorales, podemos encontrar investigaciones de sus implicaciones en el ámbito nacional, abundan artículos periodísticos, ensayos y libros sobre la transición democrática en México a partir del año 2000, se suele analizar con frecuencia la relación entre medios, gobierno, poder (es) y ciudadanía, pero también desde una perspectiva en que el interés se centra en lo nacional, en los medios de alcance nacional y en los protagonistas de la política y la sociedad en un nivel macrosocial.

Pero poco sabemos o se da a conocer de lo que sucede en las entidades. Este trabajo busca observar sobre lo que se estudia con menor frecuencia e intensidad, en un nivel micro, si podemos decirlo así, porque lo que ocurre en las entidades necesita también ser visto con detalle.

Medios y democracia. Revisión de los medios de comunicación impresos en el proceso electoral en Pachuca Hidalgo. 1999-2002

CAPÍTULO 1. DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1 Fundamentos teóricos

Desde el punto de vista conceptual, la palabra *democracia* puede ser abordada desde los aspectos político y social, pero para los fines de la presente investigación partiremos del sentido que tiene que ver con democracia política, entendiéndola como aquella que posibilita a una sociedad estar representada en el gobierno, mediante un proceso de elección. En su definición estricta, la palabra viene del griego *demos*, que significa poder y *cracia*: pueblo. El gobierno del pueblo y para el pueblo.

Los sistemas democráticos en el mundo cobraron una connotación destacada durante la segunda mitad del siglo XX, después de la Segunda Guerra Mundial, tras la derrota de los regímenes totalitarios en Europa, Asia y América. A partir de que las sociedades eligieron a sus gobernantes mediante el sufragio.

Hoy día entendemos la democracia como política constituida por la vigencia del estado de Derecho, la división de poderes, el sistema competitivo de partidos y la autonomía de las instituciones sociales frente al Estado. A estas condiciones habría que agregarles algunos elementos más, tales como un gobierno representativo elegido por medio de un sufragio igualitario y universal, en donde cada ciudadano pueda votar por varias opciones de voto (sic) sin ser intimidado por el aparato de Estado(...)Lo que queda claro es que la democracia política, tal y como la conocemos hoy, tuvo que pasar por un largo proceso histórico que asegurara, por lo menos, el sufragio universal.¹

En México la forma de gobierno democrática está plasmada en el artículo 26 de nuestra Constitución Política:

El Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la Nación.

¹ Véase Rolando Palacios. "Democracia digital y ciudadanía de la política: problemas y desafíos". *Sala de Prensa*, No. 38, diciembre del 2001. (<http://www.saladeprensa.org/>) p. 2.

Los fines del proyecto nacional contenidos en esta Constitución determinarán los objetivos, de la planeación. La planeación será democrática. Mediante la participación de los diversos sectores sociales recogerá las aspiraciones y demandas de la sociedad para incorporarlos al plan y los programas de desarrollo. Habrá un plan nacional de desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal.

La ley facultará al Ejecutivo para que establezca los procedimientos de participación y consulta popular en el sistema nacional de planeación democrática, y los criterios para la formulación, instrumentación, control y evaluación del plan y los programas de desarrollo. Asimismo, determinará los órganos responsables del proceso de planeación y las bases para que el Ejecutivo Federal coordine mediante convenios con los gobiernos de las entidades federativas e induzca y concierte con los particulares las acciones a realizar para su elaboración y ejecución.

En el sistema de planeación democrática, el Congreso de la Unión tendrá la intervención que señale la ley.²

La democracia es una de las formas de gobierno más aceptada en todos los países del mundo, e incluso hoy es condición para mantener una buena relación con otras naciones. Si coincidimos en que los procesos electorales, o el ejercicio del voto de los ciudadanos, definen el carácter democrático de una nación o Estado, entonces veremos cuál es el lugar que ocupan los medios de comunicación.

Una sociedad democrática depende de individuos bien informados, y la forma socializada de acceder a esa información es a través de la prensa. Así, los periodistas tenemos la oportunidad de contribuir a la construcción de una cultura democrática en nuestro país, y, al mismo tiempo, tenemos el reto de cerrar la brecha que existe entre los pocos que hacen política y aquellos a quienes afecta, para bien o para mal.³

1.2 La influencia de los medios en los procesos electorales

Sobre la influencia de los medios de comunicación en la sociedad se han propuesto diferentes teorías. María Dolores Montero Sánchez realiza un análisis de éstas en el libro *La información periodística y su influencia social*, donde distingue dos variantes en este proceso, el de la influencia de la información a corto plazo y el del largo plazo.

² *Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos*, México, Sista 1994, p.22.

³ Véase Gerardo Albarrán de Alba, "Información y democracia", *Sala de Prensa*, No. 41, marzo 2002 (<http://www.saladeprensa.org>) p.2.

Establece que la información que se transmite a través de los medios de comunicación influye de manera diferente de acuerdo al tipo de audiencias, que pueden dividirse en aquellas que buscan información especializada, las que buscan la información que se identifica con algún partido, la que atiende la información local o regional y la que atiende a un problema, una ocupación o interés específico.

La misma diversidad que existe en la composición de la audiencia hace que el proceso de circulación de la información tampoco sea unidireccional ni homogéneo. El conocimiento de los temas de actualidad, la confrontación de opiniones, el debate político, las actitudes sociales, poseen mecanismos diversos según sea el público de los medios de comunicación. Por este motivo, no puede decirse que exista el mismo grado de intensidad en la influencia que los medios masivos de comunicación puedan ejercer en la sociedad⁴

Primero, expone las teorías que se han desarrollado, sobre todo en Estados Unidos y en Inglaterra, respecto a la influencia de la información a través de los medios a corto plazo.

Destaca tres tipos: *la teoría del establecimiento temario, la de la espiral del silencio y la de los usos y gratificaciones.*

Según se podría desprender del texto, la influencia que los medios de comunicación ejercen a corto plazo tiene que ver con aquellas acciones o actitudes inmediatas y que se pueden medir para su estudio. Tal es el caso de los efectos que los medios de comunicación tienen en una persona cuando tiene que decidir su voto. Sin embargo, esto depende de varios aspectos como: la saturación de la cobertura, la prominencia en lugares destacados de la información, y, por último, la continuidad en su tratamiento.

Sin embargo, aún dándose estas tres circunstancias, el tema sólo accede a convertirse en opinión pública en la medida en que el contexto político lo permite, es decir, que los acontecimientos y actividades tienen que “enmarcarse y ofrecerse en un contexto de significados en los cuales puedan entenderse”, (...) para poder circular socialmente.⁵

⁴ María Dolores Montero, Sánchez, *La información periodística y su influencia social*, Barcelona, Labor Universitaria, 1993 p. 78.

⁵ Lang, K; Lang, G.E. (1983): *The Battle for Public Opinion. The President, the Press and the Polls During Watergate*, Nueva York. Columbia University Press, citado por María Dolores Montero Sánchez, *La información periodística y su influencia social*, Barcelona, Labor Universitaria, 1993, p. 83.

En tanto, otra de las teorías que explica es la de *Usos y gratificaciones* misma que establece que la influencia de los medios de comunicación puede derivar en opinión pública, pero depende del grado de satisfacción de las necesidades que el público encuentra en los medios. Aquí se abordan otros aspectos del ser humano, de tipo psicológico y sociológico, donde se plantea además la condición social de la audiencia para establecer la influencia que los medios ejercen sobre el público.

Para explicar las teorías de la influencia de los medios de comunicación a largo plazo, la autora cita aquellas versiones que establecen algún tipo de dependencia que se genera entre los medios y la sociedad.

La motivación de orientación hacía referencia a la dependencia de los individuos con respecto a los medios masivos de comunicación en los asuntos relacionados con la conducta. Puede haber, en este caso, dos tipos de dependencia: la orientación de acción, en los casos de conductas específicas, como comprar algo, decidir cómo vestirse, qué partido votar, a qué médico acudir, etc. y en segundo lugar, la orientación de interacción, cuando el objeto de la acción es otra persona, por ejemplo, cómo comportarse y cómo actuar frente a situaciones específicas.(...) De cualquier forma y dado que la exposición a los medios es selectiva, la intensidad de la dependencia dependerá de los fines personales, del entorno personal y social, de las expectativas generadas ante los medios de comunicación y un tipo específico de contenido, y de facilidad de acceso o no a este contenido.⁶

Otra de las teorías sobre la influencia de las medios de comunicación es la de las normas culturales. Ésta nos señala que los medios pueden asumir el papel de reforzadores de normas sociales establecidas, o tratan de modificarlas, pero que dependerán nuevamente del contexto social en que se viva para que los medios puedan incidir en uno o en otro sentido en las formas de conducta.

El contenido de la comunicación, masiva puede reforzar las pautas existentes y conducir a la gente a creer que determinadas formas sociales son apoyadas por la sociedad. Segundo, los medios pueden crear nuevas convicciones compartidas con respecto a tópicos en los cuales el público ha tenido poca experiencia previa. Tercero. Pueden cambiar normas preexistentes, y por lo tanto llevar a la gente de una forma de comportamiento a otra...Los medios pueden reforzar las normas culturales, como lo hacen diariamente, y así, en forma indirecta, contribuir a dar forma a la conducta a través de líneas establecidas. Indudablemente, pueden activar en forma considerable el comportamiento, siempre y cuando sea acorde con las necesidades del individuo y socialmente adecuado dentro de la estructura de las normas culturales.⁷

⁶ Montero, *op.cit* p. 104, 107.

⁷ Melvin L. De Fleur David, *Teorías de la comunicación masiva*, Buenos Aires, Paidós, 1979, p. 193,199.

En resumen, estas teorías buscan demostrar la relación directa entre las acciones, actitudes o formas de pensar que se generan a partir de la información en los medios de comunicación masiva y que nos ayudan a dimensionar la importancia que tienen en la sociedad los medios de comunicación y su relación con el avance democrático.

En México la llegada del panista Vicente Fox a la presidencia de la República vino a legitimar el régimen democrático en nuestro país, el cual afrontaba ya una dudosa credibilidad ante la mirada internacional, por la permanencia del PRI en el poder durante 71 años.

Desde entonces se habla de que, en México, más bien se están dando pasos para consolidar la democracia y que depende, ahora más que nunca y en uno de sus sentidos, de la posibilidad que tiene el pueblo de elegir a sus gobernantes mediante el sufragio, el cual, si bien existía, mucho se cuestionó el que fuera legítimo.

En noviembre del 2000, el Instituto Federal Electoral, publicó una recopilación del *Seminario Internacional: Cobertura periodística de procesos electorales en sociedades en transición*, al que le tituló, *Medios ética y elecciones* y en cuya introducción destaca la trascendencia que para nuestro país significó la alternancia del poder en la presidencia de la República en el año 2000.

La democracia, como lo han señalado diversos estudiosos de la materia, está íntimamente ligada a las elecciones, a tal grado que el indicador fundamental de las sociedades democráticas es la realización de elecciones libres, transparentes y confiables tanto para las sociedades, los gobiernos y los actores políticos (...) Hoy que los mexicanos han sido testigos y actores de los comicios del pasado 2 de julio, que han contribuido a la construcción de nuestra modernización política con el concurso de fuerzas partidistas que legítimamente expresan la pluralidad política del país, se puede afirmar que el rasgo que caracteriza al actual espacio público de México es el tránsito en la democracia hacia instituciones y procesos políticos más incluyentes e integradores⁸

En este proceso los medios de comunicación jugaron un papel importante. Incluso se reconoció que los trabajadores de éstos ayudaron a legitimar la jornada electoral ante

⁸ Instituto Federal Electoral, *Medios ética y elecciones, México* Hilares, 2000 p. 13, Gustavo.

propios y extraños. “Con sus acciones los comunicadores contribuyeron a acrecentar la confianza en los sistemas político y electoral de México, pues la exitosa difusión y seriedad con que se dieron a conocer los resultados de la elección del 2 de julio del 2000, incrementó la credibilidad de las comunidades nacional e internacional en la democracia mexicana”.⁹

Esto nos señala la importancia, hoy más que siempre, de poder garantizar una democracia legítima en México y en ello los medios de comunicación tienen un papel crucial. En la medida en que los medios de comunicación actúen con objetividad durante las campañas electorales y luego durante el proceso electoral, la población tendrá la certeza de que cuenta con gobiernos e instituciones legítimas.

Rubén Molina, en su libro *Gobierno y comunicación social*, explica claramente esta relación entre medios de comunicación y las elecciones:

(...) la influencia que los medios de comunicación tienen sobre la sociedad es muy fuerte y, en el caso de las acciones del gobierno, se ve reflejada en la credibilidad o falta de ella, lo cual repercute, entre otras formas, en el voto de la ciudadanía para refrendar o no su confianza en el sistema político(...) Así lo considera Lang, quien afirma que toda noticia que refleja actividad política y creencias, no sólo discursos y propaganda de campaña, tiene alguna relevancia sobre el voto. No solamente durante la campaña, sino también entre periodos, los *mass media* aportan perspectivas, conforman las imágenes de los candidatos y los partidos, ayudan a destacar conceptos alrededor de los cuales se desarrollará una campaña.¹⁰

Lamentablemente, los procesos electorales en México se destacan por el elevado abstencionismo. Es en este punto donde encontramos la primera debilidad de la democracia y en ese sentido vemos que el papel que le corresponde cumplir a los medios de comunicación.

La desactivación es el fenómeno contrario, cuando las personas no hacen lo que harían a consecuencia de los medios de comunicación. A modo de ejemplo, los autores apuntan hacia el fenómeno de la abstención en las elecciones y el no consumir como respuestas de conducta ante una situación de aburrimiento o falta de clarificación, en la cual las personas optan por no actuar.¹¹

⁹ Instituto Federal Electoral, *op. cit.* p. 14.

¹⁰ Rubén Molina, *Gobierno y comunicación social*, México, IPN, 2000 p. 92, 93.

¹¹ Montero *op.cit.*, p.106.

Según David K. Berlo, el ser humano destina el 70 por ciento de su tiempo libre a la comunicación de todo tipo, sea verbal, escrita o electrónica, hablando o escuchando.¹²

Esta premisa nos lleva a afirmar que, a pesar de que los ciudadanos no cumplan con su obligación de votar, conocen en mayor o menor medida sobre estos procesos, ya sea por el contacto directo con algún candidato en campaña, por comentarios de terceros o bien, a través de los medios de comunicación.

¿Pero cuáles son los factores que determinan que un ciudadano acuda a la urna el día de la elección y cuáles los que orientan su preferencia partidista? Las respuestas pueden ser muy variadas, según del contexto social del que se trate, la circunstancia histórica, la efectividad de las campañas de los candidatos contendientes y más recientemente del impacto de la mercadotecnia electoral.

Para Carlos Pereyra, el abstencionismo en México representa, en su expresión mínima, el rechazo de los ciudadanos al sistema político, pero tampoco es sólo fruto de la precaria credibilidad que el gobierno ha logrado conferirle a los procesos electorales, sino también de la ineficacia mostrada por los partidos para articular, en el plano político, la iniciativa social.

(...)No puede desconocerse el hecho de que las mismas elecciones que se caracterizan por un elevado porcentaje de electores ausentes, se caracterizan también por: a) incapacidad de los partidos políticos para tener representantes que vigilen el funcionamiento de todas las casillas, y más sintomático aún, b) incapacidad de la oposición para presentar candidatos en el conjunto de los municipios o diputaciones.¹³

Es aquí donde encontramos que los medios de comunicación tienen entre sus funciones la de servir de puente entre la sociedad y el gobierno. Pues es en esta medida como la sociedad puede estar informada de las acciones de quien gobierna y de allí derivar su decisión por sobre el voto.

¹² Eulalio Ferrer, *Información y comunicación*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, p. 46 citado por Rubén Molina, en *Gobierno y comunicación social*, México, IPN, 2002, p. 27.

¹³ Carlos Pereyra, *Sobre la democracia*, México, Cal y Arena, 1990, p. 28.

Pero no sólo se necesitan medios que informen, se requiere que gocen de credibilidad: “la calidad de los *mass media*, el tipo de mensajes transmitidos, la frecuencia de los mensajes mismos, son determinantes para la formación de *actitudes* de la opinión pública y, por lo tanto, para el tipo de presiones ejercidas por ésta última sobre los centros de decisión del sistema político.”¹⁴

1.3 Código de ética periodística

En una sociedad democrática “los medios deberían informar de manera honesta y puntual de los asuntos de interés público, ilustrar a la ciudadanía en el ideario constitucional democrático y servir de lugar de encuentro cotidiano del pluralismo político social”¹⁵.

En el aula, durante el proceso de formación profesional, los comunicadores aprendimos que nuestra labor debe ser encaminada hacia el fin social, pensando en el bien común, en el público, en las necesidades de la sociedad. Que teníamos que dar voz a quienes no la tienen y cederla a quienes quieren ser escuchados. Que debíamos procurar ser objetivos, capaces de informar con la verdad, en la medida en que esto sea posible dada nuestra condición humana.

La primera tarea del periodista es servir el derecho del pueblo a la información veraz y auténtica, mediante una dedicación honesta *a la realidad objetiva, informando escrupulosamente de los hechos, señalando sus conexiones esenciales y sin causar distorsiones, con el debido despliegue de la capacidad creativa del periodista, de tal forma que se suministre al público el material adecuado para facilitarle la información de una imagen exacta y comprensiva del mundo, en la cual se entiendan tan objetivamente como sea posible el origen, la naturaleza y la esencia de los acontecimientos, de los procesos y del estado de cosas.* Así reza el principio II de los Principios Internacionales de la Ética Profesional en el Periodismo,(...) hecho público en París el 20 de noviembre de 1983.¹⁶

¹⁴ Molina, *op. cit.* p. 31

¹⁵ Santiago Sánchez González, *Los medios de comunicación y los sistemas democráticos*, Madrid, Ediciones Jurídicas y Sociales, 1996, p. 99.

¹⁶ Kaarle Nordenstreng y Hifzi Topuz, *Journalist: Status, Rights and Responsibilities*, Praga, International Organization of Journalists, 1989, p.310, citado por Santiago Sánchez González *Los medios de comunicación y los sistemas democráticos*, Madrid, Ediciones Jurídicas y Sociales, 1996 p. 113 –114.

Pero qué es la ética, qué es la verdad y qué la objetividad periodística. María Teresa Herrán Goetz, desarrolla estos conceptos en el libro *Ética para periodistas*. De este texto desprendemos que la veracidad con la que se dan a conocer los hechos noticiosos, o la información, es lo que le imprime valor al periodismo y por eso la profesión es valorada por la sociedad, porque tiene como fin la búsqueda de la verdad, y establece como un valor dado que la sociedad tiene la necesidad de conocer la verdad. “El valor, pues, no existe en sí. Es la propiedad que adquiere una cosa o una actitud para alguien porque responde a una necesidad”¹⁷

De la definición de valor que nos da Herrán para referirse a la ética, a esta nos la plantea como:

La ciencia de los valores morales y de su realización por obra de los hombres...(.) Su principal fuente son los juicios sobre los actos humanos, que se califican con una amplia variedad de objetivos. Sin embargo, todas esas calificaciones se pueden reducir a dos: hay actos buenos y hay actos malos...(.)La ética parte de estos juicios morales sobre los que existe un consenso universal, no porque ese consenso les dé validez a los juicios, sino porque ese consenso revela la existencia de una conciencia común,(..) por eso lo que diga o escriba el periodista no sólo es verdad, debe ser verdad.¹⁸

Herrán distingue la ética de la moral, partiendo de que si bien ambas en su definición etimológica (*ethos*, de ética y *mos* de moral) significan costumbre, la primera se refiere a las normas de grupos determinados, y la segunda, de las reglas que regulan la conducta de todos los hombres. Establece que la ética se refiere a aquella que rige a cada grupo o sector de la sociedad, ésta es producto de la reflexión individual y colectiva, como una expresión de la conciencia.

