



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

## Desarrollo de la prensa mexicana y su evolución como arena política

### TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN  
(COMUNICACIÓN POLÍTICA)

PRESENTA

**MIGUEL ÁNGEL LÓPEZ FLORES**



DIRECTORA DE TESIS  
LIC. LUZ ELENA PEREYRA RODRÍGUEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO D. F. 2011.



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.

Han sido muchos...

*“... en el buen periodismo, además de la descripción de un acontecimiento, tenéis también la explicación de por qué ha sucedido; en el mal periodismo, en cambio, encontramos sólo la descripción, sin ninguna conexión o referencia al contexto...”*

- Ryszard Kapuscinski

*“El periodismo es libre o es una farsa...”*

- Rodolfo Walsh

*“La prensa no es la opinión pública...”*

- Otto Eduard Leopold von Bismarck-Schönhausen

*"Los periódicos han degenerado: ahora se puede tener absoluta confianza en ellos..."*

- Oscar Wilde

... y aún así, apenas los voy entendiendo.

Los periódicos, ambivalentes. Con razón, los explico.

Como todo, complementan. Como todo, me responden.

## A los míos, les doy las gracias...

La vida me ha permitido encontrar cualidades, virtudes y un sin fin de bondades en todos ustedes, debo... necesito por ello, agradecer; este pequeño espacio, sí, está destinado a corresponderte a ti que has estado a mi lado, que me has acompañado, que me has forjado en mi condición humana, académica, profesional y espiritual, que le has dedicado tiempo y espacio a saber que existo, a compartir tu existencia y existir conmigo. En fin, a todos los que pusieron una semilla de amor en mi corazón, les doy las gracias: amigos, hermanos, chicos, hijos, alumnos, maestros, pastores, compañeros, colegas, jefes, confesores, confidentes, cómplices, socios, camaradas... a todos por igual, bendiciones, oraciones y, de mi corazón, los deseos mejores.

A mis queridos amigos, hijos de Rita, mi santa favorita: **Sandy**, por ser hermana inmemorable y eterna, por todo el tiempo, cariño y entrega; **Margarita, Vero** y toda su –mí- amada familia, seno de amor y aguante, las dos, mujeres sinceras, amigas indescriptibles y de fraterno amor a mi ser, por ser únicas, por abrirme su vida; **Luis, Lizette, Marlene**, a todo Estrada en mi mente, por las jornadas, risas y demasiada alegría, no podían faltar, jamás; **Laura**, la güera y su mamá, por seguir en esta aventura y abrirme su hogar; **Claudia** y **Ricardo**, hermanos, por su humildad, pureza y templanza, signos de mi admiración y respeto; **Soraya**, sí, por continuar y aguantar de todo y a todo, por confiarme tanto; **Alfonso, Andrea**, a los suyos, a los cinco, por el ánimo y *sui generis* entrega por cumplir sus metas, ejemplos de que todo, sin dudar, se puede aprender y construir; **Gaby**, hay sabiduría dentro de tu humilde rebeldía, por tu consejo y templanza; **Omar**, sin duda, hermano, convertiste mi manera de enseñar y abrir las puertas a todo el que, como tú, las toca con el corazón; **Bere**, con prudencia y fidelidad, me has dicho mucho, mi directora meritoria (por guardar esa promesa y cumplirla hasta el final, hasta que pudimos); **Reina, Lorena**, crecimos juntos, su hermano menor les sigue extendiendo la mano; **Bárbara**, serás siempre un misterio, el más viejo en mi corazón y, creo, será divertido seguir descifrándolo; **Kena** y **Shantal**, los Ortega, kerigmáticos honorarios, “deveritas, deveritas” en deuda y agradecido por siempre; **Mónica**, por la buena vibra, lo enseñado y lo platicado, por decidir y conservar mi amistad; **Don Luis** y **Sergio**, no podían faltar, fue un clásico nuestro equipo de trabajo, por hacer de la sacristía un hogar; **Fernando**, por tener fe en que este mundo está loco y que, con un caballo de mezcal, se puede cambiar; **Miriam, Mariana**, pequeñas promesas.

A todos los miembros del **CKA**, por conservar el sueño, por ser familia; y, por qué no, al **CSR**, por los buenos tiempos.

“El que no es pillo, no es monaguillo”: **Armando**, mi primer alumno; **Bettina**, tu inocencia, encontrando a Dios, fue parte aguas para que yo buscara, una vez más, la mía; **Karyme** y **Rogelio**, niños, responsables y honestos, se dan a querer, son únicos... ¡felicidades a su madre!; **José Luis**, “Pepe”, es un placer compartir el ministerio contigo, aprovéchalo y encuentra respuestas en él, ¡eres el orgullo de tu mamá, siéntete orgulloso por ella!; **Octavio**, algún día, superarás a todos tus maestros, sólo así se debe crecer.

**Cristina Santamaría**, señora, sin sus consejos y medida, toda hubiera sido más o menos caótico, por verme crecer y haberme empujado a muchas aventuras; **Alejandra Castillejos**, señora, sin sus jalones de orejas nada sería igual.

**Jocelyn**, por entender que todo el que está es porque puede estar; **Fernanda**, **Marian**, **Sandra**, por mostrar que la luz puede brillar de todas formas, como la Luna, por confiar y dejarse llevar. A las cuatro, por ser fortaleza y unión, sigamos así. A ti, por ser mujer.

**Michelle**; **Miguel**; **Frida**. Créanme, llegaron y el mundo cambió. Nacieron y, ahora, se supone que debo ser responsable; sobrinos, por dejarme claro que tenía que madurar y, al mismo tiempo, seguir siendo como niño.

**Miguel Ángel** (q.e.p.d), por llamarme; **Gregorio**, por acogerme; **Gerardo**, por despertarme. **Baltasar**, por apoyarme; **José Luis**, por confiarme. A la **OSA**, siempre fiel. **Miguel Urbán**, por kerigmatizarme y soltarme para hacer lo propio.

**Enrique**, maestro, por todo lo enseñado, hasta allá, muchas gracias.

A mis amigos: **Roberto Tovar Díaz**, ¿desde segundo de primaria? Mi estimado, aún falta mucho. **Cuauhtémoc**, **Rafa**, **Toño**, **Rosalía**, **Deniss**, **Alejandra**, en todo Coyoacán no pude encontrar mejores personas que ustedes; éramos unos niños, salimos siendo amigos; éramos inocentes, algo nos pasó... agradezco que sucediera a lado de ustedes. **Prepa 6**, mi cuna.

**Esmeralda**: la H. Facultad no hubiera sido la misma sin tu persona a un lado; por todo el tiempo juntos, por la amistad, la confianza, las palabras, tus oídos y consejos siempre sabios; por tus silencios y regaños, por tu sinceridad y comprensión sin chistar; por tu inocente forma de hacerme madurar; por los inmensos perdones y por la sonrisa, por esa que cobraba sentido al verla y nunca dudó en estar: al principio, mientras y al final... por seguir en mi vida.

Por eso, por todo lo demás que siempre estará en mi corazón, gracias, Dios te bendiga. (¡Graciash!).

**Héctor**, hermano: sabiamente la vida me puso justo detrás de ti el primer día de clases; sólo Dios supo por qué. Eres, como hombre, un ejemplo; como amigo, siempre has sido y serás el mejor; como profesor, un colega de esos que jamás se vuelven a ver; como ser humano, un hermano más. Héctor, por las parrandas, desveladas, trabajos, equipos, risas, abrazos de afecto, por tu familia que me recibió como amigo leal, por el tiempo, por tu sabiduría... inmensas gracias.

**Lalo**, mi hermano, el más olvidado a veces: "¡vamos por unos molletes!", las primeras palabras que nos dijimos. Ahora te digo: "¡vamos, sí se puede!". Por ser mi compañero de mil batallas, por creer que el periodismo es algo mucho más humilde y comprometido que la mismísima religión, por amarlo; por enseñarme que no todo es como lo pintan ni todo va pintado. Por eso, por ser sencillo y fraterno; por ser amigable y siempre dispuesto a ayudar; por mostrar un buen gesto a pesar del transporte, el desvelo o las penas. Por leerme, por motivarme a escrutar. Todas las gracias.

**Monse, Karina, Libertad, Perla**, muégana querida, **Gaspar, Lalito**. Amigos, sin duda, esa frase que delata un amor fraterno y desinteresado en toda relación amistosa, se encarnó en ustedes; fueron noches de desvelo, días de alegrías, tardes de compañerismo, jornadas de unión, meses de ánimo, semestres de compañerismo; agradezco, no sólo por eso, más bien por lo que, estoy seguro, será una vida con ustedes. **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**, el mejor lugar para aprender.

**Jaime**. Simplemente, por ser el ejemplo a seguir; ¿hay porqué explicar tu presencia en esta lista? Director de *Escrutinio*, sólo tú pudiste encabezar el sueño de todos. Maestro, muchas gracias; **Magali**. Siempre estuviste, no fue tarde el confiarte. Por ser así, fugaz y sincera, capaz y transparente, comprometida y amigable, sencilla e intensa... ¡Vayamos a comer debajo del cine!

**Yeliztli**. Por tener esa chispa que sólo hace sonreír; **Abraham**, eres honesto "mi chavo", eso hasta el más ingrato enaltece y, ahora, me toca a mi; **Laura**, amiga, por darme la bofetada con guante blanco: tú siempre me has escuchado; **Paty**, todo ha sido tan dulce como un pastel, con un café en Chabacano, por ser tan sencilla, valiente y comprometida; **Samir**, por hacer de toda noche de tragos, veladas de reflexión y, hasta Texcoco, un brindis por usted: ¡Salud!

Colegas en mi apasionada opción terminal, porque fuimos unidos y logramos maravillas juntos: **Ángel y Mónica**, que el amor los siga llenando; **Gustavo**, han sido tantas risas que, es inevitable darte las gracias; **Jessica Méndez**, audaz y valiente, impulsiva y amistosa, por ser franca; sin duda, el color, la estética y la inteligencia vienen juntas, **Yahaira y Eleonora, Mireya y Paola**, compañeras, sigan así; compañeros estimados, por el debate siempre inconcluso, **Isaac y Felipe; Joel y Omar**, sigamos en el mismo camino, por lo bohemio y combativo.

**Alín**, jefa; inteligencia y humildad, amistad y compañerismo, liderazgo y sentido del humor. Aké Kob, te agradezco sobremanera, el ser la más pequeña te ayudó a ser el más grande valuarte de aquella generación, por la amistad compartida y los momentos de sabiduría. También por intensa.

**Bety** (mi pollo consentida), te agradezco los regaños y fraternas muestras de interés, por hacer que, el que te escribe, siempre, saliera adelante de todo, a pesar de todo y con todo; por mostrarme que “no hay nada escrito, que los momentos hay que vivirlos...”; **Lau** (zoron), el diálogo contigo siempre termina en carcajada, por ello te escribo, por saber y provocar que la risa fuera importante en este camino; **Manis**, siempre equilibrando la realidad con la utopía, lo posible con lo deseable, lo que se puede con lo que sólo se puede negociar; doctor, eres valioso.

**Carlos**, ya quiero leer tu tesis, por tu camaradería y sencillez; **Dalia**, ha sido mucha la entrega, por ser no sólo ejemplo, sino motor de la juventud. Muy bien. **Aarón**, leónilo amigo, la academia nos permitirá, en otros espacios, en otros momentos, compartir más que una gran amistad: ser alumno y maestro. La pregunta es: ¿quién ocupará cada lugar? Sería un honor seguir aprendiendo de ti.

**Paulunchis**, se que no te gustan mucho estas cosas, pero, niégame que no sabías que a mi sí. Te debo muchas horas de confianza, música y, sobre todo, paciencia para encontrar la amistad; **Itzel**, “todo está en la mente”, sin refunfuños. Porque tienes una palabra para todo, nunca con líos ni complicaciones, por inspirar a buscar que los problemas no afecten lo demás, por compartir sólo lo esencial en su justo y preciso momento, por saber y enseñar a equilibrar; **Saira**, se supone que esto es algo serio, lo se, pero: agradézcole a la vida tantas desveladas al borde de un ataque cardiorrespiratorio por tanta sandez compartida, eres, en verdad, en extremo graciosa. Ayala, eres una sonrisa ambulante, gracias.

Si bien todos fueron geniales, perfecta inspiración para la docencia, agradezco en especial a:

**Laura**, fuerte y responsable; **Angélica**, sabia y humilde; **Luisa**, valiente e inteligente; **Alejandro**, colega y de talante parrandero; **Edna**, *princess*, ¡Oye, a disfrutar las cosas buenas de la vida!; **Giovanna**, eres rara, eres genial; **José Luis**, inspiras fidelidad, tu mayor virtud; **Stephany**, por la magia ¡Qué siempre sean verdes! **Shophia**, asesorada adjunta, espero leerte pronto; **Samuel**, **Claudia**, **Anylú**, por demostrar que, trabajando en equipo, pueden llenar de orgullo a su profesor.

A todo mi querido **EKD**, esta última etapa no hubiera sido lo mismo sin ustedes. Jamás olvidemos que “no se eligen a los capaces, sino Él capacita a sus elegidos”.

Desde que nací han estado ahí, desde lejos o cerca, pero siempre con el corazón: **Felix Santacruz y Doña Malena**, mis respetos por siempre; **Irma González**, *abuelita*, la que nunca tuve pero, en usted, conocí.

Gracias, **Elisa Queijeiro**, en verdad, he aprendido mucho; **Caro**, por todo lo que sigue...

Inevitablemente, debo agradecer **a mi lector**; ojalá y esta investigación te haga ver, como a mí, que estudiando la prensa escrita es la única forma de entender a cabalidad el resto de los medios. Por lo menos, así es en México.

A mi casa, **la UNAM**. Fueron tus profesores y alumnos los mejores pontífices al conocimiento. Eternamente agradecido, enteramente a tus pies, completamente entregado a ti. **¡Goya... UNIVERSIDAD!**

Finalmente, a mis sinodales y profesores: **Carola García Calderón**, **Roberto Garduño Espinosa**, **Arturo Guillemaud Rodríguez Vázquez**, **Luz Janeth Vázquez**, le pusieron el broche de oro a mi formación, sus correcciones y lectura quedarán en el alma de esta investigación. Infinitamente en deuda con ustedes:

¡Venga el debate, el intercambio de ideas, esencia de nuestra universidad!

Dedicada a:

El que está el Cielo, por darme tanto y en abundancia. **Dios**, como hasta hoy:  
¡jamás permitas separarme de Tí!

A **Luz Elena Pereyra Rodríguez**, maestra, asesora, amiga y colega. No hubiera sido lo mismo sin usted; en la lucha seguimos, la reflexión crítica es la única arma.

A mis hermanos:

**José**, por estar siempre ahí y porque se que lo estarás.  
**Luis**, ya que venimos juntos y así hemos estado, contigo comparto mi alegría, como siempre y por siempre.

A mis padres:

†**Joaquín López Sánchez**: lo conseguí. Por estar desde allá, cuidándome y orientándome, todo esto es para ti. Y, como me dijiste: ¡le sigo echando ganas... eres mi orgullo, papi!

**María Elena Flores Ciriaco**, *Mary*: No se si esto lo debo escribir de pie o, de plano, de rodillas, pero, sí con dos palabras: ¡Te amo!  
Enserio, el ser madre nunca había sido practicado con tanto valor, compromiso, entrega, coraje y humildad hasta que tú lo hiciste; por ello, sólo por atreverte aguantar todo, es un honor decir: siempre serás mi orgullo... ¡tengo madre, demasiada, la mejor!

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN -----12

*Participar. El verbo inicial* -----18

## **Capítulo I**

***Arenas, política y comunicación política*** -----23

*Arena* -----24

*Arena política* -----27

*Concepto de Comunicación* -----29

*Política* -----35

*Comunicación Política y sus actores* -----41

*Definición de comunicación política* -----42

## **Capítulo II**

***El periódico: arena y actor. ¡Manéjese con cuidado!*** -----49

*Periódico, actor político que aún vive* -----53

*Historia de la prensa de masas. Prensa en Estados Unidos y su repercusión en el modelo de la prensa mexicana* -----69

*La prensa de masas* ----- 71

## **Capítulo III**

***Prensa escrita en México, de la Conquista al Porfiriato: la incipiente gran industria*** -----85

|  |            |
|--|------------|
| <i>La imprenta y el desarrollo de la nueva arena</i> -----                           | <b>91</b>  |
| <i>Hojas volante y gacetas, precursores</i> -----                                    | <b>92</b>  |
| <i>El camino de la prensa escrita en México</i> -----                                | <b>96</b>  |
| <i>La búsqueda de identidad, la prensa como arena ideológica</i> -----               | <b>101</b> |
| <i>Antonio López de Santa Anna, el paréntesis del Siglo XIX</i> -----                | <b>109</b> |
| <i>Prensa liberal: nace para quedarse</i> -----                                      | <b>111</b> |
| <i>Benito y Porfirio, la evolución del periodismo en el México consolidado</i> ----- | <b>115</b> |

#### **Capítulo IV**

#### ***La Arena política en el desarrollo de la prensa mexicana del siglo XX*----- **128****

|  |            |
|--|------------|
| <i>La prensa escrita como se entiende hoy</i> -----  | <b>131</b> |
| <i>El concepto de libertad. Sus inicios y uso en la jerga periodística</i> -----                       | <b>134</b> |
| <i>Prensa en el Siglo XX. Los inicios, la mano de la modernidad. Nuevas formas de censura</i> -----    | <b>135</b> |
| <i>La prensa: una institución más del priato</i> -----   | <b>140</b> |
| <i>El Día de la Libertad de Prensa: una bonita y perversa costumbre</i> -----                          | <b>143</b> |
| <i>Gustavo Díaz: vocerías de papel. Como en instructivo</i> -----                                      | <b>145</b> |
| <i>La libertad y el juego de premiar a los periodistas. Luis Echeverría, como pez en el agua</i> ----- | <b>153</b> |
| <i>Un parteaguas: el golpe a Scherer y las dos escuelas: Unomásuno y Proceso</i> -----                 | <b>159</b> |
| <i>López Portillo y su trauma con la información. El lío con la economía</i> -----                     | <b>163</b> |
| <i>Con hambre de más, nace el Financiero. Se abre una ventana</i> ---                                  | <b>167</b> |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Miguel de la Madrid y cómo se sacudió a la Prensa: salpicando sangre</i> -----                                       | 169 |
| <i>Bienvenida seas, La Jornada, ¡siéntate y ocupa tu lugar!</i> ---   | 175 |
| <i>¡Paren las prensas!, ¿qué tembló en México?, Sí, y también se acomodaron</i> -----                                   | 177 |
| <i>Salinas de Gortari y su “aquí mando... nosotros”. Como paraestatal, la Prensa dice adiós a “papá gobierno”</i> ----- | 183 |
| <i>Diario Reforma. La Arena del nuevo sistema</i> -----   | 188 |
| <i>El pasivo Ernesto y el juego de manos en la prensa: izquierdas versus derechas</i> -----                             | 191 |
| <i>Diario Milenio. La desbandada del norte y el sueño del centro</i> -----  |     |
| -----   | 199 |

## **Capítulo V**

|   |     |
|---|-----|
| <b><i>Arena política: la prensa en el México de hoy</i></b> ----- | 206 |
|---|-----|

|   |     |
|---|-----|
| <i>Espacio público, la importancia de la prensa en México</i> ----          | 209 |
| <i>Prensa en México, la arena de las élites. Control del gobierno</i> ----  | 215 |
| <i>Prensa mexicana, la arena segmentada bajo la lupa del gobierno</i> ----- | 218 |
| <i>Prensa escrita en México, un acercamiento a su actualidad</i> -----      | 223 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| <b>CONCLUSIONES</b> ----- | 234 |
|---------------------------|-----|

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| <b>FUENTES CONSULTADAS</b> ----- | 242 |
|----------------------------------|-----|

# INTRODUCCIÓN

En México, se ha dicho que los medios de comunicación han servido, por años, para hacer públicas las decisiones entre las cúpulas de poder sobre asuntos que, en teoría, competen a la decisión de la sociedad en general. Son pues, los medios de comunicación en los que se ha depositado gran parte de la comunicación política mexicana, ante la falta de políticas públicas en materia de comunicación por parte de los distintos gobiernos y regímenes que se han establecido en el país.

Todo esto, sin la participación activa y real de la sociedad civil. Sin embargo, a lo largo del proceso, y sin afán de negar lo anterior, podemos observar que la información política se va generando poco a poco, va cobrando fuerza en la medida que se hace del dominio público, es decir, los medios de comunicación son utilizados para ir midiendo la fuerza de los temas: qué es lo que va a mover a las masas, qué los va a tener entretenidos o qué simplemente no va a ser aceptado; todo ello teniendo como protagonistas a las diversas esferas de poder y, a la ciudadanía, haciendo las veces de juez sobre quién va “ganando” terreno en la discusión política.

Esta tesis tiene por objetivo principal demostrar cómo la ciudadanía ha mantenido una participación activa dentro del desarrollo de la prensa escrita en México; sin ser protagonista de los conflictos mostrados en las páginas de los diarios, ha obligado a que los diarios y los actores políticos evolucionen en función de los cambios en ella; cómo la prensa se ha mantenido, cerca, lejos, en contra o neutral frente al poder, dependiendo de dónde la sociedad ha querido que estén. Esto, siempre, obedeciendo a un contexto mayor que el del simple diario o el sistema político *per se*.

La prensa escrita, a diferencia de los demás medios de comunicación, ha permanecido como el espacio por antonomasia para que se de dicho

fenómeno, toda vez que se fue nutriendo de elementos que lo han permitido; conserva características muy particulares: es altamente consultable, amplia y accesible para su lectura continua; al mismo tiempo, al ser medios de comunicación totalmente privados, los convierten en espacios privilegiados para la negociación y cooptación por parte de los que se quieren dar a conocer en la esfera pública con el fin de influir en los demás.

A juicio personal, el periódico es la base de información política diaria y, de suyo, una Arena política envidiable y altamente visitada. Y sí, la prensa escrita es consultada por personas que buscan informarse de tal o cual hecho es porque ha hecho un proceso de decisión previo, o porque realmente están interesados, o porque de ello depende algún aspecto de su vida. Los cotidianos, se tratará de comprobar, son empleados por esferas de poder con alta capacidad de decisión y acostumbrados a tomar decisiones en función de haber permanecido atentos al proceso comunicativo dentro de la arena política.

También será menester de la presente hacer evidente que el fenómeno arriba mencionado es digno de estudiar bajo la óptica de la comunicación política; toda vez que a lo largo de la historia de México, la prensa ha sido donde se ha desarrollado gran parte de la comunicación política propia de esta sociedad, ya que evolucionó a la par, dentro de la misma clase política, obedeciendo a los mismos mitos y pautas de conducta, cercanos al mismo capital o, en el mejor de los casos, defendiendo o contradiciendo las mismas ideologías o planteamientos políticos. El estudio de la prensa escrita en México explica, en el mayor de los sentidos, la dinámica actual de la comunicación política en el país: con herencias en la forma y pequeños matices en cómo se hace pública la información.

La presente investigación abordará el proceso de la comunicación política, aquella que se desarrolla en la arena política de la prensa escrita, como un hecho social que no empieza y acaba cuando ya se arrojó el mensaje, toda vez que, se propone, inicia en el momento en el que se lanza el primer germen de información, sin importar el tema; en el instante preciso en el que los “contendientes” entran a la “arena” a pelear, eligiendo a la sociedad como el “árbitro” que decidirá al ganador y, en este caso, a la prensa escrita, como ese ente donde se definirá la guerra por el poder. Esto, gracias a que el mismo diario contempla todas las variables a informar en una nota, reportaje, entrevista, etcétera, proceso que lo convierte en un actor más dentro de la arena política. En resumen, se tratará de describir a la prensa como un medio de comunicación protagonista en el mismo sistema de comunicación para el cual fue creado.

La investigación se nutrirá de fuentes bibliográficas que teoricen al fenómeno de los diarios como actores en la política y narradores del acontecer político, dentro de un gran sistema de comunicación política; de igual forma, se buscarán fuentes bibliográficas y hemerográficas que describan la historia de la prensa escrita en México en función de los diversos sistemas de comunicación imperantes donde fue encajando, para interpretar y analizar los elementos que, a lo largo de este recorrido histórico, se han ido quedando en la dinámica de este medio de comunicación y que, al englobarlos, dan como resultado sus características como arena política; de la misma forma, se detallará la historia de cada uno de los principales diarios de circulación nacional, haciendo hincapié en sus proyectos editoriales como herederos y actualizadores de dichos elementos y cómo son manejados en la actualidad, para entender la realidad de la arena política hoy en día.

Para ello, en un primer capítulo, se hará un acercamiento teórico a los conceptos de arena, para ubicar los elementos político-comunicativos que hacen de la prensa escrita un espacio de confrontación de los distintos actores políticos, a través de la información diaria; comunicación y comunicación política, para establecer las bases conceptuales que relacionen el actuar de los diarios dentro de una disciplina que los estudia como un fenómeno más, tomando en cuenta su contexto y dinámica, sistemáticamente analizado y como consecuencia de todo un proceso histórico.

En el segundo capítulo se describirá a la prensa como fenómeno de comunicación política; en dicho apartado, se teorizará sobre este medio de comunicación en aras de ubicarlo dentro de una dinámica donde el poder es el centro de las decisiones editoriales y periodísticas, ya que, además de ser un instrumento para la sociedad para alcanzar su derecho a informarse, los diarios obedecen a un sin fin de intereses económicos que, desde sus inicios, marcan una dualidad en su comportamiento. Se estudiará a la prensa norteamericana, toda vez que gran parte de la prensa mexicana actual ha reproducido sus formas y estándares editoriales, para encajar en el sistema de mercado imperante a nivel mundial y local.

Los capítulos tres y cuatro desarrollarán la historia de la prensa mexicana en el marco de ser una arena política; el tres describirá el acontecer de la prensa, como resultado del sistema de comunicación durante la colonia, hasta llegada de la prensa moderna a finales del Porfiriato. En todo este periodo, se tratará de dejar claro, la prensa adquirió gran parte de los elementos políticos que aún conserva y que fueron aderezados con la llegada de la modernización e industrialización, esto debido a las constantes guerras, disputas políticas e ideológicas y la aparición de un sin fin de

publicaciones.; el capítulo 4 hablará de la prensa durante el Siglo XX y su apego rampante a las prácticas políticas del priísmo, convirtiendo al gobierno en la fuente de información por antonomasia y al presidente en una especie de “líder moral” para el periodismo, dueño y protagonista de la arena. También, en este capítulo, se describirá cómo, después de la década de los sesenta los periódicos se encaminaron a buscar sus propias fuentes, patrocinios y líneas editoriales hasta la llegada del Estado neoliberal, donde adquirieron su autonomía económica y un resquicio hacia la libertad editorial plena. Se comprobará que, hoy en día, la arena política que representan los diarios está en tantas manos como información se publica en ellos.

El último capítulo tendrá como objetivo ubicar a la prensa actual dentro de un sistema de mercado donde se sectoriza a sus lectores; situación que los gobiernos, políticos y demás actores en el sistema de comunicación política tienen muy claro y que aprovechan con el fin de posicionar mensajes en públicos muy bien estructurados y claros; la prensa, entonces, se ubicará como un medio de comunicación ya no de masas, sino que cada publicación está dirigida a un sector muy específico, convirtiendo a la arena en pequeños espacios de discusión política. Se darán los elementos que, como arena política, la prensa aún conserva en aras de la participación de los lectores en el proceso de comunicación política.

## *Participar. El verbo inicial*

Participar, verbo que en su mínima expresión, según la Real Academia de la Lengua, proviene del latín *participāre* y remite a “tomar parte en algo”. Como se lee en su significado, dicho verbo, acción por naturaleza, llama a no permanecer pasivo, alejado de los demás, contemplando y, por consecuencia, recibe las retribuciones o, en su caso, las penas adquiridas tras acabar el acto. Sí, participar no se refiere a permanecer como simple espectador, como público y que, además, llama a la cooperación mutua con los demás actores del acto.

Pero, cuando se habla de la “participación” en los medios de comunicación por parte de los receptores –admitiendo que son el objetivo por antonomasia, dentro del proceso comunicativo-, en verdad, ¿hay tal? Y, en caso de que exista, ¿en qué sentido?

Se debe aclarar el sentido de lo anterior. Sería inútil hablar de la participación por parte de quien lee un diario en la elaboración, editorialización, impresión, distribución de los tabloides; de la misma forma, cuando se habla del trabajo reporteril. Sin embargo, la sociedad entra en el proceso cuando precisamente abre un diario y lo lee, cuando el periódico comienza con su función de informar, cuando, por así decirlo, comienzan a convivir ambas partes: el medio de comunicación y el lector.

Este último, en teoría y remitiéndonos a la definición arriba mencionada, participa activamente al analizar la información y crearse una opinión sobre la realidad y, al mismo tiempo, a la compra consecutiva o no de cierto diario.

En dicho proceso, ambas partes (medio y lector) aportan elementos para que el otro pueda cumplir cabalmente su función: la participación. El periódico, aporta elementos de análisis, información, con el fin de que el lector cumpla su tarea y logre involucrarse con su entorno gracias al conocimiento íntegro de la vida que le rodea.

Día a día aparece una incontable cantidad de información en los periódicos, locales, nacionales e internacionales; misma que se clasifica según la fuente de la cual fue obtenida: de espectáculos, social, cultural, deportiva, política, etcétera; si bien es cierto que, cada información es digna de atención, hay espacios que deben ser leídos con mayor esmero, gracias a la importancia que tienen los hechos abordados en estos espacios, ya sea por su trascendencia o por el simple hecho de que concierne al interés general, como es el caso de la información política.

Ya habrá espacio posteriormente para tocar el tema de la información, sin embargo, es de suma importancia aclarar que la presente investigación se enfocará a la información calificada como “de política” o referente a la vida política nacional, toda vez que es en dichos espacios en donde el periódico se torna arena política (concepto

que se definirá a continuación) y en donde se hará presente la participación de los lectores, al analizar y, con base en la información prestada, interpretar o no la dinámica política en el país y como ésta trasciende en sus vidas. Todo esto, a partir del nivel de confrontación entre los actores políticos dentro de las notas o espacios en periódicos.

Y así, la prensa escrita, como un medio de comunicación base por el cual los lectores, ciudadanos a fin de cuentas, entran a un proceso de comunicación política; dicho proceso que está basado en la reciprocidad de información y acción entre los gobernantes y los gobernados. Un sistema de comunicación política que no puede ser entendido si no se estudia el tipo de información política que circula en él, lo que puede explicar cómo y el porqué de su estado actual.

En la actualidad, las personas pasan horas y horas discutiendo, compitiendo y creando situaciones en donde la confrontación está presente en cada segundo, la pelea es un pan que se come a diario. No se puede negar que los chimes, las críticas, los “tiros” fuera de las escuelas, las apuestas deportivas y demás son prácticas frecuentes en México, todo ello para demostrar la supremacía y el dominio de alguien, teniendo testigos o espectadores de por medio.

Los medios de comunicación también aportan su “granito de arena” en dicha dinámica: caricaturas en donde los súper héroes encaran a sus enemigos en batallas intergalácticas, telenovelas que presentan a las protagonistas cacheteándose mutuamente y películas medievales en donde la conquista y violencia imperan; todo esto, recurriendo a modelos milenarios

de presentar los enfrentamientos de manera espectacular –con espectadores- y con la menor prudencia posible.

En el mismo sentido, la llamada “clase política” también ha hecho su historia. Los políticos reflejan, a través de distintas instancias –medios de comunicación, debates, trabajo legislativo, etcétera-, que la discusión y la confrontación es una actividad constante en su trabajo, haciendo que, por lo menos en el imaginario colectivo, se les asigne un mote de guerreros, de personas encargadas en la lucha de intereses.

Es, pues, la descripción de todo lo anterior el objetivo central del presente capítulo: mostrar cómo nació la confrontación como espectáculo, teniendo a la arena como su espacio, en donde el público tiene un papel central y cómo esta figura se transportó a la política, al escenario de las decisiones en torno al bien común y cómo, poco a poco, dichas arenas se asentaron en la cultura de la sociedad a grado tal que, como se describirá a lo largo del trabajo, el sistema de comunicación política se convirtió en el depositario de un sin fin de arenas, entre las cuales destacaremos la prensa escrita.

Todo ello sin dejar de mencionar el porqué de este tipo de investigación y que, inevitablemente generan el fenómeno a estudiar: los sujetos, los lectores o, como se le suele llamar comúnmente, la Opinión pública, se ubicarán en el centro de la investigación; lo anterior debido a que son éstos los que complementan el ciclo contemplando la política desde su espacio. En otras palabras, este capítulo pretende observar la primera etapa de ese ciclo de participación, en donde los lectores permanecen inertes ante el espectáculo que significa la política, al estar –sin saberlo- en un mar de

intereses e intercambios comunicativos por parte de sus gobernantes y sus medios de comunicación.

# Capítulo I

## ***Arenas, política y comunicación política***

*Las premisas básicas de la democracia son que el lugar del poder político descansa en los ciudadanos [...] el poder de la democracia está sostenido por una moralidad de la comunidad; cuándo ésta se pierde o se limita a una élite, la democracia se reduce o incluso se destruye.*

(Kimball Young<sup>1</sup>)

---

<sup>1</sup> Kimball Young, *et al.* *La opinión pública y la propaganda*. Pág. 14.

## *Arena*

Hoy en día, los estadios de fútbol, las arenas de lucha libre, las canchas de tenis o baloncesto son parte de cualquier plano urbanístico y que, como muchos espacios, son vistos como algo natural, tanto como un árbol en un bosque. El orden de sus elementos es, indudablemente, lo que permite su existencia: el centro como el origen y el fin de todo; la periferia como el lugar seguro que cobija al espectador; mismo que, aprueba o reprueba lo que sucede y observa.

Sun Tzu, en su *Arte de la guerra*, establece al terreno (junto con el tiempo, la moral, la disciplina y el mando) como un elemento fundamental para desarrollar cualquier confrontación: “analizarlo antes de actuar para poder triunfar”, es una de las máximas de este filósofo chino.

La idea de explotar el terreno, de manera racional, ha sido difundida y esgrimida por las escuelas de guerra y, en gran parte, por los diversos autores del pensamiento político mundial, convirtiéndola en algo estratégico. El terreno, la arena, es cuna y tumba de quienes practican y desean ganar en estos ámbitos.

Siguiendo dicho patrón de comparación-aprendizaje, surge la idea de nombrar “arena” a cierto espacio en donde los hombres se destruirán a muerte, al terreno empleado para la confrontación y que, poco a poco, se convirtió en un eslabón dentro de los sistemas políticos.

En el Siglo III aC, cuando en Roma surgen los juegos fúnebres en honor a Saturno, dicha civilización construyó un espacio destinado a ello. Un

círculo de madera cubierto por arena (de ahí el nombre actual) rodeado por gradas, en dónde la gente se colocaba a observar los sacrificios.

Poco a poco se fue llenando de mayor aceptación, convirtiendo a la arena en un centro de reunión, con el único fin de entretener a las personas, justificando las matanzas; el sacrificio consistía en obligar –literalmente- a un preso a enfrentar (dependiendo el delito por el cual se encontraba preso) a una bestia (un león, por ejemplo) o a un soldado entrenado en guerra. Si el acusado llegase a perder, el público decidía su futuro levantando o no el pulgar. Esta última acción, con el tiempo, se le atribuyó exclusivamente al Emperador. Con esto surge la participación de un tercer actor en el proceso del combate, con el único fin de evaluar la pelea y, así, decidir sobre la vida del perdedor.

A lo largo del tiempo, el culto religioso se fue perdiendo y el “juego” se fue enfilando hacia un emblema político, debido a que no siempre existían presos, y se vieron obligados a buscar gente que se dedicara a ello. Y fue así que surgieron los gladiadores (nombre atribuido gracias a la espada que utilizaban, llamada *gladius*). Y por el hecho de que esta “vocación” exigía de entrenamiento y financiamiento las personas con más dinero iniciaron a formar sus grupos, sus equipos; equivalentes a muchos equipos deportivos en la actualidad que esgrimen los intereses políticos o económicos de diversos grupos empresariales. Mientras que, la sociedad civil pagaba para asistir a dichos espectáculos.

Continuando con lo anterior, la confrontación pública tomó a la arena como hogar por antonomasia, convirtiendo así a esta figura como el modelo a seguir para la construcción de espacios en donde se desarrollarían diversas actividades de entretenimiento o deportivas que tuvieran como base

un duelo entre dos o más bandos. Se retomaron los elementos iniciales: las gradas, el espacio para el público; un espacio en el centro del graderío, en donde se desarrollaba el evento; un juez, quien anunciaba el ganador; y, al final de los espectáculos, el aplauso, la ovación o el rechazo, marcarían la consumación del espectáculo.

A final de cuentas, el público siempre ha sido a quien se le debe respeto, pues es esta figura quien le da la existencia a todo espectáculo o confrontación, ubica en el tiempo y espacio a los gladiadores y decide, en todos los sentidos, su recuerdo o su olvido. Es pues, la figura central.

Hoy día, la Arena se define como “un área techada, casi siempre de forma circular u ovalada, diseñada para presentaciones musicales o teatrales, así como para eventos deportivos. Se compone de un gran espacio abierto en el centro, rodeado por graderías y asientos para los espectadores. La característica clave de una arena es que el lugar donde se realiza el evento se ubica en el punto más bajo, permitiendo la visibilidad de un gran número de espectadores”; el público, los morbosos que pagan su entrada a fin de ver quién gana, son la pieza clave de dicho espacio.

Y así, “la arena” (como espacio de confrontación) se adjudicó para nombrar a todo espacio en donde tuviera lugar un enfrentamiento. Retomando la última parte de la historia de las arenas, cuando ya existían intereses de por medio, se comenzó a acuñar o, por lo menos, a comparar dichas peleas con las innumerables luchas por el poder. Efectivamente, la política encajó muy bien con los elementos de la arena romana, toda vez que la confrontación en este ámbito remite a un intercambio infinito de intereses por parte de los actores y público dentro de este proceso inevitable en las

sociedades modernas. Y, si los actores se sitúan en la esfera política, los “espectadores” lo hacen en la llamada Opinión pública

### *Arena política*

El término “Arena política” se define como los espacios específicos de discusión de temas políticos. En dichos espacios se concretan las negociaciones en un tema con repercusión social por parte de personajes con un peso político específico, es decir, en las arenas políticas sólo entran esferas de poder, son espacios cerrados a la participación en general, pero con la necesidad de que alguien funja como juez de la confrontación.

André Gosselin, en su texto “Cartografía de un campo de investigación y de actividades”, define a la arena política, dentro del estudio de la comunicación política como “el conjunto de los dispositivos, las fórmulas, los marcos, las reglas y las estrategias que definen las situaciones de interacción en las que pueden confrontarse, difundirse públicamente y evaluarse los discursos –la actividad- de los políticos”<sup>2</sup>, es decir, las instancias en las que se mueven los políticos a fin de publicitarse.

Este término se ha desarrollado ampliamente, desde el *agora* en la Grecia antigua, hasta el desarrollo de las esferas públicas y privadas en la actualidad<sup>3</sup>, y de igual forma para la Ciencia política la necesidad de un espacio donde se discutan los temas políticos es indispensable para el correcto funcionamiento del sistema, aunque estas parecieran “carecer de los

---

<sup>2</sup> André Gosselin. “Cartografía de un campo de investigación y de actividades” en: Gauthier, G; Gosselin, A.; y Mouchon, J. *Comunicación y política*. Pág. 9.

<sup>3</sup> Cfr., Florence Toussaint. “Espacio público, medios de comunicación y democracia” en: Ana María Menendez Marcín, *Comunicación política*. Pág. 20.

medios para establecer comunicaciones a distancia”<sup>4</sup>, tarea que tiene que hacer quien pretenda posicionarse en la mente de los “gobernados”. Y es por ello que recurren a los medios de comunicación masiva, al espacio público.

Dominique Wolton expresa que el espacio público es “un lugar físico y/o intangible en donde los discursos se expresan públicamente. Abierto a todos los que se autorizan a expresarse en él. No está sancionado y se pueden abordar todo tipo de temas considerados como de ‘interés público’”<sup>5</sup>; es decir, los espacios públicos funcionan como las arenas antiguas: se recurre a un territorio, conocido por todos, para dar a conocer los temas políticos y, después de que los actores participan y dan a conocer su versión de los hechos, la información es confrontada y evaluada por los espectadores, por el público. Siendo, estos últimos, los que tienen la capacidad de decidir que “gladiador” es el ganador, con base en su desempeño, en el caso de que no haya sido “devorado” por sus contrincantes.

El término “Arena política” es una analogía (pues hablamos de escenarios semejantes a los empleados en deporte y demás espectáculos), misma que contiene elementos que le dan esa característica metafórica, que, junto con la definición de Gosellin, admiten que los periódicos forman parte de esos espacios públicos en los que los políticos se mueven y hacen presentes, toda vez que, cumpliendo su función de medios de comunicación, reciben y muestran las luchas por el poder que todos los días se ejercen en los diversos espacios de acción política.

---

<sup>4</sup>Paul Claval. *Espacio y poder*. Pág. 75.

<sup>5</sup> Cfr. Dominique Wolton, “Las contradicciones de la comunicación política”.Cap 6. En: Gilles Gauthier; Andre Gosselin; Jean Mouchon; *Comunicación y política*.

Pero estas luchas, no pueden negar las realidades sociales existentes, mismas que obligan a contextualizar los términos con base en las personas que, a final de cuentas, son los que transportan la teoría en los hechos.

Y ¿cómo se logran aterrizar tantas confrontaciones?; la Comunicación se plantea como la ciencia que estudia todos estos procesos en la que los seres humanos intercambian información al transmitirla a los demás y es, por consecuencia, la que arroja una disciplina que estudia los fenómenos de comunicación en materia política: la llamada, Comunicación política.

Se verá que no sólo el estudio de los medios de comunicación es el objetivo de la ciencia de la comunicación, que la médula se encuentra en la dinámica que originó la actual realidad. Es pues, necesario definir cómo se define Comunicación para el presente trabajo, toda vez que es el marco científico por el cual se estudia el fenómeno planteado, donde la participación se enmarca en todo una búsqueda de sentido dentro de la estructura política.

### *Concepto de Comunicación*

La comunicación es y será siempre una actividad madre de la sociedad, pues le da sentido. Es el verbo que encamina a los individuos en sus relaciones con los demás, la forma en la que demuestran la necesidad natural de conllevar el mundo con sus semejantes. De igual forma ha permitido que las personas compartan sus sentimientos, deseos, intereses, gustos, temores, amores, pasiones, miedos y demás situaciones que se confeccionan en la mente; convirtiéndose en la médula de la sociedad, ya que, a través de la comunicación todo el bagaje cultural y científico de la humanidad ha pasado de generación en generación: el hombre por el hombre en sociedad.

Y al ser una actividad que, de suyo, permea en todos los aspectos sociales, la comunidad científica mundial ha colocado al estudio de los fenómenos en comunicación en una sola disciplina, toda vez que, su estudio bien se puede enmarcar en las características que por ejemplo, según Bunge<sup>6</sup>, debe tener todo conocimiento científico al ser: verificable, aprobando el examen de la experiencia y el empirismo; planeable y sistemático, al conectar en un solo sistema de conocimiento un gran número de ideas, concatenadas entre sí; legal, al buscar leyes para su aplicación; explicativo, al desarrollar hechos en términos de leyes y las leyes en términos de principios.

Marta Rizo<sup>7</sup>, catedrática en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, relata que:

... La comunicación puede entenderse como la interacción mediante la que gran parte de los seres vivos acoplan sus respectivas conductas frente al entorno mediante la transmisión de mensajes, signos convenidos por el aprendizaje de códigos comunes. También se ha concebido a la comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria. Y más aún, el concepto de comunicación también comprende al sector

---

<sup>6</sup> En su "inventario de las principales características de las ciencias fácticas" en: *La investigación científica, su estrategia y su filosofía*. Pág. 14-31.

<sup>7</sup> En un artículo hecho *ex profeso* para explicar las nuevas necesidades en el estudio de la Comunicación humana, el cual se puede encontrar en:  
<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n40/mrizo.html>.

económico que aglutina las industrias de la información, de la publicidad, y de servicios de comunicación no publicitaria para empresas e instituciones.

Cierto, la comunicación humana es un proceso complejo, que, a su vez, está conformada por una gran serie de procesos que tienen lugar entre las personas, las organizaciones y los estados; todos ellos, enmarcados a su vez, en un sin fin de fenómenos ambientales, políticos, demográficos, geográficos, biológicos, históricos, físicos, etcétera. Es por ello que las Ciencias de la comunicación -o simplemente Ciencia de la comunicación- tiene su objeto de estudio muy delimitado.

Alejandro Gallardo Cano plantea que “el objeto científico de la comunicación [...] –es- comprender y explicar todos aquellos procesos de índole comunicativo que tiene lugar en la sociedad”<sup>8</sup>; y es muy claro al precisar que el estudio de la comunicación no se debe limitar al estudio de los medios de comunicación masiva, ya que son, inevitablemente, resultado de *las formas comunicativas anteriores a estos*, pues intervienen en estos.

De forma paradójica, y a pesar de su importancia, para algunas escuelas, la comunicación se ha convertido en un factor que genera complejidad. Lucien Sfez, lo dice muy claro y es tajante: “-hablando de la actualidad, del año 2003- jamás se habla tanto de comunicación como en una sociedad que ya no se sabe comunicar consigo misma, cuya cohesión está en duda, cuyos valores se desmoronan, y cuyos símbolos demasiado usados no logran unificar”<sup>9</sup>; es pues, una visión que nos hace pensar en la complejidad de estudiar a los fenómenos de comunicación. Mismos hechos

---

<sup>8</sup> Alejandro Gallardo. *Curso de teorías de la comunicación*. Pág. 30.

<sup>9</sup> Lucien Sfez. *La comunicación*. Pág. 6.

que, a lo largo del tiempo de las Ciencias de la comunicación se han estudiado, valorado y visto a partir de las distintas posibilidades y contextos, lo que hace hablar, también, de los distintos medios de comunicación, tanto los imperantes como de los marginados.

La comunicación es la meta de un gran camino llamado evolución. La última etapa en la que el ser humano logró transmitir sus ideas, de “hacer común” lo que consideraba importante para el otro y que, a su vez, le permitiría sobrevivir. Thomas Hobbes, en el *Leviatán*, era consciente que el fenómeno de la comunicación no era algo nuevo, que los nuevos y diversos medios de comunicación –de las nuevas y diversas formas en la que comunicamos- no son el eje primordial de su estudio, más bien, dice:

... el invento más notable y provechoso de todos – haciendo a un lado, incluso, a la que en su época era el acabose: la imprenta- fue el habla, que consistía en *nombres*, o *apelativos*, y su conexión; de este modo los hombres registraban sus pensamientos, los recordaban en el futuro y se los comunicaban a otros por ser de utilidad mutua o tema de conversación.”<sup>10</sup>

Entonces, el lenguaje se sitúa como el elemento que ha permeado a lo largo del estudio de la comunicación, ya que es en lo que se basa toda información.

M. L. de Fleur y S. J. Ball-Rokeach afirman que “los significados y radicales adelantos alcanzados por el *homo sapiens* en los últimos 40 000

---

<sup>10</sup> Referencia citada en: M. L. De Fleur; S. J. Ball Rockeach. *Teorías de la comunicación de masas*. Pág. 300.

años han dependido más de su dominio de los sistemas de comunicación que de los materiales que utilizaban para forjar sus herramientas”<sup>11</sup>, en el entendido de que éstos, los sistemas de comunicación, han servido para almacenar, intercambiar y difundir información, haciendo posible la cultura, la tecnología –al unir conocimientos con práctica-, mitos, leyendas, explicaciones, ciencia, costumbres, leyes, guerras, negociaciones, convivencia y demás actividades que prevalecieron el género humano.

Con lo anterior, los mismos autores, añaden que “la naturaleza de los sistemas de comunicación en una sociedad determinada está relacionada de forma significativa con prácticamente todos los aspectos sociales”<sup>12</sup>; es decir, el cómo se comunica depende de la situación económica, política, social, geográfica, etcétera de la sociedad a estudiar, de las formas de vida particulares.

La comunicación es un proceso selectivo, nos mencionan que “al vincular símbolos con significados, las convenciones sobre el lenguaje proporcionan la base de la comunicación humana”<sup>13</sup>; una apuesta del uno con el otro en la que se busca la influencia, la persuasión y el dominio, en cualquier nivel, de la relación.

Y en ese sentido el ser humano ha desarrollado diversas formas de comunicar y que, con el tiempo, perdure el masaje y la intención. Desde las pinturas rupestres hasta los libros; desde las señales de humo hasta los jeroglíficos egipcios; desde la imprenta y la propaganda política o comercial hasta la invención del Internet, pasando por la radio, el telégrafo, el teléfono,

---

<sup>11</sup> *Ibid.* Pág. 25.

<sup>12</sup> *Ibid.* Pág. 28.

<sup>13</sup> *Ibid.* Pág. 311.

la televisión o el cine. Medios de comunicación inventados por seres humanos en busca de nuevas y cada vez más complejas formas de comunicar y, lo que adereza este juego, más y más individuos utilizando los mismos medio para fines diferentes.

Los estudios empíricos y científicos sobre los medios de comunicación no han sido nuevos, ya que se han prestado para dar origen a innumerables discusiones, controversias y debates, desde cómo influyen en la mente de cada individuo; desde la aparición del primer periódico formal en las calles de Nueva York en 1834, ha habido teóricos que hablan, partiendo de la psicología, la sociología, la ciencia política, la economía o, con el tiempo, ya desde el estudio formal de las llamadas Ciencias de la comunicación , de la importancia *per se* de mantener un sistema de medios adecuado y funcional dentro de todo ente social.

Miquel de Moragas menciona que “las condiciones ideológicas de la investigación sobre la comunicación de masas están pues, doblemente arraigadas en la propia naturaleza de las ciencias sociales –ya sea interpretando, analizando, confrontando, experimentando en campo, comparando- y en las exigencias teóricas del ejercicio del poder que representan el uso de los medios de comunicación de masas”<sup>14</sup>, y más si, en la actualidad, hablamos de sociedades complejas, impidiendo que la comunicación boca-oído sea la que impere.

Adentrarse en el estudio de los diversos fenómenos de comunicación, implica tomar en cuenta a todos los actores en el proceso. Para la presente investigación es necesario admitir que la comunicación es un bien

---

<sup>14</sup> Miquel de Moragas. *Teorías de la comunicación*. Pág. 15

encabezado por grandes empresas mediáticas. Cuyos representantes hacen uso de su capital para propagar ideas e intereses particulares.

Moragas, pues, coloca a los dueños de los medios de comunicación (todos aquellos que se los emplean como elemento de poder para conseguir fines políticos, económicos, ideológicos, etcétera), en la palestra del proceso de comunicación. En otras palabras, advierte que los medios de comunicación sirven como escenarios ideales para generar, justificar e, incluso, encabezar una lucha por el poder social. En arenas políticas. Espacios donde se ejerce poder.

### *Política*

Aristóteles, Cicerón, Maquiavelo, Hobbes, Rosseau, Platón, Nietzsche, Hegel, Marx, etcétera son nombres que podrían girar en nuestra cabeza por horas y horas, personas más que conocidas por haber sido científicos y filósofos que desarrollaron ideas adelantadas al conocimiento de su época, e incluso de su propia dinámica social o cultural. Y es precisamente esto por lo que se les agradece: su espíritu creativo, su capacidad de ponerle nombre a las cosas y hacer más fácil el proceso de comprender y/o entender los fenómenos o situaciones cotidianas.

Política. Estamos ante el concepto que ha permeado por la historia de las sociedades modernas, mismo que se ha modificado, utilizado y definido conforme coyunturas y realidades diversas; además, la política, ha dado pie y sustento a regímenes diversos, a sistemas de gobierno y orden social tan distintos, pero que en esencia buscaban lo mismo: el poder.

Lo político, nato en el ser humano (dicen muchos), se ha aplicado a todo y estudiado desde la visión de diversas ciencias y disciplinas. Que si hay filosofía política, sociología política, antropología política, geografía política, ciencia política, derecho político y, en últimos tiempos, hasta comunicación política; en fin, cada disciplina social contempla que las relaciones de poder entre los individuos son constantes e innegables.

Confirmando lo anterior, Carl Schmitt, diría: “el concepto de político sirve sólo para encuadrar teóricamente un problema inconmensurable [...] pues, el campo de relaciones de lo ‘político’ cambia continuamente, con base en las fuerzas que se unen y separan entre sí con el fin de conservarse”<sup>15</sup>; de ahí que sea muy difícil concordar sobre asuntos de esta índole, sería prácticamente imposible que cada una de las personas compartiera la misma visión con su semejante.

El término tiene una ambivalencia en su concepción, hecho por el cual muchos la ven como práctica y otros, sus estudiosos, la observan y realizan como una verdadera ciencia. Este trabajo está encaminado a concebir a lo político, en el grueso de la población, como algo tan alejado que se reduce a la contemplación y discusión de un espectáculo más, gracias a la complejidad que este término tiene.

Continuemos con el “deber ser” de la política. Maurice Duverger, en su *Introducción a la política*, analiza dichas posturas y escribe lo siguiente:

... Los hombres reflexionan sobre la política, han oscilado entre dos interpretaciones diametralmente opuestas. Para unos, la política es esencialmente una lucha, una contienda

---

<sup>15</sup> Carl Schmitt. *El concepto de lo político*. Pág. 3-4.

que permite asegurar a los individuos y a los grupos que detentan el poder su dominación sobre la sociedad [...] Para otros, la política es un esfuerzo por hacer reinar el orden y la justicia, siendo la misión del poder asegurar el interés general y el bien común.<sup>16</sup>

Para estos últimos, el cumplimiento del ideal aristotélico de la “ciudad perfecta”, del bien de la *polis*, es la regla a seguir; contempla y admite, a su vez, la existencia de una sociedad que está por debajo de las personas que detentan el poder, de sujetos vivos y con necesidades, hecho que, dialécticamente, distingue que estos últimos tienen el derecho y la obligación de participar en el proceso de llegar al bien de todos, a través de procesos en los que estén contemplados los intereses del grueso de la sociedad .

La política es definida como “la actividad humana, fundada en intereses, justificados ideológicamente, que pretende conseguir objetivos para toda la comunidad, mediante el ejercicio del poder público organizado y el influjo sobre él”<sup>17</sup>; una vez más, se admite la existencia de una lucha latente, toda vez que el papel de la política es de nivelar la situación de todos los sectores de la sociedad, a fin de llegar a la posición justa, como si se tratara de una balanza.

Para fines de la presente investigación, se tienen que admitir a la política como una realidad ambivalente. En otras palabras, como una actividad humana en donde los que dominan la ven como la forma idónea de conservar sus intereses a expensas de los otros, admitiendo que debe haber una lucha constante para conservar dicha hegemonía, que es transmitida,

---

<sup>16</sup> Maurice Duverger. *Introducción a la política*. Pág. 15.

<sup>17</sup> *Diccionario de política*. Valletta ediciones. Pág. 296

ineludiblemente, a los que pretenden dominar; y por otra parte, una política de lucha constante a fin de llegar a los puestos de gobierno. Es pues, una política en donde existen bandos dispuestos a luchar y una población expectante a las batallas que se darán en esa esfera llamada política.

En este mismo sentido, Schmitt nos confirma que no sólo hay dos jugadores en la lucha por el poder (por ejemplo, el gobierno y una comunidad campesina en busca de un bono agrícola), más bien, se establece que existe un gran contexto en las luchas políticas, una serie de actores y situaciones reales que influyen y, en muchas ocasiones, deciden; a lo que se le ha llamado Sistema político: a la serie de instituciones que permiten el buen funcionamiento, el más viable, que constantemente concilian y negocian para la supervivencia de todo el engranado social;

... lo político, no consiste en una misma lucha -hablando de gobiernos y enemigos- que tiene sus leyes técnicas, psicológicas y militares, sino, en el claro conocimiento de la situación particular de ese modo creada y en la tarea de distinguir correctamente amigo y enemigo [...] lo político puede extraer su fuerza de los más diversos sectores de la vida humana, de contraposiciones religiosas, económicas, morales –etcétera-.”<sup>18</sup>

Y también, gracias a dicha ambivalencia la política es espectacular<sup>19</sup>, toda vez que lo político descansa en personas, agremiadas en instituciones,

---

<sup>18</sup> Carl Schmitt. *El concepto de lo político*. Pág 34-35.

<sup>19</sup> Entendida como *todo aquello se ofrece a la vista, a la contemplación intelectual, y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles*, según la Real Academia de la Lengua española; es decir, la política, al ser una actividad desarrollada por unos pocos, pero que, al mismo tiempo, es de

lejanas de la mayoría; es decir, sucede lo mismo que con deportistas, artistas: los otros, los especialistas que se encargan de hacer lo que uno no puede, quiere o desee hacer. También, lo que hace dicho fenómeno más interesante, es el cómo los políticos entran en una lógica en donde se ven como rivales unos de otros cual equipos deportivos, en villanos y buenos.

Por un lado, ese carácter morboso de saber quién le gana a quién o, en otros casos, qué tema se impone a otros, originada por esa condición de supremacía a expensas de los demás la hace altamente espectacular; y por el otro, es de carácter público gracias a que en verdad la gente depende de lo que se llega a decidir en dicha esfera de la sociedad y se ubica en un tema de interés general.

Pero, ¿en la política, con qué se juega, con qué se lucha? Los griegos utilizaban sus *gladius* y los políticos se esgrimen bajo el manto del poder. Es un arma que muy pocos conocen, pero que a todas horas se aflora cuando las discusiones se tornan densas, y más si se plantea la posibilidad de una alianza o coalición. “Tenemos más poder”, nos dicen aquellos que se jactan de tenerlo. Pero, ¿qué es eso de poder? Y nos interesa saberlo, ya que es el armadura con lo que nuestros guerreros políticos pelean día a día y se convierte en un plus cuando se conoce la capacidad de acción o no de cada político.

El poder, es definido así: “del latín *potere*, facultades expeditas o la potencia de hacer algo [...]; la fuerza más la ley. Fenómeno social que surge de la interacción humana, y posee la coacción y los instrumentos de control

---

competencia de toda una comunidad, debe ser difundida de tal forma que llame la atención o que, por lo menos, se la población sepa de ella. En la forma más reducida posible.

social que le permiten someter a todos los individuos”<sup>20</sup>; entonces, el poder es la bandera de la legalidad, basada en que la gente, en algún momento, le dio la capacidad de mandar a alguien con tal de mantener el orden, la representación de cada individuo en la persona de quien gobierna.

De ahí que pueda afirmar que la política de suyo establece una serie de relaciones en constante confrontación, agresión, atropello, lucha y, sobre todo, posee la capacidad de hacer pública dichas disputas a fin de mantener su dominio sobre la gente, ya que a final de cuentas, es con su poder con lo que juegan y legitiman sus acciones. Leonardo Curzio, hablando del Estado como la institución de instituciones, nos dice que “la razón de estado es un concepto que articula en un sentido general un conjunto de objetivos superiores y edificantes que legitiman el obrar del político... sin estos, el ejercicio del poder se convierte en una mediocre lucha cortesana...”<sup>21</sup>; es decir, el político no obra solo y necesita que los demás actores sociales reconozcan su actuar, que lo mantengan vivo. Muy semejante a los gladiadores que esperaban reconocimiento y admiración.

Es por ello que se hable de la política como una esfera separada de las demás, como si ésta fuera el centro de atención, puesto que en ésta se toman decisiones de carácter general. Y, debido a esto, ninguna persona está ajena a lo que pueda suceder en este círculo, confirmando la máxima de Aristóteles “todos somos políticos”.

Idéntico a las arenas antiguas, en donde todos tenían puesta su atención y acudían para conocer la situación de su imperio, ya que ahí eran

---

<sup>20</sup> *Ibid.* Pág. 292-294.

<sup>21</sup> Leonardo Curzio. “La forja de un concepto: la razón de Estado”, en *Estudios políticos*, Número 2., Pág. 30.

en donde se sacrificaban prisioneros de guerra, delincuentes y demás sujetos que eran considerados enemigos a sus intereses; y, posteriormente, como el centro de distracción y espectáculo por antonomasia, en el cual se daban a conocer a las personas más valientes y fuertes, los que tenían el poder económico y político.

Más bien, la política necesita verse así. Los espectadores a final de cuentas serán los que decidan, con su voto, quién ganó en dichas peleas o, por lo menos, quién se supo defender mejor y mostrar que sirve para mantenerse en la lucha. Un aspecto más de que la política se haga pública y ocupe muchos espacios en la sociedad.

Duverger, también limita las contiendas políticas. Dichos marcos están integrados por las instituciones que le dan vida al sistema, los sistemas de valores culturales propios de la sociedad. Es decir, la política limita su actividad en las instancias propias del sistema político, éstas desprenden a su vez los actores de dicha confrontación. Es en este sistema en donde realizarán sus actividades en torno al poder y, por consecuencia, la aceptación de la sociedad. Es por ello que tenemos que hablar de ese espacio en donde los políticos salen a pelearse, a darse a conocer o, en todo caso, hacen pública su acción.

### *Comunicación Política y sus actores*

Se ha leído que la comunicación es un proceso complejo. De igual forma, la política implica una serie de intereses mezclados con el bien común. En las siguientes líneas se abordará la Comunicación política. Disciplina que se desarrolla en un sistema político, mismo que necesita de los mecanismos

apropiados de transmisión y producción de mensajes, encaminados a la gobernabilidad del sistema.

Entre estos mecanismos, encontraremos a la prensa escrita como un elemento clave dentro de este proceso, al ser un medio de comunicación donde convergen los actores políticos, pues ven a estos como una gran arena. Mismos que, con cierta complicidad de los dueños, reporteros, editores y agendas, buscan legitimar sus acciones en los ciudadanos. Estos últimos, como espectadores del proceso, toda vez que carecen de las herramientas informativas para participar activamente en el sistema de comunicación política.

#### *Definición de comunicación política*

La doctora Marta Rizo, apunta que la comunicación no se puede entender sin la interacción pues, en “el proceso de comunicación los sujetos proyectan sus subjetividades y modelos del mundo, interactúan desde sus lugares de construcción de sentido. En términos muy generales, la interacción puede ser comprendida como “el intercambio y la negociación del sentido entre dos o más participantes situados en contextos sociales”<sup>22</sup>; y, para fines del presente texto, se puede entender que la comunicación política nace en el instante en el que los políticos deben interactuar con los ciudadanos, para que, estos a su vez, hagan lo mismo y mantengan la estabilidad del sistema política. Negocian, en otras palabras, el sentido de su relación, intercambian signos de aprobación o negación. Juegan, a través de la comunicación, con el poder.

---

<sup>22</sup>Marta Rizo. “La Psicología Social y la Sociología Fenomenológica. Apuntes teóricos para la exploración de la dimensión comunicológica de la interacción” en: [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo\\_4.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_4.html), consultado el 19 de octubre de 2009.

Lo anterior afirma, de forma implícita, que la Comunicación Política es un proceso sistémico. Proceso por el cual, la opinión pública cobra gran fuerza, si se establece la necesidad de los políticos por hacer política su comunicación.

Antes de ahondar en ello, se podría decir que la Comunicación política consiste en la producción y distribución de un sin fin de discursos políticos entre los diversos actores de un sistema político, con el fin de negociar intereses y necesidades para que así se logre la viabilidad del sistema.

Moragas Spa<sup>23</sup>, nos dice que la Comunicación política, como disciplina de estudio científico<sup>24</sup>, se enfoca a cuatro grandes ejes:

1. Prácticas de la propaganda moderna: con la experiencia y visiones de Hitler –Goebbels- por un lado y de Lenin por el otro.
2. Estudios sobre el comportamiento y las campañas electorales. Haciendo hincapié en que, los procesos electorales en una democracia pueden ser mucho más importantes que toda una trayectoria política.
3. Opinión pública y su papel en la Democracia.
4. Políticas de comunicación y comunicación entre naciones.

En los cuatro aspectos, los medios de comunicación aparecen. Hitler, por ejemplo, se adueñó de toda la prensa alemana para cumplir sus fines;

---

<sup>23</sup> Miquel de Moragas Spa. *Sociología de la comunicación de Masas*. Pág. 10-19.

<sup>24</sup> Como se puede leer, la Comunicación política se verá desde dos grandes interpretaciones: la académica y la práctica. La primera, como parte de las Ciencias de la comunicación, con un objeto de estudio determinado; y, por otra parte, como suele reducirse, al ser vista como una simple herramienta de la política.

Lenin y, posteriormente, Stalin, al idear la prensa obrera, esgrimieron perfectamente sus intenciones; Y no se diga el papel que, por antonomasia, cumple la prensa en la creación de opinión pública antes, a lo largo y después de una campaña electoral. Fenómenos que, si bien no son nuevos, en cada etapa histórica modifican paradigmas, a la par de regimenes de toda índole.

La comunicación política hoy en día se define como: “un intercambio de información entre los gobernantes y los gobernados, a través de canales de transmisión estructurados o informales”<sup>25</sup>. En otras palabras, intervienen tres actores principales en la Comunicación Política: los gobernantes, los medios de comunicación y los ciudadanos. Modelo que Dominique Wolton establece.

Pero, al ser la comunicación política un fenómeno, precisamente político, se debe tomar en cuenta las cualidades del sistema político en el cual se estudia. Es por ello que, se recurren a lo modelos, mismos que, *grosso modo*, se acercan a la realidad de México y su prensa, como la Arena donde se puede o no participar. Esto, en función de las características de lo político.

Jean Mouchon<sup>26</sup>, establece una serie de modelos con los cuales se puede estudiar la comunicación política, dependiendo del régimen político con el que se viva. Estos son: el Modelo impositivo, donde el gobierno y un mediador son las figuras omnipresentes. El primero responde preguntas del segundo y, este, a su vez, publica a modo las respuestas para que el público, como simple espectador, conozca la realidad mediada; el Modelo

---

<sup>25</sup> Jean Marie, Cotteret. *La comunicación política. Gobernantes y gobernados*. Pág. 1.

<sup>26</sup> En su texto *Política y medios. Los poderes bajo la influencia*. Págs., 116-120.

del ágora, el cual establece un diálogo entre periodistas y gobernantes, pero con la intervención del público, haciendo cuestionamientos al gobernante mediante los medios y canales adecuados; y, el Modelo interactivo, donde los periodistas reducen su participación al mínimo, ya que existen los mecanismos directos de interacción entre el gobernante y los gobernados, eliminando cualquier posibilidad de que el ciudadano sea espectador. .

Desde los años cincuenta, los investigadores de la llamada “Escuela de Palo Alto”, también conocida como “Colegio Invisible”, plantearon a la comunicación como un proceso de interacción. Fue así como se pasó del modelo lineal al modelo circular de la comunicación, a un modelo sistémico, enormemente influido por las ideas de la cibernética, de la que proviene el concepto de *feed-back* o retroalimentación.

Los sistemas de comunicación política están relacionados con todos los aspectos de vida de una sociedad, y, más aún, del cómo se ve la política en tal o cual sociedad. Es ahí donde entra, la Opinión pública como la forma general de percepción.

Y es, a través de la prensa, como la ciudadanía entra en un proceso cognitivo de la política –pues, hablamos de información-. De Fleur y Ball Rokeach nos dicen que: “los procesos cognitivos permiten que los individuos transformen el aporte sensorial de diferentes maneras: lo codifican, lo almacenan, lo interpretan selectivamente, lo distorsionan y lo recogen para su uso posterior en decisiones de conducta”<sup>27</sup>. Lo que se lee en la prensa, permite o no, que el ciudadano participe, tome decisiones. He aquí, la importancia de los medios de comunicación.

---

<sup>27</sup> *Op cit.* M. L. De Fleur; S. J. Ball Rokeach. Pág. 67.

Aunado a esto, los políticos, respondiendo a las dinámicas sociales actuales, deben hacer comunicación de forma estratégica. Armando Rocha cita a Alejandro Quintero y argumenta que “la comunicación política debe generar convicción en sus receptores; de ahí que es fundamental que cuenten con conceptos de estrategias, con base en los cuales luchen para organizar a la sociedad en la búsqueda de metas [...] Diseñar una estrategia para espacios noticiosos, la cual es clave para la creación de una imagen determinada entre el auditorio”<sup>28</sup>.

El papel de la prensa es delicado en la construcción del significado político de una sociedad. Ese elemento que, después, le permitirá actuar. Walter Lippmann<sup>29</sup>, en su estudio clásico de 1992 llamado *Public Opinion*, postulaba que “las representaciones de la prensa eran a menudo espurias, en el sentido de que confundían o creaban «imágenes en nuestras cabezas», distorsionando o incluso falseando la realidad. Llego a la conclusión de que el hombre actúa no en función de lo que puede saber o creer que está pasando, sino que lo hace en función de las representaciones que la prensa ofrece, lo cual puede conducir a acciones y comportamientos inadecuados. La gente *adquiere conocimientos en función de la prensa*, ya que es constructora de significado.

Y es por ello que la prensa, en un sistema de comunicación política es un tema que debe ser estudiado. ¿Por qué? Por que al ser un elemento donde confluyen la política, lo político y su necesidad de comunicar, se convierte en una arena dentro de un sistema político complejo donde, sí, no

---

<sup>28</sup> Armando Rocha. *Aproximación al concepto de comunicación política: una propuesta de definición*. Tesis de licenciatura. Pág. 43.

<sup>29</sup> Cfr. *Op. Cit.* De Fleur; S. J. Ball Rockeach. Pág. 336.

sólo el gobierno manda, sino que hay otros elementos que le dan vida al sistema. Por ejemplo, el empresarial, del cual, la prensa escrita también es miembro.

Entonces, se concluye que la Comunicación política aglutina todas las acciones comunicativas estratégicas que, con la intención de darle gobernabilidad a un sistema político, intercambian gobernantes y gobernados a través de medios; mismos que fungen un papel de codificadores y decodificadores de la información política, esto en el sentido de que, en algunas veces, intercambian intereses con uno u otro actor del sistema.

Es por eso que en el capítulo posterior se va a estudiar al periódico, sí como un medio de comunicación, pero que también aglutina una serie de fenómenos en el marco de las relaciones de poder (política) y que, por consecuencia, lo convierte en arena política: su papel como actor dentro del sistema de comunicación política; su dinámica interna y del cómo codifica la información a publicar, base de su condición de sujeto político; la configuración de entramados políticos, cada vez más complejos, entorno a sus páginas, pues, como toda arena, es un instrumento para dar a conocer demás actores y temas de interés político; su adecuamiento a los públicos, pues sólo de ello depende su existencia.

La comunicación política, como se ha leído, da las herramientas metodológicas para considerar a un medio de comunicación como un bastidor en el cual el emisor y el receptor, el gobernante –o quien pretenda darle gobernabilidad a un sistema- y el gobernado, colocan su identidad, sus intereses, su semántica y esfuerzo en general por darle vida, en otras palabras, el periódico se convierte en un fenómeno digno de estudiar por el

simple hecho de que es el resultado de una actividad inherente de los humanos: el querer informar en función del bien común, en teoría, pero que en el cómo radica la relación perversa de utilizar al medio como una herramienta, como un campo de acción y movilidad *ad hoc* a su creador.

Es en este tipo de fenómenos donde el concepto de comunicación trasciende al ámbito de lo político; como se estudiará en los siguientes capítulos, es inevitable dejar a un lado el peso específico que ha tenido la prensa a nivel mundial en el desarrollo y consolidación de los estados modernos, lo cual los coloca en una relación indivisa y totalmente innegable. Pero, esta relación, no hubiera sido tal sino se hubiera apoyado en el intercambio comunicativo que, a lo largo del tiempo, solidificó a las cualidades de la prensa. El presente capítulo explica la importancia de la comunicación para darle sentido a los ámbitos políticos de la prensa, a lo largo de su historia. Es la comunicación, en resumen, la ciencia que explica la complejidad en la que se desarrolla la prensa.

A continuación leeremos cómo la prensa es actor y arena al mismo tiempo, toda vez que es vehículo y emisor –en realidad, las personas que la escriben día a día- de un sin fin de informaciones que engrosan el mismo sistema de comunicación, fomentando la participación, en cualquier nivel, de la ciudadanía, pues eliminan incertidumbres entorno a los temas políticos. Y, también, la prensa activa el cuestionamiento a los actores y diversos escenarios planteados en esa arena, es la prensa, en conclusión, en campo de estudio de la comunicación política.

# Capítulo II

*El periódico: arena y actor. ¡Manéjese con cuidado!*

*La acción constante del periodista es una forma de buscar la verdad; cuando la encontramos, la fuerza de la verdad se sobrepone a todo: leyes, poder, dinero.*

Manuel Buendía.

Para la presente investigación, que pone la lupa en el papel trascendental que tiene el público en el proceso de comunicación política protagonizado por la prensa, resulta ineludible admitir que el ciudadano exige un tipo específico de medio de comunicación, que, a su vez, responde a un contexto político, económico y cultural específico, pero que ese lector participa y ha participado de manera activa desde siempre.

Moragas Spa dice: “en los últimos veinte años -1980- la Teoría crítica de la comunicación ha tenido que relacionar la teoría del conocimiento (alienación) y del contenido (ideología) con la creciente importancia de la infraestructura comunicativa. Esta circunstancia ha complicado la tarea de la Teoría crítica”<sup>30</sup>, al tratar de buscar propuestas útiles para la práctica comunicativa, pues los medios de comunicación son estudiados desde topologías arrojadas del funcionalismo. Medios, en este caso la prensa, que son vistos como instituciones independientes, con tareas y metas particulares, dentro de un gran sistema. Lo cual, si bien explica un aspecto importante, deja a un lado a los demás actores y variables que participan en la dinámica del medio. De ahí que, se hable de la prensa como una Arena: como un escenario donde muchos actores interactúan, debaten temas, confrontan posturas y negocian con la llamada Opinión Pública; misma que, a final de cuentas, legitima y, con el tiempo y con base en procesos electorales, perdura o, en el peor de los casos, condena al exterminio a tal o cual actor.

---

<sup>30</sup> Miquel Moragas ; *et. al.. Sociología de la comunicación de masas*. Pág. 14.

Arena que, además, se potencializa y complementa con nuevas tecnologías que hacen de la prensa escrita un medio de comunicación más complejo de entender<sup>31</sup>. Por eso, que se trate de explicar su papel en el sistema de comunicación política de manera detallada, con base en su primer y última razón: el lector.

El trabajo de la prensa escrita en México ha causado, como todo el trabajo periodístico *per se*, alto impacto en la dinámica del sistema político a lo largo de la historia. Desde las hojas volate, hasta la prensa actual, pasando por las gacetillas insurgentes o los diarios en épocas revolucionarias, ha cumplido una misión muy importante: narrarle los hechos políticos y de repercusión social a los que han vivido alejados de las decisiones políticas, a los espectadores eternos del espectáculo político: la sociedad civil. Todo, a través del uso de símbolos que recrean referentes e, incluso, historias de vida; una especie de representación de las experiencias personales en un escenario distinto, como el que va al cine a ver una historia romántica, como el que se aficiona por una canción que “diga” lo que se siente o vive en ese momento de la vida; pasa lo mismo con la prensa: permite ver la realidad a lo lejos y colocarse en ella, a lo lejos.

Si bien, el papel de la prensa mexicana se puede enmarcar en la lógica política de cada sistema de gobierno o en contextos históricos particulares, lo cual puede justificar en mayor medida el porqué del cómo es y ha sido esta empresa, ha mantenido esa característica –lo cual también es

---

<sup>31</sup> No en vano se puede recordar la influencia política del Informe MacBride y los diversos trabajos originados de éste. Informe que describe y evidencia los profundos desequilibrios de la información en el mundo contemporáneo. Descripción, cuya metodología estriba en la sociología empírica o del marketing, desenmascara una situación injusta: la explicación de fenómenos comunicativos con sondeos y ejercicios que, si bien son de respeto, se alejan de la realidad, contexto y variables que dan origen a los procesos y fenómenos comunicativos. Elementos que, políticamente, son ocultados.

una gran responsabilidad- de mantener al tanto a una sociedad políticamente atrasada de los asuntos políticos. Lo cual, inevitablemente, ha convertido a la prensa escrita en un actor fundamental del sistema de comunicación política, en una institución, predominante en nuestro país. Además, viendo que ha permeado a través de la cronología nacional moderna, es uno de las más viejas, modernas, desarrolladas y, aunque suene paradójico, agotadas piezas del sistema político mexicano.

Con la afirmación anterior, se le podría dar un enorme agradecimiento a la prensa mexicana que, año tras año, siglo tras siglo, ha hecho su trabajo. Pero, ¿qué tan provechosa ha sido esta tarea? Además, para la comunicación política, ¿qué papel han jugado los diarios impresos en la construcción de estándares que lleven a una gobernabilidad más democrática, partiendo de información más completa? ¿Es y ha sido benéfico o perjudicial que en la prensa política descansa gran parte de la comunicación política a lo largo de tanto tiempo?

Y, si es más estricto en el análisis, ¿qué elementos *per se* le han dado vida a la prensa? ¿Será acaso su adaptabilidad a dichos contextos políticos o, tal vez, sea su capacidad de regir la dinámica política? Entonces, el periódico se coloca como un personaje que madura y que, siguiendo un poco el aporte darwinista, se ha adaptado a las necesidades y ambientes en los cuales se ha desarrollado. La arena se adapta a su público y a sus gladiadores: coloca recursos, abre secciones, se rediseña, cambia la redacción.

### *Periódico, actor político que aún vive*

Las sociedades actuales viven una dinámica sistémica<sup>32</sup>, donde cada uno de los elementos están vinculados en una relación compleja, encaminada a la retroalimentación y operación en conjunto. Esto pasa entre la prensa y los demás actores del sistema político, lo cual la convierte en un actor político, con implicación directa en la dinámica del resto del sistema. En este caso, además y de forma directa, en el sistema de comunicación política.

Se viven momentos donde la sociedad en conjunto recurre, la mayoría de las veces, a informarse a través de los medios de comunicación masivos; de igual forma, el intercambio cultural también estriba en ello. Los países, las ciudades y los pequeños poblados generan información, noticiosa o no, del acontecer público y privado, lo cual, por lógica, es retomado por la prensa, haciendo pública la información generada; de ahí a que se afirme que se necesita de la prensa para saber lo que ocurre, para seguir nuestras pautas culturales y de conducta; para interactuar con nuestros semejantes, brindarles referentes con los que nos podamos comunicar, convivir o, en todo caso, solucionar conflictos o negociar problemas; para conocer gran parte de los saberes que van a construir las diferentes opiniones y encaminar decisiones y actos apegadas a lo real y, en general, para entender al mundo que nos rodea.

---

<sup>32</sup> La palabra *sistema* se origina en la palabra griega *systema* e indica un articulado de objetos, hechos, acontecimientos o elementos interrelacionados, que presentan características comunes. Concepto que, además, Emilio Roger Ciurana relaciona con las ideas de *organización e interacción*.