Luego entonces, si partimos de que la sociedad le confiere valor al ejercicio periodístico, porque tiene como uno de sus fines la búsqueda de la verdad, y si el comunicador busca bajo principios éticos esa verdad, para el bien social, entenderemos por qué la profesión hoy en día está tan devaluada, o parece carecer del valor que se le confiere cuando se advierte la falta de concordancia entre lo que se espera de la profesión y sus practicantes y la forma en que realmente se la ejerce.

¹⁷ María Teresa, Herrán Goetz y Javier Darío Restrepo, *Ética para periodistas*, Santa Fe de Bogotá, Tercer Mundo, 1995, p. 16.

¹⁸ *Ibid.*, p. 17-18.

Porque los principios éticos no son permanentes, porque se contraponen con los intereses de los dueños de los medios de comunicación, o porque, por años, el régimen político se sirvió de los medios de comunicación para justificarse en el poder, y en esa inercia crecieron los viejos periodistas, que después heredaron en los nuevas prácticas añejas y faltas de ética vueltas ya una costumbre, prácticas que se convirtieron en normales y por lo tanto permitidas.

Carlos Monsiváis se refirió al tema en una conferencia dictada en mayo de 1990, sobre “Comunicación, Cultura Política y Democracia”, durante el VI Encuentro Nacional con el tema “Democracia y Comunicación”, organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, el CONEICC y del que se publicó una compilación. Monsiváis señalaba entonces que:

El régimen de la Revolución Mexicana sólo se interesa en los Medios de manera ya específica, a partir del gobierno de Luis Echeverría. Antes del sexenio de Manuel Ávila Camacho al de Gustavo Díaz Ordaz, los Medios sólo se entienden como tecnología al servicio de los intereses políticos. Gobernar es un oficio arduo – es la impresión orientadora- y en algo se facilitarán las cosas si los gobernados admiten, porque no les queda otra, las versiones oficiales de los hechos. El nacionalismo es la ideología que subordina el sentido de la nación a las aspiraciones y proyectos de la clase gobernante, y la controversia es una inspiración ilegítima(...) Y así en 1990, en medio de la abundancia informativa, la demagogia es todavía el idioma al uso, ¿cómo describir las etapas anteriores cuando la demagogia fue el único clima verbal concebible?. La incomunicación entre gobernantes y gobernados es un largo proceso, cuyo origen surge de la necesidad de eliminar la crítica exigiendo el aplauso(...) Al gobierno sólo le interesan los medios masivos si confirman la despolitización y satanizan la disidencia.¹⁹

Es aquí donde nos toca señalar un punto importante, el de la relación entre los medios de comunicación y los dueños de los medios con el gobierno, y de su papel para alcanzar la democracia.

Es una relación que empezó a cambiar a mediados de la década de los noventa y que se hizo patente en el 2000, con la entrada al gobierno del representante de un

¹⁹ José Martín Barbero, (et. al). *Comunicación y democracia, VI encuentro nacional CONEICC*, México, CONEICC, 1992 p. 27, 31.

partido diferente al Revolucionario Institucional, reflejo de una necesidad de la sociedad de contar con un gobierno legítimo; de abrir paso a una verdadera democracia, porque “la inexistencia, la insuficiencia o la manipulación de la información sobre la cosa pública, sobre el gobierno de los hombres, equivale a la inexistencia, a la insuficiencia o a la falsificación de la democracia”²⁰

La consolidación de formas superiores de convivencia democrática demanda: objetividad, oportunidad y responsabilidad en la función informativa; calidad en la función orientadora; apertura a las corrientes de pensamiento y a las diversas expresiones de la vida social (..) Una sociedad sólo puede avanzar si es capaz de procesar los grandes acuerdos nacionales en la libertad y la democracia. Una sociedad informada es una sociedad libre²¹

Pero qué sucede con los medios de comunicación en México, que han sido condicionados a esta relación entre los dueños de las empresas y el gobierno, situación que no es exclusiva de nuestro país, sino que se trata de un fenómeno que se ha vivido en el mundo entero.

Los principales medios de comunicación – en particular los medios de élite que establecen el programa que los demás suelen seguir – son grandes empresas que (venden) públicos privilegiados a otras empresas. No podría constituir sorpresa el hecho de que la imagen del mundo que presentan reflejara las perspectivas y los intereses de los vendedores, los compradores y el producto. La concentración de la propiedad de los medios de comunicación es elevada y va en aumento. Es poco probable que los periodistas que penetran en el sistema se abran camino salvo si se conforman a estas presiones ideológicas, generalmente por medio de la internacionalización de los valores; ..(...) los medios de comunicación prestan servicio a los intereses del poder estatal y empresarial, que están estrechamente interrelacionados, planteando su información y su análisis de manera que se apoye el privilegio establecido y se limite el debate y la discusión como corresponde.²²

Entonces, es necesario retomar los preceptos de la ética periodística, porque la sociedad así lo está demandando, porque es necesario recuperar la credibilidad perdida por años de sometimiento y condicionamiento al poder político a través de los medios, porque es tiempo de romper con inercias y obligarnos a darnos cuenta de que la sociedad nos pide a gritos una verdadera democracia, y porque en este quehacer, los medios de comunicación y los periodistas podemos y debemos aportar y asumir el costo que ello represente, tanto para los dueños de las empresas como para el gobierno. “porque si el gobierno pierde

²⁰ Sánchez, *op.cit.*, p. 92.

²¹ Otto Granados Roldan, (*et al*). *Medios públicos y democracia*, México, RTC, 1992, p. 26.

²² Noam Chomsky, *Ilusiones necesarias control del pensamiento en las sociedades democráticas*, México, Libertarias Ira, 1992, p. 17,20.

credibilidad los medios de comunicación también la pierden, al abandonar los intereses generales por los personales.²³

Algunos de esos medios – los audiovisuales, de la radiodifusión y televisión – están, más o menos, controlados por el poder político democrático y deben, en teoría, servir al público y hacer caso omiso de la lógica de la ganancia, pero el carácter democrático de nuestros gobernantes no impide que con cierta frecuencia caigan en la tentación de utilizarlos, abierta o subrepticamente, en su provecho. El resto, que está en manos privadas, puede optar por apoyar al poder establecido y a la ideología predominante, o puede mostrarse independiente e incluso crítico con los gobernantes, pero, en este caso, tendrá que asumir el coste y soportar las lógicas represalias.²⁴

Al indagar sobre los antecedentes de los códigos de ética periodística, en México y en el mundo, nos damos cuenta de que esta preocupación porque los medios de comunicación respondan verdaderamente a los intereses del pueblo ha sido relativamente reciente, si tomamos en cuenta que primero el derecho a la libertad de información fue consagrado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948 y luego en la declaración de la UNESCO en 1978. Fue en ésta última donde se manifestó el derecho a la libre expresión y el derecho a la información, pero también se hizo referencia a la necesidad de que la información sea veraz. En México el derecho a la información fue reconocido en el artículo sexto de la Constitución en 1977, dentro del capítulo de las garantías individuales, donde se estableció como un derecho garantizado por el Estado.

Por un lado, ya nos hemos referido a la relación malsana, entre dueños de los medios de comunicación y del gobierno, más preocupados por hacer prevalecer sus intereses económicos y de poder, por sobre los del pueblo. Pero encontramos que los códigos de ética en diferentes países no se enfocan en la ética de los dueños de las empresas o del poder político de un gobierno, sino que descansan la responsabilidad en los trabajadores de los medios de comunicación, en los que ejercen el periodismo. Condición que consideramos insuficiente para reconstruir una nueva relación entre medios y sociedad. Porque finalmente los periodistas están sujetos a los poderes y las condiciones de los gobiernos y los empresarios de los medios.

²³ Molina, *op.cit.* p. 107

²⁴ Sánchez, *op cit.*, p. 98.

¿Pero quiénes son los que ejercen ese periodismo en México? La realidad señala que en México cualquiera puede ser periodista, sin la exigencia de requisitos, como no sea la capacidad para el desempeño del oficio. Mas el problema de fondo es si tal o cual situación es apta para la práctica de una información periodística auténticamente democrática.²⁵

Podría considerarse que en los últimos años esta situación ha cambiado paulatinamente, debido a que los más importantes medios de comunicación en la capital del país contratan a profesionales de la comunicación titulados y con experiencia. Pero son situaciones que suceden en el centro del país, mas no así en la mayoría de los Estados donde, - a pesar de que hay escuelas de comunicación - el periodismo todavía se considera un oficio, más que una profesión, es decir, que se aprende y se puede dominar, conforme a la experiencia.

Ahora, como entonces, esta situación ha provocado la poca valoración de los trabajadores de los medios. Por consiguiente reciben bajos salarios, cero prestaciones laborales y, de alguna manera, son presas fáciles de la sujeción al poder y a sus intereses, que los hace dependientes de él.

Las principales trabas para la superación profesional de los periodistas mexicanos radican en los bajos sueldos, la desorganización del trabajo y fundamentalmente en una serie de mecanismos institucionalizados que van desde el hecho de no valorar la información intelectual ni profesional, hasta los intentos de corrupción. Con presiones de este tipo es sumamente difícil que el hombre de prensa piense en medios como la capacitación para lograr una mejor estima social.²⁶

Los códigos de ética, en diferentes partes del mundo, fueron diseñados pensando sólo en la responsabilidad de los periodistas o comunicadores, en el afán de impulsar un periodismo libre y sólo se señala la *necesidad* de que involucre también a los empresarios, al Estado y al público. De ahí tal vez su limitada penetración.

¿Qué es lo que señalan estos códigos? Encontramos que en nuestro país, en 1980, se realizó un foro al que asistieron periodistas agremiados a la Organización Internacional

²⁵ Hernán Uribe, *Ética periodística en América Latina: Deontología y estatuto profesional*, México, UNAM, 1984 p.106

²⁶ Uribe, *op.cit.*, p. 111

de Periodistas (OIP), Unión Católica Internacional de la Prensa, Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), Confederación de Periodistas Asiáticos y Federación de Periodistas Árabes, agrupando a 3 mil 500 periodistas del planeta. En dicho foro tuvo lugar la Declaración de México sobre ética periodística, de la que se desprendieron los siguientes principios:

1. El derecho del pueblo a una información veraz.
2. La responsabilidad social del periodista.
3. La integridad profesional del periodista.
4. El acceso y la participación del público en los medios.
5. Respeto a la privacidad y la dignidad humana.
6. Respeto del interés público.
7. Respeto de los valores universales y las diversidades culturales.
8. La lucha contra los males universales.
9. La promoción del nuevo orden internacional en el campo de la información y comunicación.
10. El deber de reflejar la realidad objetivamente.²⁷

Ese mismo año se formuló en México el código de ética, se estableció que el periodismo es una profesión honorable, que se fundamenta en la verdad. Que el periodista deberá escribir solamente aquello que él crea sinceramente que es cierto, que se regirá bajo los preceptos de justicia y moralidad, que servirá a los intereses de la sociedad, que el periodista nunca atacará al débil o al indefenso, y que dará trato de igualdad a las personas, bajo la más absoluta imparcialidad y de manera responsable.

Lo cierto ahora es que no por contar con un código de ética para periodistas, la situación cambió radicalmente, ¿cuántos periódicos o medios han asumido como suyos estos preceptos?. Tal vez porque el contexto político en nuestro país no lo permitía. Y no lo permite del todo principalmente en el interior del país.

Omar Raúl Martínez dice que es mínima la preocupación de los medios y periodistas por hacer un trabajo periodístico apegado a los códigos deontológicos. Da algunas cifras: en México hay alrededor de 1330 radiodifusoras, casi 600 canales de televisión, cerca de 400 periódicos y unas 200 revistas (en estos laboran poco más de 35 mil periodistas). Del total de los medios de comunicación en el país, 2 mil 530, sólo se conocen los códigos de ética periodística de nueve diarios y una revista²⁸.

²⁷ *Ibid*, p. 128,129.

²⁸ Omar Raúl Martínez, “Un acercamiento a la ética y a la deontología periodística en México. ¿Recurso ornamental o mecanismo para la profesionalización?”, *Revista Mexicana de Comunicación*, de la Fundación Manuel Buendía, año XIII, número 66, p. 28,29-31, obra citada por Elizabeth Tinoco Oros en la Tesina, *La regulación de los derechos laborales del reportero en los medios impresos. Un asunto pendiente en la agenda del actual gobierno*, UNAM,2002, p.46.

Es ahora que nos encontramos ante un nuevo panorama político, derivado de la alternancia en el poder en el año 2000, que podemos rescatar esos principios y ganarnos el respeto y el lugar que la sociedad nos confiere.

La coyuntura histórica lo exige a gritos, y es por ello que, como señala José María Desantes, conviene estudiar el fenómeno informativo desde la perspectiva de la justicia. Informar mal, por falta de información, por inadecuado desempeño profesional, por mezquinos intereses creados entre los informadores y los grupos de poder, o por un ordenamiento jurídico inapropiado, es un acto injusto. Injusto en el sentido más clásico del término: dar a cada uno lo que le es debido, aquello a lo que tiene derecho(...) Si la comunicación es “un punto obligado de paso” para todos los actores sociales, es indispensable preguntarse si no cabría, como consecuencia, exigirse un “derecho de paso” obligatorio en los medios de comunicación para la participación de todos en la creación de una auténtica democracia.²⁹

Particularmente la información que durante los procesos fluye a través de los medios de comunicación electorales es un indicador importante para conocer la influencia que ejercen en los ciudadanos, en forma de conducta a corto plazo, si luego vemos el resultado de ésta en las urnas. Aunque cabe aclarar que no se espera que esta influencia sea homogénea o unidireccional.

En esta relación de los medios y el proceso democrático se identifican varios actores, que son el gobierno como administrador y procurador del bien común, las empresas de comunicación, que a su vez comprenden a los dueños por un lado, a los trabajadores de esas empresas que son los periodistas o reporteros, que transmiten la información de interés público y a la sociedad como actuante, demandante y receptora de las acciones del gobierno. Enlazados entre sí, todos estos actores cumplen una función determinante en el proceso democrático.

Al hablar de que una sociedad democrática requiere de individuos bien informados es hablar también de un derecho constitucional que poco se ejerce. En teoría la sociedad contaría con la diversidad de medios en los cuales identificar o plasmar sus necesidades o satisfactores. Estudiar la situación en la que actualmente se da este proceso nos permite identificar las fallas y hacer hincapié en ellas para corregirlas.

²⁹ Ricardo, Homs, *La crisis comunicacional de una sociedad en transición*, México, Ariel, 1995, p. 152

CAPÍTULO 2

TRATAMIENTO DE LA PRENSA DURANTE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES PARA RENOVAR EL MUNICIPIO DE PACHUCA, HGO., EN LAS ELECCIONES DEL 14 DE NOVIEMBRE DE 1999

2.1 El Sol de Hidalgo

Es importante para los fines de esta investigación rescatar el papel que jugaron los medios de comunicación impresos de mayor circulación en la entidad, para conocer cuál fue la intención del voto y su reflejo en las urnas en la jornada del 14 de noviembre de 1999. En primer lugar *El Sol de Hidalgo* (con un tiraje de 30 mil ejemplares) el periódico más representativo entre la población hidalguense, no sólo porque es el único con mayor número de ejemplares vendidos en el estado a lo largo de sus 54 años de existencia, sino porque es un diario que es leído por población de diversos sectores de la entidad: rural y urbano. Su principal característica es el privilegio por la nota roja en los encabezados de primera plana.

Fue fundado el 27 de junio de 1959, en edición matutina y con el formato de estándar. El contenido está dividido en secciones: local, nacional, internacional y avisos clasificados, deportes, sociales y cuenta con secciones regionales de Tulancingo, Ciudad Sahagún y escenario Valle del Mezquital. El 40 por ciento de la información contenida en los diarios del interior de la República es reproducción del material que publica *El Sol de México* y esto se advierte muy claramente en *El Sol de Hidalgo*.

De acuerdo con información proporcionada por el propio diario, el perfil del lector está compuesto por hombres en un 55 por ciento y un 45 por ciento por mujeres; el 50 por ciento de los lectores tienen como ocupación el comercio, en un 20 por ciento amas de casa, en otro 20 por ciento empleados, en un 9 por ciento profesionistas y sólo el 1 por ciento estudiantes. Las edades de los lectores fluctúan, en un 50 por ciento, entre 26 y 45 años; un 20 por ciento de 46 a 55 años, el 15 por ciento de 17 a 25 años y 5 por ciento de 66 años y más. Su forma de distribución en su totalidad es a través del voceo.

A lo largo de su existencia en Hidalgo ha contado con dos directores gerentes, el primero fue Alfonso Cravioto Muñoz, intelectual y activista político, quien fuera presidente municipal de Pachuca de 1970 a 1972, ejerciendo ambas funciones durante ese periodo. Desde hace 27 años es dirigido por Fausto Marín Tamayo, periodista e investigador originario del estado de Puebla.

Se trata de uno de los 58 periódicos diarios que integran a la Organización Editorial Mexicana (sociedad anónima de capital variable), con presencia en 36 ciudades de la República Mexicana y 38 del extranjero. Es el único consorcio informativo en América Latina en el que por medio de sus ediciones cubre todo el territorio nacional y algunos lugares en el extranjero. Actualmente cuentan con una estación de televisión y dos estaciones de radio, generando 5,848 empleos directos y 8 mil indirectos en el país.

2.2 Síntesis

El periódico *Síntesis*, con un tiraje inferior que el anterior, de 13 mil 500 ejemplares (7 mil de los cuales se distribuyen en la ciudad de Pachuca y zona conurbada) y con una cobertura en 45 municipios. Circuló por primera vez en Pachuca el 26 de marzo de 1999 con el fin de representar una alternativa de información para los ciudadanos y se destaca por la nota política y social. Su penetración entre la sociedad es lenta y se ocupa de sectores muy identificados, la clase empresarial, la política y los jóvenes universitarios. En este diario también encontramos una combinación de información estatal con nacional.

Sin embargo sus orígenes se encuentran en el estado de Puebla, ya que nació en 1992 a iniciativa del grupo editorial Magno, una empresa que se dedica a las artes gráficas desde hace 30 años en esa entidad. En 1998 obtuvieron el Premio Nacional de Periodismo “Francisco Zarco”, otorgado por la Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana.

Con base en información sobre el perfil del periódico, proporcionada por la empresa en Hidalgo, tenemos que el nivel socioeconómico de los lectores es en un 45% de la clase media alta, 35% la clase alta, la clase media 20%, y por género el sector de lectores está compuesto en un 55% por hombres y 45 % por mujeres, de edades que van desde los

20 a los 65 años de edad. Sobre la ocupación de los lectores, la empresa señala que se compone principalmente de profesionistas, investigadores universitarios, amas de casa, empleados y estudiantes.

En el 2003 el periódico se promovía con un spot en el radio que decía:

V.1. ¿Y tú, porqué ya no lees el periódico?

V.2. ¿Para qué? si son puras manipulaciones y mentiras

V.1 Desde hace décadas la prensa tradicional en Hidalgo ha sido tendenciosa, amarillista, oficialista, vendida. Por eso la gente dejó de leer.

V.3. Pero Hidalgo evoluciona

V.1 *Síntesis*, un periódico orgullosamente hidalguense, que desde hace 4 años rompe esquemas.

V.3. Una alternativa de periodismo plural, para el momento que vive México

V.1. Un periódico completo y analítico para una nueva generación de hidalguenses

V.3 *Síntesis* el periódico de Hidalgo

En el 2002 se creó el código de ética en el diario.

El formato es estándar y se divide en: Región. (con información diaria del acontecer estatal, con una página local para Universitarios); *El país* (la información proviene de agencias noticiosas, principalmente reforma y proceso); *Opinión*, (se pueden leer a articulistas y columnistas como Carlos Ramírez, Miguel Ángel Granados Chapa, José Martínez, Alberto Barranco Chavaría, Miguel Anguiano, Katia D'Artigues, entre otros), también cuenta con una sección diaria de noticias internacionales: *El mundo*, con información obtenida por agencias como AP, EFE, APRO, NOTIMEX.

Otras de sus secciones diarias son Aula XXI, deportes, cultura y convivencias (sociales), una página semanal de salud y suplementos semanales diversos con temas de ecología, (Tierra Baldía, migrantes, y otros).

Como empresa *Síntesis* cuenta con diarios en los estados de Tlaxcala, Puebla e Hidalgo, bajo la presidencia de Armando Prida Huerta y en Hidalgo bajo la dirección de Alberto Méndez Aguilar, periodista con experiencia en la profesión desde hace 25 años.

Aunque se trata de los dos principales diarios impresos, en el estado circulan un mayor número de ejemplares de circulación interdiaria y semanal y el público también obtiene información de medios electrónicos. (ver anexos)

Nos interesa revisar el papel de ambos diarios durante el proceso de elección municipal del 10 de noviembre de 1999, dado que en esta fecha se produjo la alternancia política en la capital del estado de Hidalgo. Hecho histórico debido a que desde la fundación del PNR, antecesor del PRI, en 1929, la capital había sido gobernada por representantes del tricolor. Antes de abordar el tema específico nos referiremos brevemente a la historia política del estado de Hidalgo, a fin de que se pueda comprender mejor la relevancia de este hecho.

Antes de entrar de lleno al tema que nos ocupa, haremos referencia al panorama político social en el estado de Hidalgo a lo largo de su historia, a fin de contar con los elementos que nos permitan identificar la relación entre los medios y el poder político, así como el contexto económico social que se vive en la entidad.

2.3 Elecciones en el estado de Hidalgo

Primero podemos señalar que históricamente el municipio en México había sido considerado como un trampolín para alcanzar o afianzar el poder político. Este cargo lo ocupaban candidatos impuestos por el presidente de la República en el caso de las ciudades más importantes o estratégicas para el gobierno, o impuestos por los gobernantes estatales quienes a su vez eran designados por el presidente de la República en turno. Desde la transformación del PRM en PRI 1946, “El PRI es el único partido nacional que a lo largo de las elecciones ha presentado candidatos en la totalidad de los municipios a disputar en cada una de las entidades federativas que conforman el país”³⁰

³⁰ José Luis López Chavarría, *Las elecciones municipales en México*, México, UNAM, 1994 p. 146

De hecho, la primera derrota del PRI por la oposición en un municipio ocurrió en 1958 en San Luis Potosí, y al respecto el escritor José Luis López Chavarría nos dice que “se ha visto que para que el Estado Mexicano reconozca un municipio opositor liderado por un partido contrario al PRI, es porque la movilización social es notablemente firme y porque la vigilancia que se hace de los comicios por parte de la ciudadanía inconforme es todo un ejemplo de lucha”³¹

Pablo Vargas González, investigador de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, analiza el tema de los procesos electorales en Hidalgo en diferentes publicaciones, entre ellas en el libro *Las dificultades de la transición política*, donde considera que para entender el fenómeno electoral es necesario revisar los aspectos socioeconómicos y políticos que se han desarrollado a lo largo de la historia de la entidad.

En este punto han opinado también otros autores como Silvia Gómez Tagle, quien señala en su libro, *La geografía del poder y las elecciones en México*, que las presiones económicas o institucionales que se ejercen sobre los electores con bajos niveles socioeconómicos son especialmente significativas en países como México³² pero que también las características geográficas, étnicas, religiosas, comerciales e históricas, determinan la orientación política electoral de los ciudadanos.

Los investigadores concluyen que los municipios con mayor votación para el PRI se encuentran en zonas rurales con elevados índices de marginación; el PAN, por el contrario, obtiene sus mayores porcentajes de votaciones en las zonas urbanas donde existen los más bajos grados de marginación; por último, los municipios donde la influencia del PRD es más grande tienden a ser zonas rurales y semirurales, aunque no puede establecerse un perfil social definido que dado los coeficientes de correlación entre las variables electorales y socioeconómicas son muy bajos.³³

Por su parte Vargas destaca el lento proceso de democratización que se vive en las entidades del país debido al centralismo político.

A casi 20 años de iniciado el proceso de liberalización política, en la mayoría de las entidades federativas sigue predominando el esquema de elecciones semicompetitivas, de bajo grado de pluralismo y faltas de credibilidad, encabezado por un partido dominante que mantiene un

³¹ *Ibid*, p. 147.

³² Silvia Gómez Tagle, María Eugenia Valdez, coord. *La geografía del poder y las elecciones en México*, México, Plaza Valdez y Editores, 2000, p. 10.

³³ *Ibid*, p. 13.

control, en mayor o menor medida, sobre la organización y la normatividad que rigen las elecciones locales, las cuales no han alcanzado a ser un espacio real de democratización y de alternancia, pues ante pequeños avances ciudadanos se impone una lógica de cerrazón e intolerancia por recuperar las pequeñas posiciones perdidas.³⁴

El autor señala que las elecciones presidenciales de 1988 y 1994 fueron claves en el país, que auguraban el inicio de una transición democrática pero que, en los estados, este proceso no permeó de igual forma sino por el contrario.

Tampoco las entidades federativas, como en el Estado de Hidalgo, fueron ámbitos en que se dieran impulsos democratizadores. Por el contrario, los niveles locales fueron espacios de subordinación a los intereses de la élite política y donde aún prevalecieron los mecanismos de control que caracterizaban las elecciones semicompetitivas del régimen autoritario: la refuncionalización y la rehabilitación del corporativismo y los cacicazgos, el control exacerbado de los organismos electorales, la coacción clientelar, el uso patrimonialista de programas como el PRONASOL, y la propagación de la cultura del miedo para forzar “el voto de la estabilidad”.³⁵

Durante todo el siglo XX, el estado de Hidalgo se destacó por ubicarse entre las primeras cuatro entidades del país con mayor índice de pobreza, con una población eminentemente, rural, (59%) y con serios rezagos en cuanto a servicios básicos se refiere, como agua potable, electrificación, caminos. Con un alto índice de analfabetos y carencias en los servicios de educación y salud.

Es importante destacar estos indicadores, pues hablamos de una sociedad más preocupada por tener trabajo, un salario digno, y que las autoridades le satisfagan las necesidades más elementales de servicios básicos, que por hacer válidos sus derechos democráticos, entre ellos el de acceder a la información pública. Hablamos de una sociedad con serio rezago educativo y por ello vulnerable al poder político. Una sociedad que recurre a la fuerza o a la violencia para hacerse escuchar, situación que ocurre sobre todo en las regiones rurales del Valle del Mezquital, la Huasteca y la zona Otomí Tepehua y en grupos manejados por organizaciones civiles o políticas, detrás de cuyos dirigentes hay una estrecha relación con el gobierno estatal. Aunque podemos destacar que la relación pobreza y PRI ha ido cambiando en los últimos procesos electorales y específicamente en la

³⁴ Pablo Vargas, *Las dificultades de la Transición Política*, Pachuca, UAEH, 1998, p. 11.

³⁵ *Ibid*, p. 13

renovación de los ayuntamientos en el 2002, cuando el PRI fue derrotado en municipios como Huejutla, en la Huasteca Hidalguense. Un municipio pobre, marginado y con problemas de cacicazgo pero donde el PAN obtuvo el triunfo.

Según Pablo Vargas, “Hidalgo permaneció durante décadas sin un proyecto de desarrollo económico, lo que prevaleció fue una política excluyente que dejó fuera a la mayoría de la población en el uso y disfrute de los recursos naturales”³⁶.

Para la década de los noventa del siglo pasado estas eran las cifras: 57% de la población sin drenaje, 30% sin agua entubada, 23% sin luz, 20 % analfabeta, y el 41.4 % de la población económicamente activa no percibía ni siquiera un salario mínimo. Por consiguiente, imperaba la desnutrición, la insalubridad y la expulsión de población a las grandes ciudades y a los Estados Unidos.

En este contexto sociohistórico y económico en donde florecieron estructuras de poder personalizado, de caciques locales y regionales, de corporativismo en el campo y la ciudad y de familias burocráticas que han detentado el poder a través de la continuidad de mecanismos tradicionales, que actualmente están en proceso de modificación y transición, y que han dejado una cultura política de clientelismo, patrimonialismo y asociada a los bajos ingresos, el desempleo, la dispersión poblacional y la ruralización.³⁷

En Hidalgo, el Partido Revolucionario Institucional obtuvo votaciones del 90 por ciento hasta 1988, pero fue con la elección presidencial de ese año cuando, según Vargas, se observaron algunas diferencias. Fue en ese año que por primera vez el partido oficial perdió un distrito electoral, el de Tula, y que el PRI comenzó a perder fuerza. En 1982 obtuvo 84.5 por ciento de los votos y en 1988, el 64 por ciento. Otro fenómeno que destacó en ese año fue el del abstencionismo (46%), que indica la falta de credibilidad de la ciudadanía en los procesos electorales. Para la elección presidencial de 1994,

El PRI se inserta como un “partido dominante en crisis” (58%); y surge un panorama competido a nivel regional por las tres fuerzas distribuidas en el territorio, el PRI, el PAN y el PRD(...) El abstencionismo ha sido un fenómeno regular y sostenido, incrementándose cada seis años, y que se manifiesta lo mismo en elecciones sin opción o en elecciones con

³⁶ *Ibid.*, p. 19.

³⁷ *Ibid.*, p. 25.

conurrencia multipartidaria. También puede ser posible que entre 1975 y 1993 se haya reducido paulatinamente el margen de maniobra gubernamental para arreglar las cifras.³⁸

2.4 El municipio, procesos electorales y los medios de comunicación en Hidalgo

Durante los regímenes priístas, los municipios representaron el primer eslabón del gobierno federal para conceder espacios políticos a partidos diferentes, a una oposición frecuentemente inventada por ellos, concertada con los actores políticos pero que finalmente se le adherían.

El municipio en México, ha sido base indispensable del poder político y, dado que ha sido el espacio territorial de dominación por excelencia, las alcaldías no alcanzaron a tener el grado de madurez que el Constituyente de 1917 les asignó, como “municipio libre y autónomo”. Por el contrario fue mediatizado económicamente y convertido en una instancia de control y negociación entre el Estado y los grupos de poder local. Con la liberalización y la reforma política de 1978 y las modificaciones de 1983, al Artículo 115 Constitucional, la disputa por el municipio adquiere nuevos significados.³⁹

Se observa que el partido oficial iba perdiendo votos durante los diferentes procesos electorales, producto de la falta de credibilidad de los ciudadanos en estas jornadas, lo que significó el aumento del abstencionismo.

Sobre este fenómeno en los comicios municipales Silvia Gómez Tagle considera que “el abstencionismo es importante porque debilita la legitimidad del sistema, el abstencionismo se interpreta como “votos perdidos para el PRI”; el abstencionismo puede ser indicador de una sociedad expropiada, políticamente sometida, escéptica y defraudada⁴⁰

Por su parte Vargas explica cómo el PRI buscó legitimarse, en el proceso de 1988, mediante la acción del fraude electoral, mediante el acarreo, el uso de recursos públicos para inducir el voto y de los programas sociales. Hace una mención sobre lo que concierne a los medios de comunicación, los cuales tradicionalmente han sido utilizados para este fin.

“En Hidalgo las irregularidades iniciaron desde la campaña electoral con el control de los medios de comunicación, la utilización de los recursos gubernamentales a favor del

³⁸ *Ibid.*, p. 33-73.

³⁹ *Ibid.*, p. 81.

⁴⁰ Gómez, *op. cit.* p. 26

PRI, la inducción forzada al voto por parte de las oficinas públicas y de corporaciones burocráticas y la preparación del padrón electoral”⁴¹.

Al referirse a la elección presidencial en 1994, también señala el papel de los medios de comunicación, particularmente dos diarios, *El Sol de Hidalgo*, y *Diario Visor*, del 3 de enero al 20 de agosto de 1994.

La desigualdad en el uso de los medios

Los medios de comunicación, particularmente radio, TV y prensa, que está concesionada o es dependiente del gobierno, no se puso (sic) a la altura de las exigencias de la opinión pública que solicitaba información veraz, objetiva, imparcial y oportuna. Un caso de desigualdad fue el de la prensa: se hizo una revisión en dos diarios y los resultados dan una inequidad aplastante: en ambos, la publicación de notas a favor del PRI fue del 78.3% en El Sol de Hidalgo y de 66.6 por ciento en el Visor.⁴²

La situación respecto a la presencia del PRI en los medios de comunicación no fue diferente en la elección del 6 de julio de 1997, para renovar el Congreso de la Unión.

Tampoco el avance logrado en el nuevo marco jurídico electoral, establecido en el COFIPE, pudo atenuar la profunda desigualdad en el uso partidario de los medios masivos de comunicación. No sólo se redujo, sino que, además, la presencia del PRI en la prensa se incrementó notablemente respecto a 1994. Al realizar una revisión en dos diarios locales, el resultado fue que en *El Sol de Hidalgo*, el PRI obtuvo el 91% en notas, y en el *Visor*, 53% éste último dio más espacio a la oposición⁴³.

Como se puede observar, el PRI ha tratado durante todos estos años de permanecer en los 3 niveles de gobierno ampliando su margen de acción en los medios de comunicación, situación que prevalece hasta nuestros días y sobre la que ahondaremos más adelante. Por ahora es importante señalar lo que apunta Vargas, acerca de este fenómeno sobre la falta de credibilidad del gobierno por parte de los ciudadanos, situación que ha venido traduciéndose en el incremento del abstencionismo.

En el libro, *Opinión pública y cultura política en el estado de Hidalgo*, Pablo Vargas se refiere a una serie de encuestas realizadas a la población del estado para conocer la cultura política entre los ciudadanos, y su orientación partidista, del periodo de

⁴¹ Vargas, *op.cit.*, p. 115

⁴² *Ibid.*, p. 144.

⁴³ *Ibid.*, p. 177.

diciembre de 1989 a octubre de 1994, años en que se realizaron procesos electorales para elegir al presidente de México, durante la renovación de los ayuntamientos, de la gubernatura y del congreso de la Unión en 1993.

Este estudio es importante para nuestra investigación porque representa un antecedente de cómo los medios de comunicación juegan un papel fundamental dentro de los procesos electorales. Y es que, concluye Vargas la desinformación es una de las constantes que aparecieron dentro de los resultados de las encuestas:

De acuerdo al tipo de elección, fue en la presidencial en la que los electores expresaron tener mayor información sobre la fecha (62%), medianamente informados en las de gobernador (38%) y absolutamente desinformados en la elección intermedia de diputados locales (8%) y en el municipio de Pachuca (9%). Porcentajes similares se presentaron en respuestas al conocimiento sobre los representantes a elegir(...) En Hidalgo siguen siendo determinantes las condiciones estructurales de la entidad, que se traducen en una profunda desigualdad para acceder a la educación, al empleo, a la cultura y a la información. Puesto que la educación es el elemento indispensable en el proceso de socialización política en el que el individuo. adquiere principios y valores, y como se ha observado a mayor educación, más información y conocimiento del proceso electoral, como también mayor definición en la selección de su opinión pública.⁴⁴

2.5 El conflicto electoral en Pachuca en la elección de 1999

Es en este contexto que nos referiremos propiamente a lo que fue el proceso para la renovación del ayuntamiento de Pachuca el 14 de noviembre de 1999. La capital cuenta con una población de 245 mil 208 habitantes según el censo del INEGI del año 2000, de los cuales, 146 mil 316 son mayores de 18 años, ciudadanos en edad de votar.

Fueron 28 mil 221 –menos del 20 por ciento de los ciudadanos registrados en el padrón electoral– los que en la jornada para renovar al ayuntamiento hicieron llegar al Partido Acción Nacional a gobernar la capital del estado. Con Antonio Tellería Beltrán, un empresario de la industria del transporte, quien anteriormente había sido diputado local, obtuvo el triunfo con 16 votos de diferencia contra su más cercano competidor del PRI,

⁴⁴ Pablo Vargas, *Opinión Pública y Cultura Política, en el Estado de Hidalgo*, UAEH, Hidalgo 1997, p. 157-158

Alberto Jonguitud Falcón, quien después de su derrota fue nombrado secretario de Salud Pública del estado en la administración de Manuel Ángel Núñez Soto.

Se trató de un proceso enrarecido, pues el Instituto Estatal Electoral proclamó inicialmente como triunfador de la contienda al candidato del PRI, Alberto Jonguitud, e histórico porque tras impugnar el proceso, ante el Tribunal Estatal Electoral, el PAN logró atribuirse el triunfo definitivo con una diferencia de escasos 16 votos.

Pero no fue fácil. Antonio Tellería fue declarado el perdedor de la contienda y el 17 de noviembre el Instituto Estatal Electoral entregó la constancia de mayoría a Alberto Jonguitud, a quien se le atribuía el triunfo con 22 votos de diferencia. “El PAN, impugnó los resultados de la casilla 957 básica, de la comunidad de Santiago Tlapacoya, donde según ellos, el PRI cambió los resultados a su favor, puesto que se anularon sospechosamente 37 votos para Tellería, esto fue lo que decidió “el triunfo espurio del PRI”.⁴⁵ Antonio Tellería hizo un llamado al CEN del PAN para hacer de Pachuca un caso de interés político nacional.

El representante panista ante el IFE se entrevistó con el subsecretario de Gobernación Jorge Alcocer, quien se comprometió a analizar las pruebas de “alteración” de paquetes electorales(...) El 18 de noviembre en la ciudad de México, la bancada panista se retiró de la sesión de la Cámara de Diputados y acordaron suspender todo tipo de negociación con el gobierno federal. El CEN del PAN, dio pleno respaldo a Tellería y dijo que “defenderían ante todas las instancias legales su triunfo y que impedirían el “fraude grotesco y burdo”(…) El mismo Diego Fernández de Cevallos, conocido negociador panista ante el gobierno federal, intervino considerando el caso como “una cuestión de estado”. El candidato a la presidencia de México, Vicente Fox, dijo que vendría a establecer una casa de campaña en Pachuca, hasta que se reconociera la victoria de Acción Nacional⁴⁶

Cabe hacer hincapié en lo que el autor señala brevemente justo en este proceso de disputa por la alcaldía de Pachuca en torno a los medios de comunicación. “El PRI no se quedó atrás en la defensa del resultado. Echó a caminar la maquinaria de apoyo de los medios de comunicación a su favor, para defender la ‘legitimidad de su triunfo hasta las últimas consecuencias. También interpuso la impugnación de 22 casillas’.⁴⁷

⁴⁵ Pablo Vargas, *Hidalgo, Elecciones y Alternancia Municipal*, Hidalgo, UAEH, 2002, p. 98.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 99.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 100.

El fantasma de la concertación no se descarta, según considera el autor con base en versiones de medios de comunicación nacional donde se señalaba que este acuerdo había sido fraguado entre el CEN del PAN y el entonces secretario de Hacienda, José Ángel Gurría, para que legisladores del blanquiazul en el Congreso de la Unión aprobaran el paquete económico del último año del gobierno de Ernesto Zedillo, a cambio de que se reconociera el triunfo panista en Pachuca. Y es que el 18 de noviembre, en la ciudad de México, la bancada panista se retiró de la sesión de la Cámara de Diputados y acordaron suspender todo tipo de negociación con el gobierno federal.