Lo anterior hace pensar que, sí, necesitamos de medios de comunicación que acumulen la mayor parte de las ideas y posturas en la sociedad. Democratizar los medios, ya sea en aspectos económicos, religiosos, los llamados sociales<sup>33</sup> y culturales y, lo que interesa para la presente investigación, los políticos. Estos últimos, como después se desarrollará, en sociedades y sistemas como el mexicano, suelen mezclar todos o la mayoría de los anteriores, englobando también a la misma prensa.

Cabe señalar que cuando se habla de medios de comunicación el imaginario colectivo se remite a la televisión, o en el mejor de los casos, a la radio y el Internet como aquellos a los cuales la gente se remite para informarse. Sería erróneo negar lo anterior, y más cuando hay voces que predicen la desaparición de la prensa en papel, su inevitable digitalización y desarrollo como medio multimedia. Sin embargo, lo que motiva estudiar a la prensa escrita se reduce en lo que a continuación se narra.

En una presentación hecha ante la OEA en junio de 2005, el Presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa, Alejandro Miró Quesada expuso lo siguiente:

“Un joven 'jupi', flamante presidente de la NBC, se paró en silencio delante de la más selecta audiencia de directores de diarios del planeta. Alargó el brazo y apuntando insolentemente a la desconcertada audiencia recorrió la sala de lado a lado. Lugo, sin dejar de apuntar a los periodistas, rompió el silencio y *sentenció*: *'because all of you are going to dissappear'* (porque todos ustedes

---

<sup>33</sup> Concepto que se usa, la mayoría de las veces, para enmarcar las distinciones entre clases o extractos sociales. Gustos y tendencias en el vestir, nuevas tecnologías, libros o películas de reciente creación. En general, lo que se está usando y lo que, en todos los sentidos, ya no se usa o bajó de categoría dentro del imaginario colectivo.

van a desaparecer). [...después un rato...] uno de los panelistas, Hubert Beuve-Mery, director de *Le Monde*, sabiamente, rebatió su tesis. Le señaló que su profecía dejaba de lado que cada medio cuenta con su propio espacio: la radio, informa, la televisión muestra y la prensa explica.”<sup>34</sup>

En este sentido, empero, la prensa escrita aún es digna de estudiar. “La perennidad del texto escrito le da una solidez al mensaje superior al de cualquier otro medio”<sup>35</sup>, de tal suerte que, hoy en día, el desarrollo de hemerotecas y la digitalización de textos periodísticos son trabajos constantes en las universidades; hechos que, se aderezan con la modernización, en estilo e imagen, de muchos diarios a nivel mundial y, la creación de nuevos periódicos.

La importancia de la prensa escrita es alimentada con el aumento progresivo de la interacción con sus lectores, que cumplen un papel activo y protagonista dentro del mismo sistema; Mar de Fontcuberta apunta que los lectores de los diarios son aquellos ciudadanos que indagan más allá de lo evidente, quienes buscan a toda costa encontrar el sentido de lo que les parece inexplicable, que encuentran en la lectura de un diario el momento justo para la distracción a través de informarse de los hechos cotidianos que no vive; son aquellos que preguntan, interpretan, interpelan y abominan la trivialidad<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup> Fontcuberta, Mar de; Borrat, Héctor. *Periódicos: sistemas complejos, narradores de interacción*. Pág. 16.

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> *Ibid.* Pág. 17.

En este sentido, Mar Fontcuberta<sup>37</sup> le asigna cuatro dimensiones a la prensa moderna: 1. la dimensión socializadora, toda vez que se comporta como agencia productora de patrones culturales y de comportamiento; 2. creadora de espacios para la ciudadanía, al fomentar, a través del flujo informativo con las audiencias, la participación en Internet, colocando a la “Red de redes” como una plataforma paralela a la prensa; 3. agentes educadores y, 4. como protagonistas de ocio, ya sea para adentrarse a la cultura o para consumir contenidos que sirvan de catarsis.

Por otro lado, el uruguayo Héctor Borrat, en un esfuerzo por designarle otra característica a los periódicos modernos, retomando la máxima aristotélica de que el ser humano es un animal político y, por ende, toda creación suya es de tal carácter, los coloca como actores políticos. Lo dice basándose en el hecho de que la prensa atiende información de carácter público, por lo tanto es política, que influye, positiva o negativamente, en el cuerpo social.

Borrat apunta que:

...El periódico es puesto en interacción con otros actores sociales. Explicar y desarrollar ese supuesto en el campo de la política puede ser, entonces, una manera diferente de perfilar el periódico, analizar su discurso público y hacer uso reflexivo y crítico de sus relatos y comentarios sobre la actualidad que nos involucra a todos, lleva a estudiar al *periódico independiente de información general y periodicidad diaria o semanal como actor del sistema político*.

---

<sup>37</sup> *Ibid.* Pág. 20 – 35.

Entendiendo por periódico independiente a todo aquel que se define y actúa en función de los objetivos permanentes de lucrar e influir.<sup>38</sup>

Por actor político, Borrat entiende que es todo aquel “actor colectivo o individual capaz de afectar el proceso de toma de decisiones en el sistema político”<sup>39</sup>. Y el periódico lo es porque es un actor de ámbito colectivo cuya actuación estriba en la influencia sobre sus lectores. Cabe mencionar que *per se* los diarios no buscan el poder institucional o la permanencia en él, lo cual no significa que no sean utilizados para estos fines. Como narradores de conflictos. Cualidad que se convierte en todo un fenómeno de Comunicación política, dentro del mismo sistema de comunicación política (afirmación que se desarrollará en el tercer capítulo de la presente investigación).

En los sistemas políticos donde se desarrolla la tarea periodística, están presentes en todo momento los conflictos. Lo cual significa que los periódicos también son protagonistas de ellos y, al mismo tiempo son, obedeciendo a su carácter informativo, encargados de mediar y transmitir la información de los protagonizados por otros actores.

Borrat dice al respecto que:

...Percibir al periódico como actor de un sistema político es considerarlo como un actor social puesto en relaciones de conflicto con otros actores y especializado en la producción y la

---

<sup>38</sup> Héctor Borrat. *El periódico, actor político*. Pág. 9

<sup>39</sup> *Ibid.* Pág. Pág. 10

comunicación masiva de relatos y comentarios acerca de los conflictos sociales.

El conflicto se presenta así como la categoría clave para orientar esta búsqueda. Como productor de la actualidad periodística política, el periódico tiene que ocuparse de un fin continuo y siempre renovado de conflictos noticiables. [Y como consecuencia de lo anterior] Estos conflictos lo ponen a él mismo en relación conflictiva con alguna de sus fuentes y/o con algunos de los actores políticos sobre cuyas actuaciones procura informarse.<sup>40</sup>

Esta cualidad del periódico, despertar pasiones en los demás actores políticos, admite la humanidad del otro, la fragilidad donde nacen los conflictos. Lo cual es potencializado en sistemas donde sus instituciones y las personas que actúan en éstas se ven violentadas con la mínima publicidad de su quehacer público, ya sea por temor a perder su empleo o, en muchos casos, ensuciar su carrera política. Se dice que: al considerar que “las noticias son hechos con una cierta repercusión social estamos hablando de hechos que tienen implicaciones individuales, muchas de ellas emocionales. [...] En el periodismo existe una especie de 'democracia de pasiones' en la cual las noticias que provocan los sentimientos más primarios (dolor, miedo, ira, amor) interesan a mucha gente pues dan resonancia pública a vivencias personales en las que cada uno puede verse representado, y, además, pueden ser compartidas por todos los seres humanos por encima de una determinada clase social”<sup>41</sup>; de ahí el poder político del prensa y su capacidad de involucrarse e involucrar en conflictos.

---

<sup>40</sup> *Ibíd.* Pág. Pág. 14.

<sup>41</sup> Fontcuberta, Mar de. *Op. Cit.* Pág. 77

En este orden de ideas, Borrat le atribuye a la prensa tres niveles<sup>42</sup> distintos en los que participa –o lo hacen participar- dentro de un conflicto.

El primero, el *extra*. En este nivel el periódico es un actor externo – haciendo las veces de narrador, comentarista, retratista, codificante, dirían algunos- de los conflictos que se desarrollan entre otros actores políticos, negándose él mismo como un tercer actor, entre la sociedad y el sistema político, con un rol parcial.

El siguiente nivel, apunta Borrat, se le llama nivel *Inter*. Aquí, el periódico, es parte principal o asume el rol de intermediario neutral, de *tertius gaudens* en relaciones de conflicto que le ligan con otros actores. En otras palabras, es el nivel donde la prensa, como empresa, hace explícito el apoyo o el desprecio por tal o cual causa.

El último nivel, el *Inter*, hacen ver que el mismo periódico es un sistema con problemas propios. Es un actor colectivo involucrado por conflictos internos que le oponen con alguno de sus componentes o que se plantean entre sus miembros (relaciones entre subordinados y jefes o, incluso, entre iguales); los periódicos son empresas. Los periodistas y los periódicos no son actores autónomos: dependen de organizaciones empresariales complejas, frecuentemente jerarquizadas, y ante el observador externo, muy opacas.

En este nivel, el periodista debe asumir su rol social de informar y narrar de manera responsable lo más cercano a la verdad; y, el empresario, por su parte, debe tomar en cuenta los aspectos psicológicos, posiciones

---

<sup>42</sup> Héctor Borrat. *Op. Cit.* Pág. 29.

políticas, motivos por los cuales una persona eligió esa profesión, comprender la tarea del periodista, la imagen pública que ostenta una firma. Complejidades que, si bien son tomadas en cuenta para esta investigación, no estriba el análisis planteado, toda vez que se asume que, como Arena política, el medio resuelve sus problemas internos antes de asumir una postura ante tal o cual tema político. En otras palabras, se “limpia el escenario antes de abrir las puertas a los participantes y al público”.

Cabe mencionar que la Teoría del conflicto empleada por Borrat se deriva de los estudios sociológicos de Dahrenfort que plantean la existencia de un conflicto en función de la interacción y la comunicación entres dos o más entes (sin importar el tamaño del sistema), toda vez que por conflicto se entiende *la competición o el desacuerdo sobre valores, liderazgo, asignación de recursos o cualquier otro importante ítem dentro de un sistema político*. Esto, entendiendo que la política es la asignación de valores –en su acepción de lo que es necesario- , mismos que son autoritarios, implicando por tanto el poder de la política (*lus naturalismo* contra Contrato social, que, inevitablemente, se pacta y mantiene entre cúpulas políticas).

Borrat apunta que, según Robert Meadow, los conflictos sociales sirven para: *abrir líneas de comunicación, fomentar medios de comunicación entre actores, catalizar el cambio e incrementar la comunicación entre los diversos actores sociales*. En otras palabras, el conflicto es necesario y permanente en todo sistema político, pues le da salud y reorganización, misma que, en teoría, debe obedecer a las necesidades de los protagonistas. Y esto, se consigue negociando.

Los conflictos externos protagonizados por los periódicos, como los de cualquier otro actor político, son en parte públicos y en parte no. Esto

depende del tema o los intereses de la empresa que rige, en la mayoría de los casos, la línea editorial del periódico. Del cómo se quiera negociar el conflicto. Hacer más ruido, mantenerse callado –lo cual también comunica- o servir de intermediario y canal de comunicación.

Gran parte de la actuación *no pública* de la prensa estriba en la definición de lo que es noticia y de lo que no lo es. Definición que, por supuesto, se desarrolla dentro de las mesas de redacción y que, inevitablemente, rige el trabajo de reporteros, columnistas y demás actores internos; hecho que, a su vez, manipula el actuar de los demás actores políticos.

Mientras que, su actuación *pública* es el resultado de lo anterior. El cómo y el qué se publica, lo que hace, en estricto sentido, definirse ante los hechos que se consideran noticiables para un periódico. La tematización de sus contenidos lo cual, además de ser su arma frente a los demás actores políticos, es la carta de presentación ante la sociedad, último actor en juego que, también, incrementa sus arcas. Es por ello que en la tematización recae gran parte del actuar político y público de un periódico.

Aunado a lo anterior, cabe mencionar que el “periódico adopta la misma actitud del político profesional: practica un doble lenguaje, idealista cuando se comunica con su audiencia, realista y pragmático en sus propios centros de poder”<sup>43</sup>; las empresas periodísticas el sistema político tratan de proyectar comportamientos sanos a sus lectores, mismos que le generaran credibilidad y ventas. Imagen que se suma a la tematización de sus

---

<sup>43</sup> *Ibíd.* Pág. 32.

contenidos para lograr el éxito, pues son estos dos aspectos sus estrategias por antonomasia para bien librar un conflicto.

Borrat, en otro texto titulado “La construcción de temarios en los periódicos regionales europeos, ¿una cuestión de fronteras y/o de puntos de vista?”, citado por Mar de Fontcuberta<sup>44</sup> dice que la tematización es:

*...Un conjunto estructurado y estructurante de todo periódico, como articulación de los sistemas político, social, económico y cultural en una serie de áreas y secciones, como mensaje polifónico que el periódico comunica a sus lectores. Considerarlo no como simple producto, no como resultado, no como al que viene después de terminado el proceso de producción de la actualidad sino como la instancia última, suprema, inapelable de este proceso de producción: aquella donde los hechos noticiables seleccionados pasan a ser temas de la actualidad narrados y comentados y agrupados por áreas y secciones; donde cada tema despliega en un texto narrativo o argumentativo su propia temática; donde cada texto encuentra su lugar y su contexto inmediato en un área informativa u opinante; donde cada sección o área se encuentran mutuamente ligadas a un conjunto globalizador: el temario, precisamente.*<sup>45</sup>

Reafirmando la idea, en el temario convergen los distintos escenarios en los que un periódico puede entrar a disputar una posición en el sistema político, aunado al cómo se define ante las causas sociales; causas que, se aclara, no sólo respectan al ámbito de la política, sino que, entendiendo que las demás temáticas pertenecen a lo público, por lo tanto a lo político, las une

---

<sup>44</sup> Quien apunta que para 2006 aún permanecía inédito.

<sup>45</sup> Mar de Fontcuberta; Héctor Borrat. *Op. Cit.* Pág. 57.

en una sola postura. Por ejemplo, el tema de la despenalización del aborto en la Ciudad de México, en lo que respecta a la política está dividido en extremos: la izquierda y la derecha, representados, formalmente, por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y por el Partido Acción Nacional (PAN), respectivamente. Posturas políticas, que, por supuesto, se refuerzan con el trabajo periodístico de los trabajadores en el medio. Se obtienen fuentes que sustentan el imaginario con respecto a las ideologías esgrimidas en los partidos. Mismas que, los periódicos, consultan y manejan en su línea editorial, dependiendo de los intereses que la empresa tenga: consultas a científicos expertos en el tema (que niegan o reafirman una u otras posturas políticas, a través de estudios o artículos científicos) en secciones o suplementos científicos, análisis y publicación de encuestas o sondeos, como base de diversos artículos de opinión, entrevistas a otros actores en el conflicto, como herramienta para hacer reportajes o, incluso, para la producción multimedia; trabajos que enmarcan en distintas secciones, días y suplementos.

En los diarios, hacen, en otras palabras, campaña. Recordando que como cualquier actor político, la prensa también puede ejercer la propaganda, repite y repite una mentira hasta que sea tomada como verdad o, viceversa, una verdad es replicada tantas veces como sea necesario para eliminar la postura contraria.

En este sentido, se dice que nada es gratuito ni por suerte además de que, “el capital más importante de un diario es su credibilidad”<sup>46</sup>. En este cruce de factores, las empresas periodísticas hacen un trabajo sutil en el manejo de su imagen y línea editorial. El simple orden jerárquico, por

---

<sup>46</sup>*ibíd.* Pág. 47

ejemplo, que le da un tabloide a sus notas, reportajes, entrevistas y columnas o al tamaño y ubicación de estas –sin mencionar los diferentes precios para las notas insertadas que dependen de los mismos factores-, le da un actuar político.

El contenido de un tabloide se decide, en palabras de Fontcuberta, con base en cuatro factores: a) la inclusión de información, b) exclusión de información, c) jerarquización de la información y d) la tematización. Las dos primeras recaen en aspectos cuantitativos, como lo pueden llegar a ser el espacio, el tiempo para publicar o el interés de medio para que sea publicada la nota; los otros dos factores dependen, por lógica, a aspectos cualitativos, que involucran conflictos al interior o al exterior del diario.

José Luis Sánchez Noriega<sup>47</sup>, desarrolla los factores que influyen en la noticiabilidad de un hecho, misma que a su vez determina la publicación o no del producto periodístico en la prensa contemporánea. En otras palabras, el cómo entra el periódico a tal o cual conflicto o, deja entrar a los demás actores a su arena propia (recordando que, como medio de comunicación, los periódicos hacen las veces de arena). Dichos factores son:

1. *La línea editorial de la empresa informativa.*
2. *La presunción de comercialidad.*
3. *La Facilidad para interpretar los temas.*
4. *La costumbre establecida y la ética profesional vigente de la sociedad.*
5. *La influencia de los colegas de la redacción.*

---

<sup>47</sup> Autor citado por Mar de Fontcuberta desde el libro: José Luis Sánchez Noriega. *Crítica de la seducción mediática*, 1997. *Ibid.* Pág. 61-62.

6. *Los valores, antecedentes, conocimientos, experiencias y gustos de los reporteros.* Donde se abordan temas como “los contactos”, “las filtraciones” etcétera.
7. *Las presiones de los grupos sociales, económicos y políticos.*
8. *El espacio/tiempo disponible en el medio.* Mismo que cambia en función de la época. En vacaciones, por ejemplo, hay hechos que aparecen sobredimensionados, lo cual no sucedería en otras épocas del año, delegándolas al olvido o al silencio.
9. *El momento en que la materia prima llega al medio.* Las noticias en altas horas de la noche se subordinan al cierre de la edición, a menos que sea un hecho de trascendencia nacional, como, por ejemplo, la muerte de un Secretario de estado, tras la abrupta caída del jet donde viajaba.
10. *La tecnología y los talentos humanos con los que cuenta el medio.* Factor que ocasionó, a lo largo de la historia, el crecimiento y consolidación de las agencias informativas a nivel nacional y mundial.
11. *La ocasión y la moda.* En navidad, por ejemplo, siempre se publican reportajes del incremento en el precio de los juguetes o la carne de cerdo. O, a finales de la primera década del Siglo XXI, tras la aprobación en diversos países del matrimonio entre homosexuales, se ha puesto de moda hablar de la adopción infantil por parte de dicho extracto social.
12. *La espectacularidad: lo extraordinario y/o lo exótico.* Hechos que causan curiosidad, morbo, broza e, incluso, identificación por parte de grandes sectores en la sociedad. Se basa, en la mayoría de los casos, en la explotación del conflicto y la descripción de todo el territorio afectivo del hecho –crímenes pasionales, desgracias familiares o sociales, separaciones, tragedias o triunfos de famosos, victorias o derrotas deportivas-.

El autor citado plateó estos factores para la información que es excluida o no. Lo cual habla de un tipo de información que siempre es publicada, que obedece a constantes y bien estructurados planes editoriales. De importancia pública y de interés general, la información política, en la cual radica gran parte de la confrontación entre los diarios y los demás actores del sistema.

Sin embargo, atendiendo a una construcción sistémica en el trabajo periodístico, donde el público también participa activamente en esta confrontación de intereses por informar y ser informados, se debe resaltar los aspectos sociales por los cuales una nota se publica.

La Teoría de la *Agenda setting* (o de la Fijación de orden temático) afirma que los medios de comunicación influyen en la forma en que la gente ve al mundo en tres maneras: estableciendo los temas sobre los que la gente debe hablar, ofreciendo perspectivas que debe adoptar sobre los temas de los que habla y jerarquizando su importancia; Maxwell McCombs, teórico que hiló dicho postulado comunicativo, demostró que el público percibe que los hechos que seleccionan los medios como noticias son hechos que, de una u otra forma, deben conocer y, lo más importante, deben opinar. Es por ello que, las empresas periodísticas manejan su información con cuidado, pues saben que la gente toma los temas de los cuales publican como prioridad en las pláticas informales, compartiendo o no su posición política. Un argumento más para decir que la prensa juega un papel importante en el sistema de comunicación política.

Ya sea por interés por el contenido, la incertidumbre sobre el tema o el simple esfuerzo de entender la realidad, los diarios se siguen leyendo, pues

fomentan la participación –evaluarla o juzgarla no es objetivo de la presente- de la sociedad civil. En términos de Niklas Luhmann, los medios organizan los problemas de una sociedad dispersa que motiva la dispersión. Los periódicos dan certeza.

Los contenidos de los periódicos no se agotan solamente en los contenidos noticiosos. Incluyen, además, la publicidad, fuente necesaria para su propia existencia. Aunado a esto, una carga indiscutida de entretenimiento.

¿Qué se entiende por periodismo? Éste, ¿sólo le limita a informar o también contiene elementos del entretenimiento? Se podría afirmar que, hoy en día, los diarios de información general recurren a un modelo híbrido en sus publicaciones. Borrat, citando a Watson y Hill, dice: “el periodismo informa al público, comunicándole información, análisis, comentario y entretenimiento a la vez que igualmente se propone *representar* al público en la arena pública”<sup>48</sup>; la prensa, y la actividad periodística, son herramientas de la comunicación política, pues insertan a los ciudadanos al intercambio de información dentro del sistema político y, a su vez, ejercen una especie de canal para que los gobiernos se comuniquen y, así, lograr la gobernabilidad, al publicitar sus acciones, versos, acuerdos, diálogos e, incluso, los desacuerdos.

Permite, en otras palabras, la gobernabilidad. Se apunta, lo anterior en un sistema deseable, toda vez que las funciones ideales del periodismo son: *informar* con base en hechos nuevos; *mostrar datos* que le *dan significado* a los lectores; *desarrollar* el contexto, pues todos los relatos necesitan una

---

<sup>48</sup> Mar de Fontcuberta; Héctor Borrat. *Op. Cit.* Pág. 160.

contextualización entorno a un conjunto de supuestos, creencias y valores, pues, en el mismo sentido, el periodismo es esencialmente ideológico – político-, pues es un vehículo comunicativo para la transmisión a una audiencia de una particular visión de la realidad.

Funciones que hablan de una actividad política *per se*, toda vez que, al transmitir una visión particular de los hechos, se motiva a comprender y conferir hechos en una extensa gama de maneras de interpretación. Se convierte en “una expresión y un reflejo del equilibrio de poder existente en una sociedad determinada, equilibrio que cambia a lo largo del tiempo, debido, por lo menos en parte, a la presentación por el periodismo de ideas alternativas, o incluso opuestas, a las ideas dominantes”<sup>49</sup>. Los periódicos, son, narradores polifónicos. Narradores que, a lo largo de su historia, le han dado cabida a todo tipo de voces, ideologías y posturas políticas, religiosas y culturales, por que, como ya se dijo, fungen de equilibrio dentro de las sociedades. En México, por ejemplo y como se podrá leer más adelante, han existido periódicos oficialistas, de oposición, propagandísticos o, como parece ser se ha convertido la dinámica general de la prensa escrita en México –debido, entre otras cosas, a Estado neoliberal-, veletas.

Y, gracias a esta función, la de ser equilibrio, social nació la prensa. Medio de comunicación madre de los que hoy en día conocemos. Ya sea en Estados Unidos o en México, en Europa o Asia, con intereses cruzados, comunes o ajenos a la esfera política o social, tienen una misma historia. Misma que explica el porqué de todo lo que se ha escrito en el presente capítulo. Leamos, *grosso modo*, la historia mundial de la prensa escrita y, por motivos obvios de la presente investigación, abundemos en la historia local

---

<sup>49</sup> *Íbid.* Pág. 161.

de los periódicos en México. Esto, servirá para trazar su papel e importancia en el sistema político mexicano, como una arena de confrontación por antonomasia.

*Historia de la prensa de masas. Prensa en Estados Unidos y su repercusión en el modelo de la prensa mexicana.*

La prensa escrita moderna mexicana tiene antecedentes en Estados Unidos de América, mismos que, a su vez, tienen origen en fenómenos de comunicación europeos, que se desprenden de contextos políticos y sociales diversos que, de una u otra forma, explican el surgimiento de este medio de comunicación.

El desarrollo de los medios de comunicación, según M.L. de Fleur y S.J. Ball-Rokeach<sup>50</sup>, estriba en dos grandes paradigmas sociales. Estos son la *perspectiva evolucionista* (en su forma social) y el *modelo de conflicto*. Como paradigma general, la teoría evolucionista explica el aumento de complejidad en la sociedad o en alguna parte de ella (como es el caso en la comunicación de masas), partiendo de la adaptación a las condiciones cambiantes de la vida social organizada. *La evolución social* habla de cambios en los modos de interacción entre la gente. De igual forma, el modelo evolucionista, explica los procesos de evolución social que se producen al hacer innovaciones tecnológicas para alcanzar los objetivos de manera eficaz, innovaciones que cambian, sin lugar a dudas, el modo en que se organiza parte del entramado social.

---

<sup>50</sup> M.L. de Fleur y S.J. Ball-Rokeach, *Teorías de comunicación de masas*. Pág. 74.

La evolución social, en cuanto innovación se trata, no es un proceso misterioso. La gente creativa propone y pone en marcha nuevas formas de resolver problemas. Algunas de éstas, incluso, permanecen como patrones culturales de inmediato, mientras que otras se rechazan, o se eligen para ser rechazadas al sustituirse por algo más eficaz. Y de esta forma, se desarrolla la evolución cultural humana. En estricto sentido, la prensa escrita, como medio de comunicación y como fuente cultura, la cual la hace estar viva, toda vez que se desprende de la dinámica social, se ha mantenido por mucho tiempo, tiempo que le ha servido no para su destrucción sino que, más bien, se atreve a afirmar, le han agregado elementos que le garantizan la vida. Ya sea con suplementos impresos, plataformas multimedia, digitalización de sus textos o, más recientemente, el respaldo –más no sustitución- en la Internet. Esto hace de la prensa escrita, un medio de comunicación en constante evolución, misma que, por supuesto, acompaña de la mano al desarrollo cultural y tecnológico de la humanidad, de sus lectores y protagonistas que la explican y le dan razón de ser día a día.

El *modelo del conflicto social*, en cuanto al desarrollo de este medio de comunicación se refiere, da cuenta del cambio en los procesos y convenios sociales de acuerdo con distintos principios. Ve a una sociedad, como anteriormente también se explicaba con base en Borrat, dividida en categorías y grupos de gente en constante e inevitable conflicto, persiguiendo objetivos distintos que, a menudo, se excluyen mutuamente. Y los cambios, por lógica, surgen cuando uno domina al otro o cuando funcionan los acuerdos que acercan ambos lados uno a otro, en otras palabras, cuando existe una negociación benéfica para ambas partes.

Y los medios de comunicación, en consecuencia, sin juzgar si son malos o buenos, han pasado por grandes cambios gracias a grandes

procesos sociales: la libertad de prensa, el apoyo publicitario, los subsidios gubernamentales, la protección de la fuente informativa o la propiedad privada, por ejemplo, han marcado la vida de los periódicos a nivel mundial. Resultados de negociaciones políticas, sociales o culturales, pero, todo cambio, es el resultado de un contexto mayor, de conflictos complejos. Como apunta Giuseppe Richeri, “la actividad de investigación debe articularse y referirse, en el caso de los medio de comunicación de masas, al contexto social y político, más general, y debe convertirse en un instrumento, directo o indirecto, de transformación de las estructuras y de la forma de operar de estos”<sup>51</sup>.

Es decir, la historia de la prensa sólo se entiende leyendo los contextos en la que ésta se desarrolla. Sin dejar a un lado, como ya se mencionó anteriormente, los conflictos internos.

Ya sea por la evolución social o por la teoría del conflicto, los medios de comunicación, entre ellos la prensa escrita, tienen estructuras de control únicas, normas específicas que los acercan a sus públicos. Han desarrollado, consecuencia de un sin número de cambios sociales, formas específicas de apoyo financiero, así como con instituciones sociales importantes como los gobiernos.

### *La prensa de masas*

El periódico moderno es la combinación de elementos culturales precedentes de muchas sociedades y muchos periodos. De Fleur y Ball-Rokeach, apuntan que, incluso antes de la era cristiana, los romanos colocaban en sitios

---

<sup>51</sup> Giuseppe Richeri. “Nuevas tecnologías e investigación sobre las comunicaciones de masas”. En: M. Moragas; *et. al. Sociología de la comunicación de masas*. Pág. 58.

públicas hojas con noticias –del Imperio, por supuesto- denominadas *acta diurna*. Los chinos y los coreanos y utilizaban los tipos móviles y el papel de imprenta varios siglos antes de que Johannes Gutenberg, en 1440, comenzara a imprimir sus primeras biblias. De igual forma, los estudiosos de la prensa moderna, sugieren que muchos rasgos de los periódicos que se conocen en la actualidad han sido utilizados en muchos sitios y culturas. Siempre se ha opinado, informado o analizado hechos que, de una u otra forma, repercuten en las familias, sociedades y pueblos enteros. El periodismo no es ni nuevo, ni tan reciente como se podría decir.

La imprenta llegó a Inglaterra a finales del Siglo XV. Pero en fue hasta 1621 cuando comenzaron a aparecer los más antiguos vestigios de lo que hoy son los periódicos modernos. Se les llamó *corantos*. En estos, respondiendo a las características imperiales y de poder ultramarino que contaba la Corona británica, la información se centraba al exterior, teniendo una publicación esporádica, regulados por el Gobierno.

Se afirma, para explicar el crecimiento paulatino en los Siglos XVII, XVIII y XIX de la prensa de masas, que “en sociedades de gobiernos centrales fuertes, la prensa sin regulación tendió a crecer muy lentamente. Donde la autoridad centralizada fue débil, la prensa tendió a desarrollarse bajo un menor control y a progresar rápidamente [...] Cuando la gente común desempeña un papel importante en la determinación de su propio destino político, la difusión de noticias y opiniones es un proceso importante, Las monarquías o aquellas sociedades que tiene formas de control centralizado, no exigen una discusión pública activa sobre temas en los que todos los ciudadanos deben llegar a una decisión informada”<sup>52</sup>; es decir, el desarrollo

---

<sup>52</sup> M.L. de Fleur y S.J. Ball-Rokeach, *Teorías de comunicación de masas*. Pág. 78.

de la prensa, y la ganancia de derechos y libertades propios de este oficio, se daba y da paulatinamente y, con base en el régimen político imperante. Procesos políticos que, si bien es importante considerar, la presente investigación no abundará, toda vez que, como se ha leído, la prensa es tomada en cuenta con un actor más dentro de estos procesos que, simbióticamente, se explican.

Las luchas por la libertad de prensa se desarrollaron durante el periodo en el que las más antiguas monarquías feudales estaban a punto de declinar, mientras progresaban las bases y conceptos de democracia política.

Esta dualidad, entre el cambio político y la búsqueda propia de los derechos de prensa, fijó tradiciones en el periodismo que convirtieron al periódico en un escenario de debate público, reivindicación partidista y comentario político. “Cuando surgieron otros medios de comunicación importantes, esta transformación política había sido ya conseguida en lo principal: ni el cine, ni la radio, ni la televisión [...] han desarrollado el profundo interés por la política que ha caracterizado durante mucho tiempo a la prensa”<sup>53</sup>. De ahí que, se afirme, la prensa, así como ha protagonizado luchas políticas, ha servido como arena para debatir y exponer los cambios políticos trascendentales. Como narrador, en la prensa escrita ha estribado la opinión pública, tanto como actor, como espectador.

Tras la Revolución Francesa, el Renacimiento y la caída de la antigua sociedad feudal, la nueva estructura social era solidificada en una clase media cada vez más fuerte (tanto en participación política como en poder adquisitivo). Este cambio fue inseparable del mercantilismo que, a la postre,

---

<sup>53</sup> *Ídem.*

llevó a la Revolución industrial. Y esta, a su vez, dependió de las mejoras en los medios de comunicación: era indispensable coordinar la fabricación, los embarques, la producción de materias primas, las transacciones financieras y la explotación de nuevos mercados que, cada vez eran más lejanos los unos de los otros.

Los medios de comunicación rápidos y de larga distancia aparecieron poco a poco. Mientras esto pasaba, la clase media comenzaba a constituirse en *público*, no sólo de la información sobre las transacciones hechas por las industrias, sino que también de información política, opiniones o literatura popular.

En Estados Unidos, tras la firma de su independencia, existían tan solo 35 periódicos en las Trece colonias originales, los cuales eran por suscripción anual y sin la cualidad de impresión diaria y urbana que hoy se conoce: un ejemplar por persona, para llevar y con grandes secciones dentro. Fue hasta 1833 que, Benjamín H. Day, un impresor de New York, publicó el *New York Sun* (con el lema “Brilla para todos”), que la prensa tomó el curso actual: noticias locales, relatos de interés, reportajes e, incluso, narraciones de sucesos insólitos y sensacionalistas. Estos atractivos, por supuesto, encontraron en las clases obreras, recién alfabetizadas, un nicho de mercado que explotar. Además, al ser fácil de leer, originó la aparición de los voceadores, emprendedores adolescentes que los vendían por una moneda en las calles, el transporte, las fábricas y demás espacios públicos.

El estilo vivaz y la promoción vigorosa del periódico, alcanzó la impresión y venta de dos mil ejemplares en sólo dos meses, cinco mil en cuatro meses y ocho mil en seis meses. El éxito de *New York Sun* estimuló a

los demás editores a hacer lo mismo, tanto en contenido como en modo de producción y distribución.

Otro elemento que el *Sun* aportó a la historia del periodismo fue la “redefinición de las noticias, para ajustarlas a los gustos, los intereses y las competencias de lectura de ese nivel menos educado de la sociedad—el obrero—. Hasta ese momento, las noticias, generalmente, se limitaban a notas de hechos sociales o políticos de genuina importancia, o de ciertos sucesos que tuvieran significado para un público amplio”<sup>54</sup>; la prensa, al hacerse de masas, definía sus metas y objetivos como empresa en lo que era más vendible, pues, además, comenzaron a introducirse anunciantes que respondían a las necesidades y gustos de esos mismos públicos. La prensa, además de ser política y de fomentar la participación política de la sociedad, al ser propagandística e informativa, se convirtió en un medio publicitario, de agilización de mercados. Convirtiéndose en una institución fundamental en el sistema.

Lo anterior, sin otro elemento fundamental en lo que hoy se conoce: la obtención de información inmediata, lejana y propia. Por ejemplo, la prensa utilizó al telégrafo como medio para la rápida transmisión de noticias, desde la escena de los hechos hasta la mesa de redacción y al barco de vapor como medio de transporte para llegar a otras latitudes y darse a conocer a mercados cada vez más grandes.

De la misma forma, el papel del reportero se hacia cada vez más complejo y especializado. Los periódicos comenzaron a agregar en sus nóminas a corresponsales extranjeros y especialistas en noticias de distintos

---

<sup>54</sup> *Ibid.* Pág. 81.

órdenes. En Estados Unidos, por ejemplo, Washington D.C. concentraba la mayor cantidad de reporteros –como hoy pasa en todas las capitales del mundo-, al ser la capital de aquel país. La prensa se había adjudicado la función de vigilante.

Función que, con el tiempo, derivó en la competencia entre empresas periodísticas. El obtener la noticia, indagar en los hechos y publicar el texto conclusivo de este proceso pasó a segundo término. Cuando la competencia se intensifica, los periódicos –sus directores, editores y reporteros- recurren a los discursos sensacionalistas para atraer más lectores. Lo que importa, en estricto sentido, es vender más y más periódicos. Edwin Emery, en una cita rescatada por De Fleur y Ball-Rokeach, afirma que los periodistas amarillos, obstruyen los canales por los que fluían las noticias hacia el ciudadano común, con una fría despreocupación por la ética y las responsabilidades de su profesión, –transforma- el drama de la vida en un melodrama barata.

El hecho de convertir una arena pública, de participación política, en un cúmulo de noticias banales y sin real trascendencia para la vida de los ciudadanos, ofende a intelectuales, literatos, representantes de instituciones, gremios y políticos. Se pierde la confianza y credibilidad en el medio.

Entre 1850 y 1950, los Estados Unidos de América, vieron crecer su prensa escrita de 758, 000 a 53, 829 000 de ejemplares al año. Cien años marcados por las decisiones editoriales de empresas en búsqueda de desarrollo, así como de más lectores. Un cuasi monopolio de la información, tomando en cuenta que, además, los gobiernos de aquella época carecían de otros medios de comunicación para publicitarse y actualizar su imagen día a día. Fue hasta la consolidación de la radio y, el inminente triunfo de la televisión como medios de comunicación imperantes, que la prensa en aquel

país dejó de crecer para mantenerse en cifras constantes, las cuales nunca significaron –ni aún día significan- su desaparición. Para 1960 el tiraje anual era de 58, 882, 000 ejemplares anuales, para 1980 alrededor de 62, 000, 000 periódicos eran publicados en el lapso de doce meses<sup>55</sup>. El promedio de ejemplar por hogar, es de 0.7, compitiendo con las revistas impresas, el cine, los libros, el mismo empleo o distracciones culturales. Sin embargo, hoy día, la prensa escrita en Estados Unidos, tiende a ser un referente para la opinión pública mundial. El ejemplo está en el éxito del *New York Times* como narrador, periódico, del acontecer mundial.

¿Por qué se hace esta recapitulación de la historia y desarrollo de la prensa norteamericana en la presente investigación?, ¿Qué le significa a la prensa mexicana? Los tratados post Segunda Guerra Mundial, elaborados y aprobados en la Organización de las Naciones Unidas (ONU), El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), hablan de una dependencia informativa, de imitación de modelos exitosos y de colaboración entre las potencias –o líderes- y países en desarrollo o, por lo menos, con los que se encuentran geopolíticamente hablando, en su zona de influencia. Ya sea a nivel gobierno como en el de empresas privadas.

Armand Mattelart, en su libro *Historia de la sociedad de la información*, argumenta que “La futurología anuncia que la humanidad esté en el umbral de la nueva era de la información, y por tanto del universalismo. En esta lógica existen tres emisiones: las ciencias sociales, la investigación previsional y la geopolítica”<sup>56</sup>; el estudio de la comunicación y la información desde el planteamiento teórico del ser humano como ente social, el estudio de futuro como punta de lanza para los análisis –mercadeo, prospección, y

---

<sup>55</sup> Cf. M.L. de Fleur y S.J. Ball-Rokeach, *Teorías de comunicación de masas*. Pág. 88-90.

<sup>56</sup> Armand, Mattelart. *Historia de la sociedad de la información*. Pág. 81.

creación de escenarios- y partir de las relaciones estratégicas entre los estados.

Para el estudio de la prensa escrita en México se debe tomar en cuenta esto, toda vez que es de suma importancia, ya que también se parte de la idea de que se enmarca en un contexto global que, de una u otra forma, ha marcado su comportamiento desde su nacimiento y, además, marcado sus relaciones políticas y económicas.

En este sentido, Jürgen Habermas, en *Historia y crítica de la opinión pública*, describiendo la evolución histórico-social del concepto *publicidad*, como toda aquella vida social publicada, expone que la prensa es la más soberbia institución de todo su desarrollo, ya que “a medida, por un lado, que ésta va comercializándose, se allana el terreno entre la circulación de mercancías y el tráfico del público; en el seno del ámbito privado va difuminándose la delimitación entre publicidad y esfera privada”<sup>57</sup>; camina, estratégicamente, paso a paso: de una pequeña industria artesanal, encargada del tráfico y clasificación de noticias a una empresa depositaria de la opinión pública, en la pluma de intelectuales, líderes gremiales y, a la postre, de políticos y encargados de las decisiones públicas.