Finalmente el 2 de diciembre se entregó la constancia de mayoría al candidato del PAN, Antonio Tellería, luego de que el Tribunal Federal Electoral ratificara la decisión del Tribunal Estatal Electoral de darle el triunfo de la contienda del 14 de noviembre, anulando la casilla 864 que favorecía al PRI y dejó firme la casilla del conflicto (Tlapacoya).

Fue el hecho de que un partido opositor al PRI gobernara la capital del estado el indicio de que en Hidalgo se transitaba hacia un proceso democrático, a pesar de que el PRI siguió siendo mayoría en todos los ámbitos políticos del estado, ocupando entonces 64 de las 84 presidencias municipales, mientras que el PAN, ocupó 10, el de la Revolución Democrática 7, y el Partido del Trabajo 3.

Pachuca, que se habíapreciado de ser la capital de un estado eminentemente priísta, en pocos años transitó de un municipio de clara hegemonía partidaria a la alternancia del poder. En ello han convergido varios factores. Desde los cambios sociales, de carácter estructurales como lo son los fuertes efectos de la urbanización, hasta factores coyunturales, como por ejemplo las circunstancias internas de los partidos. (...) Empero no obstante la alta competitividad y la polarización de los partidos con fuertes candidaturas, el abstencionismo se hizo notorio como un factor influyente en los resultados, puesto que alcanzó el 57 por ciento, inclusive ligeramente más alto que la elección anterior de 1996 (54%). (...) Si bien son evidentes los avances de una cultura democrática, éstos no son definitivos, en la medida que hay conductas de ausentismo electoral.⁴⁸

La población de Pachuca representa el 11 por ciento de la población total del estado de Hidalgo, con un grado de marginalidad muy baja. Este dato es importante ya que “casi

⁴⁸ *Ibid*, p. 102-103.

todos los autores coinciden en que la urbanización facilita el pluralismo político y la volatilidad del voto. En otras palabras, los votantes que viven en las ciudades cambian su preferencia por los partidos según las corrientes de opinión generadas en medios masivos o por situaciones coyunturales”.⁴⁹

Los cuadros que se presentan a continuación buscan dar una idea ilustrativa y aproximada a la intención del voto que se vio reflejada en los medios de comunicación durante la elección del 14 de noviembre de 1999.

⁴⁹ Gómez,, *op.cit.* p. 32.

2.6 El Sol de Hidalgo y Síntesis durante las campañas electorales para renovar el municipio de Pachuca en la elección del 14 de noviembre de 1999

I.- El Sol de Hidalgo. DEL 1 DE OCTUBRE AL 12 DE NOVIEMBRE 1999

NOTAS INFORMATIVAS

INSERCIONES PAGADAS

OCTUBRE	PRI	PAN	PRD	OTRO	PAG.	PRI	PAN	PRD	OTRO	PAG.
1.						*				8
2.	*				1,4					
3.	*	Foto			1,4					
4.	*				1,4					
5.	*				1,6					
6.										
7.										
8										
9.	*				1,4					
10.			*		1,6					
11	*	*	*		1, 2, 4					
12	*			*PT	1,6,4, Gral. Deportes					
13	*	*			1,6					
14	*				1,6					
15	*	*			1,4,6,8					
16	*	Foto			1,4					
17	*		*		1,8,4					
18	*				1,4		*			3
19	*	Foto			1,6,4					
20	*	Foto	*		1,4,6					
21	*	*y foto			1,6, 4'foto	**				3
22	*	Foto			1,6 4'foto					
23	*	*			1,4 4'foto	**				10,6
24	*	Foto			1,6 ,4					
25	*	Foto			1,4 4'foto					
26	*	*			1,6 2,4'foto	*				1
27	*	Foto			1,4 4'foto	*				1
28	*				1,4	*	*			1,9
29	*	Foto			1,2, 6/4 foto	*				1
30	**	*			1,6/4 foto	*				1
31	**	Foto			1,6,4	*				1

Noviembre	PRI	PAN	PRD	OTRO	PAG. Y SECC	PRI	PAN	PRD	OTRO	PAG
1	**	Foto			1,6, 4	*				1
2	**		*		1,2, 6/prd	*	*encuesta			1,4
3	*				1,6	*				1
4	**	*	*		1,8encuestas	**				1,6,7
5	*				1,6	*				1
6	*				1,4					
7										
8	**	Foto			1,4	*				1
9	*				1,4	*				1
10	**				1,8,4	*	**	*		4,5,6,7
11	*	*			1,6,4					
12	Foto				1					

NOTAS INFORMATIVAS

PRI	44
PAN	23
PRD	6
OTRO	1 (PT)

INSERCIONES PAGADAS

PRI	21
PAN	5
PRD	1
OTRO	0

NOTAS INFORMATIVAS: PRI 59.45%, PAN 31.08% PRD 8.10%

INSERCIONES PAGADAS: PRI 77.77% PAN 18.51% PRD. 3.70%

SÍNTESIS DE HIDALGO 1 al 31 de octubre de 1999

NOTAS INFORMATIVAS

INSERCIÓNES PAGADAS

OCTUBRE	PRI	PAN	PRD	OTRO	PÁGINA	PRI	PAN	PRD	OTRO	PAGINA
1	*				1,7					
2	*				5					
3	*	*			1,3					
4										
5	*	*			1,1					
6										
7										
8	*				7,foto					
9	*				7,foto					
10			*		1					
11	*	*			1,3					
12	*				3,foto					
13										
14	*				2,3,8					
15										
16										
17	*				1					
18										
19	*	*			1,3-1,3					
20	**	**	*		1,3					
21	*				1,8					
22	*	*			3					
23	*	*			3,7					

24	*	*	*	1,3						
-----------	---	---	---	------------	--	--	--	--	--	--

25	*	foto			1,2					
26	*	foto			1,3					
27	*	foto			1,7					
28	*				1		*			8
29	*				3					
30	**	*	*		1,2					
31	*				1					

NOTAS INFORMATIVAS

TOTAL

PRI	25
PAN	13
PRD	4
OTRO	0

INSERCIONES PAGADAS

TOTAL

PRI	0
PAN	1
PRD	0
OTRO	0

NOTAS INFORMATIVAS PRI 59.52 % PAN 30.95 PRD 9.52%

INSERCIONES PAGADAS PAN 100%

Revisión de *El Sol de Hidalgo* y de *Síntesis* en el periodo previo al proceso electoral del 14 de noviembre de 1999.

Durante el periodo previo a las elecciones del 14 de noviembre de 1999, los diarios *El Sol de Hidalgo*, y *Síntesis* tuvieron un tratamiento similar en cuanto a la presencia de los candidatos a presidente municipal para el periodo 2000-2003, teniendo mayor presencia el candidato del PRI, Alberto Jonguitud, tanto en número de notas como de inserciones pagadas.

El periodo de revisión de ambos diarios abarcó del primero al 31 de octubre de 1999 y en *El Sol de Hidalgo*, del primero al 12 de noviembre. Son dos semanas previas a la jornada electoral, y por lo tanto es un periodo en el que los candidatos de los diferentes partidos políticos inician e intensifican su campaña proselitista. A continuación haremos mención de algunas observaciones encontradas en los dos diarios sobre el tratamiento de la información de los candidatos.

El Sol de Hidalgo

De acuerdo con el conteo de notas informativas que se realizó durante el periodo referido, tenemos que este diario dedicó el 59.45% de las notas al candidato del PRI, el 31.08% al del PAN y 8.10 % al del PRD, mientras que el candidato del PT tuvo una mención en el diario durante todo el periodo, de un total de 7 candidatos a disputar el cargo. Así también desprendemos que en este caso el medio de comunicación trató de inducir el voto a favor del candidato del Revolucionario Institucional concediéndole una mayor cobertura a los actos proselitistas.

En cuanto a inserciones pagadas por el partido u otras organizaciones en apoyo a los candidatos, observamos que la presencia del PRI fue del 77.77 %, el PAN con el 18.51% y el PRD con una sola publicación. Lo que demuestra, por un lado, la inequidad en la asignación de recursos económicos para gastos de campaña a los diferentes partidos, aunque no descartamos que hubiera otras razones entre ellas el hecho de enfocar las

campañas publicitarias a través de carteles, posters, distribución de playeras y materiales escolares e incluso, el privilegio de los medios audiovisuales por sobre los impresos.

Cabe mencionar también que de las 23 menciones del PAN en los diarios y consideradas como notas informativas 13 fueron únicamente fotografías del candidato (en blanco y negro) con su respectivo pie de foto, localizadas al interior de las páginas de la sección de información general, regularmente en la página 4. No queda claro si a esta forma de promoción podría considerársele como parte de las inserciones pagadas porque de ser así entonces se reduciría la cobertura del medio como tal al candidato del PAN, en un 13.4%.

Aunque sujeto a discusión, nuestro criterio temporal para considerar nota informativa a dichas inserciones fotográficas es el hecho de que contienen los elementos básicos del *lead* o entrada de una nota informativa: Las respuestas básicas a preguntas como: qué (ocurrió), quién (es) los involucrados, cuándo, dónde, cómo (imagen). Esta falta de claridad en los formatos ponen en relieve la necesidad de que el medio sea más claro en la forma de diferenciar la información para que el lector pueda diferenciar la línea del diario de la del partido político.

La postura de *El Sol de Hidalgo* a favor del candidato del PRI la podemos encontrar fácilmente en el número de veces que apareció el candidato Alberto Jonguitud en primera plana, durante el periodo referido, con notas amplias y fotos a color. Otro dato importante se refiere a una entrevista realizada por el jefe de información Carlos Sevilla al candidato Jonguitud, entrevista que dedica dos números del diario, del 5 y 6 de octubre, situación que no causaría extrañeza a no ser porque estas entrevista no las realiza con ninguno de los otros candidatos.

Con excepción de los días 6,7,8 y 9 de octubre –periodo en el que el periódico privilegió la información sobre una serie de inundaciones ocurridas en esas fechas en las regiones de Metztitlán y el Valle de Tulancingo- el candidato priísta ocupó la primera plana del diario en el periodo mencionado. En algunos casos la nota no tiene firma del

reportero y en otras sí, aunque las características de la información son las mismas, es decir, se señalan encuentros con vecinos de colonias, barrios o grupos empresariales o políticos.

El apoyo o la línea editorial del diario a favor del PRI se define aún más con la publicación de sondeos de opinión, que aparecen con la firma del reportero José Luis Rico, durante el periodo analizado los días 19 y 22 de octubre y el 2 de noviembre, donde los encuestados hacen referencia sólo a las bondades del candidato del tricolor, lo que no puede más que leerse como una inducción al voto.

Otra señal más que nos lleva a reafirmar esta postura la encontramos en una encuesta de opinión que se publicó el día 4 de noviembre en primera plana y con el título “Sorprendente avance favorece a Jonguitud”. Se trató de la información proporcionada por la organización **Encuestas de Estudios de Opinión** (OEA) de la Universidad de Guadalajara, donde asegura que la tendencia del voto favorece al PRI con el 47 por ciento, mientras que el candidato del PAN le seguía con el 30 por ciento.

Sin embargo, esta información fue como respuesta a lo que a su vez publicó el PAN sobre su candidato en Pachuca. Se trató de una inserción pagada que apareció el día 2 de noviembre, en la página 4 de la sección Deportiva, y en donde, según encuestas realizadas por la organización **Movimiento Ciudadano**, el PAN aventajaba con el 42 por ciento de las preferencias, seguido por el PRI con el 34 por ciento y el PRD con el 8 por ciento. Esta información aparece sólo como inserción pagada y en el diario no aparece ninguna nota informativa al respecto, mientras que en el caso de la encuesta que le da la ventaja al candidato del PRI sí aparece la información como principal, con la firma del reportero y, además, la publicidad respectiva sobre las estadísticas de la encuesta en las páginas 6 y 7.

Síntesis

Como ya referimos anteriormente, la revisión de este diario comprende el periodo del 1 al 31 de octubre de 1999, periodo de 31 días que nos parecen suficientes para conocer el manejo de la información electoral previo a las votaciones del 14 de noviembre. En este diario notamos que, al igual que ***El Sol de Hidalgo***, la información concerniente al proceso

electoral favoreció al PRI, Alberto Jonguitud con el 59.52%, en comparación con la del PAN, que obtuvo el 30.95 % y la del PRD con sólo el 9.52 % del total, mientras que ningún otro candidato de otros partidos tuvieron mención alguna.

Cabe mencionar que este diario apenas tenía 7 meses de estar en circulación en la entidad, razón que podría ser causa por la cual no aparecen numerosas inserciones pagadas como en *El Sol de Hidalgo*, excepto por una publicidad del PAN del 28 de octubre, lo que demuestra también que los partidos políticos prefirieron concentrar sus recursos en el periódico que les garantizaba mayor presencia por el número de ejemplares vendidos y circulación. De los resultados del conteo vemos que la postura del medio también fue a favor del PRI por el número de notas publicadas. No obstante en *Síntesis* encontramos algunas diferencias con relación al primero del análisis.

Las notas que se refieren a la campaña del candidato del PRI y que aparecen en primera plana, se ubican en el espacio dedicado al resumen de la información general y la mayoría de ellas están ubicadas en páginas interiores. Aparecen firmadas por el reportero y en el menor de los casos por la firma de la empresa, que significa que se trata de información obtenida de boletines. En la nota del 5 de octubre toda la información sobre la campaña de Alberto Jonguitud aparece en el resumen a color, pero ocupando un pequeño espacio en comparación con el resto del contenido. El título fue “No prometeré lo que no pueda cumplir, asegura Jonguitud. Se reunió con vecinos de 2 colonias”.

El 10 de octubre el candidato del PRD ocupó la primera plana del periódico, aunque no como nota principal. Esto debido a la visita de Amalia García, entonces presidenta nacional del partido, durante una gira de proselitismo para acompañar al candidato.

Situaciones similares ocurren con la información sobre la campaña del aspirante por el PAN, pues las notas del diario que lo señalan, y donde la acompañan de una foto a color, se refieren a la presencia del dirigente Bravo Mena o a las conferencias de prensa convocadas por el partido. Lo mismo sucede con el candidato del PRI, con la visita de su

dirigencia en apoyo al candidato de Pachuca, con la diferencia de que al mismo tiempo se suma la información por separado de su visita a barrios y colonias que aparecen con el nombre del periódico como firma.

A diferencia de *El Sol de Hidalgo, Síntesis*, demuestra en sus inicios una política clara de definición entre notas o inserciones pagadas, boletines y notas recabadas por el trabajo reporteril, además de que en sus titulares tampoco hay una postura evidente sobre la línea del periódico a favor de tal o cual candidato o partido político.

Durante este periodo en ambos periódicos hubo otras notas e inserciones pagadas sobre el Partido Revolucionario Institucional, debido a que coincidió con la consulta nacional a las bases del tricolor para elegir al candidato a la presidencia de la República para la elección del 2 de julio del 2002. Además, en *El Sol de Hidalgo* aparecieron desplegados de grupos de inconformes al PRI, por la designación del candidato a alcalde en los diferentes municipios.

Al retomar la información de las cifras del conteo anterior, desprendemos que en *El Sol de Hidalgo* sí hubo una tendencia del medio a favor del candidato priísta. Vemos que aparecieron más notas informativas (44) haciendo referencia a la campaña proselitista del contendiente tricolor, en comparación con el del PAN, (23) lo que refleja el escaso interés del medio por dar un trato equitativo a la información de los contendientes. En cuanto a inserciones pagadas del PRI y su candidato, éstas se promovieron mayormente (21) con relación a las del PAN (5), lo que demuestra que el partido, tampoco tuvo interés en fundamentar su campaña a través de publicidad en este medio. En cuanto al resto de los candidatos contendientes, de un total de 6, ni los partidos políticos buscaron tener presencia en el diario ni el medio les dio espacio.

Ahora bien, ¿cómo interpretar este manejo de la información de los medios con el resultado de la votación que finalmente favoreció al candidato del Partido Acción Nacional, es decir, quien tuvo menos presencia en los dos principales medios de comunicación impresos?. Por un lado, la diferencia entre los dos principales contendientes fue mínima (16

votos) por el otro la votación fue escasa, (57 por ciento de abstención). Si relacionamos este último fenómeno -como sinónimo de malestar o apatía- con los votantes que favorecieron a un partido diferente al PRI, podemos deducir la inconformidad de los ciudadanos con su gobierno tricolor, de ahí que podemos considerar que en este caso los medios impresos no influyeron sobre los ciudadanos para decidir su voto.

Hasta entonces no había un medio que reflejara ese malestar. Si de acuerdo a la teoría de los *Usos y las Gratificaciones* expuesta en el primer capítulo, una sociedad se identifica con un medio de comunicación porque se siente satisfecha con la información que le proporciona, (como lo puede ser la población priísta, con *El Sol e Hidalgo* o con *Síntesis*) ¿en qué medio de comunicación se refleja el sentir de los que no están de acuerdo con este partido y por ende con el gobierno?.

Para tener una opinión más certera tendríamos que revisar el manejo de la información de otros medios de comunicación en la capital, y de ser similar el trato estaríamos comprendiendo el por qué la sociedad en Pachuca desconfía de sus medios de comunicación. Hasta este periodo de elección la posición del periódico *Síntesis* en el proceso no da señales claras a la sociedad, y en este caso a los inconformes con el gobierno y con el PRI, de que será una alternativa de información confiable, toda vez que también inclinó la balanza hacia el PRI. Aunque en su formato es más clara la política del periódico de distinguir entre notas informativas, que es donde se mide la posición del diario, y la publicidad, que es donde observamos la capacidad financiera del partido- el resultado fue el mismo afán por favorecer a un partido en este caso el Revolucionario Institucional, no obstante que en las urnas el resultado fue contrario a la intención.

Estos medios informativos no fueron equitativos en cuanto al trato de la información electoral y por lo tanto no cumplieron con el valor que la sociedad les confiere. Por eso la importancia de insistir sobre la ética, los principios deontológico del periodismo, del valor de la información por lo que significa para una sociedad que vive un proceso democrático y no como interés particular o mercancía.

2.7 *Aquí Hidalgo*

Aquí Hidalgo es una publicación semanal que empezó a circular en el estado de Hidalgo en el año 2000, se distribuye de manera gratuita principalmente en comercios y establecimientos de la ciudad de Pachuca y para llegar a la zona conurbada utiliza la infraestructura del gobierno estatal priísta. (Durante las giras del gobernador al interior del estado son distribuidos cientos de ejemplares de *Aquí Hidalgo* entre los asistentes al evento).

Se caracteriza por ser una publicación 100 por ciento parcial, ya que el 90 por ciento de su información la conforman notas periodísticas y artículos de opinión para calificar el quehacer de los personajes políticos, sobre todo presidentes municipales y legisladores de partidos diferentes al Partido Revolucionario Institucional, mientras que informa y enaltece a los de este partido. El resto se le dedica a la sección deportiva y en su contraportada siempre se incluye la foto de alguna mujer, actriz o modelo para llamar la atención del público masculino.

Dedicar un apartado de la presente investigación a cuestionar este medio obedece al contexto político en el que aparece, es decir, durante la primera administración de un presidente municipal panista en Pachuca, situación que inicialmente dio señales positivas para una sociedad que persigue el fin democrático. Sin embargo, la intención del gobierno estatal priísta, de manipular a la sociedad a través de un medio que no es oficial, en este caso mediante *Aquí Hidalgo*, pone de manifiesto que no se puede hablar de que se vive en una democracia. Este tipo de publicaciones contravienen los fines de los medios de comunicación y el derecho de la sociedad a estar informada, pues no es objetiva e imparcial, y trata de inducir a la población lectora al rechazo de los gobernantes que no sean del PRI. Además es un ejemplo del uso del dinero público con fines electorales.

Y es que en México donde casi todo puede ser publicado, este ejemplo tal vez sea el menos nocivo de las ediciones periodísticas que circulan en el estado, sobre todo semanarios que aparecen en cada proceso electoral y desaparecen con él. Nos hemos

encontrado publicaciones donde se escribe con palabras altisonantes y sin ningún rasgo periodístico, las cuales en conjunto podrían calificarse como prensa electorera y panfletaria.

Sin embargo, nos referimos al semanario *Aquí Hidalgo*, ya que se destacó por la crítica permanente durante el gobierno del panista Antonio Tellería, y porque su creación, parece indicar, obedeció precisamente a este fin: dar cauce a los ataques del PRI en contra del PAN.

¿Pero quién regula este tipo de publicaciones? La ley de imprenta, publicada el 12 de abril de 1917 durante el gobierno de Venustiano Carranza, es el antecedente más antiguo y sigue siendo hasta nuestros días el documento básico para regular en 36 artículos las publicaciones impresas. Pero desde hace décadas ha quedado totalmente rebasada y descontextualizada en cuanto a las necesidades de regulación de los medios de comunicación se refiere si consideramos además la aparición de información vía internet.

“La ley de imprenta resulta completamente anacrónica y desfasada del desarrollo que ha tenido la sociedad mexicana y los medios. Sin embargo, la Suprema Corte tiene la razón al afirmar su vigencia. Es en el fondo exactamente el mismo argumento de Carranza, lo peor sería la nada jurídica, la que propicia el dominio del más fuerte más allá de la razón y la justicia, se auspicia el caos vulnerando la paz social. Nuestra Ley de Imprenta, está esperando que el Congreso de la Unión la abrogue al momento de aprobar una moderna legislación sobre los medios masivos de comunicación”⁵⁰

Por ello vale la pena retomar de la Ley algunos de los artículos que han quedado desfasados.

En la fracción XI, del Artículo 9, señala respecto de las prohibiciones:

XI. Publicar planos, informes o documentos secretos de la Secretaría de Guerra y los acuerdos de ésta relativos a movilizaciones de tropas, envíos de pertrechos de guerra y demás operaciones militares, así como los documentos, acuerdos o instrucciones de la Secretaría de Estado, entre tanto no se publiquen en el Periódico Oficial de la Federación o en Boletines especiales de las mismas Secretarías,⁵¹

⁵⁰ Beatriz Solís Leree, coord. *El derecho de la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México*, Comisión de Radio y Televisión y Cinematografía H. Cámara de Diputados, México, 2000, p. 274

⁵¹ Ley de imprenta, *Diario Oficial de la Federación*, 12 de abril 1917.

Otros de los artículos desfasados se refieren a las penas o sanciones económicas por violaciones a dicha Ley y que tienen que ver con ataques a la vida privada, a la moral, al orden o la paz pública, y que van desde los cincuenta a los dos mil pesos de multa. Sin embargo, cabe hacer notar de otros artículos que son vigentes en cuanto a la necesidad de que en los medios de comunicación se acaten a estas consideraciones, pero que son letra muerta debido a que en cualquier medio podríamos encontrar violaciones de este tipo.

Artículo 1

Constituyen ataques a la vida privada:

I.- Toda manifestación o expresión maliciosa hecha verbalmente o por señales en presencia de una o más personas, o por medio de manuscrito, o de la imprenta, del dibujo, litografía, fotografía o de cualquier otra manera que expuesta o circulando en público, o transmitida por correo, telégrafo, teléfono, radiotelegrafía o por mensajes, o de cualquier otro modo, exponga a una persona al odio, desprecio o ridículo, o pueda causarle demérito o en su reputación o en sus intereses...

Artículo 2

Constituye un ataque a la moral:

I.- Toda manifestación de palabra, por escrito, o por cualquier otro de los medios de que habla la fracción I del artículo anterior, con la que se defiendan o disculpen, aconsejen o propaguen públicamente los vicios, faltas o delitos, o se haga la apología de ellos o de sus autores;

Artículo 3

Constituye un ataque al orden o a la paz pública:

III. La publicación o propagación de noticias falsas o adulteradas sobre acontecimientos de actualidad, capaces de perturbar la paz o la tranquilidad de la República o en alguna parte de ella, o de causar el alza o baja de precios de las mercancías o de lastimar el crédito de la Nación o de algún Estado o Municipio, o de los bancos legalmente constituidos.

Artículo 6

En ningún caso podrá considerarse delictuosa la crítica para un funcionario o empleado público si son ciertos los hechos en que se apoya, y si las apreciaciones que con motivo de ella se hacen son racionales y están motivadas por aquellos, siempre que no se viertan frases o palabras injuriosas.

Artículo 13

Todo el que tuviere establecido o estableciere en los sucesivos una imprenta, litografía, taller de grabado o de cualquier otro medio de publicidad, tendrá obligación de ponerlo dentro del término de ocho días en conocimiento del Presidente Municipal del lugar, haciendo una manifestación por escrito en que consten el lugar o lugares que ocupe la negociación, el nombre y apellido del regente, si lo hubiere. Igual obligación tendrá cuando el propietario o regente cambie de domicilio o cambie de lugar el establecimiento de la negociación.

Artículo 15

Para poder poner en circulación un impreso, fijarlo en las paredes o tableros de anuncios, exhibirlos al público en los aparadores de las casas de comercio, repartirlo a mano, por correo, express, o mensajero, o de cualquier otro modo, deberá forzosamente contener el nombre de la imprenta, biografía, taller de grabado u oficina donde se haya hecho la impresión, con la designación exacta del lugar en donde aquella está ubicada, la fecha de la impresión y el nombre del autor o responsable del impreso⁵².

Sobre este último artículo cabe hacer mención de los panfletos políticos que aparecen con cada periodo electoral, que adolecen de toda clase de especificaciones sobre el nombre de la imprenta, el responsable de la publicación, el número de ejemplares, su costo etc. Es en este punto donde también es necesario poner atención a la razón o razones por las que circulan sin que nadie ponga en cuestionamiento su razón de ser. En este caso establezcamos que es la Secretaría de Gobernación la encargada de emitir los permisos para las publicaciones y revistas a través de una Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas y para hacerlo se basa en los siguientes fundamentos jurídicos:

Ley de Imprenta
D.O. F. del 12 de abril de 1917

Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas
D.O.F. del 13 de julio de 1981

Ley Federal de Procedimiento Administrativo
D.O.F. del 4 de agosto de 1994 y sus reformas

Acuerdos Generales del Pleno de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas
D.O.F. del 22 de septiembre de 1994⁵³

⁵² *Idem.*

⁵³ Formato de solicitud de obtención de: Certificado de Licitud de Título y Contenido, Constancia de registro, aten la Oficialía de partes de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de gobernación.

Sin embargo, no hay claridad en cuanto a la función que verdaderamente desempeña esta Comisión Calificadora toda vez que está integrada por representantes del gobierno federal y no hay una representación de los diversos sectores de la sociedad que son los que reciben la información a través de los diferentes medios de comunicación.

En México existe un órgano que depende del Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Gobernación, que verifica cuáles son las publicaciones que deben circular bajo una serie de criterios. Esta comisión está integrada totalmente por representantes de la Secretaría de Gobernación. Es de llamar la atención el hecho de que el fundamento legal para crear esta Comisión Calificadora, es la Ley Federal de Educación. Sin embargo, está sectorizada en la Secretaría de Gobernación, lo cual pone de relieve su naturaleza⁵⁴.

En la práctica los criterios de autorización de publicaciones impresas poco parecen basarse en los preceptos que marca el derecho a la información enmarcada en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el cual se refiere al derecho a la información en tres aspectos; 1. el derecho a atraerse información, 2. el derecho a informar y 3. el derecho a ser informado. En México queda establecido bajo las siguientes disposiciones:

- a) La constitución en sus artículos 6 y 7
- b) Leyes y decretos entre los que se pueden mencionar
 - La Ley de Imprenta
 - La Ley Federal de Radio y Televisión
 - La Ley de Vías Generales de Comunicación
 - La Ley Federal de Cinematografía
 - La Ley Federal de Telecomunicaciones
 - El reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y el de la Industria Cinematográfica
 - El reglamento del Servicio de Televisión por Cable
- c) Los tratados internacionales ratificados por México de acuerdo con las disposiciones contenidas en el artículo 133 constitucional
- d) Las decisiones judiciales del ámbito interno y las del externo⁵⁵

¿Pero quién se encarga de medir la objetividad de cada uno de los medios de comunicación? Encontramos que la Secretaría de Educación Pública es la encargada de otorgar un permiso más, pero que se refiere únicamente al registro del nombre de la

⁵⁴ Solís, *op cit.* p. 283.

⁵⁵ Jorge Carpizo y Ernesto Villanueva “El derecho a la Información” *Fundación, Información y Democracia, FIDAC, A.C.* (www.fidac.org.mx/propuestasdereforma.html) p. 6,7.

publicación y que verifica no haya medio impreso, publicación o periódico con el mismo nombre. Y he aquí el cuestionamiento, respecto a qué organismo se encarga de constatar que las publicaciones periódicas obedezcan a un fin social. De allí las irregularidades o la extraña relación entre los medios y los gobiernos de los tres niveles.

A diferencia de lo que sucede en los Estados democráticos, en México no existe una ley o norma constitucional que establezca cómo y por qué debe el gobierno o el Estado otorgar ayudas a la prensa. Esto ha sido una potestad discrecional de los directores de comunicación social, que ellos – a su libre albedrío – deciden el uso de los recursos del público, en muchas ocasiones para fines privados, de propaganda política, promoción de imagen personal. *Ayudar* con publicidad, a aquellos medios permeables a sus afinidades. Y por el contrario, retirar la ayuda a aquellos que no lo sean tanto.⁵⁶

El 11 de junio de este año 2003 se legisló sobre el derecho a la información, con la creación de la Ley de Acceso a la Información, publicada en el Diario Oficial de la Federación y aprobada por unanimidad en el senado. Dicha ley obliga a las instituciones públicas a hacer del conocimiento de la población sus asuntos internos, manejo de recursos y programas, lo que significa un avance importante para la sociedad en el ánimo de legitimar el ejercicio gubernamental elegido mediante el voto, sin embargo no suficiente.

El 30 de abril, el Senado aprobó la iniciativa por unanimidad, cinco días después de un voto a favor igualmente unánime en la Cámara de Diputados. La Ley establece el derecho de los ciudadanos de obtener información sobre su Poder Ejecutivo, define toda la información del gobierno como pública, e instruye a todas las dependencias y entidades del Gobierno a favorecer el “ principio de la publicidad de la información” por encima de la reserva. Obliga a las entidades a publicar de manera rutinaria y asequible toda la información que se refiera a sus funciones diarias, presupuestos, operaciones, personal, salarios, informes internos, y celebración de contratos y concesiones.

Además, les concede a los particulares el derecho de solicitar información que aún no se ha hecho pública, así como el derecho de recurrir en contra de la decisión de una entidad de denegar la información, y el derecho de llevar la entidad a juicio ante un tribunal, si el recurso es rechazado.

Los objetivos más amplios de la nueva ley se plantean en el artículo cuarto: “transparentar la gestión pública”, “favorecer la rendición de cuentas a los ciudadanos” de manera que puedan evaluar el desempeño de las entidades del gobierno, y “contribuir a la democratización de la sociedad mexicana y la plena vigencia del Estado de Derecho”⁵⁷

⁵⁶ Solís, *op.cit.* p. 282.

⁵⁷ Mónica Delgado, “La ley de acceso”, *Reforma*, jueves 24 de octubre, 2002, p. 16A

Todavía falta normar sobre el derecho de la población a recibir información objetiva, pues en la práctica muchos son los ejemplos de los medios de comunicación que no cumplen con este requisito y que sin duda afectan la vida democrática de nuestro país. Esto tiene que ver con la necesidad de crear una Ley de Medios de Comunicación. Y aunque se han hecho varios intentos por llevarla a consideración del Congreso de la Unión todavía no hay resultados concretos.

Por ello debemos reconocer que en los nuevos tiempos políticos de la sociedad mexicana el desarrollo democrático se mide por la participación de la sociedad a través de sus medios de comunicación. Así, podemos afirmar al concluir el siglo XX que no podrá existir democracia en nuestra nación, sin la democratización profunda de nuestros sistemas de información.⁵⁸

La creación o el surgimiento de medios como *Aquí Hidalgo*, es ejemplo de cómo se utilizan los medios de comunicación con el fin de causar un efecto a largo plazo y finalmente generar opinión pública, pero tendenciosa. Este medio claramente trata de inducir una actitud positiva para el gobierno del PRI que lo “subsida” y generar una opinión contraria a los que le son diferentes. Según las teorías sobre la influencia de los medios de comunicación, a largo plazo el resultado de esta intención dependerá de los fines personales de la audiencia y del contexto social en el que se le ubique.

Sin embargo, una vez más vemos a un auditorio cautivo, el de los inconformes, que no encuentra un espacio donde sentirse identificados y por lo tanto carecen de la información necesaria para orientar su preferencia electoral. Se trata de un asunto también de injusticia para la sociedad y que por lo tanto no contribuye en nada a garantizar un avance del sistema democrático.

Hasta ahora se ha hecho un esbozo cronológico de lo que sucedió en los medios impresos analizados, en el periodo previo a la elección y que dio paso a la alternancia, pero una vez instalada, ¿cuál fue la postura que asumieron los medios, y los diferentes actores sociales que tienen que ver con la conformación de la vida democrática particularmente en el estado de Hidalgo? Para abundar sobre ello elegimos dos

⁵⁸ Solís, *op.cit.* p. 406

acontecimientos sociales que fueron noticia durante la administración de Antonio Tellería y que por su aparición en los medios de comunicación pudieron ser sólo algunos de los acontecimientos que influyeron en la opinión pública. Se trata de un asunto que llevó a cuestionar al gobierno panista, pero que, visto desde la comunicación y su influencia entre los ciudadanos, nos dan un parámetro de cómo éstos pueden influir a la hora de la sucesión presidencial municipal. Ya vimos que *Aquí Hidalgo* es un medio que por el tipo de mensajes transmitidos y su frecuencia tratan de inducir una actitud de opinión pública.

Si la intención de los diarios, *El Sol de Hidalgo* y *Síntesis*, fue a favor del candidato del PRI, que no ganó la elección, ¿cuál sería su intención durante el gobierno panista? Para abordar este punto en el siguiente capítulo se expondrán los dos acontecimientos antes mencionados que sucedieron durante la administración del presidente Tellería y que ocuparon un espacio en los diarios de referencia, los cuales se analizaron tratando de conocer la línea que asumieron los diarios y su participación como generadores de opinión pública.

CAPÍTULO 3

LA PRENSA DURANTE LA ADMINISTRACIÓN DE JOSÉ ANTONIO TELLERÍA

Los hechos que se abordarán en este capítulo nos llevarán a reflexionar sobre la relación entre el gobierno en este caso de José Antonio Tellería y la sociedad, viéndolo como un asunto de gobernabilidad y democracia, pero particularmente el papel que jugaron los medios como informadores o voceros, en este caso, de acontecimientos que llevaron a cuestionar la capacidad del gobernante.

De estos acontecimientos no descartamos que intereses particulares de las organizaciones civiles, ligadas al gobierno estatal hayan obrado conjuntamente debido a coincidencias que explicaremos posteriormente. En este sentido sabemos que el uso de los medios de comunicación para mantener el control del poder político no es un asunto nuevo ni exclusivo de nuestro país. Sucede en toda clase de gobiernos y sociedades del mundo y se intensifica durante determinados periodos de la historia.

Por ejemplo, el paraguayo Benjamín Fernández Bogado señala en su artículo “Transparencia democracia y medios”, sobre lo que sucede en América Latina: “Periodistas mal pagados en medios de prensa que viven de favores del sector gubernamental han hecho que también el número de lectores o de oyentes y televidentes haya caído dramáticamente en muchos de nuestros países”⁵⁹.

Es necesario entonces que trabajadores y dueños de los medios de comunicación pugnen por cambiar esta situación, y que no sólo obedezca a un factor coyuntural en medio de la alternancia política, porque “cuando se trata de hacer que una sociedad crea una verdad que al poder le conviene que crea, se puede manipular desde el origen mismo, desde la generación de la información pasando por la manipulación de los medios hasta lograr que la sociedad la reciba como tal”⁶⁰.

⁵⁹ Benjamín Fernández Bogado “Transparencia democracia y Medios” *Síntesis*, sección País, 14 de julio 2003 p. 4

⁶⁰ Molina *op.cit.* p. 64.

En México, la llegada del panista Vicente Fox a la presidencia de la República, hizo suponer la inmediata ruptura de la relación complaciente entre medios de comunicación y el gobierno–priísta. Entonces se formularon y se siguen formulando toda clase de hipótesis y pronósticos respecto al destino de esos medios y no sin sobrada justificación. ¿ Qué pasaría con los medios de comunicación, que dependían en sus ingresos de los subsidios que recibieron durante décadas del los gobierno priístas?: no fue una cuestión menor, de tal manera que esos diarios tuvieron que emprender reestructuraciones a su interior para evitar su cierre. A tres años del nuevo gobierno algunos siguen librando esta batalla.

En Hidalgo esta pregunta se la hicieron los dueños y trabajadores de los medios de comunicación a partir de la derrota del PRI en el gobierno municipal de Pachuca en 1999. Fue preocupación sobre todo de aquellos pequeños periódicos de publicación semanal que basan sus fuentes de ingreso en las notas pagadas de los ayuntamientos, quienes a su vez se apoyan en estos para promover su obra y esos medios fundamentan en esa tarea su función. Se trata de publicaciones que se dedican a la promoción de los alcaldes.

La preocupación fue menor para el resto de los diarios, que obtienen ingresos de la publicidad del gobierno estatal de filiación priísta, sin prestar atención a lo que acontecía en los diarios de circulación nacional tradicionalmente identificados con el gobierno.

En este apartado analizaremos una vez más la actuación de los medios de comunicación impresos, *El Sol de Hidalgo* y *Síntesis* ante el nuevo panorama de la alternancia en ese año, si son el vehículo de expresión de sus demandas. No está por demás señalar que una razón importante para analizar estos medios obedece a la factibilidad de realizar un análisis cuantificable y de contenido. Y en este sentido nos apoyamos en lo que señala Efrén Ortiz en el libro *Periodismo, Escritura y Realidad*: “hablar de un discurso escrito, por ejemplo, implica abordar un objeto descriptible a partir del espacio que ocupa, en tanto que el discurso oral lo es en la dimensión temporal”⁶¹

⁶¹ Efrén Ortiz, *Periodismo, Escritura y Realidad*, Veracruz, Enfoques Editores, 1990, p. 19

Nos referimos a dos acontecimientos que llevaron a cuestionar el ejercicio del presidente municipal Tellería. El primero ocurrió en la primera mitad de su administración, cuando un grupo de militantes de la organización Antorcha Campesina, filial del PRI, fue reprimida durante una manifestación en demanda de servicios básicos.

El segundo caso lo protagonizaron vecinos de la Colonia 20 de Noviembre, miembros de la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA) filial del PRD, el 24 de junio del 2002. Ambos son asuntos de carácter social que se relacionan entre sí en dos aspectos: el primero es que las organizaciones se dijeron víctimas de la fuerza pública municipal, descentralizada en ese entonces del gobierno estatal; y el segundo, que cada cual en su momento solicitaron al Congreso local su intervención para aplicar juicio político contra el munícipe, a quien responsabilizaron de las agresiones en su contra, el hilo que los hace relevantes para la investigación es su carácter noticioso y su relación con el gobierno estatal y el de José Antonio Tellería.