Empresas que, además, está sometida las leyes de mercado que, todo producto debe obedecer para sobrevivir. De ahí que, también esté sujeta a esa dinámica pretenciosa de obtener más y más ganancias, de las manos privadas que comercializan la publicidad –lo público- junto con la publicidad comercial –lo privado-; en palabras de Habermas, poco a poco, el camino de la prensa fue dominado por las personas-privadas-propetarios-

---

<sup>57</sup> Jürgen Habermas. *Historia y crítica de la opinión pública*. Pág. 209.

privados sobre las personas-privadas-público, orillando a que toda la industria se someta a las necesidades mercadológicas de la publicidad comercial.

Mattelart, en una imperiosa necesidad por abrir el panorama de estudio, plantea que, hoy día, se crean “tecnologías intelectuales” para sustituir los juicios intuitivos por el algoritmo, ayudando a definir la acción racional y a identificar los medios para conseguirlo. Entre estas creaciones se encuentran la programación lineal, la simulación, la teoría de la información, la cibernética, etcétera.

Para apoyar lo anterior y darle mejores resultados, se crean también los métodos de regulación al crecimiento de las nuevas tecnologías, para establecer los costos privados de las empresas y las repercusiones sociales que podrían traer consigo estos avances. Establece también que el progreso llega a los llamados países atrasados mediante la difusión de los más desarrollados, la occidentalización del mundo.

El almirante William A. Owens y el politólogo Joseph S. Nye afirman que “el único país que está en disposición de llevar a cabo la revolución de la información es Estados Unidos”<sup>58</sup>; que las nuevas fuentes del nuevo poder son la información libre, la información comercial y la información estratégica. Convirtiendo a al sistema informacional en el vector de la ampliación de una comunidad pacífica de democracias. Se recurre a un periodismo cada vez más enfocado a la globalidad. Hecho que repercute en la toma de decisiones en las mesas de redacción: “abrir o no el panorama, abrir o no el mercado”, es el dilema.

---

<sup>58</sup> Armand, Mattelart. *Op. Cit.* Pág. 105.

Los Estados, a nivel gobierno, están ocupando el *soft power* (la capacidad de engendrar en el otro el deseo de todo aquello que se quiere que desee) para conseguir que su poder sea legítimo a los ojos de los demás y lograr instaurar instituciones internacionales que animen o limiten sus actividades. La prensa, en otras palabras, como cualquier otro medio de comunicación, se enmarca en contextos donde las grandes empresas –con sus gobiernos- establecen agendas informativas, definiciones de lo que es noticioso y, además, de lo que es importante. La opinión pública deja de ser local para convertirse en un monstruo global. Las arenas se hacen inmensas, siempre y cuando también impacten en la arena local.

La idea de la entrada a una nueva era informacional da paso a pensar que nadie es responsable de lo que suceda en ella, ya que se carece de liderazgos. Además, la red convierte en nulas y sin valor las nociones de centralidad, territorialidad y materialidad, dando lugar a los cuatro puntos cardinales de la sociedad informacional:

1. Descentralizar
2. Globalizar
3. Armonizar
4. Dar planos poderes para hacer

Pero, y sin –aparentemente- previo aviso, la idea del fin del Estado-nación perdió valor y presencia el 11 de septiembre de 2001, en el descubrimiento del nacionalismo y del intervencionismo keynesiano. La información, aparentemente libre, se volvió a congregarse entorno a una sola agenda. El mismo fenómeno con las guerras petroleras en el lejano oriente –Afganistán, Irak, etcétera-, las desgracias naturales de principio de siglo –el Tsunami en

Indonesia, los Terremotos en China- o el cambio político que significaba la elección de Barack Obama como presidente de Estados Unidos. Dinámicas que pernean en el comportamiento de la prensa mexicana.

La sociedad de la información hace pensar en:

1. Un mundo sin muros.
2. Un mundo sin leyes

En julio de 2000, el G8, firmó una Carta sobre la sociedad global de información, en la que se reiteró la voluntad de defender la propiedad intelectual, continuar con la liberación de telecomunicaciones, promover normas comunes y proteger al consumidor, todo esto con el fin de darle su valor al conocimiento individual.

Esto con lo que respecta al Estado, en términos de que es esta entidad la que debe regular estos procesos, pero es tarea de los ciudadanos vigilar que el Estado no se desprenda de esta función. Hablamos de empresas periodísticas libres de publicar y transmitir noticias a su gusto, necesidad e interés. Se habla pues, de periódicos envueltos en un contexto donde la libertad se complementa con la unificación de criterios. El control del Estado se une a la voluntad de las empresas, convirtiendo al proceso de comunicación política en un fenómeno complejo.

Complejidad que aumenta en Sistemas políticos como el mexicano; complejidad que surge de los actores, lectores y creadores de la prensa. Complejidad que, si es estudiada, logra explicar el papel que la prensa mexicana ha tenido en su sociedad. Papel que, además, y como se ha leído, puede hacer las veces de oficina de comunicación para los gobiernos,

vocería para empresas o políticos, escenario de confrontación de dos o más de los anteriores. Sin mencionar, claro, que la prensa es un gran espacio de publicidad –comercial y política-. Hechos que en el siguiente capítulo se expondrán y que, arrojarán un modelo de comunicación política a partir de la prensa escrita.

En el presente capítulo se ha abordado el ser político de la prensa. En ese tenor, se ubicó a ésta como un actor más dentro del sistema de comunicación, dentro del sistema donde se intercambia información a fin de que la ciudadanía tome decisiones políticas; además, del cómo el sistema de información que impera en México tiene su raíz en otras realidades como la norteamericana o la europea, los modelos y formas son calcas de los que allá se desarrollan, lo cual habla de una tendencia a hacer del periódico un refuerzo a los medios electrónicos y ser un escalafón más en el entendimiento de la realidad; fue importante abordar estos temas por que explican, en mayor parte, el cómo se hace la prensa mexicana, en cuestión de cómo está diseñada y orientada a nivel macro.

Sin embargo, entender la realidad de la prensa mexicana es adentrarse a la historia misma del estado mexicano; hablar del desarrollo de la arena política en México implica hablar de la evolución del cómo se comunicaba la política: los rituales, los símbolos, el uso de la religión, el sometimiento de culturas, el abuso en usos y costumbres, los líderes, las facciones, los conflictos, los héroes, los caudillos y villanos, etcétera, todo ello plasmado en las diversas formas de narrar la sociedad hasta llegar a lo que hoy conocemos como prensa escrita.

Por ello, los próximos dos capítulos retomarán la historia de México a través del proceso de comunicación que la prensa escrita tomó para consolidarse.

Se irán rescatando los elementos fundamentales en el trazo de la arena como vehículo para fundamentar sistemas políticos, formas de gobierno, ideologías y un sin fin de conflictos que la prensa mexicana tuvo que abordar. Misión complicada, alejada por mucho tiempo del ideal democrático de informar para construir ciudadanía, más bien, la prensa era la forma en la que los gobernantes se construían, de ahí su importancia.

De manera empírica, se sabía que la prensa era un actor importante, pues, al estar en un país, primero de castas, luego de bandos y clases, de ricos y pobres, analfabetas y sumisos, era fundamental informar a las élites para que, a manera de contagio, se transmitiera lo que para los gobernantes eran importantes. Costumbre, más bien, forma de comunicar que, con el tiempo, adoptaron los medios de comunicación electrónicos: *que se informe quien pueda... leer, tener un radio, comprar una televisión, pagar Internet.*

En este último punto estriba la importancia de la presente investigación: si se analiza la conformación de la arena política a través del uso de la prensa escrita, se entiende en gran parte la dinámica de la sociedad mexicana con respecto a su clase política. Esto en el sentido de que los medios en papel siempre han estado más cerca de la sociedad que ningún otro, que la prensa ha sido depositaria de causas y revoluciones, de pasiones y reclamaciones de la sociedad, que cada grupo de poder, haya trascendido o no, ha tenido la oportunidad de publicar en papel, de participar en la historia de su país. Y, también, la prensa escrita en México se ha modificado y evolucionado, de tal forma, que habla por sí misma de su papel en las distintas etapas de la historia de su país.

Esto, junto con los elementos comunicativos y las realidades globalizadas que hoy en día pernean en la dinámica de los diarios, han hecho de la

prensa nacional una arena a estudiar desde la comunicación política: ¿cómo se ha comunicado la política?, ¿qué elementos de la prensa escrita se explotaron en cada uno de los periodos?, ¿ha sido un simple instrumento o, también, un actor más?, y si esto ha sido, ¿desde cuán y con que intereses políticos, qué tan cercano al poder se ha colocado la prensa y qué tanto de este poder se le ha dado?, ¿qué tipo de actores se han subido a esta arena?, en una sociedad como la mexicana, ¿qué tan importante ha sido contar con una arena como la prensa para que la gente conozca lo que pasa en su gobierno?, en conclusión, ¿por qué aún vive la prensa escrita en este país, qué símbolos, qué elementos de la sociedad rescata en sus páginas para que aún perdure?, al ser tan vieja como la sociedad mexicana –ya mestiza-, ¿habla por la sociedad o la es la sociedad la que habla por su prensa?

# Capítulo III

## ***Prensa escrita en México, de la Conquista al Porfiriato: la incipiente gran industria***

*En el Siglo XVI la formidable aventura de los descubrimientos geográficos por la conquista de las rutas marítimas fijó, de un modo asaz sistemático, la existencia de reporteros, cronistas, dibujantes, pintores, grabadores, cartógrafos y críticos, así como de editores y directores para que llevaran razón y cuenta de las novedades que, a diario, estaban transformando el concepto y las dimensiones de nuestro planeta en la mente de los europeos.*

*Agustín Aragón Leyva, citado en Rafael Carrasco Fuente, La Prensa en México. Datos históricos*

*La historia de la prensa mexicana es la historia de la expresión de voceros de grupos políticos o económicos, matizada por fugaces publicaciones independientes. Esta constante se mantiene desde la época colonial hasta nuestros días.*

Como se ha dicho anteriormente, la organización, interrelación y relaciones de poder son factores que la humanidad no puede negar. Las actividades del ser humano van acordes a su condición política, se desarrollan con base en complejos procesos que explican su actuar cotidiano y que, día a día, se actualiza.

Este es el caso, sin duda, del periodismo y todo lo que rodea dicha profesión. Manuel Buendía, periodista mexicano, decía que: “el periodismo forma parte de los instrumentos de la comunicación social. La comunicación social es un elemento constitutivo del poder”, frase pensada para definir la prensa política mexicana.

En el capítulo anterior, se veía el camino que la prensa estadounidense cruzó para llegar a ser lo que es hoy día. La prensa escrita en México, de igual forma, ha caminado de la mano del poder político que, aunado a las leyes que rigen la actividad periodística y los intereses de grandes grupos económicos, le ha atribuido funciones y dinámicas muy particulares dentro del Sistema de comunicación política mexicano. Como apunta Salvador Novo, en la primera línea del prólogo del libro de Luis Reed Torres y María del Carmen Ruiz Castañeda, *El periodismo en México: 500 años de historia*, la historia de la prensa en México es “riquísima, tanto por su contenido político como por el social”.

Sin menospreciar e ignorar a los procesos comunicativos, políticos y culturales que, por supuesto, ocurrieron en la época prehispánica en nuestras tierras, el mismo Novo apunta que, el primer hecho noticioso que, simbólicamente, marcó el inicio del periodismo mexicano –hablamos ya del

mestizaje entre dos culturas, una que llegaba y otra que recibía- fue el anuncio a Moctezuma del arribo de los “hombres blancos y barbados”, de quienes alguna vez hablara Quetzalcóatl. Esa, y no otra noticia, conmovió hasta los cimientos al imperio de Anáhuac; hecho que, a la postre, el 13 de agosto de 1521, y ya con Cuahutémoc como Gran Tlatoani, dio lugar a la caída de la gran Ciudad de Tenochtitlán. Esa labor que, en su momento sin conocerlo, cumplieron los mandaderos de Moctezuma desde el Puerto de Veracruz y que preparó a los habitantes del Valle de México para recibir a los conquistadores, avisó de la necesidad de desarrollar medios adecuados para intercambiar información entre la capital y sus alrededores.

Miguel León Portilla documenta como Pínotl, gran mayordomo; Yaotzin, mayordomo de Mictlán-Cuauhtla; Teuciniyoacan, mayordomo de Teuciniyoacan; Cuitlapíltoc, guía y Téntitl, impresionados por lo visto en Veracruz narraron a Moctezuma, en una especie de crónica periodística: “Allí, donde para ti mantienen vigilancia de las cosas tus abuelos, en la superficie del mar, fuimos a ver a nuestros señores, los dioses, dentro del agua”<sup>59</sup>. Para fines de esta investigación, se puede decir que ésta asienta las bases de un nuevo proceso de comunicación política (como se desarrolló en el Capítulo 1 de la presente): el gobernante que, a partir de ese momento, del cual se debería obtener información para garantizar gobernabilidad ya no era el Tlatoani, sino los nuevos personajes que, además, derribaban la jerarquía azteca, ya que se les ubicaba al mismo nivel que los dioses.

El proceso de comunicación política se comenzó a enfocar en las decisiones de esa nueva clase dominante, la española; lo noticioso comenzó a montar a caballo y a usar barbas. La comunicación no verbal y directa que

---

<sup>59</sup> Miguel León de Portilla. *El reverso de la conquista*. Pág. 34, *apud Informantes indígenas de Sahún*, Códice Florentino, Libro VI, capítulo II.

los conquistadores ejercían con los gobernantes aztecas, potencializada con las armas, la tecnología y la opresión cultural y religiosa, que se originaba desde los conquistadores allanó el terreno para que la única instancia de comunicación política por atender fuera, con el tiempo, la virreinal. Y el ejercicio de la prensa, por lógica, también nació en ese marco: el de sumisión al nuevo grupo gobernante.

Las bases del periodismo en nuestro país se remontan a la época colonial, en el siglo XVI, cuando circularon por las calles de la capital de la Nueva España los famosos pregoneros, que, en medio de las plazas públicas o de mercados o sitios de gran afluencia, anunciaban las noticias de actualidad. Esta labor era realizada bajo la supervisión de las autoridades coloniales, que a través del Cabildo otorgaban permiso expreso a estos ingeniosos hombres. Era un oficio al servicio de la corona.

Luis Reed Torres documenta que, de 1522 a 1523 no hay registros oficiales de quién ocupó el cargo de pregonero –en caso de haber existido-, toda vez que los cabildos se celebraban en Coyoacán, en la residencia de Hernán Cortés, toda vez que la ciudad representaba una gran inseguridad a la salud: cadáveres por doquier de castellanos e indígenas, peste y desolación; hechos que, además, fueron callados. No fue hasta que, en 1524, aparecieron las actas del trabajo de los primeros pregoneros en la Nueva España, “verdaderos predecesores del actual periodista, porque al fin y al cabo, y aunque fuera en primitiva forma, informaban a la comunidad de las medidas tomadas por el Ayuntamiento, mismas que debían obedecerse”<sup>60</sup>. Francisco González ocupó ese puesto; cabe mencionar que en aquella época no se daban noticias de carácter privado, todo se

---

<sup>60</sup> Luis Reed Torres y María del Carmen Ruiz Castañeda. *El Periodismo en México: 500 años de historia*. Pág. 12.

concretaba a hacer saber al pueblo de las disposiciones del cabildo. Comunicación política *per se*.

Notificaciones como la que, (por orden del Ayuntamiento, el 4 de noviembre de 1524) González pregonó: “advertencia y exhortación a los propietarios de solares para que cercaran su propiedad so pena de ser incautada por las autoridades y entregada a otra persona que se comprometiera a colaborar a que la capital se viera más limpia”<sup>61</sup>; o la que, para que el ejército conquistador se purgara de vicios y distracciones, prohibiera el juego de dados, naipes y otros juegos de azar; orden que se asemejaba a la que el 23 de mayo de 1525 impedía la portación de armas de fuego dentro de la ciudad, salvo espada y puñal, porque “se provocaba gran alboroto”. Este mismo tipo de anuncios también giraban en torno a la salubridad del pueblo: el 27 de octubre de 1525 Francisco González salió a las calles a decir que lo “mandaron a que se pregone públicamente que todas las personas que tienen puercos en esta ciudad e (sic) en sus términos los saquen de ella”<sup>62</sup>. También el papel del pregonero informaba sobre el plano económico: el 27 de febrero de 1526, tras haber sufrido la intromisión de mercaderes que vendían semillas y aceites a precios de escándalo y sin utilizar medidas, el Ayuntamiento mandó una orden que “prohibía vender los productos citados sin utilizar medida, condenaba a quien violara por primera vez tal disposición al incautamiento de una parte de ambos artículos; a la segunda falta todo pasaría a poder de la justicia y se implantaría una multa de veinte pesos –que ya comenzaban a significar mucho en aquella época, debido a que sólo los españoles los poseían-; cien azotes públicamente

---

<sup>61</sup> *Ibid.* Pág. 13.

<sup>62</sup> *Ídem.*

dados constituían el temible castigo a quien infringiera la ley por tercera vez”<sup>63</sup>.

El uso de símbolos españoles, como la lealtad a la corona o el uso de los pesos como moneda de pago, establecieron una manera de significar distinta para el pueblo de la ciudad, de inferioridad; significación que, además, fue reforzada con el uso de la fuerza como último castigo, muy semejante a la pena mayor dentro de la religión: el infierno. El trabajo de pregonero, por decirlo de alguna manera, era el vehículo por antonomasia del sistema de comunicación política de aquella época, el analfabetismo era una realidad imperante. La labor del pregonero, cabe decirlo, era mal pagada.

Es el mismo Luis Reed quien narra que Juan de Montilla, pregonero de la ciudad a partir del 15 de noviembre de 1533, ganaba seis pesos de oro al año, mientras que, por ejemplo, el escribano del cabildo ganaba ochenta pesos de oro al año; este hecho llevó a que, el 15 de noviembre de ese mismo año, un día después de haber tomado posesión a su cargo, Juan Montilla pretendió cobrar por sus pregones, hecho por el cual, “fue acusado por querer metalizar sus deseos. Fuerte llamada de atención y amenaza de diez días de cárcel por cada día que se negara a pregonar fueron suficientes para que el desgraciado pregonero rectificara”<sup>64</sup>; arrepentimiento que le sirvió para que, ya en el virreinato de Antonio de Mendoza, en 1543 se le concediera un solar en el barrio de San Pablo. El cargo de pregonero perduró en el virreinato como la fuente de información principal de la Nueva España, a la par de las nuevas tecnologías que llegaban y que, poco a poco, se consolidaban.

---

<sup>63</sup> *Ibid.* Pág. 14.

<sup>64</sup> *Ibid.* Pág. 16.

### *La imprenta y el desarrollo de la nueva arena*

El ánimo por informarse y por informar ya había asentado las bases para un sistema de comunicación estructurado: un emisor, el medio al alcance del receptor, mismo al que se le tenía que informar hasta donde estuviera, por que sino, él no iba a ir por la información; en otras palabras, el sistema de medio nace desde lejos para llegar a la mente de la gente, tal cual llegaban los espectáculos o distracciones. Es por ello que urgían métodos que aceleran el proceso. Se inventa la imprenta y la arena, además de que se hace mucho más atractiva a la vista, comienza a conservarse, física y en el imaginario de la gente.

La llegada de la imprenta a México ocurre el 10 de junio de 1539, cuando, a instancias del arzobispo Fray Juan de Zumárraga, llega a radicar en la capital de la Nueva España el impresor sevillano Juan Cromberger, junto con su apoderado Juan Pablos, quien regateó la primera imprenta en la Nueva España. Cabe mencionar que, ese mismo año, apareció el primer libro impreso en América, del cual se ha podido documentar: la *Breve y más compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana*.

De manera paulatina se fueron instalando más talleres de impresión con lo que inicia la circulación de hojas volantes dos años después. Mismas que copiaban las técnicas y formas de sus antecesoras europeas. Estos impresos recibían muchos nombres: relaciones, nuevas, noticias, sucesos o traslados. Sin embargo, no importa el nombre, se les considera como el germen del periódico actual, aunque carezcan de periodicidad, ya que cumplían dos de las grandes funciones de la prensa actual: recogían

información de importancia para el pueblo y servían, también, como medios de difusión de eventos privados o de trascendencia local.

Ruiz Castañeda, citando a Torre Revello, describe que las hojas volante contenían un tufo de lo que, hoy en día, se le conoce como información periodística. Apunta que, en las páginas de las hojas volante, “no siempre se registran noticias de interés local o americano, por ser, los tales impresos, mera repetición, casi siempre, de lo que referían papeles similares europeos”<sup>65</sup>, hechos que aún suceden cuando un periódico se enriquece de informaciones de agencia; esta particularidad de las hojas volante contrasta con un factor que Agüeros de la Portilla narra con suma precisión: “las relaciones y hojas volantes se publicaron con alguna frecuencia y aunque se dice y se cree que las más de ellas se referían a asuntos extranjeros, la verdad es que no pocas trataban cuestiones particulares de la Nueva España; y si no siempre era así, cuando menos, informaban de hechos de armas, muertes de monarcas españoles, o algunos otros acontecimientos que directa o indirectamente interesaban a la colonia”<sup>66</sup>; cumplían, ya, un papel dentro del sistema de comunicación política.

#### *Hojas volante y gacetas, precursores*

Como se ha visto, la presente investigación gira en torno a los periódicos de circulación diaria, fundados en 1785 con la publicación de grandes diarios como *The Times*, británico o *Neuve Zuercher Zeitung*, suizo (los cuales, cabe mencionar, aún existen y de manera muy influyente), como diría Raúl Shor, “la prensa escrita cobró fuerza en las primeras décadas del siglo XIX.

---

<sup>65</sup> *Ibid.* Pág. 37-38.

<sup>66</sup> *Ídem.*

Antes, las informaciones circulaban por boca y en algunos cafés se podían conseguir 'gacetas', pasquines que en su mayoría contenían alegatos tendenciosos de diversas corrientes políticas y filosóficas antes que informaciones<sup>67</sup>; medios de comunicación que, de forma gratuita, hicieron germinar una necesidad cada vez más fuerte de información en su más estricto sentido, de conocer lo lejano, lo nuevo, lo que era imposible conocer, ya sea por la distancia o el tiempo.

La primer hoja volante, impresa en la capital de la Nueva España, ha sido un referente para la historia del periodismo mexicano: la *Relación del espantable terremoto que agora nuevamente ha acontecido, en las Indias en una ciudad llamada Guatemala es cosa de grande admiración, y de grande ejemplo para que todos nos enmendemos de nuestros pecados, y estemos apercebidos para cuando Dios fuere servido de nos llamar*<sup>68</sup>, elaborada por Juan Pablos en 1541, toda vez que recogió los escritos de Juan Rodríguez, que englobaban testimonios y relatos de sobrevivientes de la tragedia. La cual, por cierto, se trató de una inundación.

Se convertiría, entonces, en una especie de *protoreportaje* para toda América: “el estilo de la narración es objetivo y nervioso –propiamente periodístico- [...] La fuerte carga emocional producida por la anormalidad de la catástrofe, se transmite al lector de nuestros días de manera inmediata [...] como ocurre en la mayor parte de los reportajes, se aproxima a géneros más propiamente literarios que periodísticos, como la narración<sup>69</sup>; la cual, se aclara, sigue siendo objetiva. El hecho de que el oficio del periodismo haya tenido este tipo de génesis refiere a que, en la actualidad, el relato

---

<sup>67</sup> Raúl Sohr. *Historia y poder de la prensa*. Pág. 22-23.

<sup>68</sup> Texto íntegro en: Reed Torres; Ruiz Castañeda. *Op. Cit.* Pág. 46-52.

<sup>69</sup> *Ibid.* Pág. 42.

periodístico no esté distanciado de este tipo de narrativa, que la arena de los periódicos respondan a esas mismas necesidades de informar para comunicar “lo más íntegro” posible un acontecimiento, sin mediar en el lenguaje y formas, toda vez que durante toda la época virreinal (e incluso, como se leerá más adelante, durante todo el siglo XIX y XX) se continuó con esta forma de narrar la realidad en México. En la Colonia, este tipo de medios se popularizaron, ya que se adaptaron perfectamente a los requerimientos de hombres ocupados que tenían gran necesidad de información práctica sobre todos los temas en palabras sencillas, vistos como un espectáculo, sin intromisión en asuntos públicos ni de trascendencia. En parte, sí, obedeciendo al sistema imperante, donde la autoridad discernía sobre estos asuntos. Ejemplo de ello, el *Mercurio Volante*, editado en 1693 por el intelectual Carlos de Sigüenza y Góngora, con noticias de carácter histórico y científico.

El siglo XVIII el periodismo mexicano vio nacer a las gacetas. En enero de 1722, la *Gaceta de México y Noticias de la Nueva España* inauguró, gracias a Juan Ignacio de Castorena y Ursúa, las publicaciones regulares en el país. El propio Castorena ilustra el concepto por el cual decidió publicar un medio de forma periódica, imitando a las editadas en las principales ciudades europeas, decía que: “a más del general motivo de las Gacetas, siendo éstas una fielísima relación de lo que acaece en estas dilatadas regiones, puede sin trabajo cualquier discreto, con la diligencia de juntarlas, formar unos Anales en lo futuro”<sup>70</sup> ; en otras palabras, la gaceta nace como un medio con el cual se puede hacer historia, a través de su almacenamiento y posterior estudio. Retratar la realidad para no ser olvidada, sería una función de la prensa que, hoy en día, aún perdura, lo

---

<sup>70</sup> *Ibid.* Pág. 54; fragmento recopilado de *La Gaceta de México*, Núm. 1, enero de 1722.

que, al mismo tiempo, le da vida y razón de ser al medio. Tavera Alfaro, citado por Ruiz Castañeda, afirma que la publicación de gacetas tiene escondido un ideal de nacionalismo escondido, una cierta madurez intelectual de querer perdurar una cultura que se sentía ajena a la europea, hacerse notar como algo distinto a lo que de ultramar llegaba.

A pesar de esta incipiente intención de unir a la nación en torno a hechos cada vez más cercanos, las gacetas carecían de comentarios, especialmente de tipo político, y por consecuencia, de la función orientadora que se le atribuye a la prensa moderna. Lo cual se origina de la dinámica casi burocrática que el periodismo desarrollaba, que, a su vez, respondía del absolutismo de aquella época. De igual forma, el trabajo periodístico de las gacetas estriba en la recopilación de noticias y no en la investigación ni, mucho menos, de la comprobación de los hechos ahí publicados. Lo cual, también, dista de la prensa actual.

Además, si bien las gacetas tenían una periodicidad fija (cada semana, dos por mes, etcétera), carecían de inmediatez y, por tanto, del ideal de “noticia” como algo temporalmente próximo que, en nuestros días, tenemos –acercándolas más al ideal de revista actual-. Las noticias se organizaban de acuerdo al modelo europeo, por el lugar de su procedencia, organizadas en capítulos y de forma cronológica. Comúnmente, las noticias del mismo día, de cualquier género que fueran, iban seguidamente, separadas únicamente por un punto. Y una información carecía de profundización, sólo se contaba con una inserción por cada hecho, reinaba una indiferenciación de noticias. Pero, poco a poco, y justo a finales del siglo XVIII, nace el medio de comunicación que importa a la presente investigación: el periódico diario de información general.

### *El camino de la prensa escrita en México*

McLuhan habla de la perennidad del periódico gracias a ser de papel. Este autor argumenta que el potencial mediático de la prensa deriva, en parte, de que “el papel es un medio caliente que sirve para unificar horizontalmente los espacios, y tanto en los dominios políticos como del ocio”<sup>71</sup>; y, contempla, retomando a Enrique Guinsberg, cuando dice que ellos –los periódicos- no son más que transmisores de contenidos producidos en un marco social que requiere de tal enajenación; los diarios impresos tienden a emular a los medios electrónicos no sólo nutriéndolos de sus contenidos, sino empaquetando la información con un cedazo de espectacularización.

La prensa, desde su nacimiento, ha tenido el ideal de reflejar la realidad de una sociedad, convirtiendo en historia sus contenidos, con una participación, implícita, de la misma sociedad por la cual nace y se hace. Germina con funciones específicas; planteamientos diversos, ideológicos, más que profesionales, que la encaminaban a ejercer una presencia en el sistema comunicativo de la época, a través de la participación de los lectores en su elaboración. Cabe mencionar que esta participación no estribaba en la política, en parte, como se ha mencionado con anterioridad, gracias al absolutismo de la época. Más bien, la prensa se concibe para ser un medio de expresión literaria, económica y de aviso a situaciones de carácter local. Hacía presente realidades, problemáticas, entre iguales, dejando a un lado la relación gobierno-ciudadano, de la cual la prensa actual es vehículo por

---

<sup>71</sup> Cfr. Marchall McLuhan. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Paidós (Paidós comunicación, núm. 77).

autonomasia.

El historiador y periodista, Carlos María Bustamante<sup>72</sup> y el Alcalde de la Real Audiencia, Jacobo de Villaurrutia, fundan en 1805, con la venia del virrey José de Iturrigaray Aréstegui, el Diario de México, el primer periódico cotidiano de la nueva España, para publicar artículos de literatura, artes y economía, a semejanza de del Madrid; El Fiscal de lo civil, Ambrosio de Sagarzurieta, al dar el dictamen favorable para la publicación del diario, asentaba que este fomentaba el bien común, toda vez que

... en una ciudad como ésta, la principal del Reino, y en que se encierra tanto número de letrados, artesanos los más hábiles y de otras muchas personas de importancia, donde es conveniente la emulación para el fomento de las ciencias, de la industria, de la agricultura y el comercio, [...] hacía notable falta un proyecto como éste, que ha producido tan buenos frutos en todas las naciones, que inspira la afición a la lectura y proporciona un medio más sencillo y fácil para comunicarse las ideas y adelantar sus facultades [...] y sirva a otros a adelantar el estímulo; igualmente se excita el amor a la virtud y todo influye para civilizar a la plebe y reformar sus costumbres, siendo los bienes que resulten, no sólo para el público en lo general, sino trascendencia muchas veces al recinto y economía privada de

---

<sup>72</sup> Tras la promulgación de la Constitución de Cádiz, José María de Bustamante es de los primeros en hacer uso de la libertad de imprenta consagrada por esta ley, y publica el periódico *El Juguetillo*, lo cual generó molestias por parte del Virrey Francisco Javier Venegas y Saavedra, el cual lo mandó cerrar; fue Diputado al Congreso de Chilpancingo, por la Provincia de México, donde redactó el discurso inaugural de José María Morelos y Pavón, leído en septiembre de 1813; además, colaboró con la redacción de la primera Acta de Independencia de México; preso en varias ocasiones durante la revolución independista, político mexicano durante los primeros años del México independiente y relator de estos años y prócer de la libertad de prensa en México.

una familia y de una casa.<sup>73</sup>

*El Diario de México* le da cabida a toda especie de mensajes y materias. Desde la publicación de avisos religiosos, adelantos en ciencias y artes, avisos comerciales, necrologías, hasta la ventilación de causas célebres desarrolladas en tribunales; hecho que se debe resaltar es que dicha publicación le dio entrada a la literatura “casera”, en los expendios donde se podía conseguir una edición del diario, se colocaban buzones con el fin de que los lectores, usando su nombre completo o un pseudónimo, hicieran llegar sus escritos para que salieran publicados en las hojas del medio, el cual contaba solamente con cuatro páginas, impresas en talleres de la Calle de Santo Domingo.

De hecho, los mismos editores del Diario, exponen, en el prólogo de su primer edición, arrojada el 1º de octubre de 1805, que la publicación se enfocaba a todos los sectores, “en nuestro almacén hay un surtido regular de todos los géneros, porque es preciso que haya para todos [...]: los rasgos de erudición que se prometen, servirán para instruir, o divertir a algunos, y otros serán interesados en las noticias de economía doméstica, en el hallazgo de lo que perdieren, del mozo que solicitan, de la venta de sus bienes, o en los avisos sobre los demás ramos de gobierno, comercio, agricultura, etcétera”<sup>74</sup>; en la actualidad, estos servicios o ideales de la prensa, son aderezados con la publicidad o el compromiso social de las empresas periodísticas, a modo de consigna. En aquella época lo era todo para el diario.

El diario era una arena de participación para los lectores. El periódico

---

<sup>73</sup> Ruiz Castañeda; *Op. Cit.* Pág. 82.

<sup>74</sup> *Ibid.* Pág. 85.

nace con esa función, los lectores se consumían a ellos mismos, pagaban por leerse, en otras palabras. Ruiz Castañeda relata que fue sorprendente la aceptación del espacio para darse a conocer y, por consiguiente, la necesidad de expresión por parte de los pobladores de la Ciudad que, los mismos editores del Diario, tuvieron que hacer una lista de temas prohibidos, debido a la constante referencia a ellos y que, por decirlo de alguna manera, resultaban poco atractivas a la publicación. Temas como “el intolerable ruido de las campanas de los templos”, “sobre la cuadratura del círculo”, “sobre el mal manejo de las boticas”, “sobre la mezcla de hombres y mujeres en los palcos terceros del Coliseo”, eran sometidos al escrutinio del medio y se desechaban.

Como se ha dicho anteriormente, el *Diario de México* impulsó la literatura de la época, proyectando a grandes plumas que, con el tiempo, llenaran con sus escritos, la primer parte del Siglo XIX, con todo lo que implicaría escribir en esos años. Eran estas personas las que retrataban la situación real de la sociedad (lo que no pasaba con las gacetas que eran vehículos de información del virreinato); además, dicha publicación sirvió de plataforma para que se cruzaran las principales ideologías de la época, entre ellas, las que a la postre sirvieron de estribo para la causa independentista.

Los diaristas, a pesar de la censura que implica *per se* pertenecer al sistema virreinal, atendieron, de vez en cuando, exigencias de sus lectores para publicar textos políticos. Un joven estudiante de derecho, Alejandro Mariano Robles, a los pocos meses de haber comenzado la publicación del diario, envió una carta que, con el tiempo, se convirtió en una especie de postulado de lo que, con el tiempo, llegó a ser la prensa política en México. En este texto decía que:

... en un papel público como el Diario, que tiene por objeto promover insensiblemente la ilustración de todos los ciudadanos, deben ocupar un lugar distinguido aquellas ideas, que a más de ilustrar el espíritu, deben ocurrir a la felicidad de los que se aprovechen de ellas... Tal es la ciencia que llamamos política, cuyas fundamentales máximas, cuando se han percibido íntimamente, pueden hacer feliz a un pueblo como por prestigio. La miseria, la despoblación, la dependencia de otras naciones, y un cúmulo de calamidades, siempre anexas a un país que ignora los principios de esta facultad [...] ¿Porqué pues en la América, trozo tan preciado de la monarquía española, se ha de carecer de ellas, principalmente cuando en estas remotas regiones se carece de cátedras en que pudiera enseñarse como en la sabia Europa?<sup>75</sup>

Ese marco de referencia dio lugar a un sin fin de escritos políticos en la época. El comprender que, efectivamente, la Nueva España carecía de cultura y universidades donde se enseñara el bien común como un postulado a estudiar y que, por lo tanto, la prensa debía cumplir la misión de comunicar y popularizar estas ideas. Algo similar sucede con la prensa actual donde aún perdura un sistema de medios nacionales que, en gran medida, transmiten a las comunidades más remotas realidades, avances, descubrimientos, análisis, críticas y demás contenidos periodísticos propios de las grandes urbes.

Fue así como *El Diario de México* comenzó a incluir plumas como el mismo Villaurrutia (bajo los seudónimos de “El proyectista” y “El proyectista Pacífico”); Carlos María Bustamante; Juan Wenceslao Sánchez de la Barquera (el “Proyectista Bullicioso”) o Fernández de Lizardi (defensor férreo de la educación del vulgo) que, a través de ensayos, artículos,

---

<sup>75</sup> *Ibíd.* Pág. 92-93.

cuentos o comentarios, se acercaron a la población india, ya que, estaban escritos en jerga propia de ésta. En otras palabras, la prensa se posicionó dentro del sistema de comunicación política como un espacio para expresar, de analizar y difundir ideales. Era, en el mejor de los casos, un medio abierto a la participación de todo tipo de personas, siempre y cuando, y esté de más decir supieran leer, escribir y hacer simple una idea.

Analizar el desempeño de *El Diario de México* sirve para hacer un marco de referencia, a modo de génesis, de la prensa política mexicana. Sin la labor de este diario no se puede entender el resto de la prensa decimonónica: desde la insurgente, la oficialista, la conservadora, la liberal hasta la reformista o la porfiriana que, a su vez, explican la dinámica de la prensa del Siglo XX y XXI y su papel en el sistema de comunicación política.

### *La búsqueda de identidad, la prensa como arena ideológica*

Posteriormente a la etapa del periodismo colonial en México, surgen publicaciones que nacen, se consolidan y fracasan; se editan un sinnúmero de periódicos con vida limitada o, en el mejor de los casos, hechos a modo de una causa y, por consecuencia, destinados a ser censurados por el grupo político en el poder. El hecho que trasciende es la necesidad, cada vez mayor, de que la prensa se convirtiera en una arena donde confluyeran y tuvieran fulgor actores políticos.

La prensa independiente nace con el legendario *Despertador Americano*, fundado por el cura Miguel Hidalgo y Costilla, en Guadalajara, el 20 de diciembre de 1810 bajo la dirección de Francisco Severo Maldonado. Medio de difusión donde se defendía la causa insurgente. Sólo se tiraron

siete números de este medio, pero, en los cuales, justifica la guerra y la violencia al consagrar la causa al bien de “los americanos” al acusar, por ejemplo, a los gachupines de controlar y explotar las minas más ricas, así como de poseer las más ponderadas haciendas, abusar de las más bellas americanas y controlar industrias y comercios monopólicos. En sus páginas, por consecuencia, se invitaba a los criollos a pasar al lado insurgente y combatir al poder virreinal; en otras palabras, el periódico era, más bien, un vehículo propagandístico que informativo, lo cual motivó que la causa de Hidalgo fracasara con el tiempo, debido al discurso cruento con el que se manejó.

Sin embargo, la prensa se colocaba como un medio de reflexión de las nuevas causas nacionales, sin importar mucho el tono del discurso o los objetivos. Tres años antes, en el Puerto de Veracruz, ya se había fundado, gracias a los esfuerzos de Don Manuel López Bueno, el *Jornal Económico Mercantil de Veracruz*, con información muy *ad hoc* a las actividades del transporte y almacenamiento de mercancías de ultramar en esa ciudad.

A pesar de que la elaboración de periódicos no fue considerada, en esa época, como una actividad que significara grandes ingresos económicos (cabe mencionar que el analfabetismo fue una realidad apabullante en México hasta ya avanzado el Siglo XX, lo cual limitaba su capacidad comercial), la práctica del periodismo fue eficiente para la difusión de corrientes de pensamiento entre grupos selectos de lectores que crecieron en número y que pertenecían a las élites que, a la postre del movimiento independentista, se convertirían en actores de la neo clase política en el país, personajes como Santa Anna, Bustamante o Gómez Pedraza.

A partir del *Despertador Americano* de Hidalgo, fue muy notorio que los periódicos que se editaron sirvieron como bandera de lucha ideológica de grupos precursores de las transformaciones sociales, esa necesidad de divulgación ideológica, propició un fenómeno fundamental para la consolidación de la prensa y, que poco a poco, se le adjudicara poder: la proliferación de los talleres de impresión en distintas ciudades del país. Cabe mencionar que, sí, la prensa era escrita por y para élites.