3.1 *El Sol de Hidalgo y Síntesis* y el caso Antorcha Campesina en junio del 2001

El Sol de Hidalgo

Antorcha Campesina es una organización que tiene sus orígenes en el estado de Puebla. Se creó en 1974 con el propósito, según la propia organización, de unir a los grupos más desprotegidos del campo y la ciudad para luchar por el bienestar de las comunidades, así como por la justa distribución del ingreso social y la eliminación de las diferencias sociales radicales. Sus manifestaciones se financian con colectas públicas y cuotas de sus militantes, principalmente dueños de pequeños negocios como tiendas y restaurantes, y aunque está adherida al Partido Revolucionario Institucional desde 1988, se dice que no reciben recursos del partido.

Sus simpatizantes se ubican principalmente en los estados de Puebla, Michoacán, Veracruz, San Luis Potosí, Estado de México, Oaxaca, Guerrero, Hidalgo y el Distrito Federal. En Hidalgo esta organización se ha caracterizado por realizar manifestaciones cada año en demanda de que el gobierno estatal cumpla sus demandas de infraestructura básica en colonias y barrios pobres. En este apartado nos referiremos a los hechos que

protagonizaron durante la administración municipal de José Antonio Tellería y que causaron controversia.

De los hechos referidos encontramos sus antecedentes el 8 de junio del 2001, cuando por primera vez en el periodo de la presidencia municipal del panista José Antonio Tellería, los antorchistas denunciaron la detención de 45 de sus simpatizantes, entre ellos 13 niños y 16 mujeres, mientras realizaban pintas en bardas en la Secundaria General Número 2 de la capital. Dicha detención fue justificada por el edil aludiendo que violaba el artículo 20 del *Bando de Policía y Buen Gobierno*. Por tales acciones incurrían en una falta administrativa que establecía el pago de una multa o el arresto por 76 horas.

Luego del primer desencuentro entre los antorchistas y las autoridades panistas, siguió otra detención por la misma causa con fecha del 19 de junio de ese mismo año. Partiremos de este hecho para la revisión del diario, debido a que de ahí los inconformes iniciaron una serie de movilizaciones y marchas por las principales calles de la ciudad, donde participaron entre 3 mil y 5 mil manifestantes, llamando la atención de la opinión pública pachuqueña.

En *El Sol de Hidalgo* encontramos información sobre los hechos en el ejemplar del 20 de junio del 2001, en la página 12 de la sección policiaca, con el encabezado: “Piden sanciones contra el alcalde de Pachuca”, “Protestas de populares en el Congreso”. Aquí el reportero José Luis Rico informa de la protesta que realizaron los afectados, encabezados por Guadalupe Orona en el Congreso local, y donde solicitaron a los legisladores iniciar juicio político contra el edil, a quien señalan como el responsable de la represalia.

De la detención del 19 de junio se da cuenta en el ejemplar del 21 de junio de ese año, que apareció en la página 8 de la sección policiaca con el encabezado “Arremete nuevamente la Policía Municipal vs colonos”. “Violento arresto a antorchistas”. En esta ocasión la protesta se realizó frente al palacio de gobierno, donde los antorchistas llamaron la atención de los medios de comunicación llevando un par de burros que llevaban carteles

amarrados que decían “Tellería represor del pueblo trabajador”. Nuevamente el reportero José Luis Rico hizo un recuento de las versiones de los antorchistas.

En medio de una zacapela fueron detenidos 50 vecinos de la colonia Mariano Otero, de Pachuca, acusados de hacer pintas de protesta contra el alcalde José Antonio Tellería. En el acto, que fue catalogado por los afectados como de “barbarie” y “represión”, elementos de Seguridad Pública Municipal arrestaron indiscriminadamente a hombres, mujeres y niños todos ellos pertenecientes a la organización de Antorcha Campesina⁶².

También detalla una entrevista con el dirigente de la agrupación, Marco Antonio Aquino, quien se refirió a los “excesos” de la policía municipal. “Hubo terror en la colonia; los policías se metían a fuerza a las casas y sacaban de los cabellos a hombres y mujeres, por el solo hecho de hacer pintas en que se menciona al alcalde. “Aquino Gómez dijo que Tellería “ya está desquiciado por el poder”... “Además, estamos reportando a 10 desaparecidos y responsabilizamos al alcalde de lo que pudiera suceder” dijeron.⁶³

Sin embargo, en esta ocasión encontramos, dentro de la misma nota, la versión textual del alcalde sobre los hechos a través de un boletín informativo del cual citamos algunos datos:

La acción se llevó a cabo con respeto absoluto de las garantías de los detenidos, sin que mediara la violencia por parte de los agentes de la policía preventiva que llevaron a cabo el operativo. Las personas sorprendidas fueron 23 mujeres, 18 hombres y 4 menores de edad del sexo femenino, entre 11 y 16 años de edad, quienes fueron entregados a la señora Eustasia Mejía González, quien, aunque se negó a firmar la recepción, aceptó hacerse cargo de los menores. Al realizar los trámites para expedir el certificado médico correspondiente, se detectó que dos señoras se encontraban delicadas de salud, por lo que se determinó se retiraran a sus hogares.⁶⁴

Encontramos que estas fueron las únicas notas que en el mes de junio se refirieron al caso de Antorcha Campesina a diferencia de *Síntesis* que dedicó una mayor cobertura a los hechos como relatamos a continuación.

⁶² José Luis Rico “Arremete, nuevamente la Policía Municipal vs colonos”, *El Sol de Hidalgo*, Pachuca, 21 junio 2001, p. 8.

⁶³ *Idem*

⁶⁴ *Idem*

Síntesis

Encontramos que este diario dio cuenta más detallada de la información que se generó en torno al caso de Antorcha Campesina. El 19 de junio *Síntesis* publicó una nota informativa en la página 3 sobre la manifestación de los antorchistas en el Congreso local, aunque a diferencia de *El Sol de Hidalgo*, en *Síntesis* aparece la versión del alcalde Tellería que dio una conferencia de prensa. El título de la nota fue: “Antorcha Campesina acusa al edil de Pachuca por secuestro”. “Son unos mentirosos, responde Tellería”.

La información parte de una manifestación por parte de los antorchistas ante la Comisión Estatal de Derechos Humanos, de su intención de llevar el asunto al Congreso local y del plantón indefinido frente a la Casa Rule (presidencia municipal). En tanto se refiere a la versión de Tellería, quien niega las acusaciones de los antorchistas acerca de que los policías amenazaron con armas a los manifestantes y que les habían golpeado y de que ningún menor de edad había sido trasladado a la barandilla.

El 20 de junio se publica otra nota sobre los hechos, derivados de la visita de los manifestantes al Congreso local y de la opinión de algunos legisladores que atendieron a los inconformes en su intención de obtener las pruebas que corroboraran las versiones de los acusados.

El 21 de junio se da a conocer la detención del 19 de junio con el encabezado “Tensión en la Casa Rule una nueva detención de antorchistas pintabardas”. “Sólo se cumple el bando de policía, dice el jefe de seguridad”. Relata en esta nota de la detención de 45 miembros de Antorcha Campesina entre ellos 4 menores de edad con un saldo de 3 patrullas dañadas. Da detalles de la versión de la Policía Municipal a través de su director, Francisco Armenta, quien señaló que la Comisión Estatal de Derechos Humanos no respondió al llamado para realizar el operativo. Luego de una entrevista con el presidente Tellería, quien reconocía como ciertas las demandas de los antorchistas, pero lamentaba que esta situación fuera utilizada por sus dirigentes para beneficio personal, finalmente

informó sobre una manifestación que realizaron ese día los antorchistas por las calles de la ciudad.

Aunque inicialmente consideramos que estos hechos habían sido manejados parcialmente por los medios de comunicación, y para corroborarlo realizamos la revisión de estos dos diarios, considerados los más importantes dentro del estado, nos dimos cuenta de que, si bien *El Sol de Hidalgo* manejó tendenciosamente la información en sus encabezados, el contenido de la información fue más equilibrado, pues dio a conocer las versiones de ambas partes por lo menos en un caso y después parece que la tendencia fue la de no ahondar en el caso. Al compararlo con el *Síntesis*, vemos que este diario sí lo hizo y que a diferencia de *El Sol de Hidalgo* dio más cobertura a los hechos y a las diferentes versiones que se presentaron, lo que motiva a la ciudadanía a entablar su propio juicio sobre los acontecimientos.

Sin embargo, en esta revisión encontramos que desde entonces hay una percepción del gobierno municipal de una actuación parcial por parte de los medios de comunicación, pues en *Síntesis* del 26 de junio de ese año aparece una nota informativa en la cual José Antonio Tellería se refiere a esta situación. En el encabezado dice: “Péguele al presidente” nació en Pachuca, dice el alcalde Tellería”. “Contra Fox fue después, aclara”

El presidente municipal de Pachuca, José Antonio Tellería reclamó para la capital del estado de Hidalgo la paternidad del nuevo deporte “péguele al presidente”. Explicó que la semana anterior Luis Felipe Bravo Mena, cabeza del Partido Acción Nacional, dijo a la prensa que en México había surgido ese nuevo deporte a partir del 2 de julio. “No es cierto, aquí en Pachuca la prensa tiene un año y medio pegándome, por lo que ese deporte nació conmigo y no con Vicente Fox”... Luego en tono serio, señaló que “todos los ataques que a su persona hace la prensa, independientemente de que no tienen fundamento, son de primera impresión, es decir el golpe periodístico que impacta a la ciudadanía, pero no tienen después elementos para recurrir con bases sólidas a las instancias legales”.⁶⁵

⁶⁵ Ernesto Contreras, “Péguele al presidente’ nació en Pachuca, dice el alcalde Tellería”, *Síntesis*, Pachuca, Hidalgo, 26 junio 2001, p. 2.

3.2 *El Sol de Hidalgo* y Síntesis en el caso Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas en junio del 2002

El Sol de Hidalgo

25 junio 2002. La noticia sobre este hecho ocupó la primera plana del diario, con el encabezado “Bloqueo, fuego y desnudo. Otro escándalo y violencia en la Insurgentes”.

La noticia tuvo espacio en la primera plana, y en las páginas interiores en la número seis, mientras que se le dedica un reportaje gráfico en la última página con el título: “Una mañana violenta”.

Los hechos fueron descritos como una lucha “desigual” entre 200 granaderos municipales y un grupo minoritario de la Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas (UNTA). Más adelante, dentro de la misma nota, se señala la aprehensión de 13 de los manifestantes, entre ellas la líder del movimiento y que fue desnudada y vejada por los municipales luego de su detención. También se informa sobre la versión que ese mismo día ofreció el ayuntamiento, en una conferencia de prensa, como contraparte de la de los agredidos.

Esta noticia fue antecedida por los hechos que igualmente desembocaron en la manifestación del 25 por la Avenida principal de la ciudad. En ella se relata la primera aprehensión de unos 16 vecinos de la 20 de Noviembre, con el título “Zafarrancho en el Palmar”, “Municipales contra UNTA”. Esa noche se escribe sobre la detención de la líder del movimiento.

26 de junio 2002. La nota de primera plana es la continuación de los hechos del 25, con el título, “Hoy deciden su suerte. Juicio penal o libertad a los 13 detenidos”. Los acusados fueron denunciados por cargos de ultraje a la autoridad, secuestro, lesiones y sedición, asentados en la causa penal 12/DA-P/R/11/791/02 según la versión periodística.

En la página 6 del diario de la misma fecha se puede encontrar media plana de una inserción pagada del gobierno municipal, para dar su versión sobre los hechos. Cabe destacar que ésta fue una medida recurrente durante la administración del panista, que

demuestra la necesidad de dar a conocer a la opinión pública la versión, tal cual, sobre los diferentes acontecimientos o toma de decisiones. Evidenciaba así su desconfianza hacia la prensa local, expresada abiertamente por el propio munícipe como ya referimos anteriormente.

El 26 de junio no apareció ninguna nota relacionada con los acontecimientos sino hasta el jueves 27. Aquí la información aparece en la sección policiaca de la última página, con el título “Consignan a los 12 detenidos de la UNTA”. Y explica que por su presunta responsabilidad en la comisión de delitos de ultraje a la autoridad, lesiones y privación ilegal de la libertad, fueron consignados 12 de los 13 detenidos que se enfrentaron a policías municipales en la periferia de la Glorieta Insurgentes de Pachuca.

Se dedica otra nota a una información emitida por la UNTA, con el título “Anuncia la UNTA módulo para denuncias contra la policía municipal”. La nota periodística hace referencia a las marchas en contra de “las acciones represivas” de la policía municipal de Pachuca, según declaración del líder estatal de la organización Isidro Pedraza y sobre la instalación de módulos de recepción de quejas contra la policía.

Es en esta nota donde el dirigente de la UNTA hace mención de solicitud al Congreso del Estado para la desaparición de la Secretaría de Seguridad Pública Municipal y sostiene la petición de juicio político contra Tellería, a quien acusa de solapar hechos policiales. Al término del mes no se le dedica más otra información sobre el hecho ni los articulistas o columnistas abordan el tema.

Síntesis

En este periódico la noticia sobre el enfrentamiento entre untistas y la policía municipal no ocupó la nota principal del periódico, sino que se privilegió un asunto sobre el descubrimiento de un túnel en el Centro de Readaptación Social de la ciudad. El asunto tuvo un lugar secundario dentro de la primera plana con el título: “Bloqueo y Bronca, El segundo round en 2 días entre miembros de la UNTA y policías municipales”. De ahí pasa

a la página 3 donde el título fue “Interviene policía de Pachuca en bloqueo de la UNTA, 13 detenidos”.

A diferencia de *El Sol de Hidalgo, Síntesis* aborda otros aspectos de la información, entre ellas la reacción del gobernador del estado, Manuel Ángel Núñez Soto, sobre los hechos. Esto es algo recurrente en el diario; la de darle lugar a la opinión del titular del ejecutivo estatal.

Ese mismo día, como sucedió en el *Sol de Hidalgo*, se publicó una inserción pagada del ayuntamiento con su versión de los hechos. En este caso apareció en la página 6. A diferencia de *El Sol de Hidalgo*, en *Síntesis* hay un mayor número de notas dedicadas al tema en cuestión, y se publicó la opinión de dos articulistas que abordan el tema, la de Luis Corrales Vivar y Sarkis Mikel Jeitani, con fecha del 30 de junio de ese año.

De las notas aparecidas se destacan las del 26 de junio en la primera plana. “Se sospecha de trasfondo político. Congreso. Previo a las elecciones”. El 28 de junio, en la página 5 con el título, “ PRI Y PRD piden la remoción del director de la Policía en Pachuca”. “Regidores en la Asamblea Municipal pidieron la remoción”.

Una nota más. “Avala alcalde de Pachuca al director de la Policía Municipal. Hay resultados alentadores. Tellería”. La nota aparece en la página 3 y continúa en la 7, con un sondeo a representantes de las diferentes fracciones parlamentarias sobre el caso, con el título. “Llama el Congreso a la Civilidad”.

Sobre los artículos de opinión podemos decir que en ambos casos se señalan aspectos diferentes de la información. En uno de ellos, el de Luis Corrales Vivar, (candidato a la presidencia municipal por el PRD en la elección del 2002) bajo el título “Desnudarse o morir”, destaca su desacuerdo con los manifestantes untistas-perredistas y señala abiertamente que gozan del apoyo del poder estatal para desprestigiar la administración panista con miras a obtener el triunfo en las elecciones de junio del 2002.

Si inicialmente en el proceso de elección de 1999, el interés de los medios de comunicación fue a favor de un partido político, en estos dos hechos particularmente vemos cómo ésta línea electoral cambió durante la administración de José Antonio Tellería, o por lo menos se moderó, para tomar el papel que verdaderamente juegan los medios de comunicación, que es el de informar con veracidad sobre los acontecimientos, con las reservas que se pueden desprender del caso, al no descartar que en otros medios de comunicación la información haya sido manejada tendenciosamente, pues de otra forma no se explican las constantes quejas del munícipe en contra de los medios.

Este es un breve panorama de lo que acontecía en Pachuca y cómo se presentó en los medios de comunicación durante la administración del presidente Tellería, lo cual nos da una idea del papel que jugaron los medios de comunicación en este periodo y que nos abren el camino para analizar el actuar de la ciudadanía para la elección del 10 de noviembre del 2002.

3.3 El Sol de Hidalgo y Síntesis en las elecciones municipales de noviembre del 2002

EL SOL DE HIDALGO

Periodo comprendido entre el 1 al 31 de octubre de 2002 y del 1 al 6 de noviembre de 2002, previo a las elecciones del 10 de noviembre de ese año para renovar los ayuntamientos del estado de Hidalgo.

NOTAS INFORMATIVAS

INSERCIONES PAGADAS

OCT	PRI	PAN	PRD	OTRO	PÁGINA	PRI	PAN	PRD	OTRO	PÁGINA
1						*	*		PCC	3-7-8
2							**			3,7
3	foto				2	**	*			3,5,-3
4						**	*			3,5-3,7
5	*				2,4	**	*			3,5-3
6	*				2	**	*			3,5-3
7						**	**			3,5-3,7
8	*				2,4	*	*			3-9
9	*				2,8	*	**			3-3,7
10	*				2,8	*				3

11	**				1,6,2	*	**			3-3,5
12	*	*			1,4-2	*	*			3-3
13	*				2,6	*	*			3-3
14	*	*			2,6-2	*	**			3-3,7
15	*	*			2,6-2	*	*			3-3
16	*	foto			1,6-3	*	*			3-3
17	*		*		1,4-1,6	*	*			3-3
18	**				1,4-2,6	*	*	*	PCC	3-3,5-5- 1,3
19	*	foto	*		1,4-7	*	**			3-3,5
20						**	**			3,5-3,11
21	**	foto			1,6-2,6	****	**		PC	3,5,9-3,7- 5
22	*				1,6	*	*	*	PCC	3-3-7-5
23	*				1,6	*	*		PCC	3-3-5

NOTAS INFORMATIVAS

INSERCIONES PAGADAS

OCTUBRE	PRI	PAN	PRD	OTROS	PÁGINA	PRI	PAN	PRD	OTROS	PÁGINA
24	*	*			1,6-4,8	**	*			3,5-3
25	*	*			1,2-4,8	*	*		PCC	5,7-5-7
26	*				2,6	**	*	*		3,5-3-3
27	*				2,6	**	*			3,10-3
28										
29	*yfoto				2,6	**	*			3,7-3
30	*yfoto				1,2	**	**		PCC	3,9-3,7-5
31	**		*		1,6,2-6	**	*			5,9-5
NOVIEMBRE										
1	*				1,6	**	*	*		3,7-3-7
2	**				1,2,6	**	*			5,11-5
3	*	*			1,6-2,8	**	*			3,7-3
4	**	*			1,2-1	**	**		PSN,PCC	5,13-5,11-9
5	**	*			1,2,6-2	**	***	*	PAS,PCC PCC	5,8-5,7,8-7-11
6	*yfoto				1,6,4	*	**	*	PAS.PCC	5-5,8-5-5-7-7

NOTAS INFORMATIVAS	
PRI	41
PAN	11
PRD	3
OTROS	0
TOTAL	55

INSERCIONES PAGADAS	
PRI	54
PAN	48
PRD	6
OTROS	14
TOTAL	122

NOTAS INFORMATIVAS

PRI 74.5 % PAN 20.0% PRD 5.4%

INSERCIONES PAGADAS

PRI 44.2 % PAN 39.3% PRD 4.9% OTROS 11.4%

Síntesis

Revisión correspondiente del 1 de octubre al 7 de noviembre del año 2002, periodo previo a las elecciones para renovar los 84 ayuntamientos del estado de Hidalgo. Número de notas informativas e inserciones pagadas a favor de los candidatos al ayuntamiento de Pachuca.