Hubo ejemplos muy marcados de la utilización de periódicos como arenas de lucha política: el diario de José Joaquín Fernández de Lizardi, el *Pensador Americano* de 1812, donde se pronunció abiertamente por la abolición de la esclavitud, el *Sud* de José María Morelos, el *Correo Americano del Sur* a cargo de José Manuel Herrera, el *Ilustrador Nacional* y, su predecesor, el *Ilustrador Americano* de José María Cos<sup>76</sup> (donde, por ejemplo, Andrés Quintana Roo, Leona Vicario<sup>77</sup> –a través del primero- e Ignacio López Rayón tuvieron participación), entre otros medios, esparcieron, por gran parte del territorio mexicano, el espíritu independentista. En ellos, se hizo periodismo político: informar sobre asuntos de carácter público, retratando lo más verídico y verosímil posible para que, así, se cambiara la opinión pública con respecto a esos temas. La información que más se recuerda fue la cobertura que, *El Ilustrador Nacional*, hiciera del Sitio de Cuautla, al grado de la censura por parte del Virrey Venegas. Al promulgarse la libertad de imprenta, en 1812, José Joaquín Fernández de Lizardi, fundó el *Pensador Mexicano*, que vio vida en la capital de la colonia.

---

<sup>76</sup> Originario de Zacatecas. Doctor en teología por la Real Universidad; catedrático en gramática, retórica, filosofía, latinidad y vicerrector del Seminario Tridentino de Guadalajara. Hombre de vasta formación, lucidez, instrucción y recio carácter. Murió en Pátzcuaro en el año de 1819 y, hoy en día, en palabras de Ruiz Castañeda, “se le considera uno de los artífices del periodismo político en México.

<sup>77</sup> Considerada, de hecho, la primer mujer periodista mexicana.

Estos periódicos le dieron otra dinámica a la forma en la que se comunicaba el gobierno virreinal. El sistema de comunicación política oficial tuvo que incluir a esta nueva forma de hacer presente en la opinión pública, tan es así que, por ejemplo, José María Beristain, conformó a *El Verdadero Ilustrador Americano*, teniendo, obviamente, bastante aceptación por parte de los peninsulares.

Con la Constitución de 1824 se instauró el régimen de libertad de prensa y con ello se amplió el marco jurídico para el desarrollo de la actividad periodística en todo el país, que creció en proporciones geométricas;

... el telón de fondo sobre el cual se desarrolla la prensa mexicana de estos años está constituido por la pugna de dos tendencias políticas contrarias, que adoptan diversas denominaciones o mote que sus partidarios se prodigan mutuamente: los antiguos realistas e insurgentes son sustituidos sucesivamente por independientes y serviles, republicanos y monarquistas, yorkinos y escoceses, federalistas y centralistas, liberales y conservadores; o lo que es igual, el espíritu liberal y reformista, contra el conservador y tradicionalista...<sup>78</sup>;

La sensación de libertad, combinada con la incertidumbre que significan los constantes cambios en el gobierno, orillaron a los editores de periódico a darle nuevas funciones a la prensa; Fátima Fernández argumenta que, “el Siglo XIX se caracteriza por una búsqueda del modelo de organización política que seguirá México independiente. El periodismo de este siglo es reflejo de esta búsqueda. En las páginas de los diversos diarios encontramos predominantemente discursos políticos, crónicas

---

<sup>78</sup> Ruiz Castañeda; Reed Torres. *Op. Cit* Pág. 127.

parlamentarias, ataques a la oposición, proyectos de nación. Y en un porcentaje reducido anuncios publicitarios, noticias extranjeras e información con fines de entretenimiento. En una palabra, podemos decir que el Siglo XIX se caracteriza por tener un *periodismo partidista*<sup>79</sup>; en este sentido, se puede inferir que en el siglo antepasado, sin lugar a dudas, la prensa se convirtió en una arena política, donde, a la par de las guerras, acuerdos, traiciones, intervenciones, reformas, constituciones y demás venturas, los intelectuales de la época y los políticos –que en muchos casos eran lo mismo- luchaban por que su ideología perneara en la sociedad, un poco obedeciendo al ambiente beligerante y violento de la época.

Sin embargo, algo los distingue de la prensa actual. En el Siglo XIX, cada ideología o grupo político tiraba a la opinión pública su propio medio, dejando a un lado el contraste y debate en un solo ejemplar; se tenía que ser un verdadero lector y asiduo a la prensa para tener las diferentes versiones, al conseguir todos los diarios de todas las posturas. Lo cual, hoy, es difícil que suceda, ya que en estricto sentido, se mantiene una forma de gobierno imperante y, también, sistemas de comunicación más rígidos y basados en la noticia. Cada rotativo es una arena donde se pueden encontrar las diferentes posturas presentes. Como se dijo en el capítulo anterior, el manejo, redacción e intención de la empresa periodística, son temas que comenzaron a operar en el siglo XX. Lo que importa es la presencia política en la prensa del siglo XIX, lo cual, con sus matices, se heredó a la prensa actual.

Otro aspecto a resaltar de la prensa del siglo XIX es cómo los políticos usaban la prensa como medio de comunicación por antonomasia. Por

---

<sup>79</sup> Fátima Fernández Christlieb. *Los medios de difusión masiva en México*, Pág. 19.

ejemplo, fueron los periódicos *El Ateneo Mexicano* y *Siglo XIX* (1840) y *El Monitor Republicano* (1844) el conducto para difundir las ideas liberales de Francisco Zarco<sup>80</sup>, Guillermo Prieto y Andrés Quintana Roo, que tuvieron efecto en la comunidad pese al analfabetismo y aislamiento de los centros poblacionales en todo el país. A partir de un periódico, la noticia era transmitida oralmente y era un aspecto que ellos, los que ideaban la prensa, sabían. El pregonero de la época colonial fue sustituido por papel; además, el término “noticia” y su connotación de inmediatez aún no era algo imperante para que una información tuviera éxito, era el hecho y su repercusión en la realidad cotidiana el centro de lo que se comunicaba.

Paradójicamente, la consolidación de una república en territorio mexicano, después del Imperio de Iturbide, dividió aún más a lo que antaño fuera la Nueva España. El modelo que había llevado a los Estados Unidos de América a su unión, llevó a México a conflictos interminables. Incluso, el conflicto entre republicanos y centralistas –que suprimían la soberanía de los estados convirtiéndolos en departamentos- , en tiempos del General Santa Anna, dio lugar a un sin fin de publicaciones en el interior del territorio nacional: *El mosquito mexicano*, *La Oposición*, *El Crepúsculo de la Libertad*, *Cuadro Histórico*, *Boletín Municipal Mexicano*, *La Fuerza de la Opinión*, *La Estrella Poblana*, *La lima de Vulcano*, defendían la Constitución de 1824, rechazando el centralismo de Antonio López de Santa Anna y Bustamante ; mientras que, el periódico oficial *El Diario del Gobierno*, rechazaba lo esgrimido en la oposición e, incluso, atacó al clero que se había negado en apoyar. Este fenómeno, con el pasar de los años, dio lugar a las grandes empresas mediáticas del siglo XX en los diversos estados de la república.

---

<sup>80</sup> Que, en palabras de Miguel Velasco Valdés, en su libro *Historia del Periodismo Mexicano*, “dominó todos los géneros: el editorial, la gacetilla, la crítica, la crónica, el comentario, etc. Hizo una magnífica crónica del Congreso Constituyente; fue Secretario de Relaciones Exteriores, declarándose, al morir, **benemérito de la patria**.”

Cabe resaltar que, en 1841, en las manos de Ignacio Cumplido (1821-1887), nace el periódico de mayor aceptación, popularidad y contrapeso político de la época, *El Siglo XIX*. Que, como su propio nombre lo condenaba, vio vida hasta finales de siglo, en 1896. En sus páginas se dieron cita los prohombres del Partido Liberal y algunos conservadores que, comúnmente, firmaban sus artículos. En el *Siglo XIX* se hicieron célebres seudónimos y firmas como: Juan B. Morales, “El Gallo pitagórico”, Guillermo Prieto, “Fidel”, Ignacio Ramírez, “El Nigromante”. Y, por supuesto, Francisco Zarco también fue su director, de “*El Siglo XIX* –principal periódico de oposición-, el historiador Alfonso del Toro señala que <<su popularidad era tan grande, que era materialmente arrebatado de las manos de los voceadores>> <sup>81</sup>.

En 1848, obedeciendo a la dinámica de expansión que aquella nación ejerció en México y, de una u otra forma, admitiendo la simbiosis económica, comercial y cultural entre ambos países, se publicó el primer periódico en inglés, dentro del territorio mexicano. *The American Star*, el cual era el órgano oficial del gobierno estadounidense. Hecho que, además, abrió las puertas a lo que, con el tiempo, se convirtiera en un mercado global de información entre ambas naciones: *lo de allá le era importante a los de acá*.

En esta etapa, nació una de las publicaciones icono en la toda la historia de la lucha por la libertad de prensa: *El Siglo XIX*, donde figuraba Francisco Zarco, en el cual se invitó a la totalidad de la prensa a participar en la discusión razonada de las reformas necesarias de aquella época; de igual forma, durante el periodo del presidente Mariano Arista (1851 – 1853), la

---

<sup>81</sup> Ruiz Castañeda; Reed Torres. *Op. Cit* Pág. 165.

prensa reformista en la capital del país encontraba eco en diversas publicaciones en el interior de la República, haciendo contrapeso a periódicos oficialistas como *El Constitucionalista* o *La Esperanza*; de igual forma, la prensa liberal, en contra del centralismo, ejercía presión en contra de señales dictatoriales como la ocurrida el 22 de septiembre de 1852, cuando Arista, so pretexto una revuelta en Jalisco, prohibiera la publicación en la prensa, situación que “favoreciera a los revoltosos y criticara al gobierno”, lo cual provocó que *El Siglo XIX* se publicara en blanco el día siguiente, tras lo cual, Mariano Arista renunció a su encargo. Hecho que ha servido de ejemplo e imitación un sinnúmero de veces a lo largo de la historia, como manera de protesta, de hacerse notar en sistemas de comunicación dominados desde los gobiernos. Por ejemplo, lo acontecido el viernes 04 de abril de 2005, cuando caricaturistas de diversos periódicos nacionales protestaran ante el desafuero del entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador, publicando su colaboración en negro y con las leyendas: “No al desafuero”, “No a la canallada del desafuero” o “la justicia ha muerto<sup>82</sup>”; sin olvidar, lo acontecido, una vez que transcurrió el primer aniversario del asesinato de Manuel Buendía. Los moneros, entre ellos Rius y Helio Flores, publicaron el mismo cartón, un recuadro negro que decía “¡Buendía señora procuradora!”, para presionar a la entonces procuradora, Victoria Adalato, a esclarecer la muerte del periodista. Quien inició los cartones en negro, ya en época reciente, fue Abel Quezada, en *Excélsior* quien el 3 de octubre de 1968, publicó un fondo negro con la frase “¿Por qué?”.

---

<sup>82</sup> Castro, Claudia. (04 de abril de 2005). *Amanecen de luto los caricaturistas*. EL UNIVESAL [en línea], México. Recuperado el 20 de enero de 2010, de [http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_nota=276111&tabla=notas](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=276111&tabla=notas).

### *Antonio López de Santa Anna, el paréntesis del Siglo XIX*

Si con Arista la prensa sufrió en su búsqueda por la libertad, durante los gobiernos de Antonio López de Santa Anna, encontró un “freno de mano” en su desarrollo, más no en su presencia, ya que, al no haber existido publicaciones, la censura no hubiera perdurado. Y esto, gracias a las características específicas de un gobernante que, si bien es conocido por su afán de poder, es reconocido, también, por su ingenio. Y, en el tema que compete a la presente, como militar de cepa que era, Santa Anna regresó, más bien, explotó, la cualidad propagandista de la prensa, difuminando su carácter informativo y denunciante que, poco a poco había encontrado.

En *El seductor de la Patria*, el historiador Enrique Serna retrata el perfil político de Santa Anna como un hombre ansioso de poder, ávido de aclamaciones, extremadamente pragmático, altanero, bien parecido y de ingenio notable para lograr sus fines. Último hijo de la Guerra de Independencia, jamás dejó de admitir, con orgullo, el haber pertenecido al ejército realista, donde, además, aprendió de estrategia y liderazgo. Era natural que, entonces, se sintiera capaz de llevar las riendas en el país, con y sólo con sus capacidades natas.

En términos de postura política, Serna, *grosso modo* apunta que, nunca fue un hombre de convicciones firmes, porque, con una ubicuidad ideológica, siempre se promulgaba por el ala vencedora, según conviniera a sus intereses. Así, apoyó a hombres de talante conservador como Anastasio Bustamante y liberales de cepa como Valentín Gómez Farías. Numerosamente dio vuelcos en su militancia partidista, que nunca se formalizó, porque como militar pensaba que las armas, las obras

faraónicas y la demagogia eran la vía para la posteridad. Ello, como buen lector de la obra de Napoleón. Fue aliado de la Iglesia cuando le convino y, sobre todo, cuando estaba más cerca del partido conservador.

Sobornó y uso recursos públicos para enriquecerse, acallaba las voces discrepantes, sobre todo la de los periódicos liberales, como el *Monitor Republicano*, *El Siglo XIX*, convirtiéndolo en panfleto publicitario, *El Herald*, marginado a informar sobre asuntos mercantiles y ya no de política, e, incluso, *el Ómnibus*, publicación de carácter conservador, fue tachado como una defección al ala santanista; hizo y deshizo en tiempos donde el poder presidencial era omnímodo. Todo esto, a partir de la Ley Lares, sobre la libertad de prensa, expedida el 25 de abril de 1853, “la ley más opresiva que había conocido el país. El efecto de la ley Lares fue letal. En provincia sólo subsisten los periódicos oficiales, y en la capital varios órganos liberales desaparecen.”<sup>83</sup>; nace, *El Universal*, el cual es considerado el órgano de la dictadura santannista, con tintes monárquicos. En *El Universal*, se justificó la venta de La Mesilla, en 1853-54, asegurando que se había resguardo, así, el resto del país.

A pesar de la opresión y el carácter de Santa Anna, en el México de aquella época, por la misma dinámica del sistema de comunicación, se comienza a hablar de una “prensa rebelde”, ávida de expresión, clandestina y discrepando, una tras otra, las reformas y leyes de Santa Anna.

La efervescencia política era cruenta, en tanto que las facciones en disputa se alzaban en armas en pos del poder cada vez que los adversarios ganaban. Santa Anna tenía velitas encendidas en todas las facciones para

---

<sup>83</sup> Ruiz Castañeda; Reed Torres. *Op. Cit* Pág. 176.

así erigirse como el sumo árbitro de las contiendas políticas; lo cual, no lo pudo defender ante su salida del gobierno en 1855 por la puerta de atrás. Con su salida, la prensa liberal se desató la mordaza, las fracciones en el país, los partidos y sus órganos periódicos, cada uno, se disputaron y reclamaron su derecho a dirigir la nación, ante el vacío que dejara el autócrata jalapeño.

*Prensa liberal: nace para quedarse*

Es por eso que, el Partido Liberal se colocó en la lucha por la libertad, fenómeno nuevo en el sistema de comunicación política en México.

La prensa también jugó un papel relevante durante la invasión francesa (1862-1867). La respuesta del gobierno imperial a los periodistas opositores fue drástica y violenta en muchas ocasiones. Dentro del bando republicano identificados con Benito Juárez, participaron Francisco Zarco con *La Independencia Mexicana*, Guillermo Prieto en Monterrey con *El Cura de Tamajón* y *El Monarca* en San Luis Potosí, e Ignacio Ramírez que publicó *La Opinión en Sinaloa* y *La Insurrección* en Sonora. Los periodistas liberales, además de tener que vivir en el anonimato y clandestinidad, se vieron obligados a ser nómadas, a cambiar constantemente de residencia, al verse perseguidos por el gobierno; este hecho, por obvias razones, disminuía la posibilidad de informar sobre su causa, ya que las imprentas, cuando no eran destruidas, eran difíciles de conseguir en uno que otro lugar, en caso de que hubiera.

La prensa imperialista tuvo su eco en publicaciones como: *El Boletín de Orizaba*, *El Verdadero Eco de Europa*, *La Opinión*, *La Reacción* y *El Veracruzano*, además de *La Prensa* y *El Pájaro Verde* (estos dos últimos se

editaron en la capital del imperio); sin embargo, tanto de un lado como del otro, en esa época el ataque, el insulto, descalificación y la denostación por uno y otro bando, fueron la columna vertebral del contenido periodístico, como era de esperarse. En un ambiente de confrontación, las voces obedecían a esa misma dinámica.

El comportamiento imperialista, el contexto de censura rampante del siglo XIX en general, también impulsó un elemento fundamental en la historia del periodismo mexicano: la sátira. Por ejemplo, el 06 de marzo de 1861, Constantino Escalante y Carlos Casarín, fundaron *La Orquesta*, periódico liberal, el cual afirmaba que tenía ese nombre porque intentaba suavizar al Supremo Gobierno, insensible a la tonada y peticiones que se le dirigían. Recordaba, además, a sus lectores que la música “tiene una incontestable influencia sobre los animales”, mensaje que dejaba claro la importancia del reto que implicaba editar un diario, el ruido que producía e, inevitablemente, el impacto y aceptación que ejercía en la incipiente, pero exigente, opinión pública mexicana. O el mismo *El Monarca* de Guillermo Prieto donde se publicaban chistes de Maximiliano, incluso antes de su llegada.

Durante la intervención y el segundo imperio, nacieron muchos medios apoyando el futuro, en el territorio nacional, del régimen imperialista, incluso desde tierras galas comenzaron a circular en el suelo azteca: *El Pájaro verde*, *Le Trait d'Union* y *L'Estafette des Deux Mondes*, donde incluso, se criticaba fuertemente la forma de la república, no sólo en México, sino en toda América. Los intereses de los gobiernos extranjeros, así como en la actualidad, también estribaban sus estrategias de conquista e intervención en los medios de comunicación, recordando que, no precisamente se dirigían a las grandes masas, sino que buscaban la aceptación de las élites, de las personas que podían tomar las decisiones o influir, ahora sí, en los

menos letrados y legitimar acciones y decisiones. Tal cual sucede el día de hoy.

En 1863, se creó el *Periódico oficial del Imperio*, órgano bilingüe: en español y francés, el cual tenía el objetivo de “preparar” la llegada del emperador, acostumbrar a la opinión pública a lo que, se pretendía, fuera indiviso: la relación México-Francia como verdad. Este órgano fue editado por la regencia que gobernaba México, integrada por Juan Nepomuceno Almonte -hijo de José María Morelos y Pavón-, Mariano Salas y don Juan B. Ormaechea, obispo de Puebla; poco tiempo después, a la llegada de Maximiliano, el nombre fue cambiado por *Diario del Imperio*.

Este diario, “contenía leyes, decretos, informes ministeriales, nombramientos de funcionarios, etc., y noticias relativas a la marcha de los negocios públicos, así como a las actividades oficiales del Emperador”<sup>84</sup>, de la misma forma, contenía textos, comentados, de un sin fin de actividades de interés público, esgrimiendo cierto interés por el pueblo; a pesar de la caída del imperio, este órgano se mantuvo fiel, negando la prisión del archiduque. El último número de esta publicación vio la luz del día veinticuatro horas antes de la muerte de Maximiliano, es decir, el 18 de junio de 1867.

Así como en 1863 se fundó el órgano oficial del imperio, Benito Juárez, en San Luis Potosí fundó el *Diario del Gobierno en la República Mexicana*; Francisco Zarco *La Independencia de Mexicana* y así, contrario a lo que podría pensarse, dentro del régimen de Maximiliano circularon un sin fin de textos, diarios, gacetas y hojas volante encaminadas a ejercer equilibrio en el contexto político,; siempre en la clandestinidad, respondiendo a la ansia de

---

<sup>84</sup> *Ibid.* Pág. 200.

libertad o, en muchos casos, reflejando el valor de grupos políticos o comunidades en todo el territorio. Cabe recordar que, como se ha leído, la prensa del siglo XIX jamás caminó sin una postura política a apoyar, un partido que lo financiara o una figura pública que enriqueciera sus páginas. En el Gobierno de Juárez y el Porfiriato fue donde la prensa encontró su lugar en el mercado y cultura mexicana, inercia que se contagió al siglo XX.

Si la prensa mexicana pudo sobrevivir a los embates del imperio, durante la Reforma adquirió lo que, con el tiempo, fomentaría su consolidación: la libertad de prensa, como elemento fundamental para el ideal de la época: la República. Elemento que, en el siglo XX, dio paso a la “búsqueda de la democracia” y que en el XXI aún se le conoce como “democracia”; en otras palabras, la prensa comenzó a ser tema en la agenda, ya no sólo de la sociedad civil, sino en el ámbito de los políticos. Muy claro lo dijo Manuel Payno, fundador, en 1848, del *Eco de comercio*: “... Preciso es, pues, gente nueva; que la juventud que, políticamente hablando, tiene tan poco que agradecer a sus padres<sup>85</sup>, tome a su cargo el reformar la sociedad, el reivindicar a la nación, el colocarla en el punto en que debe encontrarse como nación libre, soberana e independiente”<sup>86</sup>; se buscaba un nuevo orden, en la opinión pública ya existía el reclamo por libertad de expresión, de que la “nueva nación” no podía ser sin que existieran los canales adecuados para unir las diversas voces.

---

<sup>85</sup> Con anterioridad había visto como inútiles los esfuerzos de la generación independista, en el sentido de que nada había cambiado, significativamente en más de treinta años de vida independiente. Todo se había resumido en luchas, distanciamientos y desencuentros en la clase política.

<sup>86</sup> *Ibid.* Pág. 172.

### *Benito y Porfirio, la evolución del periodismo en el México consolidado*

Durante el periodo presidencial de Benito Juárez (1858-1872) la libertad de expresión encontró un gran desarrollo, toda vez que las libertades especificadas en la Constitución Política de 1857 lo permitían. Incluso algunos autores coinciden en que se llegó a abusar de esta prerrogativa, por lo que proliferaron publicaciones que en lugar de informar con veracidad, se centraron en la confrontación de puntos de vista entre liberales y conservadores en un lenguaje muy arrebatado.

El gobierno de Juárez se caracterizó por la revolución interna que significó. Porfirio Díaz, brillante y capaz militar, había entrado en conflicto con él desde el primer día de su gobierno, tras la muerte de Maximiliano. Resulta que, el 20 de junio de 1867, Juárez desairó al general Díaz cuando éste la preparó una entrada triunfal a la Ciudad de México, al ignorar este detalle. Se narra que por envidia o miedo a la gran presencia y popularidad del hombre armado y multicondecorado.

Las fricciones entre Juárez y Díaz llevaron a la renuncia militar por parte del general. Esto, condimentado con el descontento del Partido Liberal ante el releccionismo mostrado por el de Guelatao. Díaz, en una acción lógica, comenzó una campaña que, a la postre lo llevaría al poder, ayudado, por supuesto, de medios incondicionales.

El año de 1868 vio nacer, a raíz de la situación política y social, un importante renacimiento literario en México. Se crearon periódicos, se formaban sociedades literarias en las que se leían poesía, artículos en prosa y se convivía en torno a la oratoria de discursos políticos; publicaciones como *La Revista Universal*, *El Recopilador*, *La Gaceta de Policía*, *El Correo*

*de México* vieron la luz en la capital del país rescatando un poco la antigua tradición de intercambiar ideas en las páginas de medios baratos y, en ocasiones, de dominio público, debido a que eran compartidos de mano en mano, después de usarse y antes de llegar, inevitablemente, a ser usados como envoltura en algún almacén

No fue sino hasta un año después, en 1969, que la prensa literaria, que tampoco era totalmente partidista o lejana a alguna ideología política, mostrara su mejor cara. Ignacio Manuel Altamirano y Manuel Peredo lanzaron, con gran sensibilidad literaria, *El Renacimiento*. En dicho parapeto literario se dieron lugar autores de todas las calañas de la época: los jacobinos Ramírez y Prieto, los imperialistas Montes de Oca y Roa Bárcena, y los liberales, que trascendieron al siglo XX: Payno, Riva Palacio, Justo Sierra y Manuel Acuña. Medio de comunicación nuevo, único en su género, parteaguas en un país en busca de la estabilidad y la paz, no había mejor forma para demostrar ese deseo que combinar las voces, demostrar que el sistema de comunicación podía ser integral y no necesariamente alineado, de forma rampante, a una ideología u otra.

La diversidad y los ánimos por expresar y consolidar un sistema de medios fuerte, por parte de diversos actores sociales, se originaba por un solo hecho: a final de cuentas, al fundar una revista o un periódico, quien fuera, lograba incrustarse en el sistema político; si el siglo XIX había demostrado algo era que la política y la prensa iban, necesariamente, de la mano, a través de hacerse presentes en la opinión pública y publicitar sus ideales en las élites y confiar que el método de repetición hiciera lo suyo en las masas. De ahí que, al estar Benito Juárez en una situación de descrédito por sus tendencias dictatoriales, nacieron posturas radicales, moderadas y apegadas al poder, pero, a diferencia de otros gobiernos, con las bases de la

Constitución del 57 y, el innegable, apego a las clases marginadas por parte del oaxaqueño en el gobierno.

En 1970 nació *La voz de México*, órgano oficial de la Sociedad Católica; este periódico ocupó la trinchera de ser contraparte de *El Siglo XIX* y el *Monitor Republicano*, toda vez que combatía férreamente las ideas liberales pregonados en ellos. Dirigido por Miguel Martínez, escrito por figuras como Ignacio Aguilar y Marocho, Agustín Martínez, Juan N. Tercero y el tlaxcalteca Trinidad Sánchez Santos.

El afán releccionista de Juárez, que estribaba en su anhelo libertario de América, disfrazaba, de una u otra forma lo que en el siglo XIX imperaba y, como diría Fiódor Dostoyevski pocos años después, en el *Gran inquisidor*: "Tú les ofreces a los hombres una ofrenda de libertad que ellos, en su simpleza y en su innata cortedad de luces, ni imaginar pueden, que les infunde horror y espanto, porque nunca en absoluto hubo para el hombre y para la sociedad humana nada más intolerable que la libertad", lo llevó a la traición y derrota de sus compañeros liberales, respaldados por la misma prensa que otrora lo apoyaba.

Para 1971 la situación política era insostenible. Juárez, además, y contrario a lo que él mismo había defendido en la Constitución de 1857 –que en su Artículo 127, reservaba toda reforma constitucional al Congreso y a las Legislaturas- se atribuía, a través de plebiscitos, funciones que no le correspondían. El presidente de la Constitución de 57 no gobernó nunca con la Constitución, Juárez había perdido prestigio en el partido liberal por el anticonstitucional plebiscito con que deseaba reformar la Constitución y por las reformas que hizo a la Ley Electoral (14 de agosto de 1867), lo que lo llevó a 1871, donde, diría Carlos Alvear Acevedo, "los comicios de ese año –

dirigidos por la maquinaria oficial- “fueron ejemplo de arbitrariedad y fraude”<sup>87</sup>, dándole el triunfo a Benito Juárez García y a Sebastián Lerdo de Tejada el cargo de Presidente de la Suprema Corte. Díaz se quedó fuera de la jugada al quedar en tercer lugar.

Y así, personajes como Ignacio Ramírez “El Nigromante” e Ignacio Manuel Altamirano, eminentes liberales, le dieron la espalda al presidente. Acercándose poco a poco a Díaz y, por consecuencia, los liberales todos. La situación era tan crispada y era tal la animadversión por Juárez que, “El Nigromante” escribió, apoyado por sus correligionarios: “El Poder Ejecutivo es tan fácil de desempeñarse, que en las monarquías se concede a las mujeres y a los niños; nosotros lo hemos confiado a un bárbaro de la Mixteca”<sup>88</sup>; y, en el mismo tono, escribiera a los periódicos que apoyaban al indígena de Guelatao, *La Paz* y *El Federalista*:

... hubo tiempos en que se compadecía a Juárez porque no se le creía capaz de elevarse hasta verdugo. ¡Qué sorpresa! A Juárez se deben 14 años en que ha llovido sangre [...] Vosotros, sus admiradores, no le tributéis periódicos; llevadle cráneos... [Y remata] Jamás olvidaremos que supo colonizar los cementerios.<sup>89</sup>

El 13 de julio de ese mismo año, 1871, en la publicación liberal, el mismo Ramírez apuntó: “El más despreciable de nuestros personajes es Juárez”. La prensa era usada con fines meramente políticos, el informar,

---

<sup>87</sup> Carlos Alvear Acevedo. *Elementos de Historia de México*. Pág. 401.

<sup>88</sup> Ruiz Castañeda; Reed Torres. *Op. Cit.* Pág. 216.

<sup>89</sup> *Ídem*.

quedaba segregado a segunda instancia. La inmediatez era tema nonato, lo importante era, tarde o temprano, golpear. Prensa que, al mismo tiempo, también denunciaba hechos que le daban sentido a esta disputa. Ejemplo de ello lo documentado por Francisco Bulnes, ocurrido en octubre de ese mismo año: *en la Ciudadela, Ciudad de México, una revuelta en contra del régimen fue reprimida por el general Sóstenes Rocha, hombre de confianza de Juárez, fusilando a doscientos hombres*. Hechos como este llevaron a Porfirio Díaz, con el tiempo, a darse cuenta que era mejor callar a la prensa, reduciéndola a sus funciones meramente comerciales, a que se usara como herramienta política.

De igual forma, en 1871 nace *Juan Panadero*, semanario de sátira política; y, en el ámbito obrero, también se dan pasos para incrustarlos en el naciente sistema mediático, en la opinión y discusión pública: *El Socialista*, órgano del Círculo de Trabajadores de México, donde se publicaban felicitaciones, avisos de reuniones, minutas y demás avisos propios del círculo, al igual que críticas a patrones injustos, todo, ya bajo la sombra del pensamiento marxista en el país, es decir, la relativa paz en México, traía, poco a poco, ideales distintos a los pregonados durante todo el siglo. Porfirio Díaz, por su cuenta, fracasaba con el “Plan de la Noria” donde buscaba derrocar a quienes lo habían delegado del poder. A la par de todo esto, llega a México el primer linotipo, lo cual llevó a una modernización, gradual, de la prensa en el país, la cual, anteriormente se realizaba a mano.

Sorpresivamente Juárez muere el 18 de julio de 1872, y con ello Lerdo de Tejada llega a la presidencia. Otro jurista en el poder, el país seguía construyendo sus instituciones, poco a poco, a raíz de la interpretación de las leyes. Una de ellas, la prensa.

La guerra y el clima muerte, imperante hasta esos años, obligó a la prensa toda a buscar un hecho común, trascendental, y que marcara un cambio en los ánimos. El primero de enero de 1873, el presidente Lerdo de Tejada inauguró el primer ferrocarril en México, que corría de la Ciudad de México a Veracruz; lo cual, además de mostrar el atraso de casi cuarenta en la modernización del país en comparación con Europa o Estados Unidos, sirvió para que, de alguna forma, se llegara a un consenso en la gama periodística; las publicaciones diarias alabaron el esfuerzo del gobierno federal, olvidándose de posturas políticas e ideológicas. La prensa, en otras palabras, como médula del sistema de comunicación política, encontraba una función más: de unificadora de los deseos y logros de un pueblo.

En un tenor diferente, aparecen, en ese mismo año, gracias a la inclusión de las leyes de reforma en la Constitución de 1857, movimientos católicos que exigían su lugar perdido. La publicación *El Jesuita*, y su rampante discurso en contra de Lerdo de Tejada orilla a que éste expulse del país a todos los hermanos jesuitas extranjeros y a todas las Hermanas de la Caridad que hasta el mismo Juárez había respetado.

En lo que es considerado una punta de lanza para el periodismo mexicano –fue el primero de una larga tradición de semanarios políticos de corte satírico-, el 06 de febrero de 1874, se publica por primera vez *El Ahuizote*, encabezado por los generales Vicente Riva Palacio y Juan N. Mirafuentes; en él colaboraron dibujantes, columnistas y personajes opositores a Lerdo de Tejada; publicación que vio fin el 06 de octubre de 1876. Por su parte, *El Correo de México* y *Sufragio Libre* mostraban su apoyo a Porfirio Díaz, que, además, contaba ya con el respaldo del Partido Liberal, de grupos económicos y, lo que marcó la diferencia, del clero, abiertamente en conflicto con Lerdo.

La olla de presión, calentada en el juarismo y en el lerdismo, llevó a Porfirio Díaz a la Presidencia de la República, por primera vez, y por escasos siete días: del 29 de noviembre al 06 de diciembre de 1876; para que, meses después, iniciara el ciclo con el que, oficialmente, se declara inaugurado el Porfiriato: 18 de febrero de 1877 al 30 de noviembre de 1880; tres años del gobierno de su compadre, Juan N. Méndez y cuatro de Manuel González, le ayudaron a trazar, vía constitucional, su serie de reelecciones en la presidencia, lo que comprendió desde del 1º de diciembre de 1888 al 25 de mayo de 1911, en plena Revolución.

Porfirio Díaz se encontró con un periodismo en extremo combativo. Por tal motivo decidió dar un nuevo aspecto a las formas de tratar con la prensa a partir de su segundo periodo de gobierno (1884); esto, reviviendo lo que con Juárez y Lerdo eran secreto a voces: a través de la subvención, entregar cantidades fijas de dinero (subsido mensual o quincenal) a los periódicos y evitar así las críticas a su régimen. Aderezado con la modernización del país que, de forma indivisa, venía con los inversionistas apoyados por Díaz, un círculo vicioso infranqueable,

...aumentó considerablemente las subvenciones a los periódicos oficiosos y favoreció con empleos y canonjías a los escritores adictos, al paso que organizaba un vacío oficial en torno a las disidentes [...] la prensa burocratizada, como instrumento del grupo liberal en el poder, se destinó a sostener la filosofía oficial, identificada con los intereses de la nueva burguesía y de los elementos feudales que habían logrado flotar en la corriente de la reforma.<sup>90</sup>

---

<sup>90</sup> *Ibíd.* Pág. 230.

Lo que pareciera que nació en el siglo XX con el régimen priísta, dio sus primeros pasos con el dictador. Cabe mencionar que, para 1880 el país tenía un aproximado de 90% de analfabetismo, la prensa continuaba publicándose para las elites: caciques, “acomodados” en las urbes o empresarios –con todas sus familias y mezclas de estas- en las nuevas industrias y capitales que, a la postre, también se consolidarían en el XX. La prensa del Porfiriato proclamaba la paz y reprobaba las tendencias revolucionarias, su función era la de colaborar con el gobierno en su labor de regenerar y alejar al pueblo de ideales revolucionarios, apegaos a la máxima porfirista: “orden y progreso”.

El también ex ministro de la corte Díaz, vio más viable entregar dinero a los periódicos que hacer un escándalo al mandar a clausurarlos o, como otrora, enviando a la cárcel a sus redactores, colaboradores, dibujantes, etcétera. Sin embargo, cuando Don Porfirio se encontraba en su clímax, con estados, cámaras y corte llena de su gente allegada, se dejaron escuchar voces inconformes con el releccionismo que él mismo protagonizaba; por lo que el régimen persiguió, encarceló y hasta desterró a redactores e ilustradores de periódicos opositores, lo cual se intensificó a partir de 1890.

En este periodo, también, y con base en la ley orgánica de prensa, que databa de 1868, que le atribuía la capacidad de juzgar delitos de prensa a un jurado independiente al Poder Judicial, la prensa, sus empresarios e interesados, comenzaron a jactarse como un poder fáctico, intocable, con fuero. Terreno en el que, claro, afloró el oficialismo, que humillaba a la disidencia, ya que estos se concebían herederos del liberalismo que salvo a México del imperio extranjero, ese que luchó por la libertad; paradójicamente, en 1883, los Artículos 6to. Y 7mo. Constitucionales, que

daban el derecho de escribir y publicar textos sobre cualquier materia –con sus bemoles en la moral, el bien público y la paz, que, por cierto, en 1917 quedó intacto-, fueron reformados, concediéndole, la capacidad de sancionar los delitos de prensa al orden común. Con lo cual, allanó el terreno a la censura imperante durante el resto del Porfiriato, la Revolución, los regimenes de Huerta, Obregón y el Maximato.

Dichas reformas llevaron a la interpretación a modo del delito por parte del juez y, por consiguiente, al no quedar clara la sanción en el Código Penal ni en el Código de Procedimientos, se llevó a cabo penas que iban desde la confiscación de prensas y demás instrumentos de trabajo –como “cuerpo del delito”, hasta penas corporales y/o represivas.

Otra de las formas de combatir la prensa alejada a las órdenes de Díaz era la difamación pública en las páginas de los cotidianos oficiales.

En este periodo destacaron los diarios: *El Nacional*, con tendencia católica liberal, con una mesa de redacción encabezada por Gonzalo A. Esteva, Francisco Sosa, Manuel Gutiérrez Nájera, diario que, con el tiempo, cambió su postura a la más cercana a la ortodoxia católica, ya en manos de Manuel Díaz de la Vega, cotidiano precursor de los periódicos modernos en México, toda vez que incluía elementos del diseño tradicional en prensa; *La Prensa*, que se sumó a la prensa oficialista, bajo la batuta de José María Vigil; *La Reforma* de Filomeno Mata, pregonaba las ideas de la dictadura, nada de revoluciones para que existiera progreso; con el tiempo, Filomeno Mata dio un vuelco a su apoyo político y fundó *El Diario del Hogar*, lo que le costó ser perseguido por la dictadura, tras las reformas, en 1887, a los artículos 78 y 109 de la Constitución federal, que permitían la reelección de

presidente y gobernadores. Dicho periódico sobrevivió los embates hasta 1912, en pleno movimiento armado.

También destacó, durante esta larga etapa de censura dentro del periodismo crítico, en el año de 1885, *El Hijo del Ahuizote*, fundado por Daniel Cabrera (pasquín de autores anónimos heredero de *El Ahuizote* fundado diez años antes por Vicente Riva Palacio); que contrastaba con el esfuerzo editorial de Rafael Reyes Spíndola, *El Universal*, órgano oficial del Partido científico, de Porfirio Díaz.

*Regeneración* fundado por los hermanos Jesús y Ricardo Flores Magón en agosto de 1900, fue difusor de una ideología extremadamente radical (de izquierdas), que no sólo tuvo problemas con el régimen porfirista, sino también con gobiernos revolucionarios posteriores como los de Francisco I. Madero y Venustiano Carranza, a pesar de la muerte de los hermanos, ya que sus ideales siempre fueron objeto de la desconfianza de quienes gobernaban. Este cotidiano perduró hasta marzo de 1918.

Y, de la mano del progreso y apertura mundial al mercado mexicano, a Porfirio Díaz se atribuye el apoyo para la apertura de *El Imparcial*, que fue entonces el periódico más moderno de México. Fundado en 1896 por Rafael Reyes Spíndola, *El Imparcial* tomó el modelo clásico de los periódicos estadounidenses con su definición de secciones, corresponsales en provincia y servicios noticiosos de la agencia *Associated Press*, “y, gracias a su moderna maquinaria, pido aumentar considerablemente la tirada de ejemplares y venderse a un centavo. Usó el amarillismo informativo y se consagró a la defensa de las clases en el poder”<sup>91</sup>, lo que le atrajo mayor

---

<sup>91</sup> *Ibid.* Pág. 242.

número de lectores que lo hicieron su favorito ya que alcanzó tirajes de hasta 100 mil ejemplares. El *Imparcial* desplazó a los periódicos el *Siglo XIX* y *El Monitor Republicano* –mismo que murió ese mismo año-, que hasta entonces, eran las publicaciones más consolidadas en el gusto del público.

El taller de *El Imparcial* contó con las primeras rotativas del país, así como los nuevos linotipos, excelente infraestructura que le sirvió para publicar las revistas *El Mundo* y *El Mundo Ilustrado* que, igual que el diario, utilizaban imágenes, información y con demás contenidos del extranjero. Sobre todo las imágenes, ayudaron a que se posicionaran dichas publicaciones, a pesar de los esfuerzos de Justo Sierra por crear la Secretaría de Instrucción Pública y reorganizar la Universidad Nacional en 1910, el analfabetismo en México rondaba, aún, el 90%. La cultura de la imagen y la inmediatez, también nacieron con Don Porfirio.