NOTAS INFORMATIVAS

INSERCIONES PAGADAS

OCTUBRE	PRI	PAN	PRD	OTROS	PÁGINA	PRI	PAN	PRD	OTROS	PÁGINA
1						**	*			6,19-3
2						**	**			5,20-3,3
3						**	*			5,19-3
4						**	**			3,9-3,17
5	*				3	**	*			11,9-3
6	*				3	**	*			9,10-3
7						**	**			6,3-3,20
8						*	*			5,3
9						*	**			9,3,3
10						*	*			19-3
11		*		PVEM,PT PCD	1-20	*	*			3-3
12				PT	1	*	**			10-3,11
13						*	*			10-3
14		*			1	*	**			5-3,19
15	*	*	*	PCD	3-19-1- 19	*	*			19,3
16	*	foto	*		3-3-1	*	*		PCD	19-3-3
17	*				3	*	*			2-3
18	*	*	*		1	*	*		PCD	2-3-3
19		foto	*		11-1país	*				9
20	*	foto			12-11	*	*			9-3
21	*	foto			3-1	**	**	*	PCD	3,5-6-9

OCTUBRE	PRI	PAN	PRD	OTROS	PÁGINA	PRI	PAN	PRD	OTROS	PÁGINA
22	*	foto			20-20	**	*	*		3,19-3-19
23		foto			5	***	**		PCD	3,5,20-3-6
24	*	foto		PCD	3-5-3	**	*			3,19-3
25	*	*		PVEM	2-2-2	**	*		PCD	3,5-3-2
26	*	*foto			11-3-11	**	*	*		9,3-3-3
27	*	*			2-2	**	**	*		2,12-2,11-9
28	*	foto			1-1	**	***		PCD.PSN	3,5-3-17-14-19
29	*foto	foto			5,5	***	*	*		3,5,19-3-19
30	*foto	*foto			3-3	**	**		PCD	3,19-3,17-17
31	*				20	**	*	*		3,19-3-9
NOVIEMBRE										
1	*foto				19,3	*			PCD	3,19-5
2	*foto				1	**	*		PCD	3,11-3-12
3						**	*	*	PCD	9,11-3-7-12
4	*				1	**	***	*	PCD	3,6-3,5,20-7-6
5	*	*			3-1	*	**	*	PCD	2-3,19-19-2
6	*	*	*		3-3-3	***	*	**	PCD	5,13,20-3-5,1-5
7	*	*			1-1					

NOTAS INFORMATIVAS

PRI	27
PAN	22
PRD	5
OTROS	7
TOTAL	61

INSERCIONES PAGADAS

PRI	62
PAN	50
PRD	11
OTROS	14 (13 del PCD)
TOTAL	137

NOTAS INFORMATIVAS

PRI 44.2 PAN 36.0 PRD 8.2 OTROS 11.4

INSERCIONES PAGADAS

PRI 45.2 PAN 36.4 PRD 8.4 OTROS 10.2

El Sol de Hidalgo y Síntesis durante el proceso de campaña de los candidatos a ocupar el ayuntamiento en Pachuca para el periodo 2003-2006

El Sol de Hidalgo

Como observamos en la relación de notas informativas e inserciones pagadas que fueron publicadas por el diario durante el mes previo a las elecciones municipales el comportamiento volvió a ser favorecedor para el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Alberto Meléndez Apodaca, aunque cabe destacar que hay diferencias notables en comparación con el periodo anterior de elecciones.

Primero mencionaremos las diferencias entre los dos principales contendientes, en este caso del PRI y del PAN. En lo que se refiere a ***El Sol de Hidalgo*** fueron notables los contrastes en cuando a notas informativas publicadas, de 50 puntos porcentuales más con relación al candidato del PAN, Alejandro Sánchez. En esta ocasión, de las notas informativas consideradas, 3 fueron únicamente fotos con su pie de página aludiendo a la labor proselitista del candidato panista en barrios y colonias o con grupos de diferentes sectores de la sociedad pachuqueña.

Las notas informativas referentes al candidato del PRI aparecen regularmente en primera plana con una amplia foto a color, a veces con firma del reportero, y en otras ocasiones sin firma, situación que sucedió de manera escasa con el candidato del Partido Acción Nacional. En general la presencia del PRI como partido es notoria en el diario, sobre todo también por las notas e inserciones de otros candidatos de los diferentes ayuntamientos.

El 11 de octubre se publicó una entrevista que realizó el jefe de información Carlos Sevilla con el candidato del PRI, información que apareció en la primera plana. A diferencia de la elección de 1999 se publicó otra entrevista con un candidato distinto del PRI firmada por el reportero de la fuente José Luis Rico. Fue con el candidato del PRD,

Luis Corrales Vivar, que apareció el 31 de octubre, con el encabezado “Empecé mi campaña hace 30 años”.

El 15 de octubre se firmó un acuerdo entre los diferentes partidos políticos que participarían en la contienda, en el que asumían el compromiso de que los gobiernos municipales y el estatal se abstendrían de promover obra pública a fin de que la opinión pública se viera influenciada a la hora de emitir su voto. El acuerdo decía:

A partir del 15 del presente mes y hasta el término de la jornada electoral, suspenderemos todo tipo de publicación de la Obra Pública, en cualquier medio de difusión de toda la entidad, para que no se haga uso de las acciones de gobierno a favor de ningún candidato o partido político, seguros de que esto contribuirá en gran medida al fortalecimiento del proceso electoral, garantizando que los ciudadanos ejerzan su derecho al voto en absoluta libertad y que no sea utilizado o condicionado ningún programa de orden público, al servicio de su voto.⁶⁷

El 16 de octubre inició formalmente la campaña del candidato del PRI para competir por el municipio, que es para cada partido el día que el Instituto Estatal Electoral otorga el registro correspondiente, una vez establecida la fecha para el registro de todos los contendientes. De acuerdo a la Ley Estatal Electoral para el caso de la renovación de los municipios el periodo de registro de candidatos comprende el periodo del 10 al 15 de octubre y la labor proselitista culmina tres días antes de la jornada electoral.

La información del 17 de octubre en el diario se refiere a este hecho publicando en su primera plana una foto del candidato del PRI, Alberto Meléndez. El 18 de octubre aparece un desplegado de media plana en la página 7 del diario, firmado por los representantes del PRD, PAN y Partido de Convergencia Ciudadana, para denunciar que se utiliza el aparato gubernamental en apoyo al candidato del PRI en Pachuca. Se refiere al hecho de que fueron suspendidas las clases en diferentes escuelas públicas debido a que los maestros de esos planteles acuden a los desayunos convocados por el candidato del PRI, como parte de su labor proselitista.

⁶⁷ Inserción Pagada, *El Sol de Hidalgo*, 17 de octubre 2002, p.13

El 21 de octubre apareció el resultado de una encuesta publicada en una inserción pagada en la página 9, firmada por La Barra Mexicana del Colegio de Abogados del Estado de Hidalgo, A. C., donde según los resultados el ganador sería el candidato del PRI, con el 39 por ciento de las preferencias, mientras que ubicaba al candidato del PAN con el 28.8 por ciento y al PRD con el 9.8 por ciento.

El primero de noviembre nuevamente aparece publicada otra entrevista con el candidato del PRI, Alberto Meléndez, esta vez hecha por el reportero de la fuente.

El 2 de noviembre, y al acercarse el día de la elección, el periódico publicó en primera plana el resultado de unas encuestas realizadas por la empresa Mitofsky en 8 de los municipios considerados más competidos.

El encabezado fue “Preferencias favorecen a priístas”. La ventaja para el PRI era en 6 ayuntamientos incluyendo Pachuca y Tulancingo, dos de los municipios entonces gobernados por el Partido Acción Nacional. En lo que se refiere a Pachuca la encuesta señala que la ventaja era del PRI con el 41.6 por ciento, contra un 27.9 por ciento del PAN. El 4 de noviembre el diario publicó en la nota con el encabezado “Meléndez garantiza resultados” “Responderá con eficacia y honestidad el voto popular”, y donde también se le dio cabida a las palabras de la esposa del candidato.

A no ser por las inserciones pagadas del resto de los contendientes, la presencia del PRI en este diario en particular sería aplastante. En estos espacios encontramos que sí hubo diferencias con relación a la pasada elección municipal en cuanto a número de inserciones pagadas, pues en este caso la diferencia entre los 2 principales contendientes fue de 6 publicaciones, aunque nuevamente el mayor número fue para el candidato del PRI. Cuando en la contienda de 1999 la presencia de los candidatos a través de publicidad fue mínima.

El notable incremento de publicidad en los diarios nos refiere por un lado al cambio de estrategia de los partidos políticos en los medios de comunicación, lo que evidenció que fue más importante para ellos el marketing político que la promoción de un proyecto de

gobierno. En esta elección vemos como fueron los partidos políticos los que orientaron la intención del voto pero también el medio de comunicación e incluso más notoriamente que en la contienda pasada.

Síntesis

En este diario la presencia del PRI fue mayor con el 44 por ciento de las notas informativas, 8 puntos porcentuales más que el candidato del PAN, y con 9 puntos de diferencia a favor de Alberto Meléndez en lo que se refiere a inserciones pagadas. Sin embargo en los resultados hay una coincidencia de porcentajes en cuanto al número de notas informativas e inserciones pagadas por partido político. Si bien podría tratarse de una coincidencia no descartamos que pudiera tratarse de un criterio para definir el espacio de los candidatos dentro del esbozo informativo.

Y es que vemos que el PRI tanto en notas informativas como en inserciones pagadas obtiene un porcentaje similar de 44.2 y 45.2 % respectivamente mientras que el PAN fue de 36 % en ambos casos y el PRD de 8 % en notas e inserciones. Y aunque es evidente aquí también que la publicidad diaria de los partidos duplicó la información que pudiera obtenerse de los candidatos, vemos como para la empresa periodística los periodos de elección resultan un buen negocio.

A 3 años de circular en la entidad, en este periódico se notan algunas diferencias; en cuanto a su diseño y la distribución de la información, su calidad sigue siendo la misma - impresión digital-. Sin embargo, las páginas interiores aparecen regularmente en blanco y negro; sólo las primeras planas de las diferentes secciones aparecen a color así como la publicidad, y es perceptible su intento por buscar la pluralidad en el trato a la información, o al menos en tratar de diferenciarse de *El Sol de Hidalgo*.

Otra muestra de ello es que entre sus colaboradores aparecen nombres vinculados con alguno de los partidos políticos, principalmente PRI y el PRD y el resto parecen verter opiniones un tanto neutrales o sin fijar una postura definida a favor o en contra de las acciones del gobierno o de diferentes personajes de la política.

Esto es palpable dado que el primero de noviembre del 2002, a 9 días de la elección para la renovación de los municipios, fue publicada una encuesta avalada por el propio diario en el que se dan a conocer los resultados de un sondeo realizado en los municipios de Pachuca y Tulancingo. Según la encuesta el PAN aventajaba en Pachuca con 37.6 por ciento de las preferencias, mientras que el PRI tenía el 34.8 por ciento, el PRD el 12.3 por ciento, el Partido de Convergencia Ciudadana el 2.8 por ciento y el Partido del Trabajo con el 20.4 por ciento.

Sin embargo, el 2 de noviembre, al igual que apareció en *El Sol de Hidalgo, Síntesis* publicó la encuesta de la empresa Mitofsky, donde el PRI llevaba la preferencia, y en la primera plana aparece la foto del candidato Alberto Meléndez. Como sucedió en la contienda pasada, cuando el PAN publicó unas encuestas que favorecían a su alcalde en Pachuca, viene la respuesta oficial (del PRI) con otras encuestas donde le favorecen, aunque en este caso la empresa Mitofski todavía goza de alguna credibilidad.

De esta manera, de la revisión de los dos procesos electorales en Pachuca se desprende la falta de pluralidad informativa en los medios de comunicación, que lleve al electorado a obtener información suficiente y equilibrada para razonar su voto a la hora de la elección, para así responder a un verdadero proceso democrático.

No está por demás hacer hincapié en la falta de cumplimiento de la legislación electoral, al determinar los tiempos para partidos políticos en Radio y Televisión, y que contempla para el estado de Hidalgo desde el 2001 a los medios impresos. Esto favorece por una parte la desigualdad de la cobertura periodística de los diferentes candidatos a ocupar un cargo público, pero también la proliferación de semanarios a favor de tal o cual candidato, generalmente del Revolucionario Institucional.

Al revisar la legislación estatal electoral, publicada en 1998 y que se refiere a La Ley Estatal de Impugnación en materia electoral, vemos que en la sección séptima de la reglamentación, concerniente a los tiempos en radio y televisión para los partidos políticos, el artículo 46 dice: “ Los Partidos Políticos tendrán acceso de manera equitativa y gratuita a las frecuencias de radio y canales de televisión propiedad del gobierno del estado y a los tiempos gratuitos que tenga el estado en los medios electrónicos locales privados de acuerdo a lo que establece la presente ley”⁶⁸

Entonces se hablaba ahí de los tiempos permisibles en los medios electrónicos, públicos y privados, por cada partido político en tiempos electorales y no electorales; de los horarios que se deberán presentar y de las sanciones a las que se hacen acreedores en caso de violar alguna de las disposiciones, entre las que se establecen multas de carácter administrativo, hasta el retiro del registro del partido del que se tratase (aunque en este caso sólo es válido en caso de medios con registro estatal) La comisión de Radio y Televisión sería la encargada de evaluar los tiempos concedidos en los medios electrónicos durante procesos electorales. Hasta entonces en esta Ley sólo se hace alusión a los tiempos de radio y televisión y no se refiere a los espacios en los medios impresos.

Con las modificaciones a la citada Ley Estatal Electoral en el 2001, en lo que se refiere a la sección séptima señala un punto acerca de la prensa: De la reglamentación concerniente a los tiempos en radio, televisión y espacios en prensa para los partidos políticos y el Instituto Estatal Electoral, el artículo 46 reza:

“Los partidos políticos tendrán acceso de manera equitativa y gratuita a las frecuencias de radio, canales de televisión, así como de los espacios de prensa escrita, propiedad del Gobierno del Estado y a los tiempos gratuitos que tenga el Estado en los medios electrónicos locales y privados de acuerdo a lo que establece la presente Ley”.⁶⁹

⁶⁸ Instituto Estatal Electoral, Legislación Electoral, Hidalgo, 1998, p. 77.

⁶⁹ Instituto Estatal Electoral, Legislación Electoral, Hidalgo, 2002, p. 105.

Cabe destacar que en esta ley reformada ya se hace referencia explícita a la prensa escrita y quienes se encargarían su revisar el cumplimiento pasarían a formar la Comisión de Radio y Televisión y Prensa (integrada por representantes de los diferentes partidos políticos), para vigilar que los partidos no rebasen los límites permitidos de promoción en los medios, tanto públicos como privados, mismos que a su vez deberán entregar informes sobre la publicidad o información difundida en programas políticos, y del contenido de los mismos.

Se hace referencia a la necesidad de que la presencia de los contendientes se realice de manera equitativa, a fin de motivar un proceso democrático. Sin embargo hay ambigüedades en la ley, toda vez que a consideración de los miembros de esta Comisión, la Ley considera la información proselitista en prensa refiriéndose sólo aquella que aparece en los medios de carácter estatal, pero ante éste no se registra ningún medio con estas características en el Estado. Esto último a pesar de que el gobierno de Hidalgo emite un ejemplar mensual de nombre *Hidalgo 2000* para difundir información oficial. En la comisión, este medio no está registrado como medio oficial, y se le considera sólo una gacetilla, y por lo tanto no está considerado para que los partidos políticos puedan promoverse en él.

Edgar Escamilla Gutiérrez, al frente de esta área, consideró que es erróneo desde el nombre de la Comisión, que sólo debería nombrarse de Radiodifusión, pues no se le da seguimiento a la información aparecida en los diarios. Informó que de acuerdo a los resultados de los monitoreos realizados a las estaciones de radio y televisión en el estado, siempre hay inequidades en cuanto al uso de los tiempos en esos medios, debido a que los partidos que cuentan con mayores prerrogativas son los que igualmente tienen la capacidad financiera para ocupar más espacios en los medios de comunicación, mientras que los partidos pequeños carecen de un manejo de la comunicación que les permita aprovechar los tiempos gratuitos a los que por ley tienen derecho en los medios estatales.

Asimismo, aseguró que a lo largo de la historia política del estado, ninguno de los partidos ha excedido los tiempos establecidos por la Comisión para promoverse en los medios electrónicos, y que en caso de darse la Ley sólo contempla sanciones para el partido político que haya incurrido en la irregularidad, más no así para el medio de comunicación en que ocurra la infracción.

Siendo así, estamos lejos de tener campañas equitativas en los medios de comunicación, pues por un lado contamos con una ley ambigua, y por lo tanto siempre aparecerá mayormente en los medios el candidato cuyo partido obtenga más recursos del erario público. Por otra parte, mientras que los medios de comunicación opten por privilegiar al candidato de un partido y de un gobierno que les garantiza ingresos a través de la compra de publicidad, no se logrará un beneficio real para la población en materia de medios y procesos electorales.

Finalmente como resultado de la elección para la renovación de los ayuntamientos, los candidatos del PAN, en Pachuca y Tulancingo, fueron derrotados por el PRI. Sobre esta situación en uno de los periódicos citados se decía que “En una elección que destacó por su alto abstencionismo, el PRI recuperó Pachuca y Tulancingo, las dos ciudades más importantes del estado que eran gobernadas por el PAN. En Pachuca, el tricolor logró el 50.5 % de los votos contra el 38.6 % por ciento del candidato panista, según el conteo del Programa de Resultados Preliminares, que al cierre de esta edición tenía contabilizados el 98 por ciento de los votos.”⁷⁰

Para la elección federal de julio del 2003, el PRI en Hidalgo se llevó el llamado “carro completo”, al obtener el triunfo en todos los distritos electorales, al igual que sucedió en la elección federal de julio del 2000. Esto ha llamado la atención de políticos y articulistas en el país, señalando que la entidad se encuentra desfasada en cuanto a los avances políticos que se viven en otros estados. “La férrea voluntad de los grupos

⁷⁰ Javier Peralta, “Avanza PRI en Hidalgo” *Reforma*, 11 noviembre 2002, México D.F. p. 1, 28A

tradicionales priístas ha logrado que Hidalgo se mantenga como una isla en un total desfasamiento al ámbito nacional en donde ya permea los ánimos plural y democrático”⁷¹

En la entrada de una nota periodística publicada en el diario *Síntesis*, del 15 de junio del 2003, el politólogo Pablo Vargas González y el periodista Miguel Ángel Granados Chapa coinciden en sus declaraciones sobre el lento proceso democratizador y el papel de los medios en la entidad durante los procesos electorales. Esto ocurrió durante la presentación de un libro relacionado con el tema.