Es el punto de partida al periodismo moderno y empresarial de México, toda vez que fue el primero en concebir que el trabajo en un diario se basa en una bien estructurada planta de reporteros, editores, jefes de información, por sección y gustos del lector; aderezado todo esto con esfuerzos en el área de publicidad y propaganda, relaciones con empresarios y políticos, explotando la imagen. Novedad, “orden y progreso”, diría Díaz. Con la llegada del *Imparcial* la arena creció. Se dio un lugar al lector en cuestiones de gustos. Los diseños y la calidad en la información, aderezado por el intento de que fuera inmediato y barato, le adjudicaron al lector un espacio de participación en lo económico, lejana por mucho de aquella participación romántica y autocomplaciente del *Diario de México* o de tomar postura ante una u otra ideología política; al estar en orden, políticamente hablando el país, los medios de comunicación urgían aglutinar entorno a los mismos valores a una sociedad acostumbrada a las guerras y disputas.

La conformación de medios de comunicación privados, encaminados al comercio e intercambio de información, hicieron que la prensa condensara una serie de símbolos que batallaran con la falta de identidad nacional. Es por ello que, como arena, dejó entrar a las personas que iban obteniendo más éxito y presencia en el imaginario de la gente: los empresarios, los inversionistas, los líderes de opinión, los caudillos revolucionarios, las figuras extranjeras de moda, los políticos con aceptación.

Y fue gracias a la prensa escrita que se logró agilizar la creación de una identidad nacional. Fueron las imágenes, las notas y reportajes, los comentarios y trascendidos de toda esa gente que, para inicios del Siglo XX, la prensa con carácter empresarial le ganó la partida a la ideológica o partidista.

La Reforma y el Porfiriato fueron grandes etapas para entender el presente del periodismo y la conformación de la arena política en el país: creación de una dependencia de la política con los medios, leyes carentes de normas y sanciones claras en este campo, creación de redes de intereses y cuotas por favores editoriales o de financiamiento, represión, censura, corrupción; el aprovechamiento del nivel de analfabetismo para, informar sólo a elites privilegiadas de lo que hacen ellos mismos o, para confundir, apantallar o menospreciar a clases marginadas de las decisiones políticas; prensa disidente en la clandestinidad, lo cual obligaba, por consecuencia, a usar discursos violentos, encaminados a la lucha armada con tal de obtener libertad; empresas editoriales, causas ideológicas, grupos políticos, intelectuales o, simplemente, hidalgos de la información orillados, todos, a lucrar y negociar con el derecho a informarse de la gente, con el derecho a publicar y ser escuchados. En fin, a la consolidación de un sistema de

medios donde sí, existe mucha participación de todos éstos, pero escasa (y sea por cultura, grado de analfabetismo e inercia histórica) por parte de los lectores.

Situación que, si bien poco a poco cambió en el siglo XX, por casi gran parte del siglo, el Sistema político abusó de la prensa, al depositar obligaciones gubernamentales en materia de comunicación a la prensa escrita, en una sociedad que se decía democrática: pagar para informarte. Sin importar la publicación, el factor económico fue clave en el desarrollo de la prensa y la participación de la sociedad durante dicho siglo.

El siguiente capítulo, bajo la misma guía histórica, escribirá la evolución de la prensa en el Siglo XX; el cómo la arena que representa la prensa se moldeó dependiendo de las exigencias del Sistema político, de sus gobernantes, élites o grupos de poder; además, como se ha visto en el presente apartado, el lector ocupará un espacio importante en dicho desarrollo pues, la prensa, se fue desarrollando a la par de fenómenos económicos, sociales, políticos, diplomáticos, demográficos e, incluso, de carácter privado, pues de todas estas realidades se nutre, contrastando con el Siglo XIX que se nutria de intereses mucho más cerrados.

# Capítulo IV

## ***La Arena política en el desarrollo de la prensa mexicana del siglo XX***

Un periodista...

*En todo el mundo la prensa se estructura en torno al poder político, económico o social. En el fondo, la prensa es parte de las estructuras de poder, y como tal refleja sus ambigüedades, sus pugnas y sus debates*

(Raúl Sohr, *Historia y poder de la prensa*, Chile, 1998)

Un presidente...

*Dentro del régimen democrático, la Prensa tiene una función de carácter público. No es actividad privada; tampoco es actividad gubernativa. Pero sí es una función pública, pues, sin ella, dadas las condiciones que la sociedad moderna vive, no sería posible formar la opinión pública, que es la expresión*

*más alta de la democracia, pues constituye la fuente nutricia donde diariamente el pueblo encuentra orientación y el Gobierno su inspiración*

(Adolfo López Mateos)

En los anteriores capítulos se ha leído acerca de cómo una Arena política se convierte en el escenario de la confrontación entre actores políticos, cómo ésta hace las veces de aquellas viejas arenas romanas en las que, después de una encarnizada pelea, los gladiadores resultaban victoriosos o, en caso de que su desempeño haya sido pésimo, eran sentenciados a morir, con la simple señal del pulgar derecho hacia abajo; de igual forma, se ha colocado al Sistema político como matriz de algo más pequeño: el sistema de comunicación política, del cómo la información política (discursos, imágenes, interpretaciones y opiniones) circula en los medios de comunicación, con el fin de garantizar gobernabilidad en la *polis*, información que estriba en lo que pasa en el círculo político y de gobierno –que se desprende de lo primero- a la opinión pública. Todo ello, en sistemas que se jactan de ser democráticos. Buscando, como esos gladiadores, la aceptación de todos aquellos que los observan.

Y, dentro de esos medios de comunicación, se le ha dado seguimiento a la prensa escrita como el medio por el cual ha circulado infinidad de información; prensa que nace de la mano de los avances políticos, sociales y económicos de países como Estados Unidos, Inglaterra y, en este caso, de México; prensa que no se explica sin el desarrollo de las mismas instituciones y gobiernos protagonistas en el desarrollo de estos pueblos a través de los siglos y, sí, instituciones, gobiernos y actores políticos que han visto, inevitablemente, en la prensa ese canal, esa arena en la cual se pueden mostrar a la población, mejor dicho, a sectores específicos –ya que el analfabetismo, paradójicamente, también caminó por mucho tiempo a lado del desarrollo de la prensa-.

Periódicos fundados a modo, administrados y financiados con sus propios modos. Publicaciones diarias con fines propagandísticos, de choque,

opositores, oficialistas, alternativos, culturales, filosóficos, obreros, satíricos, religiosos –política, a final de cuentas-, etcétera, que fueron tejiendo, en México, una especie de cultura en la que la política, la prensa y el periodismo –como oficio, vocación y bien público- forman una triada, al mismo tiempo perversa, al mismo tiempo benéfica: la única forma de enterarse de lo público, de lo importante, de lo que, a final de cuentas, algún día, lejano tal vez, afectará al ciudadano de a pie. O, como apuntaría Marco Lara Klahr, la prensa en México se caracteriza por ser *chaquetera* “que cambia de opinión, o de partido por conveniencia personal” o “por ser servil”.

Fenómeno, enmarcado en el sistema de comunicación política, que se convierte, poco a poco, en un negocio a nivel internacional. Vender prensa que, *per se*, se construye y piensa desde la política, aderezada con la espectacularidad, se hace fácil. En Estados Unidos, Inglaterra, Francia, España, como en México, la aparición de cotidianos de bajo precio, con alto, y relativamente novedoso, contenido visual, abarata y acelera el proceso de informar. Se hace negocio. Se ha leído que en México *El Imparcial*, producto del avance tecnológico del Porfiriato, fue parteaguas en este tema. Prensa y periodismo, que, a comienzos del siglo XX, entra en este cambio modernizador en formas, pero que, definitivamente, jamás se purgó de los vicios, costumbres y tradiciones de siglos. Y que, poco a poco, se fue construyendo, recreando y pensando, al mismo paso que la sociedad, cultura, política y economía mexicanas en la posrevolución. Más oficialista como opositora, más cínica y con más ganas de libertad. Libertad que, poco a poco, se consigue en la iniciativa privada y la aparición de sus hijos: la radio y la televisión como depositarios, también, de los mismos vicios y dinámicas.

Pareciera que la modernización del país, el desequilibrio político, económico, cultural e, incluso, demográfico que dejó la Revolución, impulsó el desarrollo de periódicos; la prensa de caudillos, la Constitución de 1917, el establecimiento del periodismo y -aspecto trascendental y último aporte a la historia del periodismo mexicano que dejó el siglo XIX- la génesis de la documentación, almacenamiento y conservación de la información (valorización de la historia) encaminaron a las publicaciones diarias en el país a consolidarse con mayor fuerza. Con el ambiente de muerte y traición que acompañó a la Revolución y posrevolución se creó el mecanismo de conservación de los periódicos: el autofinanciamiento y trabajo editorial propio. Así, la prensa, se convirtió en parte fundamental del movimiento armado: vigía de las guerras civiles que dieron forma a la Revolución.

Con el tiempo, y rematando lo hecho por Justo Sierra años antes, el auge de la educación socialista con el Presidente Cárdenas, fomentó la lectura en las grandes urbes y, el establecimiento del Partido único en el poder, marcó el camino político a seguir: unirse al sistema o, simplemente, condenarse. Censura, boicots, golpes en las mesas de redacción y consolidación, poco a poco, de un periodismo cooptado –que no significa, necesariamente “prensa vendida”-, gracias a los salarios de hambre en el medio, son constantes en el siglo XX.

### *La prensa escrita como se entiende hoy*

¿Pero, qué se entiende hoy por prensa escrita?, ¿en qué consiste un periódico?, ¿para qué se hacen?, ¿por qué el Partido de la Revolución Institucional, por ejemplo, los prefirió dentro de su orden que alejados como, alguna vez, intentara hacer Juárez?

Ernesto Villanueva<sup>92</sup>, reputado estudioso del derecho de la información en México, entrevistado *ex profeso* por Marco Lara Klahr, para su libro, *Diarismo. Cultura e industria del periodismo impreso en México y el mundo*, argumenta que, primero, no existen parámetros internacionales unívocos o generalmente aceptados en que la percepciones fácticas que se tienen sobre los periódicos de alto impacto en al agenda mundial (*New York Times, Washington Post, Wall Street Journal*), ya que no ha habido teorización al respecto. De ahí, se comprende, los multiusos en los que han caído los periódicos desde su nacimiento.

El investigador dice, con respecto a la función de los periódicos a nivel internacional:

...el gran trabajo de un diario es dar cumplimiento, garantizar una función superior: el derecho de la gente de saber. Y los periódicos tienen dos herramientas que posibilitan esto: la libertad de expresión y la libertad de información. Éstos son derechos de todos, pero profesionalmente los ejercen los medios, que son los que se dedican a eso [...] y su negocio es utilizar las libertades de expresión e información para garantizar el derecho de la gente a estar informada para tomar decisiones. Precisamente por eso se llaman medios, son un vehículo de intermediación entre las fuentes públicas y privadas que generan esa información, y la persona. En

---

<sup>92</sup> Investigador de Tiempo Completo del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM donde coordina el área de derecho de la información. Doctor en derecho por la Universidad Complutense de Madrid y Universidad del Norte (Paraguay) y Doctor en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra (España). Director de las revistas *Derecho comparado de la información* y *Comparative media law journal* ambas publicadas por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Autor de más de 30 libros en temas de derecho a la información en México; estudioso de las leyes e historia de los medios de comunicación en el país.

suma, las mejores expresiones periodísticas serán aquellas que mejor realicen dicha función social.<sup>93</sup>

Esta responsabilidad, en palabras del mismo Villanueva, estriba en una serie de condiciones particulares por parte de los medios, de características encajonadas en sistemas democráticos, encauzadas por tufos de libertad con respecto al sistema político. Estos parámetros son: 1) un código deontológico; 2) estatutos de redacción, que regula las relaciones profesionales entre la empresa, el reportero, el periodista, sin que haya mediación de un sindicato; 3) en defensor, o espacio, del lector; 4) adecuadas condiciones laborales, que incluyen salarios e incentivos justos, y condiciones para su profesionalización y actualización. Cumpliendo esto, se garantiza, según el autor, la función arriba mencionada.

Además, el investigador Justin Lewis<sup>94</sup>, piensa, en entrevista con Marco Lara, que un diario debe “en un momento en el que tenemos acceso a noticias las 24 horas, jugar un rol mucho más analítico –que meramente informativo-, proveyendo el contexto y trasfondo de las noticias, puedo tener una agenda propia –admitiendo el carácter privado de los rotativos-, pero debe incluir una amplia gama de puntos de vista en sus textos”<sup>95</sup>; de actores dentro de esa arena, cada vez más personajes en sus páginas, más información, más opinión, más imágenes. Requerimientos, que hacen complejo el proceso de lectura de un cotidiano moderno.

---

<sup>93</sup> Marco Lara Klahr. *Diarismo. Cultura e industria del periodismo impreso en México y el mundo*. Pág. 45-46.

<sup>94</sup> Profesor de Comunicación y director de la Escuela de Periodismo, Medios de Comunicación y Estudios culturales en la Universidad de Cardiff, en Gran Bretaña. Especializado en el estudio de los medios de comunicación y la política, opinión pública, los medios de comunicación y la política cultural, audiencias, consumismo y ciudadanía; comentarista sobre medios de comunicación, en medios como La *BBC* de Londres, *Radio 5 Live*, *The Independent*, *The Washington Post*, *NBC*; articulista en los diarios *The Guardian*, *Los Angeles Times*, y en *The Boston Globe*.

<sup>95</sup> *Ídem*.

### *El concepto de libertad. Sus inicios y uso en la jerga periodística*

Para que exista esa pluralidad se debe comentar sobre un aspecto. Libertad. La prensa escrita en México, como se ha alcanzado a leer hasta aquí, se fue formando su propio derecho, hasta que, en 1857, quedó manifiesta una libertad de expresión y publicación en los avatares de su historia, desarrollo y consolidación; Fernández Christlieb dice: “es necesario diferenciar la *constitución real* de la *constitución escrita* u hoja de papel, para comprender en sí la dimensión global el desarrollo de cualquier fenómeno vinculado con la problemática constitucional, en este caso el de libertad de imprenta”<sup>96</sup> ; la Ley de imprenta que rige al país, misma que se origina de los Artículos 6to. Y 7mo. Constitucionales<sup>97</sup>, no se originó del movimiento armado de 1910, más bien, es el resultado de que, implantada la Convención de Aguascalientes, Venustiano Carranza se asume como Presidente de México, abandonando los ideales de transformación y, en estricto sentido, dejando las riendas de la nación en un pequeño baluarte del Porfiriato, que, al establecerse el Congreso constitucionalista en Querétaro y desconocer lo

---

<sup>96</sup> Fátima Fernández, *Op. Cit.* Pág. 13.

<sup>97</sup> Artículo 6to de la Constitución de 1917: *la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden publico; el derecho de replica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el estado.*

Artículo 7mo. de la Constitución de 1917: *es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz publica. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito. Las leyes orgánicas dictaran cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos.*

planteado en Aguascalientes, desecharon las demandas de la revolución e iniciaron la reforma de la Constitución de 1857.

Constitución decimonónica que, a su vez, fue el resultado del triunfo de liberales moderados, que eliminaron las tesis, de liberales progresistas de escribir de lo que fuera, sin restricciones. Liberales moderados que, como Carranza, llegaron al poder con un proyecto político. Mismo que, requería de limitaciones y especificaciones, especialmente en lo que se refería al orden público. Estrategia carrancista que, previnieron, futuras críticas y revueltas, principalmente por parte de zapatistas o sonorenses. No podría explicarse de otra manera la premura de la ley, el 12 de abril de 1917, expedida a escasos dos meses de vida de la Constitución.

Contratos sociales que, sin negarlo, estribaron su redacción en uno de los ideales franceses del derecho moderno: el bien público, sobre el privado. La libertad de imprenta, ya sea desde 1821, 1824, 1857 ó 1917, siempre ha existido, aunque, también leyes secundarias que, o la limitaban a la previa presentación de los escritos a la autoridad, la cooptaban con impuestos o, simplemente, la sometían al poder político. Como se leyó en el Capítulo 2 de la presente tesis.

*Prensa en el Siglo XX. Los inicios, la mano de la modernidad. Nuevas formas de censura*

La Primer Guerra Mundial coincidió con las guerras civiles que le dieron forma a la Revolución mexicana, esto trajo consigo una nueva cultura de informar. La llamada “gran guerra” incorporó al mercado mundial de las comunicaciones novedosos sistemas inalámbricos que, a la postre, serían

explotados por las grandes corporaciones mediáticas de Estados Unidos y Europa, por los consorcios informativos que, poco a poco, comenzaron a influir en los medios mexicanos, a través de la inversión de grandes capitales, que apostaron por “renovar” el campo de la comunicación en México.

Fernández Christlieb apunta: “estas corporaciones manejaran a su vez medios de información escritos y los nuevos medios como la radiofonía. Esto influye notablemente en los periódicos mexicanos. Dos de ellos, *Universal* y *Excélsior*, surgidos durante la primera guerra mundial, serán incorporados al mundo de la radiodifusión, que nace en los Estados Unidos con un definitivo sello comercial. Surge así, el periodismo como empresa –y recuerda- que ya tenía su antecedente en la última década del siglo XIX, con periódicos que pretenden ganar lectores, no ya por su contenido ideológico sino por su moderno formato. Tal es el caso del *Imparcial*, cuyo nombre, al margen de la tendencia porfirista, es de por sí revelador: ni con el gobierno ni con sus opositores: sólo con el capital que dejen los lectores”<sup>98</sup>.

Una vez promulgada la Constitución de 1917, asesinado Carranza, se inicia un proceso de reconstrucción económica y política, Álvaro Obregón negocia el reconocimiento del Estado mexicano con los Estados Unidos, aceptando la inversión de diversos capitales. En aquellos ayeres, de la década de los veinte del siglo pasado, fue el momento en que agoniza, finalmente, la prensa partidista.

El sistema de comunicación política se revoluciona. El capital comienza a moverse en la médula de los medios de comunicación: prensa y

---

<sup>98</sup> Fátima Fernández, *Op. Cit.* Pág. 20.

radio al servicio de los anunciantes. Esto, a la par de la consolidación del grupo sonoreense en el poder, los caudillos desaparecen los brotes de oposición, para dar paso a la creación de instituciones, que, por consiguiente, dio paso a la *prensa oficialista*.

Podría confundirse con la existente en el siglo XIX, esa que iba de la mano con los gobiernos o grupos políticos en el poder, pero, que, a final de cuentas, era efímera, como todo lo propio en el siglo XIX, y que, rápidamente cambiaba de función dentro del sistema. La *prensa oficialista* del siglo XX, cuyo inicio formal se dio en 1929 con la creación del *El Nacional*, órgano oficial del Partido Nacional Revolucionario (PNR), no sólo estribaba en un solo medio, sino que los “periódicos pertenecientes a la gran prensa, se ven bruscamente obligados a entrar al cause oficial”<sup>99</sup>.

Fátima Fernández menciona que en el siglo XX se encontraron nuevas formas de censura, además de las ya existentes. La prensa se somete, en lo económico al anunciante y, en lo político, al presidente. El Estado Mexicano, producto del carácter corporativo que lo caracterizó por mucho tiempo, comenzó a operar varios mecanismos reguladores de la vida editorial, someter a los medios a tramitar certificados de licitud, comisiones reguladoras de editoriales, permisos para importación de maquinaria y artículos editoriales; asimismo, el hecho de que existiera un organismo estatal dedicado a producir e importar papel para los periódicos<sup>100</sup>, la

---

<sup>99</sup> *Ídem.*

<sup>100</sup> La industria papelera mexicana, como tal, se estableció en la última década del siglo XIX, con la apertura de la Fábrica San Rafael, en 1892. Antes de esto, se contaban con talleres o pequeñas industrias, más artesanales que dedicadas a cumplir la necesidad real de papel en el país; con el movimiento revolucionario, la industria del papel en el país se vio mermada, hecho que contrastó con la época “pos revolucionaria”, con el incremento de población urbana, el establecimiento de nuevos hábitos en la población (de higiene, documentación, información, educación, etcétera) y la proliferación de empresas editoriales. Hechos que,

conformación dependencias estatales de información y una franquicia postal para la distribución de diarios y revistas, o el apoyo -y complicidad- o rechazo a movimientos laborales en el interior de los diarios (como los casos de *Excélsior* en 1929 y 1976 o en *Novedades* en 1945), confirman la existencia de formas sutiles de control. Formas que, también, obedecieron a proyectos globales de información.

El control ya no era sólo a lo que se publicaba, se enfocaba en la existencia del medio, lo importante respecto a la actual libertad de expresión, no radica en el manejo más o menos libre del material a publicarse, sino de la existencia misma del periódico, en la creación, mantenimiento y consolidación de empresas y proyectos enmarcados en el mismo sistema. “La estructura de la prensa revela que los grupos políticos y económicos que editan un órgano periodísticos no tiene obstáculo para cumplir con los requisitos anteriormente mencionados. Si alguno, una vez declarado apto para emitir mensajes a través de la prensa, resulta disfuncional a la línea trazada para la prensa oficialista [...] presenta visos de prensa partidista y

---

poco a poco, exigieron el papel, que, por consiguiente, tuvo que venir de mercados extranjeros: de Estados Unidos y Canadá.

Esto provocó que, con el tiempo, los costos del papel fueran indiscriminadamente altos o dispares, dependiendo de la zona o región. Esta anarquía en el mercado papelero obligo a que los editores le exigieran al presidente Lázaro Cárdenas la libre importación de toda clase de papel para fines editoriales o, en su caso, la intervención del Estado fijando precios oficiales en el papel manufacturado en México. Y el Estado mexicano intervino con otro tipo de medida, mucho más corporativa: decretó la fundación, el 21 de agosto de 1935, de la Productora e Importadora de Papel, Sociedad Anónima (PIPSA); el Estado copó el monopolio para la compra de papel al exterior, y en el monopolio interno para su producción y distribución, además, por decreto, se reservaba el aprovisionamiento y distribución del papel destinado específicamente a los periódicos. Convirtiendo así, al gobierno mexicano, en un financiador y amortiguador económico, en tiempos de crisis y bonanza, de la industria periodística mexicana.

(Cfr. Aquiles Fuentes. *Papel y medios impresos: Desarrollo económico y derecho a la información*. Cuadernos del TICOM, núm. 29, UAM-Xochimilco, 1993. , y, Gobierno de la República. *El Papel. Diario de PIPSA, 1934-1940*. [en línea], México, Recuperado el 29 de mayo de 2010 de <http://www.bicentenario.gob.mx/bdb/bdbpdf/elpapel/EL%20PAPEL%201934-1940.pdf> .)

abandona su oficialismo, aunque sea parcialmente, encontrará –encontraba- obstáculos en el ejercicio de su labor”<sup>101</sup>.

El mismo Estado mexicano, al convertirse en corporativo contagió, por decirlo de alguna manera, las empresas periodísticas, toda vez que, como diría Javier Esteniou,

... el Estado protege sus fuentes de generación de plusvalía, y enfrenta los constantes antagonismos culturales que genera su base económica desigual. No podemos olvidar que el principal problema que enfrenta toda elite que aspira al poder o que ya la posee, es el modo de legitimar cotidianamente las bases de su dominación para persistir como fracción gobernante. Ante esto, el Estado capitalista practica una cuidadosa política de selección de medios, instrumentos y sujetos de implementación ideológica [...] este elige los recursos más adecuados para alcanzar el mayor grado de dominación ideológica sobre los múltiples campos de conciencia y de comportamiento de los hombres<sup>102</sup>.

En otras palabras, el Estado mexicano, sus gobiernos e instituciones, replantearon su sistema de comunicación política, al grado de concentrarlo en la misma magnitud y dinámica por la cual se mantenía vivo. Además en el terreno económico, aceptando que el país, en la primera mitad del siglo XX, estaba retrasado de suyo en la tecnificación de la industria en comunicación, siendo, en estricto sentido, un repetidor de modelos que ya habían funcionado en otros países, mismos que invertían en tierras aztecas, era de

---

<sup>101</sup> *Ibíd.* Pág. 25.

<sup>102</sup> Francisco Javier Esteniou. *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía.* Pág. 19.

entenderse la necesidad de crear empresas periodísticas conforme el devenir social se acomodara.

Es el mismo Esteniou el que describe que en el modo de producción primitivo, el principal aparato de hegemonía estribaba en la tradición oral y la célula familiar; en el feudalismo la iglesia y los subsistemas religiosos monopolizaban la hegemonía ideológica, como una parte sustancial en el gobierno de los estados, más no por que, necesariamente, fueran gobierno; y, en el capitalismo, los aparatos ideológicos de estado, la escuela y los medios de difusión –siempre y cuando el Estado los monopolice- tienen el control de la hegemonía; es decir, en esta etapa –a la cual, México, entró prácticamente en la segunda mitad del siglo XIX y, se consolidó a principios del XX- el Estado tiene a la hegemonía ideológica como todo un proceso, en el cual intervienen varios aspectos a controlar.

#### *La prensa: una institución más del priiato*

El oficio periodístico, como tenía que esperarse después de tanto tiempo germinando, se convirtió en una institución más dentro de la vida política en México, era hora de regularlo, de admitir que había familias enteras que vivían de él, que los periódicos ya no sólo vivían de firmas o nombres, de intelectuales o héroes, sino de complejas y, cada vez más, anónimas redes de reporteros, corresponsales, fotógrafos, secretarias, editores, impresores, diseñadores, jefes de información, afanadores, papeleros, voceadores, etcétera. Fue así que, se consolidaron las grandes empresas periodísticas, que, en el sistema político mexicano no subsisten, o subsistieron, sin realizar una alianza, aunque sea estratégica, con alguna fuerza real de poder.

Rafael Rodríguez Castañeda (actualmente director del Semanario *Proceso*), afirmaba, en la introducción de su libro *Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones*: “resulta poco más que imposible precisar dónde se originan los vicios que desde los años cuarenta entorpecen, enrarecen y distorsionan la información periodística en el país: ¿en la mano que pide, en la mano que soborna, en la mano que recibe, en la mano que golpea?”<sup>103</sup>; cómo se ha leído desde el capítulo anterior, la relación prensa-gobierno no es nueva, relación donde siempre se mezclaron intereses económicos, políticos, facciosos –locales, regionales y nacionales– para utilizar a los medios de comunicación como instrumentos de influencia y presión; pero, el siglo XX le dio espacio a la entrada, casi de facto, a rostros, personajes, periodistas y empresarios que vieron saciada su sed de poder en el oficio periodístico, a cambio de una sola palabra: pleitesía.

Miguel Ángel Granados Chapa apunta: “cada sexenio aparecen uno o dos diarios de influjo del presidente en turno o de sus aliados, de igual manera que desaparecen uno o dos, surgidos en el sexenio anterior”<sup>104</sup>; en las próximas líneas, se abordará el devenir de la prensa escrita en México a lo largo de la hegemonía priísta en el gobierno federal, que, si bien, fue declinando a partir de la Reforma política de 1976, se mantuvo hasta la entrada de lleno del neoliberalismo a las empresas periodísticas en la década de los noventa del siglo XX. Cada presidente, modificó, no sólo a las empresas y el catálogo de publicaciones, sino, partiendo de los objetivos de la presente, la forma de ver a los mismos diarios en su dinámica como arenas políticas: el deber ser de la industria, el cómo se publicaba, qué se

---

<sup>103</sup> Rafael Rodríguez Castañeda. *Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones*. Pág. 13.

<sup>104</sup> Miguel Ángel Granados Chapa, “Aproximación a la Prensa Mexicana”, en *Revista Mexicana de Ciencia Política*, núm. 69. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, julio septiembre 1972, Pág. 49. (Citado en Fátima Fernández. *Op. Cit.* Pág. 31.)

publicaba, para qué se publicaba. Concepciones que, poco a poco, depositaban más funciones a la prensa, como una institución más dentro del sistema político mexicano.

El 7 de junio de 1952, editores, redactores, directores y gerentes de diarios y revistas nacionales y locales se dieron a bien instituir el “Día de la libertad de prensa”, celebración que servía para, en palabras de Rodríguez Castañeda, “que los periodistas institucionales se rindan al Presidente en turno”, fechas que, con el tiempo, comenzaron a atravesar las historias de los mismos diarios, desaparecidos paulatinamente. Resulta paradójico que, actualmente, la prensa influyente en México, con excepción de *El Universal* –y, según la ortodoxia histórica, *Excélsior*- cuenta a lo mucho con escasos treinta años de haberse sido fundada.

El periodo que comprendió 1952-1994, tuvo una dualidad: se era fácil sobrevivir, hasta que el sistema te lo permitía o, de un chispazo, la empresa periodística desaparecía, o, lo que era peor, era obligada a perder o modificar su filosofía. Cabe mencionar que de la historia de los grandes periódicos mexicanos se desprende que, efectivamente, el principal papel asumido por todos ellos, a través de épocas diferentes, es el de tribuna de expresión de grupos o facciones, de una combinación entre sometimiento y complicidad con los gobiernos en turno –en sus tres niveles-. Esto no excluye, importante de mencionar, que los diarios hayan cumplido, y cumplan, otro tipo de funciones, como el de publicar noticias en toda su tipología, difundir cultura o entretener a todo aquel que acudiera a sus páginas. Pero, se admite que, la prensa, efectivamente, cumplió las veces de vocero del poder, debido a la inexperiencia e, incluso, desconocimiento en teoría y práctica, de lo que era hacer comunicación política. Hecho por el

cual, se recurrió a lo más fácil: cargar de funciones alejadas del ideal del mismo medio.

Es por eso que, se apoya la tesis de Fátima Fernández cuando escribe: “concebimos al periódico como un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, expresión del sistema de valores de un grupo determinado; sistema que defiende los intereses de dicho grupo y da origen a comportamientos prescritos frente a determinados problemas sociales, económicos y políticos”<sup>105</sup>; comportamientos preescritos que constituyen el aspecto ideológico de la prensa, en cada época y para cada problema.

*El Día de la Libertad de Prensa: una bonita y perversa costumbre*

Fue Adolfo Ruiz Cortines, quién, en 1957 declaró lo que él quería de la prensa: “creo con ustedes que la información debe tener, entre otras cosas, la grave responsabilidad de servir principalmente a los altos intereses de la nación, y contribuir a mantener la unidad de los mexicanos, la tranquilidad, la confianza, y la fe en nosotros mismos, que inspiran el incontenible afán de progreso de la colectividad”<sup>106</sup>; frase que hacía pensar que el bien de la ciudadanía, en recién masificación, iba a depender de la prensa, como forma de controlar lo que, paulatinamente y con el crecimiento de la sociedad, iba a ser incontrolable para los gobiernos.

El sistema de comunicación política comenzaba a depositar gran responsabilidad en la prensa. Si bien, desde la presidencia, se implementaron oficinas de prensa, eran más un “embudo” entre gobierno y prensa, que emisores de información.

---

<sup>105</sup> Fátima Fernández. *Op. Cit.* Pág. 33.

<sup>106</sup> *Ibid.* Pág. 56.

Años después, en 1959, teniendo como contexto las huelgas ferrocarrileras acaecidas en Ferrocarriles Nacionales y la represión que ocasionó, y la consolidación de la Unidad Productora de papel (Benito Juárez, Oaxaca), lo cual había favorecido a múltiples empresas periodísticas en el centro y sur del país, Adolfo López Mateos, presidente en turno, llamaba a un nuevo elemento en la construcción de un modelo de comunicar los problemas políticos: “la autoridad debe hacer posibles para todos iguales derechos; su pleno goce sería si no se conjura con el de la responsabilidad [...] México, precisa, como por fortuna lo tiene, autoridad con libertad, y libertad con responsabilidad. Ser libre implica saber serlo y la determinación de que todos lo sean por igual. La libertad no es una idea abstracta – haciendo referencia a la de prensa-; es una norma de conducta diaria: la propia conciencia de la libertad implica la responsabilidad. Sólo quienes ya son libres, viven su libertad responsable”<sup>107</sup>; responsabilidad en el informar, de la misma que hablaba Zarco, cuando la asociaba con la dignidad humana. Sin embargo, las palabras de López Mateos encerraban temor por la Guerra Fría, temor que la democracia y los valores de la revolución fueron superados por los deseos socialistas que, muy bien, podrían ser esgrimidos en los diarios, una idea de socialismo equivalente a muerte, revueltas desequilibrio social y económico en su mayor apogeo.

Al par de esto, plumas prestigiosas, eran encausados al gobierno y sus planes de nación. Ejemplo de ello, la entrada de Martín Luis Guzmán como presidente de la Cámara Nacional del Libro de Texto Gratuito, creada por López Mateos en febrero del 59. El trazo de la hegemonía tocaba, ya, el ámbito educativo. Lo cual, a la postre, significaba más lectores a la prensa.

---

<sup>107</sup> *Ibid.* Pág. 66-67.

Lo cual, no significaba necesariamente, concienzudos analistas de la realidad.

Todo dependía de la información publicada. Por ejemplo, el 23 de mayo de 1962 fue asesinado Rubén Jaramillo, líder agrario y heredero ideológico del zapatismo en el estado de Morelos, levantado en armas durante el gobierno de Ruiz Cortines, pero acercado a la administración de López Mateos. Al informar la noticia, diversos diarios, a pesar de las protestas en la izquierda y el sospechosísimo que giró alrededor del hecho, diarios como *Excélsior*, lo tacharon de “siniestro personaje”, “delincuente contumaz, que asesinaba y asaltaba y robaba”, “que bien podría decirse que al asesinarlo le pagaron con su propia moneda”; prensa dedicada a ser responsable en la medida en la que el sistema dictaba el estatus a cuidar.

Y es que la PIPSA y la publicidad oficial mantenían en simbiosis los proyectos de nación de cada presidente con la labor editorial. Con el paso de los años, industriales de la prensa comenzaron a asociarse con enriquecimiento ilícito, gracias a la labor de PIPSA, toda vez que era administrada por ellos mismos.

*Gustavo Díaz: vocerías de papel. Como en instructivo*

La paz social y la estabilidad –en el sistema- fueron dos temas que Gustavo Díaz Ordaz esgrimió a la prensa durante su sexenio. Corría 1966 cuando, documenta Rodríguez Castañeda, en su primer 7 de junio departido con periodistas, el presidente Ordaz, llamó a la mesura en los medios con las siguientes palabras, muestra clara de su postura conservadora, que marcó todo su sexenio: “el uso individual de los derechos no puede colocarse por encima de la ley que armoniza y sustenta los de todos. Hacerlo sería invitar

al caos y dar asiento a la violencia. [...] Ajustar –a modo de disposición- las publicaciones a la Constitución y a las leyes en vigor, a pesar de las urgencias, antes de dar una noticia a la publicidad, pensar siempre si sirve o no a la verdad, si ayuda a la concordia de los mexicanos o aumenta sus rencores [...] si tiende a resolver problemas o agravarlos”<sup>108</sup>; en el discurso, mano abierta a la cooperación y al diálogo; misma que, sin dudar, aplastaría toda forma de sublevación o alejamiento de su recién instalado estatus quo.

Prueba de ello, lo acontecido días después de aquel discurso. El 23 de junio, *El Diario de México*, dirigido por Federico Bracamontes, cotidiano de información general, nacido en el ámbito deportivo, pero que, a cuentagotas consiguió adeptos y credibilidad, publicó en la primera plana del diario una fatal trasposición de pies en sus fotografías. El pie de foto, donde aparecían dos changos fue colocado debajo de otra, donde se retrataba una convención de gasolineras, en la cual, ocupaba lugar predominante un cartel con el rostro de Díaz Ordaz. Bajo esta última, se escribió: *Se enriquece el zoológico. En la presente gráfica aparecen algunos de los nuevos ejemplares adquiridos por las autoridades para el divertimento de los capitalinos.*

Eso bastó para que, el 03 de agosto de ese mismo año, *El Diario de México*, advirtiera, también en su primera plana, como encabezado: “El Presidente Díaz Ordaz Ordena la Muerte de DIARIO DE MÉXICO. Un error de Imprenta Origina la Grave Determinación”; Bracamontes, en epítáfica editorial, reclamaría que el presidente había mandado a retirar, paulatinamente, la publicidad gubernamental del diario y la negación de información a sus reporteros. Advertía, además, que “la amenaza en vía de

---

<sup>108</sup> *Ibid.* Pág. 105

hechos que hoy denunciarnos públicamente constituye un grave atentado a la libertad de prensa y un abuso del Poder Público en contra de nuestra vida profesional y ciudadana”<sup>109</sup>; el diario desapareció, sin importar que Bracamontes fuera yerno del doctor Gustavo Baz, viejo revolucionario, ex gobernador del Estado de México y ex Secretario de Salubridad y Asistencia.

Y es que Díaz Ordaz estaba consciente de los avances tecnológicos en el mundo y de la, cada vez más, inmediatez de la información. No en balde había pasado su administración por la organización de lo que serían los Juegos Olímpicos de 1968, el sistema político mexicano de enfrentaba a un fenómeno nuevo, al que, por lo mismo, temían: la opinión pública mundial, no sólo de Estados Unidos, sino del resto de las potencias y economías que, recuperados de la Segunda Guerra Mundial, daban pasos gigantes a la modernidad, usando la paz y la estabilidad como grandes ejes para invertir en tal o cual país. Era tarea del presidente, moldear, en la conciencia colectiva una percepción “adecuada” de México.

Es por eso que, Díaz Ordaz, cada vez que podía daba clases de periodismo a los mismos periodistas, que, rendidos ante la muestra de que el autoritarismo imperaba, tomaban nota y ejercían lo dicho. En 1967, durante el Día de la libertad de prensa, frente la elite de la prensa nacional, el otrora gobernador de Puebla confesó ignorar cómo hacer periodismo, pero expuso, en cambio, que como lector sí sabía qué esperar de una publicación impresa<sup>110</sup>:

- La actividad del periodista y del funcionario tiene como denominador común: la responsabilidad y la nobleza, jamás la insolencia.

---

<sup>109</sup> *Ibid.* Pág. 107.

<sup>110</sup> *Ibid.* Pág. 114.

- Mentir o distorsionar la verdad no es informar.
- Atenta contra la libertad el que silencia la verdad.
- Informar exige desprenderse de filias y fobias, de preferencias y antipatías, de credos y pasiones.
- Informar es transmitir los detalles del hecho.
- El reportero debe hacer una rigurosa selección de fuentes, recurrir a las más idóneas.
- El periodista no es ni tiene que ser adivino.
- Informar es transmitir fielmente las palabras del entrevistado, incluyendo la pregunta del reportero, porque en ella fija el verdadero sentido de la contestación.
- Informar bien es darle jerarquía a la noticia, con base en una tabla de valores, en la que se contraponen lo comprobado a lo supuesto, lo preciso a lo ambiguo, lo constructivo a lo negativo, lo que afirma a lo que niega.
- La otra tarea, la editorial, es la expresión de la libre opinión, del juicio crítico de quien escribe. Es aquí donde verdaderamente hace uso –y aún puede ser lícito cometer abuso- de la libertad de expresión.

El presidente se daba el lujo de afinar su aparato de comunicación con senda deontología periodística; jamás se pudo negar la relación tan estrecha que el gobierno de Díaz Ordaz llevó con el gobierno norteamericano, a tal grado que, a la postre se le tachó de haber sido agente al servicio de la CIA; tal afirmación sólo explica su filosofía editorial, la cual impregnó de regionalismo la manera de hacer periodismo. Aunque, en los hechos fuera lo contrario, tal es el caso del *Heraldo de México* que, de la mano de Raúl Velasco, el principal *showman* de la época, servía de atalaya para crearle al presidente, a pesar de todo, una buena imagen ante la sociedad.

Manuel Marcué Pardiñas, en el último número de la revista *Política*, dando muestra de que si se publicaba alejado de dichas normas la empresa periodística desaparecía, expuso: “contra lo que demagógicamente afirma el gobierno, tales libertades (la de pensamiento y de expresión) no existen. Sobornos, coacciones, amenazas, bloqueos económicos, negativas para obtener papel mediante su pago, inquisiciones policíacas, amedrentamiento pertinaz de los colaboradores... en fin, todo el peso de la maquinaria gubernamental y su falaz concepción de la libertad de prensa, se echaron encima de *Política*”<sup>111</sup>; era prácticamente imposible no pertenecer al sistema planteado.

Y es, precisamente en esos años que, a la prensa escrita mexicana se le deposita una de las cualidades que la marcaron por años y que, en la actualidad, aún perduran: ser el parapeto del gobierno para mantener su imagen, ante la incapacidad propia de comunicarse con sus gobernados; el medio de comunicación, además de informar temas generales y de importancia, cubría ese espacio legitimador de las políticas y acciones, el medio que, *per se*, es frío, se “calienta” para ser Voz de los gobiernos, gracias a la imposibilidad de insurrección por parte de los periodistas y empresarios mediáticos. Y, *en tierra de ciegos, el tuerto es rey*: la televisión y la radio, se enfilaban a ser de entretenimiento, replicadores de los patrones y noticias establecidos a la prensa escrita o, en el mejor de los casos, de reforzadores culturales.

El periodismo mexicano, como se conocía, “vivió su *Waterloo*” en 1968. La cooperativa de *Excélsior*, ya había empujado a su director, Manuel Becerra Acosta –fiel alfil en el periodismo de, por lo menos, los tres

---

<sup>111</sup> *Ibid.* Pág. 115.

anteriores presidente-, a una línea editorial más abierta y crítica. No fue hasta que, el 31 de agosto, con la muerte Becerra que el diario giró con la entrada de Julio Scherer a la dirección. Con esto, se logró la imparcialidad, lo cual representaba un avance.

Estaría de más apuntar sobre los acontecimientos que tuvieron lugar entre junio y octubre de 1968; las voces de los mismo periodistas ayudarán a comprender el contexto en le que se encontraba la prensa escrita en México<sup>112</sup>. Luis Suárez, en *Siempre!*, escribió: “la mayoría de los medios de difusión procedieron del mismo modo que proceden –con otro sentido y propósito desde luego- los revolucionarios del todo o nada. No permitieron, generalmente, fisura de ninguna clase en el criterio de lo que tenían que defender por mandato de la propiedad y el dinero que rige en el asunto”; Carlos Monsiváis, en *A ustedes les consta*: “En feliz y automática semejanza de radio y televisión, la gran mayoría de la prensa escrita se calla, difama, confunde por principio. De modo casi unánime se denuncia al movimiento estudiantil por apátrida, disolvente, comunista, enemigo de la familia y religión”; ya, en 1969, Martín Luis Guzmán, director de *Tiempo*, dijo, en representación de toda la industria lineada al gobierno:

... Creemos leales a nuestras propias palabras, que dejando fuera publicaciones que no podrían estar entre nosotros, la conducta general de la prensa de México ha venido respondiendo positivamente a las normas y deberes periodísticos codificados por el señor Presidente de la República, y los cuales, en realidad, no hacen sino recoger lo que, de manera quizás no tan concisa, y seguramente menos brillante, forma parte del ideario a que siempre nos hemos

---

<sup>112</sup> Cfr. *Ibid.* Pág. 122 – 126.

sentido sujetos. [...] El gobierno, en ningún momento, coartó o intentó coartar la libertad de prensa. Dejó, consciente de sus deberes, que los periódicos asistieran libérrimos al conflicto; que libremente lo reflejaran en sus páginas según el criterio o las inclinaciones de cada uno que, incluso, participaran en él [...] Lo felicitamos señor presidente [...] Lo aplaude a usted una prensa que al ejercer plenamente su libertad demostró no ser prensa vendida.

Lo hicieron gratis. Estas palabras encuadran la dinámica de la mayoría de la prensa en una actitud pasiva, temerosa a perder sus privilegios y dádivas. Los periódicos se habían convertido en arenas en las cuales, a lo largo de sus páginas, la disidencia era ajusticiada, magullada, desprestigiada, con el fin de que el juez, la opinión pública, rechazara los planteamientos estudiantiles. Díaz Ordaz concebía a la prensa como su territorio, y es por eso que es fácil de entender esta etapa histórica de la prensa nacional. El sistema de comunicación era fácil de analizar: el gobierno era emisor, el medio era del gobierno y el gobierno se pensaba del emisor. En 1970, se reafirma, PIPSA continuaría abasteciendo el mercado de papel en México. Llegó el pago.

A Martín Luis Guzmán, el PRI en el Distrito Federal le aprobó su postulación como candidato a senador por el Distrito Federal. Llegó caminando, a pesar de continuar en su encargo como presidente de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos.

El maestro Granados Chapa diría, en un tono más general: “más que un control gubernamental, sobre la prensa, lo cierto es que hay un autocontrol, una especie de “censura ambiental. -los periodistas- saben

hasta donde pueden llegar. O saben, por lo menos, hasta dónde quieren llegar. Los eventuales mecanismos de control no se ponen en operación por innecesarios. Las empresas periodísticas son centralmente lo primero y sólo lateralmente periodísticas”<sup>113</sup>; en su oficio, abandonaban el ideal, como empresa eran exitosas. Esto, aderezado con lo dicho por Fátima Fernández, “en momentos de crisis el Estado requiere solidez en sus bases de legitimación. En dichos momentos los periódicos actúan como tribunas que garantizan la legitimidad”<sup>114</sup>.

Y fue el mismo Gustavo Díaz Ordaz, que, en su último encuentro con periodistas, en el lejano 1970, le dio por sentirse director de diario al decir: “si yo fuera director de un periódico, éste es el credo que yo colgaría sobre mi escritorio: imprimiré todas las noticias dignas de publicarse, pero me reservo el derecho de determinar: lo que ya no es noticia, el beneficio que puede obtenerse de su publicación, su comparación con otras noticias, y su posible efecto sobre mis lectores; [...] –y finalizó- Gravísimo sería que la prensa estuviera sometida al gobierno; más grave sería aún que el gobierno estuviera sometido a la prensa [...] Mi reconocimiento a la prensa por la importante, valiosísima colaboración que durante más de cinco años nos ha prestado al gobierno, y a mi en lo personal”<sup>115</sup>. “Hasta la ignominia”, cómo describiría Rodríguez Castañeda a este periodo de la prensa nacional.

---

<sup>113</sup> Miguel Ángel Granados, *Op. Cit.* Pág. 49.

<sup>114</sup> Fátima Fernández, *Op. Cit.* Pág. 82.

<sup>115</sup> Rafael Rodríguez, *Op. Cit.* Pág. 132.

*La libertad y el juego de premiar a los periodistas. Luis Echeverría, como pez en el agua*

No es de pocos conocido que Luis Echeverría Álvarez comenzó su gobierno con giras, aprobando decretos, creando comisiones, organismos, presidiendo eventos y reuniones con actores políticos y empresarios. Un comienzo, por decirlo de alguna manera, espectacular.

En el campo del periodismo no se quedó atrás. Él mismo ya lo había ejercido. Editó la revista *México y la Universidad*, publicó en *Mundo Libre* y en *El Nacional* y fue, fiel a su partido, director de Prensa y Propaganda del PRI. Allegado a la familia O´Farril, dueños de *Novedades*. Conocía la industria.

En 1971, Echeverría se comprometió con la responsabilidad de los diarios: “toda libertad entraña riesgos, como todo derecho supone responsabilidades [...] Ello exige de gobernantes y gobernados, tolerancia, voluntad de diálogo y, ante todo, decisión auténtica de supeditar los intereses particulares al interés de la sociedad”<sup>116</sup>; rubros que se pusieron a prueba el 10 de junio de ese año, justo tres días después de lo dicho.

Y es que los acontecimientos del Jueves de Corpus, cuando un grupo de estudiantes, que marchaban desde el Casco de Santo Tomás, fue interceptado y reprimido por un grupo denominado Halcones. El saldo del encontronazo dejó heridos, e incluso muertos. El temor de que se reencendieran los aires de 1968 quedaba en el aire.

---

<sup>116</sup> *Ibid.* Pág. 138.

La pregunta, “¿y quiénes eran los Halcones?”, no se dejó esperar. Se sabía que fueron entrenados en instalaciones del Departamento del Distrito Federal, que eran financiados y mandados a “curtir” por el Regente en turno, Alfonso Martínez Domínguez, entrenados por el Jefe de la policía preventiva, general Rogelio Flores Curiel, y, todo, orquestado por el presidente.

Sin embargo, y, a pesar de los hechos y pruebas mostradas por los agredidos y, posteriormente, documentado el hecho por periodistas y familiares de las víctimas, la versión oficial, que circuló en medios de comunicación y, a modo de propaganda, en las calles de la Ciudad fue: “enfrentamiento entre grupo de comunistas, encabezados por Manuel Marcué Pardiñas”; toda prueba de la existencia de los Halcones, e incluso los cadáveres de aquella tarde, fueron mandados a desaparecer. Y, también, a la congeladora política, el regente y su jefe de policía.

La prensa, olvidando el hecho, se concentró en la guerrilla. El estado de Guerrero se comenzó a conocer como el cubil de diversos grupos guerrilleros, es decir, la disidencia se hacía presente en un régimen que parecía hegemónico. Sin embargo, la línea conservadora, protectora del “orden y estabilidad” social, apareció. “¿Se podía o no usar los términos guerrilla y guerrillero? No era cuestión de semántica; era un problema político. Jefes policiacos y autoridades militares se negaban a emplear esas palabras. Y en su mayoría, los periódicos seguían la consigna. Así, en la prensa, los guerrilleros se volvieron bandoleros, asaltantes, hampones, maleantes, gavilleros, extremistas, abigeos”<sup>117</sup>.

---

<sup>117</sup> *Ibid.* Pág. 140.

Cánones editoriales que suponían el descontento al desobedecerlo. Tal fue el apego que, aquel *Diario de México*, apaleado por Díaz Ordaz y desaparecido en 1969, el 21 de junio de 1971 regresó a la palestra periodística “Otra vez al servicio de México, con su mensaje de optimismo, de fe renovada en la Patria, y en los hombres y mujeres que diariamente forjan su destino”.

Y tal fue el castigo que, en 1972, con previa advertencia del mismo presidente Echeverría a Julio Scherer, como lo documenta en *Los Presidentes*, *Excélsior* sufrió un golpe por parte de sus anunciantes. El diario, haciendo caso al llamado presidencial de ejercer la libertad de prensa, exhibía a funcionarios e instituciones gubernamentales los mismo que a empresarios y personajes de la iniciativa privada. Miguel Ángel Granados Chapa, citado por Rodríguez Castañeda, desde su texto *Excélsior y otros temas de comunicación*, describe que, para empezar, el boicot al diario se originó en la televisión, donde antiguos empleados del rotativo hacían eco de afanes difamatorios, calumnias y llamados a no anunciarse en sus páginas. La campaña surtió efecto cuando, en agosto de ese año, sus principales anunciantes retiraron su publicidad de las páginas de *Excélsior*, a fin de variar su política informativa y editorial. Crisis que duró hasta diciembre de aquel año.

Se podría obviar la relación que hasta entonces tenían los empresarios y el gobierno. Sin embargo, para fines de la presente, es importante anotar que, este hecho marcó el inicio, por lo menos en la vida pública, de la simbiosis entre empresarios de diferentes rubros en la economía y gobierno, en contra o favor de la prensa escrita. Si bien, los gobiernos hacían uso de sus periódicos para sus fines, ellos mismos también ejercían presión sobre los medios, usando, lo que entonces ya era

un poder fáctico y que, con el tiempo, se convirtió en eslabón del sistema político: la iniciativa privada. El sistema de comunicación política encontraba otro actor en la arena de la prensa.

Todo en función de la siguiente anécdota que Julio Scherer, también, relata en *Los presidentes*<sup>118</sup>: en la búsqueda de apaciguar la relación que existía entre él y el empresario Juan Sánchez Navarro, ya en el año de 1985, el periodista le pregunta y plantea a su amigo:

*-Juan, dime, pero dime la verdad: ¿es o no cierto que el presidente Echeverría inspiró el boicot de la iniciativa privada contra Excélsior?*

*-Absolutamente-* le dijo.

*- ¿Absolutamente dices?* Volvió a preguntar.

*-Sí, eso digo.* Respondió.

*-Cuéntame.* Replicó Scherer.

Fue todo en una reunión del Consejo Coordinador Empresarial. Los empresarios reunidos en torno al presidente expusieron su preocupación por la línea editorial del periódico en aquella época, por su preocupación por lo que, ellos creían, pérdida de objetividad del cotidiano, de su estrepitoso giro editorial hacia “la izquierda”. Mismo que, en aquel entonces era considerado el más importante del catálogo nacional de prensa.

Echeverría, en tono paternal, respondió:

*- De qué se quejan, si ustedes tienen el pandero en la mano.*

---

<sup>118</sup> *Ibid.* Pág. 145.

Frase que, de cierta forma dio la venia presidencial a la conjura contra el diario. Boicot que el mismo presidente apagó. Actitud que reflejaba la verdadera personalidad de Echeverría, en voz del también empresario Carlos Abedrop: “he conocido a un hombre falso como ninguno: Luis Echeverría Álvarez”. Y es que, en este sexenio, Julio Scherer tocó líneas muy delicadas.

Cecilia González, en su libro, *Escenas del periodismo mexicano. Historias de tinta y papel*, documenta que la calidad periodística de Scherer jamás fue puesta en duda, pero cuando éste necesitó ayuda para *Excélsior*, el gobierno de Echeverría compró planas enteras de publicidad gubernamental; “Echeverría pudo erigirse así como el salvador del diario; Scherer, en tanto pedía y aceptaba la ayuda, aunque al mismo tiempo intentaba mantener un discurso crítico e independiente [...] el sexenio echeverrista representó la reapertura de las puertas de los Pinos para Scherer, quien además de revelaciones y privilegios periodísticos obtuvo la amistad y lujosos regalos del Presidente, lo cual ni impidió que se comenzara a gestar el mito en el que, años después, se convirtiera para la prensa mexicana”<sup>119</sup>, el mejor periodista del país, el incorruptible, el que quebró la tradición de la obediencia debida al Presidente. En todo caso, Scherer no quiso, a lo mejor pudiendo, romper la relación prensa-gobierno.

A propósito de esto, Raymundo Riva Palacio, en su *Prensa en los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*, que trabajó como reportero y corresponsal del diario, dice que Scherer “llegó a ser como un ministro sin cartera, en cuya oficina llegaban a hacer antesala secretarios de Estado y los directores de las empresas más importantes de su

---

<sup>119</sup> Cecilia González, *Escenas del periodismo mexicano. Historias de tinta y papel*. Pág. 61.

tiempo”<sup>120</sup>; efectivamente, a la par de la corrupción, la censura, la autocensura, los boicots económicos, los temas tabú, el control del gobierno, etcétera, la prensa escrita mexicana, su contexto y actores, rescataba un elemento del siglo XIX que, con la revolución y la hegemonía informativa hacia la figura presidencial, había desaparecido: la apoteosis, en torno a personajes o publicaciones clave. La figura de líder de opinión por arriba de medio de comunicación. Un elemento más que actuaría en la arena política de la prensa nacional.

Fue así como, el 7 de junio de 1976, reconociendo la labor periodística, se instauraron los Premios Nacionales de Periodismo. Una especie de santoral en el gremio. Un diploma y 50, 000 pesos para cada uno de los galardonados. Los primeros premiados, de la mano de Echeverría<sup>121</sup>: en el ramo de la noticia, Antonio Juambelz y su periódico, *El Siglo de Torreón*; en fotografía, Faustino Mayo y la Fotografía Hermanos Mayo; en entrevista, Jacobo Zabludovsky y *Televisa* –que en ese mismo sexenio e había fundado-; en artículo de fondo, Francisco Martínez de la Vega y la revista *Siempre!*; divulgación cultural, Pablo García Sáinz y la Fundación Cultural Televisa.

Echeverría, aprovechando la oportunidad para incluir el futuro, que ya no estaba en él, sino en su delfín, José López Portillo, dijo:

...el impacto social del oficio periodístico conduce a la asunción de responsabilidades colectivas. Al decidir el formato y contenido de cada plana de periódico no hay que perder de

---

<sup>120</sup> Raymundo Riva Palacio, *Prensa en los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*. Pág. 256.

<sup>121</sup> Rafael Rodríguez Castañeda, *Op. Cit.* 165.

vista que los diarios llegan a hogares, a las manos de niños y jóvenes, que reciben impresiones determinantes y que influyen en la formación de la conciencia social

Juntos necesitamos crear las condiciones para un nuevo derecho social, el de la información, cuyo ejercicio es, en muchas ocasiones, prerrequisito para ejercer los demás derechos<sup>122</sup>.

Frente a periodistas nacionales, gobernadores y empresarios se llevó a cabo dicho evento. Entrega que también sirvió de marco para el siguiente diálogo, documentado en *Los periodistas* de Vicente Leñero: Julio Scherer, cogido el brazo del presidente, y después de expresar de fea manera, enfrente de un sector de los asistentes, su enojo por la premiación a Zabludovsky y *Televisa* -empresa que se había prestado a los chantajes para que diera lugar el boicot a su diario-, oye la voz de éste:

-Se necesita hígado para aguantar a *Excélsior*.

-Hacemos el mejor periodismo que podemos, señor presidente, pensando en el país- respondió el periodista...

Echeverría, ni tardo ni perezoso, palmea a Julio, sonrío:

-No estoy hablando en serio, Julio.

-Yo sí, señor presidente.

*Un parteaguas: el golpe a Scherer y las dos escuelas: Unomásuno y Proceso*

Uno de ellos mentía. En menos de un mes después de aquel Día de la libertad de prensa, el 08 de julio, se produjo el golpe patrocinado por el

---

<sup>122</sup> *Ibid.* Pág. 168.

gobierno de Echeverría contra la dirección de Scherer en *Excélsior*. A lado de alrededor de 200 de sus compañeros, Julio Scherer tuvo que abandonar el diario para que, de forma ilegítima, un grupo encabezado por Regino Díaz Redondo, entonces encargado de la segunda edición de *Últimas noticias*, llegara a la dirección del diario.

Este es, tal vez, el hecho más comentado, reflexionado y documentado en la historia del periodismo mexicano. Marco un antes y un después en el desarrollo de la libertad de expresión en el país, en la búsqueda de libertad para publicar y, a la par, en el fortalecimiento de la crítica al gobierno, de cierta forma, el golpe a *Excélsior* fomentó nuevos proyectos periodísticos a nivel nacional con ideologías separadas del poder como *Unomásuno* o, nuevas formas de documentar y mostrar los hechos, como fue *Proceso*. Una nueva generación de periodistas salía del aglutinamiento que representaba formar parte de un diario, que, a su vez, se enmarcaba en todo un complejo sistema político. En términos de la presente, el sistema de comunicación se abría a nuevos escenarios, con nuevas reglas y nuevos personajes. Los intereses de los demás actores, poco a poco, también tendrían que entrar en el juego.

Manuel Becerra Acosta, hijo del fundador de “El Diario de la vida Nacional” en 1917, otrora subdirector del mismo cotidiano con Julio Scherer, funda, a lado de cientos cooperativistas exiliados de *Excélsior*, el diario *Unomásuno*. Nombre que resumía el ideal de mantenerse lo más apegado al lector. Y es así que, el lunes 14 de noviembre de 1977 se publica el primer número. El sistema de comunicación política recibía un nuevo tipo de arena, por lo menos, con nuevos actores y temáticas por observar.

México apenas empezaba el sexenio de José López Portillo, el gobierno que quedaría marcado por la reforma política de su secretario de gobernación. Jesús Reyes Heróles, y que culminó, entre muchas cosas, con el reconocimiento oficial al Partido Socialista. En otras palabras, a lado de *Unomásuno*, se terminaba la clandestinidad de la izquierda en el país. Hecho que catapultó al éxito al nuevo tabloide.

Raymundo Riva Palacio, que en ese entonces era corresponsal del diario en Washington, narra que la aparición de *Unomásuno* no fue casual, toda vez que contó con el apoyo del presidente. De hecho, en sus páginas, Reyes Heróles se abrió camino para impulsar la ambiciosa reforma política arriba mencionada. Sin embargo, el diario no nació con un sello oficialista, y sí fue, en cambio, un parteaguas para, en palabras de Riva Palacio, “un periodismo que con sus avances limitados se había mantenido prácticamente inalterable desde 1917”<sup>123</sup>; y es que, en las páginas del diario de Becerra Acosta, se abrieron nuevos canales para la vida política mexicana, es cuando se comienza a hablar de una real participación política a través de las páginas de los diarios, por lo menos, en lo que iba de ese siglo XX, al crear espacios de debate y discusión. Se demostró, además, que los empresarios del periodismo, hasta esos días, tenían que ser más arriesgados, valientes y romper su apatía y conformismo en el sistema de comunicación, para captar a un nuevo tipo de lectores más ávidos de información política.

Por su parte, Cecilia González, describe a *Unomásuno*, como “un diario de formato tabloide inspirado en la prensa europea, en una época en la que sólo el deportivo *Esto* y sensacionalistas como *La Prensa* tenían ese

---

<sup>123</sup> Raymundo Riva Palacio. *Op. Cit.* 68.

tamaño. Brindó un fuerte impulso a la fotografía y, sin supeditar un género a otro y sin confundir al lector, combinó en sus páginas noticias con columnas y artículos de opinión, algo que no hacía ningún otro medio hasta ese momento. Aún reinaba el Olimpo de las páginas editoriales<sup>124</sup>; además de la revolución que significó su diseño, el periódico influyó gracias a cuestiones de fondo, de temáticas tratadas.

No fue fortuito que, en la primer página de su primer número, apareciera un reportaje de documentaba la situación de desnutrición, analfabetismo y pobreza en la que vivían más de 70 mil indígenas en la Selva Lacandona. Sus reporteros, periodistas y colaboradores se dieron a la tarea de entrevistas campesinos, sindicatos, obreros, opositores al gobierno, estudiantes y demás sectores tradicionalmente marginados por los medios de comunicación de antaño, que seguían sujetos a las órdenes del presidente.

La novedad de *Unomásuno* no se agotó en ello. Nuevas plumas se convirtieron, con el tiempo, en líderes de opinión, en sus páginas circularon los pensamientos de Héctor Aguilar Camín, Rolando Cordera, Octavio Rodríguez Araujo, Adolfo Gilly, Luis González de Alba, y de la mano de Fernando Benítez, al que le fue encargado el suplemento cultural *Sábado*, pasaron las firmas de Juan Rulfo, Pablo y Enrique González Casanova, Carlos Monsiváis, Juan García Ponce, Gabriel Zaid, José Emilio Pacheco; e incluso, Octavio Paz y el mismo Benítez llegaron a confrontarse en sus páginas por los derechos de publicación de un poema de Jorge Luis Borges. En otras palabras, concordando con Benítez, las secciones culturales dejaron de ser el lugar a donde iban a parar los desechos de los diarios.

---

<sup>124</sup> Carmen González. *Op. Cit.* Pág. 89.

### *López Portillo y su trauma con la información. El lío con la economía*

José López Portillo se caracterizó por ser un personaje, obedeciendo al contexto político de su época, ocupado a desarrollar y profundizar en los temas su agenda. Muestra de ello, la publicación de su libro *Mis tiempos, biografía y testimonios políticos*, donde recogía, en forma de diario actualizado, pensamientos y relatos importantes de su vida personal como de etapas de devenir como funcionario público. En uno, el fechado el 8 de junio de 1977, cuestiona y critica el actuar de los medios de comunicación en su época, y, en estricto sentido, muestra lo que él esperó de los medios de comunicación durante su administración: “vivía un conflicto agudo: conveniencia de conducir una política de comunicación útil a la Nación, sin violar la libertad de expresión; pero entendiendo que junto a ésta, está el derecho a la información, a ser bien informado [...] Pero me surgía una cuestión: ¿Y los medios de información tenían obligaciones o sólo derechos? [...] Conjurar libertad de expresión con derecho a una información veraz y útil para la nación”<sup>125</sup>.

Era natural que, después del gobierno echeverrista, López Portillo buscara ganarse la confianza del gremio. En los primeros días de su gobierno, la PIPSA autorizó las solicitudes de papel a *Proceso* y, casi simultáneamente, dependencias del Poder Ejecutivo, gobiernos de los estados y empresas paraestatales, insertaron su publicidad en las páginas del seminario; sin mencionar la intentona de Reyes Heróles por volver a juntar a los grupos *Proceso*, *Unomásuno* y *Excélsior*, de nuevo, en torno a

---

<sup>125</sup> Citando en: Rafael Rodríguez. *Op. Cit.* Pág. 182.

una sola figura. La negativa de Becerra Acosta y sus agrupados impidió tal sueño.

Y, al mismo tiempo, Mario Vázquez Raña, nombró como nuevo director general de la Organización Editorial Mexicana (OEM) a Mario Moya Palencia, secretario de gobernación de Echeverría, suprimiendo artículos y colaboraciones en *El Sol de México*, la publicación más importante de la empresa. Paradójicamente, en 1978 se establece el Derecho a la información como garantía constitucional. El Ideólogo, otro secretario de gobernación: Jesús Reyes Heróles.

El tema de la comunicación se volvió obsesión para López Portillo. El contexto económico y financiero, el tema petrolero y la deuda externa, y los desaparecidos políticos le habían causado dolores de cabeza con la prensa. Y así, en esa sintonía acudió la frase “no pago para que me peguen”, lo cual surgió de plantearse, el 17 de julio de 1978, “este país sólo se salva si Julio y su grupo pueden editar, con la ayuda fundamental del Estado, eso sí, un periódico con libertad para golpear al propio Estado, en aras de la libertad y el periodismo, cuyo ejercicio es un fin en sí mismo, el fin supremo de una sociedad... si interviene Julio”<sup>126</sup>; y así, Scherer quedó marginado a su seminario.

El discurso de López Portillo giró en torno a que era el mismo gobierno el garante de aquellos derechos. La Asamblea general de PIPSA de 1979 sirvió como marco para su catarsis en la que se declaraba que la prensa nacional se encuentra subsidiada por el gobierno de la República, subsidio que sirve para garantizar el flujo de las libertades que otorga la

---

<sup>126</sup> *Ibid.* Pág. 188.

Constitución; Ponía a Estado como primer responsable de lo que pasara en todo lo que competiera con la comunicación, que eran los gobiernos y sus instituciones los que tenían que informar primero lo acontecido en sus entrañas para evitar la manipulación, espectacularización o, en todo caso, la deformación de los hechos. Por primera vez, admitía una posible separación del gobierno con la prensa, por lo menos como vehículos únicos de la información gubernamental. Tanta libertad, tantas publicaciones desde la disidencia ya pesaban en el régimen.

La situación política y económica superó a López Portillo. La inflación era el principal asunto que, desde la prensa, se trataba con amarillismo; a pesar de la creación de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia, en 1979, a los directores de los periódicos diarios se les tenía que citar en los Pinos para que, en palabras del mismo López Portillo, “me ayuden a no inflar la inflación”; además, frente a líderes de estado y gobierno admitía, en forma de broza, que para superar la crisis financiera, además de suprimir el derecho a la información, era urgente el reflexionar sobre la supresión de la libertad de comercio, “por que con la información y opinión se comercia, al venderse y, mientras más, mejor para la empresa”. Una prensa corrupta se asomaba en el discurso del mismo presidente. Una prensa a la que se le pagaba desde el poder.

Ejemplo de ello, lo documentado por Julio Scherer en su libro *El poder. Historias de familias*. Juan Francisco Ealy Ortiz, director de *El Universal*, recibía, para 1980 la cantidad de 200 mil pesos mensuales para hacerle contrapeso a una serie de reportajes, publicados por Heberto Castillo en *Proceso*, que incriminaban a Luis Echeverría Álvarez en los hechos de 1968 y 1971; dicho contrapeso estribó en la publicación de una serie de entrevistas a Luis Echeverría en las páginas del diario, donde, se le

mostraba como un hombre lleno de talentos y paladín de la democracia mexicana.

Dicha cultura se reflejaba en el actuar de los periódicos. Ya fuera vía PIPSA o por medio de “embutes”, el gobierno y sus esferas de poder subsidiaban a la prensa. Incluso, Socorro Díaz, directora general de *El Día*, primera mujer oradora en este tipo de eventos, corriendo el año 1981, durante la celebración anual del Día de la libertad de prensa, dijo: “Nos complace hacer público reconocimiento de que en el curso de este gobierno las libertades de expresión y de prensa se han mantenido incólumes, limpias, sólidas”<sup>127</sup>; Miguel Ángel Granados Chapa, en esa misma tarde, como representante de los premiados, admitía que sí, efectivamente el gobierno había dado señales de respetar las opiniones y garantizar publicaciones, más no para reglamentar el Derecho a la información. Para entonces, la prensa mexicana ejercía el derecho a la información sin normas, sin pautas, lo que permitía los vicios de los cuales ya se ha hablado.

En 1982, durante su última convivencia formal con periodistas y editores de diarios, López Portillo mostraba a la luz su malestar por la situación de la prensa en México, que, en estricto sentido se comenzaba a separar de las manos del gobierno, como muchos grupos fácticos en el país, habían encontrado en la iniciativa privada o el libre mercado, su nueva forma de financiamiento, que no sólo del Estado se podría vivir. El presidente, estableciendo nuevos conceptos y formas con los cuales, muy bien, se les podría comenzar a definir y manejar a la relación prensa-gobierno, dijo: “¿Una empresa mercantil, organizada como negocio profesional tiene derecho a que el sistema le dé publicidad para que sistemáticamente se le

---

<sup>127</sup> *Ibid.* Pág. 211.

oponga? Esta es señores, una relación perversa, una relación morbosa, una relación sadomasoquista que se aproxima a muchas perversiones que no menciono aquí por respeto a la audiencia: te pago para que me pegues. ¡Pues no, señores!”<sup>128</sup>; el modelo neoliberal comenzaba a florecer en el discurso del gobierno, y, en estricto sentido, los diarios comenzaron a elegir entre obedecer al sistema o salirse de él y buscar su propio camino. No todos comenzaban a caber en el mismo aparato, eso era evidente.

Aunado a eso, la sociedad mexicana se encontraba sumergida en una crisis económica que día a día crecía. Los temas que, comúnmente se informaban a través de la prensa les eran insuficientes o, en el peor de los casos, lejanos su realidad. El periodismo en México necesitaba de nuevos medios, lejanos a ese sistema de comunicación que giraba en torno al maniqueísmo de la política.

*Con hambre de más, nace el Financiero. Se abre una ventana*

En la agonía del sexenio de López Portillo, ese que había “prometido defender el peso como un perro”, y con el salario perdiendo el 40% de su valor adquisitivo, nace, el jueves 15 de octubre de 1981, el diario *El Financiero*, emulando al modelo del ya exitoso *Financial Times*. Proyecto encabezado por Rogelio Cárdenas Sarmiento, hijo del reconocido periodista Rogelio Cárdenas Pérez Redondo, y especialista en economía por Cambridge, con la convicción de que “cada día cambian de manos los dones de la tierra y los creados por el hombre. No es exagerado decir que la crónica de este cambio de manos es la mayor constante de la historia humana”.

---

<sup>128</sup> *Ibid.* Pág. 218.

Ignacio Rodríguez Reyna, citado por Cecilia González, afirma que la entrada de *El Financiero* en aquella época fue todo un éxito, “la coyuntura era muy propicia: los tecnócratas comenzaron a hacer acuerdos con el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial. Se condicionaban prestamos de estas instituciones a que se hicieran tales privatizaciones o que se pusiera en marcha tales políticas”<sup>129</sup>; así, informando de temas prácticamente desapercibidos por el grueso de la sociedad, se ponían en manifiesto acuerdos o tratados que el gobierno nacional estaba poniendo en práctica. Los quiénes podrían tener la culpa de por qué ya no alcanzaba o de por qué y cómo se perdían los empleos comenzaban a salir de la luz.

Se le reconoce a *El Financiero* la labor de renovar el periodismo, después de lo que hiciera *Unomásuno*, al implementar nuevas propuestas editoriales y de concebir al periodismo; además, es dicho diario quien apuesta a nuevas formas de comercializar sus páginas, es decir, de llegar a sectores mucho más amplios, usando su cualidad de ser especializado. Sus novedosas estrategias empresariales como la de regalar el diario en aeropuertos, hoteles, restaurantes de prestigio, empresas públicas y privadas y en universidades cambiaron el paradigma de la industria.

Para fines de esta investigación, *El Financiero* significó que con la creación de una nueva arena, mucho más compleja y obligando al gobierno a implementar muchos más rubros en su agenda de comunicación. En este sentido, la prensa mexicana también tuvo que entrar a la apertura de sus arenas a nuevos participantes e informaciones. La comunicación política se consolidaba en el imaginario de la gente.

---

<sup>129</sup> Carmen González. *Op. Cit.* Pág. 125-126.

Pero, no todo fue éxito para *El Financiero*. Al igual que *Unomásuno* o *Proceso*, sufrió los embates de lo que quedaba del sexenio de López Portillo. Durante la Semana santa de 1982 el gobierno lopezportillista mandó boicotear la publicidad del rotativo, era obvio que, el llamado por muchos como “El perro”, no se quedara con los brazos cruzados ante el medio que estaba informando sobre la crisis que él mismo había disimulado. Y, quitando los anuncios oficiales, la iniciativa privada actuó en efecto dominó.

El puente vacacional fue aprovechado por Cárdenas Sarmiento al justificar la salida del mercado del diario con el cierre de la Bolsa de Valores; esto, además de servirle como aliciente al evitar los gastos de los días sin publicar y buscar nuevos anunciantes, cubrió a *El Financiero* con un aura de independencia y honestidad en el imaginario de la sociedad, elevando así sus ventas y, en lo que era moneda de cambio en la época, su credibilidad.

### *Miguel de la Madrid y cómo se sacudió a la Prensa: salpicando sangre*

Con la llegada de Miguel de la Madrid Hurtado a la Presidencia de la República se agudizó la mediatización de la corrupción reinante en el gremio periodístico, la transformación en el catálogo de medios impresos, el surgimiento de prensa oficialmente de izquierda y el recrudecimiento de la violencia y muerte a periodistas; esto gracias a que, según Carmen Lira, en dicha administración “confluían las primeras expresiones del credo neoliberal con la más atrasada cultura antidemocrática priísta”<sup>130</sup>.

---

<sup>130</sup> Varios autores, *Los primeros veinte. 1984-2004. La Jornada, el rostro de un país*. Pág. 16.

Rodríguez Castañeda, citando a *Proceso* del 23 de mayo de 1983, documenta cómo, durante la campaña electoral de De la Madrid, la oficina de Prensa y Propaganda del PRI distribuyó dinero a raudales, bajo el mote de “gratificación”, a los informadores dedicados a esa fuente. Embutes que promediaban 14, 000 pesos por cada entidad que visitara el reportero, hasta 25, 000 pesos al final de la campaña. Todo, bajo los eufemismos “partidas especiales”, “gastos imprevistos”, “publicidad”, “relaciones públicas”, “atención a periodistas”.

Además de las crisis económicas que azotaban a los periódicos de la época, lo cual explica en parte el grado de corrupción en sus entrañas, el último resquicio lopezportillista heredó un tema que preocupó a propios y extraños en el ámbito periodístico. El 26 de diciembre de 1982, López Portillo había expedido el Reglamento de Publicaciones y Objetos Obsceno, el cual, entre otras cosas, consideraba *contrario al derecho, a la moral pública y a la educación los títulos o contenidos de publicaciones, o los objetos por contener escritos, dibujos, grabados, pinturas, impresos, imágenes, anuncios, emblemas, fotografías, sonidos o voces que directa, indirectamente o mediante anfibología sean contrarios a las buenas costumbres, a la moral o induzcan o fomenten vicios; así como contener temas adversos a la solidaridad internacional; o, provoquen desprecio o rechazo para el pueblo mexicano, sus aptitudes, costumbres, historia y tradiciones o de otros pueblos o razas*. Por su cuenta, De la Madrid, envió dos iniciativas al Congreso para crear lo que llamó “delito de informar”, el cual consideraba *deslealtad* al Estado el filtrar o hacer mal uso de información oficial, por parte un funcionario público o, de igual forma, a quien publicara información que, de suyo, se supiera tuviera origen en aquella falta.

Pudiera parecer que, efectivamente, ambas propuestas buscaban garantizar un orden y una ética en el ejercicio del periodismo. Pero, en un sistema de medios, en el cual los apegados a la izquierda o a todo tipo de disidencia tenían que recurrir a este tipo de fuentes o mensajes (ya fuera para ser más noticiosos o por que, simplemente, jugar con las palabras y denunciar implícitamente un acontecimiento, recurrir a símbolos o figuras retóricas, era la única forma de no correr riesgo en ser atacado, en lo personal como en lo profesional) significaba un fuerte golpe. Con este tipo de normas se buscaba reducir la tipología en las arenas, volver a tenerlas uniformadas en torno al mensaje oficialista o, en todo caso, reducidas a la mediocridad de las notas parcas, de agencia y opiniones con miedo a ser reprimidas o censuradas.

El 2 de diciembre de 1983, la editorial de *Unomásuno*, anunciaba las renuncias del subdirector general, Carlos Payán Volver; el subdirector editorial, Miguel Ángel Granados Chapa; la subdirectora de información, Carmen Lira; y del jefe de redacción, Humberto Musacchio, debido a que “la situación financiera del diario se encuentra en un estado sumamente difícil”; aunado al control mayoritario de Manuel Becerra Acosta de una empresa que había nacido cooperativista.

En *Unomásuno* se demostró lo difícil que resulta, para un medio de comunicación, sobrevivir bajo la figura de cooperativa. Al estar imposibilitada a recibir crédito, tuvieron que crearse, en mayo de 1977, la Editorial Uno S.A. de C.V., encabezada por Becerra Acosta, lo cual, trajo problemas de liderazgo y descrédito al ideal con el que el rotativo había nacido tras el exilio de *Excélsior*; esto aunando a la falta de credibilidad profesional con la cual contaba Payán –debido a su currículo allegado a la burocracia priísta-, en palabras del periodista Luis Gutiérrez, “la presencia de Payán en

*Unomásuno* le fue propuesta a Manuel como parte de un proyecto político [...] Los compromisos de Payán no coincidían con los ideales, el ánimo los propósitos periodísticos de quienes veníamos de *Excélsior*<sup>131</sup>; dichos conflictos ya habían originado, en 1983, la creación del Sindicato Independiente de Trabajadores de Editorial Uno, encabezado por Bulmaro Castellanos (el caricaturista *Magú*).

Los inconformes por la situación corporativa del periódico hicieron saber a la opinión pública que abandonaban el diario por una triple crisis: empresarial, moral y política; días después, Becerra Acosta, en un esfuerzo de sinceridad, dijo: “la empresa fue cooperativa sólo en el proyecto [...] La cooperativa, de un modo sentimental, quedó con la propiedad espiritual, no legal, del logotipo. Espiritual porque fue una idea de grupo que era posible consumir por falta de dinero”<sup>132</sup>; a estas renunciadas, entre otras, se les sumaron las de Luis Suárez, Carlos Monsiváis, Adolfo Gilly, Rolando Cordera, Pablo González Casanova, Iván Restrepo y Federico Reyes Heróles.