Pablo Vargas puntualizó que su estudio arranca con la reforma política alcanzada en el sexenio portillista. Existe a partir de ahí un despegue hacia una transición plural, que otorga los primeros triunfos a la incipiente oposición. En Hidalgo hace notar que ese avance que se realiza en todo el país aquí no se refleja de manera sustancial(..) Mientras que Granados Chapa indicó que en todo este devenir político nacional, los medios de comunicación han jugado un papel importante pues aunque no deciden del todo, si hablan de despertar la inquietud entre la población hacia alternancia o pluralidad. Recordó que cuando participó como candidato por la gubernatura en Hidalgo, en el único diario que existía, que era *El Sol de Hidalgo*, nunca apareció su nombre, sólo era mencionado como “la persona” que ostentaba la candidatura de una coalición. Este tipo de conductas de los medios, dijo, también perjudican de manera grave a la sociedad y su desarrollo democratizador⁷²

Es en este punto donde reforzamos la idea del compromiso del empresario, en este caso de los medios de comunicación, con los valores de la democracia, en este caso de la información como un bien común y no como una mercancía.

Al realizar una comparación del manejo de la información proselitista en las dos revisiones, vemos que tanto la empresa como partidos políticos indujeron el voto en un solo sentido, evidenciando la falta de pluralidad en los procesos electorales en los dos diarios. Ahora, al reflexionar sobre el sentido de la inducción del voto en los medios con el resultado de las votaciones, y el nivel de abstencionismo, que en el 2002 se redujo en un 2% en comparación con la cifra de la elección de 1999, la lectura puede mostrar diferentes aristas, pero retomando la teoría de las normas culturales, la deducción primera es que los medios de comunicación, en este caso los diarios analizados, trataron de reforzar una norma cultural (engañosa), de que la población es tradicionalmente priísta.

⁷¹ Jorge Martínez “Hidalgo no comparte avance plural, dice Granados Chapa”, *Síntesis*, 15 junio 2003 p. 1.

⁷² *Ídem*

En la primera elección vimos que la población se mostró relativamente contraria a este reforzamiento, pero en la segunda elección no fue así. Aunque no es posible asegurar una influencia medida de los medios entre la ciudadanía en sentido de su voto en el 2002, debido a la multiplicidad de factores que llevan a un ciudadano a tomar una decisión en el sentido de su voto, si vimos un notable incremento de la presencia de los dos principales contendientes en los medios de comunicación con campañas basadas en el marketing político.

REFLEXIONES FINALES

Sin lugar a dudas los medios de comunicación son fundamentales durante los procesos electorales para garantizar el avance de un verdadero proceso democrático en México. En esta aseveración coinciden tanto comunicólogos, politólogos y la misma sociedad en su conjunto. Pero nos damos cuenta de cuán todavía es largo y escabroso el camino para garantizar que gobierno, medios y partidos políticos, mantengan una relación transparente y con miras a garantizar el estado democrático.

Estamos ante una sociedad mexicana desconfiada de la política, de los funcionarios públicos, de sus dirigentes y de los personajes que toman decisiones en el gobierno. Una sociedad que vive en la incertidumbre respecto al rumbo que está tomando el futuro de nuestro país. Hemos visto cómo este ánimo de desconfianza se traduce en el desinterés de los votantes en los procesos electorales. El reto entonces, para esos gobernantes, es el lograr legitimarse mediante sus acciones ante los ciudadanos escépticos y decepcionados.

Ante esta necesidad a los medios de comunicación les corresponde asumir el rol de mediadores de las demandas de los gobernados, como vigilantes y voceros del interés general.

Se necesitan políticos comprometidos, periodistas serios, con buenos salarios y apegados a la ética pero también, como dimos cuenta a lo largo de la investigación, en el mismo tenor de empresarios de los medios de comunicación conscientes de la importancia que juegan dentro de la sociedad, y no porque creamos que la ignoren, sino porque no está de más recordarles que una empresa de comunicación obedece a un fin social, que tiene la obligación de informar a la ciudadanía y generar en ella opinión pública, capaz de tomar las mejores decisiones como la elección de sus representantes en el gobierno.

Vimos cómo a lo largo de las dos últimas décadas se ha insistido, mediante consultas a los diferentes sectores de la sociedad, en llevar al Congreso de la Unión una propuesta de ley que permita regular la relación entre medios de comunicación y el gobierno y que las reglas del juego en México en materia de comunicación sean claras, porque la ciudadanía se encuentra en estado de indefensión para hacer válido su derecho a estar bien informado.

Pasarán varios años antes de poder constatar los resultados de la nueva *Ley de Acceso a la Información* que se publicó este año, aunque su creación ya habla de cierto avance, de un primer paso, de un primer esfuerzo, de una base para lograr continuar y definir los criterios de información y de publicidad.

Consideramos que mientras los dueños de los medios de comunicación no se comprometan, de poco servirán los códigos de ética para periodistas en todos y cada uno de esos medios. Los periodistas tendrían las manos atadas si se les induce a callar o a minimizar hechos o acontecimientos de interés público para obedecer la línea empresarial o gubernamental, hállese medios públicos o privados. De poco será útil a la democracia si los dueños de los medios se someten a los intereses del gobernante en turno, del que le garantiza ingresos y todo ello al amparo de la falta de legalidad al respecto.

Ya se ha dicho, la alternancia en el poder en el 2000, producto de la llegada de la alternancia política en el gobierno Federal, fue una oportunidad para deshilar seriamente la madeja en la que se convirtió la relación entre el gobierno y los medios, y de erradicar los vicios que pusieron a los medios de comunicación en entredicho ante la opinión pública de nuestro país. Sin embargo, en la práctica vemos cómo todavía los intereses de los dueños de los medios de comunicación se supeditan a los del gobierno en turno y esta situación es más evidente aún en las entidades, particularmente en el estado de Hidalgo.

Vemos cómo todavía hay un cierto centralismo de ideas y acciones que tienen que ver con estos temas, que en las entidades todavía no llegan a los políticos ni a los medios de comunicación donde se siguen las prácticas de control del poder.

En las entidades como Hidalgo el camino hacia la transición se hace lento. En Pachuca donde la alternancia política se produjo en 1999, pese a los medios de comunicación, duró poco y podría estar en riesgo de retroceder. Vimos cómo en ese año el medio de mayor circulación en la entidad, *El Sol de Hidalgo*, volvió a inclinar la balanza a un solo candidato – el del PRI -. Sin embargo, la ciudadanía demostró su necesidad de cambio en las urnas con todo y las aristas que existan al respecto.

Este periódico se comportó igual en el 2002, sólo que en nuestra consideración, la alternancia política por un lado, y la aparición de un nuevo diario, *Síntesis*, por el otro, produjo algunos cambios positivos toda vez que se redujo el margen de diferencia de notas publicadas entre los principales candidatos. Esto nos da una señal de la importancia que tiene, en el avance del proceso democrático, la posibilidad para la sociedad de contar con diferentes alternativas de información con las cuales se puedan sentir identificados.

La falta de pluralidad informativa en el estado, ha merecido el descrédito de los medios ante la sociedad hidalguense, o en su defecto la poca valoración del trabajo periodístico. Es necesario entonces inclinar la balanza hacia la pluralidad política para que se vea reflejada en los medios de comunicación. Y es que si a eso le agregamos la cantidad de publicaciones nocivas que aparecen en los procesos electorales, y que no hacen más que evidenciar el derroche de recursos públicos para subsidiarlos, favoreciendo a una prensa electorera al servicio del poder y no de la ciudadanía, todo nos lleva a concluir que en Hidalgo no hay un verdadero proceso democrático sino acaso sólo una apariencia.

El semanario *Aquí Hidalgo* recibió, el 7 de junio de este año del 2003, un reconocimiento por su labor periodística del Instituto Tecnológico Latinoamericano (ITLA) - institución privada de educación superior en la ciudad. En una publicación de agosto de este año 2003, leímos un editorial donde se definían como objetivos y veraces,

como una manera de defenderse de las críticas por su tratamiento de la información, la cual consideramos se aleja de la imparcialidad y la pluralidad.

Vemos entonces que la relación malsana entre gobierno, partidos políticos y los empresarios de los medios de comunicación sigue vigente y se hace pública en estados como Hidalgo. Demuestra cómo la falta de definición en una ley, y la carencia de un organismo social que vigile el tipo de información y su calidad, provoca que publicaciones como esta se justifiquen así ante la sociedad.

Y es que no basta con sólo tener un registro de las publicaciones impresas ante la Secretaría de Gobernación, registro que en algunos casos se cumple pero en tiempos electorales no. Por la proliferación de pasquines y panfletos partidistas, y allí la razón del por qué también hay una seria necesidad de regular y de cambiar esa visión centralista de que todo lo que sucede en la capital del país repercute por inercia en las entidades. No podremos hablar de una verdadera democracia, ni siquiera de un tránsito a la democracia, cuando todavía hay círculos viciosos que no se rompen.

Otro tema de la investigación que nos llevó a plantearnos nuevas interrogantes fue, al realizar la revisión de los diarios *El Sol de Hidalgo* y *Síntesis* dos casos específicos que llamaron la atención de la opinión pública. Inicialmente consideramos que, durante el periodo del panista Antonio Tellería, los medios de comunicación que se revisaron caerían en el juego político de las organizaciones- en este caso Antorcha Campesina y UNTA – para poner en jaque esa administración. Pero luego de la revisión constatamos que no fue así y que caímos en el error de la generalización.

Tal vez el fin de las organizaciones haya sido ese, el de desprestigiar la administración, lo cual no podrá estar lejos de la realidad si partimos de los recientes acontecimientos protagonizados por este grupo, pero con un presidente municipal priísta. Antorcha Campesina, se ha caracterizado por realizar manifestaciones contra quienes no cumplen y en la nueva administración de Alberto Meléndez una vez más se manifestaron.

Las salvedades fueron que las demandas no se hicieron ante el gobierno municipal sino ante el estatal. Inmediatamente en este nivel se tomaron acciones y se encarceló a su líder, Guadalupe Orona, por el delito de fraude. Luego, en unas semanas, se le dejó en libertad. Todo ello sin que se realizaran manifestaciones ni marchas multitudinarias, por lo que se intuye que hubo una negociación o una “concertación”, como se dice popularmente ante esta clase de “arreglos”.

Este hecho nos lleva a cuestionar la razón de ser de estas organizaciones y a sus líderes, que se valen de sus miembros para conseguir prebendas personales sin importar las consecuencias, que derivan con frecuencia en enfrentamientos con las autoridades locales vemos entonces cómo las las organizaciones sociales como éstas y en particular sus líderes tampoco están cumpliendo su parte para fomentar una cultura democrática.

La otra reflexión que nos surgió luego de revisar los diarios en los dos acontecimientos, fue la de interrogarnos sobre las condiciones que permiten a funcionarios públicos – sobre todo del PAN - descalificar a todos los medios de comunicación. Se diría que estamos en el riesgo de convertir esta denuncia en un círculo vicioso, nada benéfica para los medios de comunicación, sus trabajadores y por ende tampoco para la ciudadanía.

Nos encontramos entonces ante dos disyuntivas. Mientras los medios de comunicación no busquen dignificarse, y se realicen cambios que abran paso a la credibilidad, sean tiempos electorales o no, siempre habrá quien podrá culpar (a su conveniencia), a los medios de comunicación por las fallas de los gobernantes. Y cada vez más se alzarán otras voces para señalarlo y en ese sentido los medios de comunicación irán perdiendo terreno como mediadores sociales.

Y es que la sociedad requiere contar con medios objetivos, y por ello no hay lugar a medias tintas, o a utilizar la objetividad de acuerdo a factores coyunturales o el momento histórico. De mucho depende que una sociedad confíe en sus medios, porque en esa medida va a acceder a ellos para informarse y los empresarios podrán beneficiarse porque podrán

incrementar sus ventas y ofrecer mejores salarios a sus trabajadores, aunque esto parezca lógico pero a la vez una quimera.

En el proceso electoral del 10 de noviembre del 2002, para renovar las 84 presidencias municipales en el estado de Hidalgo, el PRI recuperó Pachuca y Tulancingo, dos de las ciudades más importantes gobernadas entonces por el PAN, pero sufrió un revés al perder otros municipios. De gobernar 64 en 1999, en el 2002 bajó a 44 y en 5 en coalición con el Partido Verde Ecologista de México, perdió ciudades como Tula, Tepeji del Río, Huichapan, Huejutla, Tizayuca y Actopan. Las votaciones fueron bajas pero sin duda demuestran que la sociedad hidalguense quiere dejar de ser 100 por ciento priísta, como durante décadas el partido se encargó de hacerle creer, y los medios de comunicación no podrán quedarse rezagados frente al sentir de los ciudadanos.

BIBLIOGRAFÍA

Arredondo Ramírez, Pablo, Gilberto Fragoso, Peralta, Raúl Trejo, Belarbre
Así se calló el sistema: Comunicación y elecciones en 1998

Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1991
pp.268

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

México: Sista, 1994
pp.171

Chomsky Noam

Ilusiones necesarias, control del pensamiento en las sociedades democráticas

Madrid: Libertarias Ira. Edición al Castellano, 1992
pp.488

Barbero Jesús Martín (et.al.) VI Encuentro Nacional CONEICC, Comunicación y democracia

México, Opción, 1992
pp.378

Gómez Tagle Silvia, Eugenia Valdez Coord.

La geografía del poder y las elecciones en México

México: IFE Plaza y Valdez, 2000
pp.316

Granados Roldan, Otto, (et.al)

Medios públicos y democracia,

México, RTC, 1992
pp.133

Herrán Goetz María Teresa, Javier Darío Restrepo

Ética para periodistas

Santafé de Bogotá, Tercer Mundo, 1995
pp.331

Homs Quiroga, Ricardo

La crisis comunicacional en una sociedad en transición

México: Ariel, 1995
pp.167

Instituto Estatal Electoral

Legislación electoral, Hidalgo

Pachuca, Hidalgo, 1998
pp.184

Instituto Estatal Electoral
Legislación electoral Hidalgo
Pachuca Hidalgo 2002
pp.227

Instituto Federal Electoral
Medios, ética y elecciones
México, Gustavo Hilares, 2000
pp.198

Ley de Imprenta
Diario Oficial de la Federación
12 abril de 1917

López Chavarría, José Luis
Las elecciones municipales en México
México: UNAM, 1994
pp.185

Molina Martínez Rubén
Gobierno y comunicación social
México, IPN 2002
pp.185

Montero Sánchez, María Dolores
La información periodística y su influencia social
Barcelona: Labor Universitaria, 1993
pp.146

Ortiz Efrén
Periodismo, escritura y realidad
Veracruz, Enfoques Editores, 1990
pp.302

Pereyra Baldrini, Carlos
Sobre la democracia
México: Aguilar, León y cal, 1990
pp.302

Sánchez González, Santiago
Los medios de comunicación y los sistemas democráticos
Madrid: Marcial Pons, 1996
pp.150

Solís Leree, Beatriz, (coord).

El derecho de la información en el marco de la reforma del estado en México

México. Comisión de Radio Televisión y Cinematografía de la H. Cámara de Diputados,
2000

pp.478

Tinoco Oros, Elizabeth

Tesina: La regulación de los derechos laborales del reportero en los medios impresos. Un asunto pendiente en la agenda del actual gobierno

México, UNAM, 2002

pp.73

Uribe O., Hernán

Ética para periodistas en América Latina: Deontología y estatuto profesional

México: UNAM, 1984

185 pp.

Vargas González, Pablo (coord.)

Hidalgo, elecciones y alternancia municipal

Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2002

pp.243

Vargas González Pablo

Hidalgo, las dificultades de la transición política

Pachuca; Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Universidad Autónoma de
Guadalajara, 1998

pp.212

Vargas González Pablo

Opinión pública y cultura política en el estado de Hidalgo

Pachuca: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 1997

pp.169

HEMEROGRAFÍA

Palacios Rolando “*Democracia digital y ciudadanía de la política: problemas y desafíos*”, 2001 en la página electrónica (<http://www.saladeprensa.org/>)

Albarrán de Alba Gerardo, “*Información y democracia*”, 2002 en la página electrónica (<http://www.saladeprensa.org>)

Carpizo Jorge y Villanueva Ernesto “*El derecho a la información*”, Fundación Información y Democracia A.C. FIDAC. 2003 en la página electrónica (www.fidac.org.mx/propuestasdereforma.html)

Delgado Mónica, “Ocupa México lugar 75 en libertad de prensa”, “*La ley de acceso*” *Reforma*, 24 de octubre 2002, p. 16A

Fernández Bogado, Benjamín “*Transparencia democracia y medios*” periódico *Síntesis*, 14 de julio 2003, p. 4

Rico, José Luis, “*Arremete, nuevamente la Policía Municipal vs colonos*” *El Sol de Hidalgo*, 21 de junio 2001, p.8

Contreras, Ernesto, “*Péguele al presidente’ nació en Pachuca, dice el alcalde Tellería*”, *Síntesis*, 26 junio 2001, p.2

Peralta Javier, “*Avanza PRI en Hidalgo*”, *Reforma*, 11 de noviembre 2002, p. 1 y 28^a

Martínez Jorge, “*Hidalgo no comparte avance plural, dice Granados Chapa*”, *Síntesis*, 15 junio 2003, p. 1

RELACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ESTADO DE HIDALGO*

MEDIOS IMPRESOS	CIRCULACIÓN	LUGAR DE EDICIÓN
El Sol de Hidalgo	Diaria	Pachuca
Síntesis de Hidalgo	Diaria	Pachuca
El Valle	Semanal	Pachuca
La Tuza Metiche	Semanal	Pachuca
Ruta	Interdiaria	Tulancingo
Solución	Semanal	Pachuca
La Opinión del Estado de Hidalgo	Semanal	Pachuca
Avanzando en Hidalgo	Semanal	Pachuca
Dinámico Informativo	Semanal	Pachuca
El Espejo	Semanal	Pachuca
La Espina	Semanal	Pachuca
La Expresión del estado de Hidalgo	Semanal	Pachuca
Noticias en Hidalgo	Semanal	Pachuca
Nuevo Gráfico	Semanal	Pachuca
Pensador Hidalguense	Semanal	Pachuca
Portavoz	Mensual	Pachuca
El Rollo	Semanal	Pachuca
Sembrador del Estado de Hidalgo	Semanal	Pachuca
Septinoticias	Semanal	Pachuca
Veta	Semanal	Pachuca
Vanguardia	Semanal	Pachuca
Actitud	Semanal	Pachuca
Dos Semanas	Semanal	Pachuca
Zu Noticia	Diaria	Huejutla
Nueva Imagen	Semanal	Pachuca
El Hidalguense	Semanal	Pachuca
La Góndola	Semanal	Pachuca
Águila o Sol	Semanal	Pachuca
Presencia Informativa	Semanal	Pachuca
Nueva Voz	Semanal	Pachuca
Aquí Hidalgo	Semanal	Pachuca
Cambio 21	Semana Inglesa	Pachuca
Vía Libre	Revista Semanal	Pachuca
Aljibe	Semanal	Pachuca
Franco	Semanal	Pachuca
Vientos	Semanal	Pachuca

ESTACIONES DE RADIO PRIVADAS

ESTACIÓN	SIGLAS	UBICACIÓN
Grupo Acir	XEPK	Pachuca
Sonido Crystal	XHPCA	Pachuca
Radio Universidad	XHUAH	Pachuca
La Voz de la Provincia	XENQ	Tulancingo
Ultradigital	XHTNO	Tulancingo
La divertida	XEQB	Tulancingo
Súper Estereo	XHIDIO	Tula de Allende
Radio Milenium	XEQH	Ixmiquilpan

RED ESTATAL DE RADIO

Hidalgo Radio. Con estaciones en Pachuca, Tula, Huichapan, Jacala, Tlanchinol, Ixmiquilpan, Huejutla, San Bartolo Tutotepec

CANALES DE TELEVISIÓN

Sistema Estatal de Radio y Televisión (canal 3 de televisión con cobertura en el 70% del territorio estatal)

TV Cable de Provincia Canal 12

*La relación fue obtenida del área de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Hidalgo.