*Unomásuno* puso en la mesa que un diario, también, puede fragmentarse por sí solo, como una entidad política por sí misma. Este hecho en la historia del periodismo mexicano da muestras de la herencia política del mismo sistema.

Musacchio argumentó en su momento que la separación con el director fue resultado de discrepancias internas y no por la intervención del gobierno, que, en el diario, habían quedado todos aquellos que esperaban el momento adecuado para echar a Becerra y quedarse con el medio. Como, a

---

<sup>131</sup> Carmen González. *Op. Cit.* Pág. 95.

<sup>132</sup> *Ibid.* Pág. 98.

la postre, así pasó y, efectivamente, de la mano de Carlos Salinas de Gortari.

Mientras *Unomásuno* trazaba su camino sin las mencionadas personalidades, sucedía un hecho que marcó al gobierno de De la Madrid. El 30 de mayo de 1984, a las afueras de sus oficinas, el periodista Manuel Buendía<sup>133</sup> era asesinado por un desconocido. A pocos minutos de esto, miembros de la Dirección Federal de Seguridad, cuya cabeza era José Antonio Zorrilla, llegaron al lugar del crimen y, allanando las oficinas del ya extinto periodista, hurgaron en los archivos de éste. Lo cual, por supuesto, levantó gran sospecha y consternación en todo el gremio, calificándolo como un atentado a la libertad de prensa.

Por primera vez en la historia, el banquete oficial de la Libertad de Prensa y el Premio Nacional de Periodismo se dio a media luz, sin música, pero conservando los halagos al presidente y el llamado de éste por mantener, desde la prensa, el espíritu nacionalista y la preservación y

---

<sup>133</sup> Nacido en Zitácuaro, Michoacán, Buendía inició su carrera periodística en *La Nación*, órgano informativo del Partido Acción Nacional (PAN), siendo miembro de dicho partido en su juventud, donde poco a poco ascendió hasta llegara a ser jefe de redacción; luego, ingresó a las filas de *La Prensa*, donde comenzó a cubrir la fuente policiaca, desarrollando una gran habilidad de investigación, acreditado también en las fuentes de Presidencia, Gobernación y Relaciones Exteriores, las tres de mayor importancia en el Ejecutivo; y así, con la información que obtenía sus contactos políticos, comenzó a escribir su columna Red Privada, con la cual se hizo famoso y respetado. Fundó el semanario *Crucero* en 1963, tras su salida de la dirección de *La Prensa*.

Trabajó en el sector público a partir de 1966, donde fue asesor en materia de prensa y relaciones públicas de la Comisión Federal de Electricidad y la jefatura de prensa del Consejo de Ciencia y Tecnología a finales del sexenio de Luis Echeverría, todo esto al mismo tiempo que firmaba la columna Para Control de Usted, en *El Día*, como J.M. Tellezgirón.

En 1973 regresa a su columna original para publicarla en *El Sol de México* y en los diarios que quedaban de la OEM; en 1977 mudó su columna a *El Universal*, de donde salió para incorporar su columna a la Agencia Mexicana de información, AMI, la cual la distribuía, como columna sindicada, a sus clientes en el interior de la República. Al morir, el suscriptor de la columna era *Excélsior*.

perfeccionamiento de la democracia, con el compromiso de que la prensa sería, a pesar de la crisis económica, prioridad para su gobierno.

*Magú*, a la par, pero en otro escenario, dejaba ver lo contrario. En un improvisado templete sobre la plaza Francisco Zarco, dijo<sup>134</sup>: “son muchos los periodistas que anónimamente han padecido represión y muerte por cumplir su compromiso informativo. Pero esta lucha no ha estado ausente tampoco en otros espacios”; y, Granados Chapa agregó: “Denunciador sistemático y profundo de los intereses contrarios a los de México, Manuel Buendía hizo de su muerte un gran servicio a la nación: denunció el clima de provocación que se avecina sobre nuestro país”.

El gobierno delamadridista, poniendo las bases de un estado neoliberal, colocaba, con ese tipo de presiones, a la prensa disidente fuera de su campo de acción y control. Como cualquier paraestatal que “engorda” al estado, la prensa era liquidada poco a poco de la estructura oficial, era motivada a venderse a nuevas ideologías, a allegarse a nuevas corrientes para obtener recursos u obtener información que venderle al público.

En otras palabras, el gobierno dejaba la puerta abierta a nuevos sistemas de comunicación. Sistemas que, si bien caminarán a la par de los gobiernos subsecuentes (gracias a que es la información política el alimento principal de la prensa en México), ya dependerán al cien por ciento en lo económico. Hecho que, como se leerá un poco después, se consolidó con Carlos Salinas de Gortari.

---

<sup>134</sup> Rafael Rodríguez., *Op. Cit.* Pág. 246.

*Bienvenida seas, La Jornada, ¡siéntate y ocupa tu lugar!*

Un grupo de periodistas, los distanciados de *Unomásuno*, entendieron la coyuntura. Atendiendo a lo que Cervantes diría “la historia no es más que la advertencia de lo que está por venir”, el 19 de septiembre de 1984, miércoles, nace *La Jornada*. Un periódico que supo reconocer y reflejar lo que estaba pasando, aceptando el nuevo pacto prensa-gobierno. “Desde el principio asumió, sin rubores, compromisos de militancia de izquierda, lejos de falsos discursos de independencia editorial que presumía la mayoría de la prensa mexicana de los años ochenta. El diario tenía causas específicas e iba a utilizar sus páginas para defenderlas”<sup>135</sup>; de la izquierda, entendida por Carlos Monsiváis como la de los movimientos sociales, las Organizaciones no gubernamentales, las causas específicas que se oponen a las embestidas de la derecha, y que sostienen las demandas de justicia social, tolerancia, diversidad, derechos de las minorías y de ecología (derechos de nueva generación).

*La Jornada* marcó un paradigma en el diarismo nacional. El grupo encabezado por Carlos Payán, en un acto público realizado el 29 de febrero de 1984, anunció su intención por crear un nuevo diario. De dicha asamblea salió un reflejo de interés por gran parte de la sociedad civil por involucrarse en proyectos alternativos, con el fin de contrarrestar lo existente, que, por tradición rayaba en lo conservador. Parte de la Sociedad civil inmiscuida en la creación de una nueva arena política, en la definición de un diario.

*Quiere ser, nuestro diario, lugar de convergencia. Por eso subrayaremos más lo que une a los mexicanos que aquello que los separa,*

---

<sup>135</sup> Carmen González. *Op. Cit.* Pág. 143-144.

*aunque no dudaremos en hacerlo saber. Independiente a poder político y del poder económico, no estamos contra el Estado, al que queremos democrático, ni contra la empresa privada –formamos parte de ella- sino cuando su acción abusiva genera padecimientos a la mayoría, establecía el primer número de La Jornada.*

En un Número cero, repartido entre los asistentes a dicho evento, los *jornaleros* invitaban a formar un grupo de accionistas, promoviendo la suscripción de títulos de acciones de la sociedad anónima Desarrollo de Medios (Demos, S.A.). Dicha convocatoria iba impulsada por la frase “darle voz a los que no la tienen”. Rescatando lo que *Unomásuno* había iniciado ya.

Cecilia González narra que destacados artistas como Rufino Tamayo, Francisco Toledo, Martha Chapa, Gabriel Macotella y Sebastián donaron obras para financiar el proyecto; Gabriel García Márquez regaló un reportaje y que, la película *Frida*, de Manuel Barbachano, tuvo su premier dedicada a la causa. Y es que, la convocatoria fundacional fue firmada por importantes analistas, periodistas e intelectuales como Juan María Alponente, Roger Bartra, José Carreño Carlón, Rolando Cordera, René Delgado, Fátima Fernández Christlieb, Luis González de Alba, Ángeles Mastreta, Carlos Monsiváis, José María y Rafael Pérez Gay, Elena Poniatowska, Federico Reyes Heróles y José Woldenberg. Y, por el contrario, el empresariado no le tuvo buenos ojos al proyecto.

Nacida como empresa privada de sociedad anónima, con acciones vendidas por suscripción pública entre los ciudadanos, diluyendo la posibilidad de que hubiera accionistas mayoritarios, y teniendo como Director general a Carlos Payán *La Jornada*.

Y, como último eslabón este proyecto, en 1985, se estableció el Sindicato de Trabajadores de *La Jornada (Sitrajobor)*, agrupación que no se hizo oficial hasta 2002, debido a que, en el principio, no se quiso entrar a la dinámica sindical de la época, encabezada por la Confederación Nacional de Trabajadores (CTM) y sus prácticas en contra del sindicalismo distante al oficialismo.

*¡Paren las prensas!, ¿qué tembló en México?, Sí, y también se acomodaron*

El 19 de septiembre de 1985, está de más decirlo, el sistema político se estremeció a la par de la tierra; en aquella mañana salió a la luz un sin fin de fallas y temores por parte del gobierno, lo cual obligó a la autoorganización social que, *La Jornada* retrató puntualmente, “el Estado fue superado en todo”, describía Elena Poniatowska en una crónica. Diario que, en palabras de Antonio Helguera, “no se dedicó a ir a tomarle fotos al Presidente mientras hacía sus recorridos, sino publicar, para que el resto del país se enterara, lo que los ciudadanos del Distrito Federal estaban haciendo solos sin la ayuda del gobierno”<sup>136</sup>; hecho que también sacó a la luz otros dos fenómenos en la historia del sistema de comunicación política en México: el centralismo de la información y la incapacidad del grueso de la prensa por ejercer su tarea de forma humanitaria, acostumbrada a la nota oficial o a un discurso acartonado.

Aunado a ello, el gobierno en turno, el de Miguel de la Madrid, tampoco estuvo lejano a la intromisión directa en la opinión pública, usando

---

<sup>136</sup> *Ibid.* Pág. 151.

políticamente a la prensa. Desde 1983, el diario *Excelsior* publicaba, semanalmente, en sus páginas editoriales artículos que se dedicaban a defender las acciones y políticas del gobierno, bajo la firma de un tal Pedro Baroja; nombre que nunca se le supo dar referencia o currículum. A finales de 1985 se destapó la incógnita: Rafael Cardona, director de Información de la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia era el autor de dichos textos. En este contexto, De la Madrid, en 1987, inauguró el nuevo edificio de la cooperativa, en la esquina de Reforma y Bucarelli.

Y fue el mismo Miguel de la Madrid Hurtado, en 1986, quien acabó por acuñar a la prensa como un instrumento de lo político:

... en esta etapa, el mejor uso de los instrumentos de la comunicación requiere de una conciencia de su poder de información y de su poder de distorsión. Con el objeto de entender cabalmente los fenómenos políticos hemos de considerar a la comunicación como un fenómeno político y examinar las modalidades de su funcionamiento. Hemos de mostrar a la sociedad en su conjunto de dónde y cómo se propaga la confusión y la claridad, la certidumbre y la duda, la verdad y la mentira<sup>137</sup>.

En primer instancia, De la Madrid, en pleno uso de un discurso tecnócrata, le da un giro a la concepción misma de la prensa, los llama “instrumentos”. Ya no son una pieza más dentro del sistema, son una herramienta más que apuntala al sistema, que lo puede mejorar o empeorar pero que no lo conforma; en segundo lugar, de forma casi dialéctica, se podría entender que el presidente, al hacer un llamado a examinar el actuar

---

<sup>137</sup> Rafael Rodríguez. *Op. Cit.* Pág. 271.

de los medios, se responsabiliza a mejor el sistema de comunicación desde el gobierno, creando instancias que también brinden información; sin mencionar que, “la comunicación como fenómeno político”, abre las puertas para que los demás actores del sistema político vean en la comunicación un territorio más que deberán pisar para llegar a sus públicos, para fomentar el voto o, en la iniciativa privada, para legitimar sus acciones.

Otro ejemplo de ello, el movimiento estudiantil de 1986 en la Universidad Nacional Autónoma de México, que se dio después de las propuestas del rector, Jorge Carpizo, de reformar la universidad y la aparición del Consejo Estudiantil Universitario; a parejo de la polarización en la comunidad universitaria, la prensa se dividió.

En *Prensa vendida*, Rodríguez Castañeda<sup>138</sup> apunta que Rómulo O’Farril –viejo lobo de mar en el periodismo oficialista-, director de *Novedades*, llamó por teléfono a Pete Hamill, director de *The News*, órgano en inglés del diario mexicano, diciéndole: “*En el asunto de la UNAM, reduzca la cobertura de los estudiantes y réstele importancia... por que nosotros apoyamos a la Rectoría. Es la línea*”; lo cual generó que el reportero anglosajón dijera: “*No tenemos línea, son noticias y hay que hacer un reporte equilibrado, debemos cubrir ambos lados*”; lo que generó un: “*Es una orden y si no le gusta, puede renunciar*”, por parte de O’Farril. Y, efectivamente, él y trece reporteros más dejaron *The Mexico City The News*, para fundar, un semanario en inglés en cooperación con *La Jornada* llamado *Mexico Journal*.

---

<sup>138</sup> *Ibid.* Pág. 285- 286.

Los contextos políticos y sociales, si bien perneaban en la dinámica de la prensa nacional, también la modernidad tocaba las fibras más delicadas de la industria; María del Carmen Ruiz Castañeda, en un esfuerzo por describir a los modernos diarios en México, nos dice:

... la prensa contemporánea es una industria compleja que utiliza las técnicas más refinadas de la comunicación: teletipos, radio foto, máquinas electrónicas de tipografía y rotativas *offset*. En la década de los ochenta las redacciones de los periódicos mexicanos experimentaron un cambio debido a su inclusión de sistemas computarizados, los cuales sustituyen la máquina de escribir y los esquemas de diagramado, y permiten archivar durante un tiempo considerable la diversidad de la información. El uso de modernos sistemas electrónicos permite la transmisión del material informativo de un lugar a otro con una mínima inversión de tiempo<sup>139</sup>.

En agosto de 1987, por ejemplo, *El Nacional*, empezó a enviarse por satélite a varios estados de la República, pasando a ser el primer diario en Latinoamérica a reproducir su presencia por ese medio a otras localidades. Situación que, además, resulta ser menos costosa al ahorrarse los gastos en transporte y distribución.

Fue ese mismo año, el de 1987, cuando *El Universal* encontró la puerta de escape a su medianía dentro del imaginario. El 13 de enero, sus ocho columnas señalaban: "*Atentado contra nuestro director, Lic. Ealy Ortiz*<sup>140</sup>". Y es que, dos disparos, presuntamente tirados desde lejos y con

---

<sup>139</sup> Reed Torres y Ruiz Castañeda, *Op. Cit.* Pág. 364.

<sup>140</sup> Juan Francisco Ealy Ortiz, economista de profesión, y esposo de la hereda de la familia Lanz Duret, no sólo es el director del periódico, sino que también es su dueño desde 1976, al

precisión, habían impactado en los cristales de la oficina de Ealy Ortiz; atentado que no fue tal, toda vez que Ealy no se encontraba dentro de su oficina, ni siquiera en el diario. Rafael Rodríguez documenta que la noticia generó el malestar, una vez más, de la prensa escrita capitalina. Encabezados cómo: “Repudio total y condena al atentado, inquieta a México”, “Agresión contra la libertad de crítica y pensamiento”; “Acto de primitivismo escalofriante”, se complementaban con desplegados de condena firmados lo mismo por editores que por reporteros de todo el país; nota que también se reflejó en exigencias de justicia por parte del Congreso, el Episcopado y algunos gobernadores.

Durante la campaña de 1988, la prensa nacional se había acomodado para la sucesión: *Excélsior* en el papel del oficialismo, *La Jornada* desde la izquierda iba a apoyar al candidato de izquierda –en ese momento, el prísmo ya se había dividido y Cuahutémoc Cárdenas encabezaba el Frente Democrático Nacional- y, *El Universal*, haciendo incipientes esfuerzos de

---

comprar el total de acciones de la familia de su esposa. De forma, por cierto, que hasta hoy en día no queda clara.

Se caracteriza por saber lidiar con los empleados y tener la capacidad de resolver sus exigencias. En *El Universal* convivían, desde 1922, seis sindicatos: la Unión de Litotipografía Mexicana, que agremiaba a los linotipistas, quienes tenían las mejores prestaciones, y se negaban a la modernización; El Sindicato de Empleados de periódicos, los administrativos; El Sindicato Nacional de Redactores de Prensa y Trabajadores de Actividades Anexas y Conexas, juntaba a reporteros y fotógrafos; el Sindicato de Dibujantes; el Sindicato de Anuncios de la Prensa del Distrito Federal y la Unión de Trabajadores del Periódicos.

Logró demostrar que, con base en inserciones pagadas, y el mítico Aviso Oportuno, el diario podría sobrevivir; además, Ealy Ortiz comenzó a formar un culto a su personalidad al puro estilo presidencialista: trajes bordados con oro, fotografías de su persona en oficinas y salas del diario, viajes en avión privado, conferencias internacionales donde diserta sobre periodismo, custodia permanente. Sólo con Ernesto Zedillo no se acomodó dentro de las preferencias presidenciales.

Se adjudicó la iniciativa salinista en la que se puso fin a la práctica gubernamental de solventar los gastos de periodistas en las giras presidenciales. Veintitrés años después de haber llegado a la dirección del “Gran Diario de México”. Tiene la visión de ver los cambios que se aproximan y se trata de acomodar a ellos.

objetividad, optó por la neutralidad que le permitía el haberse jactado de empresa privada, con capital propio para financiar la cobertura.

Se afirma que, *El Universal* –durante esa campaña-, se distinguió por destinar envidados especiales para cubrir la gira de cada uno de los contendientes <sup>141</sup> [...] ha pugnado rápidamente por una relación más transparente entre medios y el Estado, que consiste en ampliar la independencia de aquellos a partir, entre otras cosas, de la cobertura de sus propios gastos durante las giras nacionales e internacionales del Presidente.

En la campaña de 1988, surgió otro fenómeno en lo que compete a la prensa nacional, producto de una inercia oficialista en la cultura de la sociedad. Si bien las opciones políticas eran plurales, los medios se habían abierto a la cobertura de, por lo menos, una nota al día para informar de cada uno de los candidatos, garantizando lo más posible el Derecho a la Información, en el imaginario colectivo no era así. Y es que, cuando un periódico toma postura (sea en los ochenta u hoy en día) ejerciendo la libertad que le da el hacer un convenio entre particulares que ejercer su derecho para informar y ser informados, “pierden la objetividad” en la Opinión Pública; en tanto que, mientras más se apoya al presidente o se le da más espacio al candidato oficial, se le ubica en una normalidad. Se puede deducir, entonces, que, en la arena política que significan los diarios juega un papel trascendental la cultura política de la sociedad. Cabe mencionar que, en mayor medida, este aspecto es definido en el espectro de los medios electrónicos, en ellos, se dan las batallas más cruentas en las que se define el deber ser de las campañas, quién es el bueno y quiénes los malos.

---

<sup>141</sup> *Ibid.* Pág. 359.

En aquella campaña, Otto Granados, secretario de Prensa y Propaganda del PRI, se convirtió en un hombre poderoso. Había logrado convertir a *Televisa* e *Inmevisión* en emisoras de propaganda priísta, en adquirir, como diría Carlos Monsiváis, “las conciencias Insobornables”, a través de la publicidad gubernamental. La jornada electoral del 18 de mayo de 1988, como se sabe, se efectuó bajo clima de sospecha, ocultamiento de información y censura. Linchamiento contra Cárdenas.

En el sexenio de Miguel de la Madrid, cabe mencionar, Mario Vázquez Raña, ya era propietario de 70 periódicos de la OEM, publicando, así, más de 2.2 millones de ejemplares al día, consumiendo 75 000 toneladas de papel al año. Empresario que tomó el control de gran parte de la información estatal. Hecho importante de remarcar, con el tiempo, y ya en sexenios posteriores aumentó su presencia en el espectro mediático nacional.

*Salinas de Gortari y su “aquí mando... nosotros”. Como paraestatal, la Prensa dice adiós a “papá gobierno”*

Carlos Salinas Gortari, quien tomara protesta como Presidente constitucional, con sólo una fracción del Congreso, habló de PIPSA desde el inicio, con un pequeño tufo de respeto al gremio. Y es que librar al gobierno de una empresa paraestatal más no era el problema, sino que ese mismo gobierno podía ser golpeado por toda esa prensa que alguna vez le fue incondicional. Salinas, en su primer 7 de junio dijo “... si el diálogo entre ustedes, a lo largo de todo el país, concluyen que para un más amplio ejercicio de la libertad de expresión y un mejor desarrollo de los medios, es conveniente la desincorporación de PIPSA, procederé con esa decisión”<sup>142</sup>;

---

<sup>142</sup> Rafael Rodríguez. *Op. Cit.* Pág. 307.

esto gracias al reclamo de los editores del país, en voz de O´Farrill, de la baja calidad en el papel y, sobre todo, que lo solventado por PIPSA, en cuanto a precios, ya era similar al producto en el resto del mundo. Prácticamente salía igual comprar en México que en cualquier otro país, pero con mayor calidad.

El 5 de diciembre de 1988 nació, en la Ciudad de México, *El Economista*, periódico especializado en cuestiones financieras, teniendo como director al otrora periodista de *El Universal* Luis Enrique Mercado. Diario que, poco a poco, se dedicó a comprar su papel en el extranjero.

Mientras tanto, *Unomásuno* se cimbraba y, según se documentó posteriormente, daban la otra cara del salinismo con respecto a la prensa: la privatización de este sector. El 1 de marzo de 1989, en medio de una crisis financiera dentro del diario, una deuda que giraba los 4, 000 millones de pesos a Hacienda y a la PIPSA, Manuel Becerra Acosta abandonó, sin explicación, las instalaciones del diario para irse a vivir a España

El 3 de marzo, en una parca nota en primera plana, *Unomásuno* informó que Becerra Acosta renunció a la dirección y que, Luis Gutiérrez, gerente del diario, ocupaba su lugar. Éste mismo, ya como director, le anunció a los trabajadores la salida física, intelectual y moral del líder fundador.

La versión de Luis Gutiérrez estribó en que Rafael Acosta vendió sus acciones a la Constructora de Ingenieros Civiles Asociados (ICA), encabezada por Gilberto Borja, hermano de Ángel Borja que quedó como dueño de dicho paquete de acciones; esto provocó que un grupo de reporteros, documenta Rodríguez Castañeda, le enviara una carta al nuevo director del diario diciendo, entre otras cosas, que “demandamos que este

cambio –y los subsiguientes- así como la modernización industrial anunciada, no dé pie a despidos, hostigamientos u otros aspectos de represión”<sup>143</sup>; petición que, el nuevo director sólo contestó con un rotundo: “Se acabó el club de amigos. Esto ya es una empresa”. Provocando, así, renunciadas en cadena. *Unomásuno* se convirtió en un periódico oficialista.

Siete meses después, desde España, para *Proceso* Manuel Becerra admitía que había sido presionado por el gobierno. Reveló que el gobierno de Carlos Salinas le había pagado un millón de dólares por sus acciones, su salida de la dirección del diario y su exilio. Esto, sustentado en “la versión no oficial que más se sostuvo fue que Salinas quería a Becerra Acosta fuera de *Unomásuno* por el apoyo que le había dado al Frente Democrático Nacional y a su candidato Cuahutémoc Cárdenas”<sup>144</sup>; el peor error cometido por Becerra Acosta fue tomar postura en medio de un clima en el que el gobierno lo pudo presionar en aspectos financieros.

Con ese millón de dólares en la mente de sus enemigos políticos, Carlos Salinas de Gortari, continuaba con la idea de desaparecer a la PIPSA; Alejandro Junco de la Venga, dueño de *El Norte* en Monterrey y que, había sufrido en los tres sexenios previos desde el recorte en el abastecimiento de papel con Echeverría<sup>145</sup> hasta la expropiación de equipo satelital con De la Madrid, entendió a la perfección el llamado de Salinas. Dijo: “parece que ya existe un acuerdo de fondo. El reto ahora está en la implementación, en cómo transitar de un monopolio estatal a múltiples empresas competitivas, cuyos precios estén alineados con el mercado internacional a través de la

---

<sup>143</sup> *Ibíd.* Pág. 309.

<sup>144</sup> Cecilia González. *Op. Cit.* Pág. 101.

<sup>145</sup> Ya que, el 5 de septiembre de 1976, Ramón Alberto de la Garza, cubriendo una gira del Presidente por San Antonio, Texas, documentó cómo Echeverría había pateado a un activista que lo siguió hasta su hotel y tachado de fascista, con respecto al 2 de octubre de 1968. Hecho que, prácticamente, nunca existió en la prensa nacional.

libre importación de papel [...] sería lamentable liberarnos de una dependencia estatal para someternos a un yugo industria”<sup>146</sup>. PIPSA continuaba operando con un 80% de control gubernamental y un 20% en manos de editores.

Como se ha leído, la relación de la prensa con el poder se modificaba a pasos acelerados, gracias a las medias que Salinas había adoptado. Lentamente, se desprendía de esa obligación factual en la que el gobierno se dedicaba a cuidar a su prensa, cabe mencionar, el salinismo se identificó por tener campañas de comunicación novedosas, con la implementación de lemas como *Solidaridad* que, iban de la mano con acciones políticas y de gobierno que concretizaban, una a una, las estrategias comunicativas.

Y, fue Carlos Salinas de Gortari uno de los presidentes mejor posicionados en la opinión pública nacional e internacional. A él se le debe la privatización del grueso de las empresas paraestatales, la restauración de las relaciones Estado-Iglesia, las negociaciones del Tratado de Libre Comercio, la modernización y urbanización de la República, al invertir como nunca se había visto, desde el Porfiriato, en Obra pública; además, Salinas ideó grandes programas de ayuda popular y autofinanciamiento de micro y medianas empresas, a la par de la consolidación de grandes imperios históricos en todos los rubros del sector privado, entre ellos, el televisivo.

La prensa, en estricto sentido, quedó al margen de estas dinámicas, adquiriendo, en el mejor de los casos, la posibilidad de independencia editorial, toda vez que la prensa ya no contemplaba tantas funciones dentro

---

<sup>146</sup> Rafael Rodríguez. *Op. Cit.* Pág. 319.

del sistema de comunicación política, comenzó a ejercer un periodismo distinto y con funciones mucho más democráticas.

En 1990 se liberó la importación de papel, con lo que terminó el monopolio ejercido durante 55 años por la paraestatal PIPSA. Así, los medios impresos pudieron garantizarse por ellos mismo su principal materia prima – la segunda, la información-; en 1992, el gobierno redujo en 50% su gasto en publicidad, el Ejecutivo Federal había, por lo menos en el papel, desaparecido esta costumbre al negarse a pagar dichos gastos, como se estipuló en Diario Oficial de la Federación del 22 de diciembre, *los recursos que se destinen a publicaciones, inserciones, anuncios, discursos, menciones y demás erogaciones relacionadas, deberán limitarse exclusivamente al desarrollo de los programas de difusión e información o promoción interna o externa de las dependencias o entidades*, en busca de la modernización de las relaciones entre el gobierno federal y los medios de comunicación. Acción que, por ejemplo, fue aplaudida por legisladores y líderes religiosos en las páginas de *El Universal*; y, a partir de 1993, las empresas se hicieron cargo de los gastos de sus enviados en las giras presidenciales.

Enrique León Martínez, en su libro, *Los Medios de comunicación en el proceso político de México*, apunta algo que también se pensaba en aquellos días de 1993 “es evidente que, para que en los países en vías de desarrollo se dé un avance político-democrático es necesario que el pueblo pueda tener acceso a informaciones importantes sobre la política, la administración pública, la economía, las relaciones internacionales, etc., que en ocasiones sólo se manejan en los altos círculos gubernamentales [...] cerrar la brecha

entre los pobres y ricos en información”<sup>147</sup>; si bien es una concepción ingenua a lado de la dinámica hasta esas fechas de la prensa nacional, escalonadamente los grandes diarios, *El Universal*, *Excélsior*, *La Jornada*, *El Financiero*, *Unomásuno* –que en el sexenio de Ernesto Zedillo mató su filosofía para enterrarla en el foxismo-, comenzaron a girar en torno a nuevas prácticas, modernización e independencia editorial; un poco de la mano y gracias a la entrada de dos grandes que, con el tiempo, marcaron pautas a seguir: *Reforma* de 1993 y *Milenio* en el 2000.

#### *Diario Reforma. La Arena del nuevo sistema*

*Diario Reforma*, nace con los valores de su hermano regiomontano *El Norte*. El 20 de noviembre de 1993, la empresa, liderada por Alejandro y Rodolfo Junco de la Vega, teniendo como director general a Ramón Alberto Garza, y copiando modelos de prensa estadounidense, pone en la mesa una propuesta periodística nunca antes vista en el centro del país.

En la última etapa en la que como “prensa nacional” se le conocía sólo a los diarios impresos en la ciudad de México, sin importar que tuvieran, incluso, menos impacto o tiraje que algunos rotativos estatales, se muestra que toda una propuesta periodística tenía años haciéndose en el norte del país, de la mano de empresarios y grupos poco más que conservadores, lo cual había permitido cierto divorcio de las prácticas y anécdotas aquí ya mencionadas. Y es que, *El Norte*, fundado en 1938 por Rodolfo Junco de la Vega Voigth, se había caracterizado, incluso, por pronunciarse en contra de Lázaro Cárdenas y su sistema socialista y a favor de la ideología nazi y ser abiertamente empresarial.

---

<sup>147</sup> Enrique León Martínez. *Los Medios de comunicación en el proceso político de México*. Pág. 39.

Ya en la década de los setenta, Alejandro Junco de la Vega (junto con su hermano Rodolfo), después de expulsar de la empresa a su padre Rodolfo Junco de la Vega Gómez, y teniendo la venia de su abuelo Junco de la Vega Voigth, se decide a implementar sus conocimientos de periodismo en la Universidad de Texas. Mismos que se basaban en las enseñanzas de su profesora Mary Gardner, y su proceso de selección de los mejores estudiantes para formar una nueva plantilla de reporteros, lejana, de nacimiento, de las costumbres y corrupciones imperantes hasta ese momento.

En *El Norte*, se implementó un “código de ética” donde a los reporteros se les prohibió recibir cualquier estipendio por parte del gobierno, tener un solo empleo (para evitar conflictos de intereses) y vestir de traje y corbata, evitando, en el caso de las mujeres, las mini faldas y todo tipo de vestimenta impropia, para borrar la idea de que un reportero se le conocía por lo desarreglado e insignificante a lado de los políticos y gente con poder. Además, en lo financiero, Junco, después de un boicot comercial que duró de 1967 a 1973, limitó el porcentaje de publicidad de los anunciantes, evitando que el diario dependiera de uno solo o de pequeñas camarillas que pusieran en jaque la vida del diario. Eso, en teoría, le daba independencia editorial en los grandes rubros: político y económico.

Con su *Arena sui generis*, el modelo periodístico de los Junco permeó en el imaginario de los grupos dominantes en la capital del país. En 1983, *El Norte* fundó su primera corresponsalía en el Distrito Federal, dándolo a conocer de fondo en los lectores capitalinos, hasta que, en 1991, el *Wall Street Journal* lo calificó como el periódico más objetivo e independiente de México, con un tiraje de 4 000 ejemplares en la capital.

Cecilia González, tras entrevistar a Ramón Alberto Garza, narra que mientras se hacían cuentas para financiar el nuevo proyecto en el Distrito Federal, “se echaba a andar un original proceso de selección de reporteros. Los principales directivos iban a las Universidades del Distrito Federal para invitar a estudiantes de Ciencias de la Comunicación o Periodismo a sumarse al proyecto de un nuevo diario capitalino [...] cautivaron a jóvenes estudiantes con la oferta de buenos sueldos (porque querían formarlos alejados de los vicios los vicios que imperaban en los medios de comunicación de la época)”<sup>148</sup>; 24 universidades fueron las visitadas, dando a conocer el éxito de *El Norte*: cursos internos de capacitación y la división entre publicidad y redacción, para evitar que los reporteros fueran quienes vendieran los espacios entre sus fuentes y, así, poder conseguir un poco más de salario. Aunado a la norma de no recibir ninguna especie de regalo o dádiva. Incluso, se dio la orden de rechazar el Premio Nacional de Periodismo o cualquier otra mención por parte del gobierno.

Con el lema de que cada empleado y periodista en *Reforma* era un *soldado de la libertad*, y con una mesa de redacción con 26 años en promedio, un equipo especializado en política e investigaciones especiales (entre quienes se encontraban Arturo Cano, Ciro Gómez Leyva, Rossana Fuentes Beráin y Roberto Zamarripa), y una nutrida mesa de análisis en sus páginas editoriales (con nombres como Lorenzo Meyer, Miguel Ángel Granados Chapa, Soledad Loaeza, Enrique Krauze, Guadalupe Loaeza y Germán Dehesa) comenzó a circular.

---

<sup>148</sup> Cecilia González. *Op. Cit.* Pág. 191.

Todo el trabajo descrito se vio apuntalado con la novedosa sección “Ciudad”, dedicada a temas concernientes al Distrito Federal que, si bien *El Día* ya había mostrado una similar, ésta reflejaba una clara influencia del periodismo estadounidense, con fotografías, reportajes ciudadanos, noticias urbano-cívicas y demás, muy al estilo de los suburbios de aquel país; novedoso, también, en su diseño y estructura –también trazó secciones y suplementos para diversos públicos y niveles socioeconómicos-, *Reforma*, superaba al acartonado y bicolor estilo de la prensa hasta ese día visto. Riva Palacio menciona que el diario “supo entender los cambios demográficos que sufría el país y que generaban otro tipo de lectores que no encontraban identidad en la prensa nacional”<sup>149</sup>. Aunque, su matrimonio con el empresariado le generó que, también, fuera conocido por firmar con la izquierda, pero cobrar con la derecha.

*El pasivo Ernesto y el juego de manos en la prensa: izquierdas versus derechas*

La aparición pública del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y su declaración de guerra en contra del Estado Mexicano reacomodaron la manera de hacer comunicación política desde la prensa. Mientras, el Subcomandante Marcos parecía tener una compleja red de comunicación, mantenía contacto en todas partes de mundo, o, por lo menos, el movimiento era conocido por muchos medios internacionales, el gobierno de Carlos Salinas daba muestras de oscurantismo al hecho, tachándolo de subversivo y de poca importancia, incluso era condenado a desaparecer de inmediato. La noticia, que infló el salinismo, fue la entrada en vigor del Tratado de Libre

---

<sup>149</sup> Raymundo Riva Palacio, *Op. Cit.* Pág. 160.

Comercio ese mismo día: primero de enero de 1994; la joya de corona competía, inevitablemente, en lo que se convirtió en la piedra que se metió al calzado de Salinas.

Fueron *La Jornada*, *Proceso* y *Reforma* quienes fomentaron la apertura del hecho en todas sus versiones. Contar con prensa tan abiertamente dirigida a públicos y temas en específico, el sistema de comunicación política se comenzó a llenar de información y, por consiguiente, de interpretaciones por parte de los lectores, el EZLN, entonces, fue el primer gran hecho social con el que la Opinión Pública podría debatir en vivo, sin necesidad de esperar años y años para que, a cuenta gotas, llegara la información de todo tipo, el sentimentalismo que acompañó siempre a la muerte –caso 68, 71, por ejemplo- o el rencor que significaba perder dinero y valores –como en las crisis financieras de López Portillo o de De la Madrid-; en otras palabras, y como se ha leído en apartados anteriores, la objetividad estriba en la interpretación que se le da a la información que, gracias a que surge desde una empresa, viene cargada y con intención de favorecer a uno u otro actor.

Desde el inicio de esta investigación se ha dicho que, la prensa es una arena. Por consiguiente, quien evalúa el actuar de los personajes mostrados es quien los lee (que sí, también son electores). Y, en México por lo menos, los diarios habían adquirido todos los elementos para que el espectador pudiera ver un ejercicio democrático, que le beneficiara. Y es por ello que se remarca estos puntos en este momento de la tesis, toda vez que, el sistema de comunicación política en México ya no giraba en torno a la prensa o al gobierno, la década de los ochenta y el inicio de los noventa, poco a poco, encaminaba el sistema a los ciudadanos. Primero, con la aparición de medios “pro causas sociales” o especializados, luego, con la implementación de

modelos periodísticos “alejados” de las prácticas tradicionales y la modernización en contenido y diseño –poco a poco, diarios más parecidos a la televisión y, al que entonces era, incipiente Internet-; rematando con la invasión de los cotidianos de causas sociales sin distinción o censura alguna, obviamente, siempre y cuando se juntaran todas las piezas del rompecabezas: leer y analizar diarios de todas las corrientes y filosofías.

¿Leer todo tipo de periódicos?, si se parte de la idea de que el sistema de diarios funciona precisamente como eso, como un sistema, sería lógico que, para tener una imagen completa de la realidad, se leyera todo tipo de diarios. Es por eso que, esta investigación también observa a la prensa como un medio de élites –obedeciendo, en parte, a su propia historia; mismas que, al también pertenecen al mismo sistema político, toman decisiones. Leer prensa, e interpretar el actuar de todo lo que ahí se refleja, es, entonces, estratégico en las decisiones públicas.

Es por ello que, como se ha leído, la prensa siempre buscó la responsabilidad de nadar en la Libertad de prensa, expresión e información, ya que se sabía era el vehículo por el cual se ganan muchas más libertades.

Y el Subcomandante Marcos demostró haberlo entendió así, al no tener otro vehículo para combatir en contra de lo que ya era un monopolio: la televisión. Y, Ernesto Zedillo, a pesar de su relación parca y desinteresada con el gremio, jamás ocultó que aún la consideraba importante, pues en ella se desarrollaban debates en torno a su administración.

Reafirmando su apego a las causas sociales y, a pesar de su editorial del 02 de enero de 1994 donde condenaba todo tipo de violencia, *La Jornada* se convirtió en el medio, junto con *Proceso* y *El Financiero*, consentido del

EZLN, incluso, llegó a publicar íntegros los comunicados del grupo armado, sin mediar en extensión o contenido. Incluso, demostrando el apego entre las dos instancias, del 5 al 8 de febrero de ese año, en sus páginas se publicó una entrevista que Blanche Petrich y Elio Henríquez le hicieran a Marcos.

Raúl Trejo Delarbre, en su texto *La comunicación enmascarada. Los medios y el pasamontañas*, apunta que “una decisión expresa de sus directivos, explicada a veces en editoriales aunque más bien inopinada y pragmática, llevó a otorgarle un espacio singularmente amplio a ese grupo. [...] en *La Jornada* había un sentimiento de adhesión, que luego se volvió explícita, a favor de los neozapatistas”<sup>150</sup>; en gran parte, y gracias a que los mismos diarios eran tema público, *La Jornada* se ganó un estigma, en el imaginario colectivo, incluso rayando en el desprecio y el descrédito que, en México, se le tiene a la ultraizquierda.

Sin embargo, relata Blanche Petrich, que la decisión de abrirle las páginas del diario al EZLN fue todo un éxito comercial, toda vez que durante el conflicto se llegaron a imprimir tirajes históricos de 200 mil ejemplares diarios. Esto demostraba que, a pesar de los estigmas o una real posición ideológica o partidista de la publicación de DEMOS, el tema buscaba ser explicado en las páginas de un diario, se esperaba ver todo el espectáculo en la arena en la que, la Opinión Pública, consideraba que estaban todos, o la mayoría, de los personajes a seguir que no se encontraban en otros medios. O, en todo caso, mostrados de distinta forma, con interpretación distinta. A mayor información, menos incertidumbre, diría Niklas Luhmann.

---

<sup>150</sup> Texto citado en: <sup>150</sup> Cecilia González. *Op. Cit.* Pág. 173.

Por su parte, *Reforma*, también se entregó a cubrir el hecho con la independencia que meses antes había comenzado a esgrimir. Su estrategia de dar a conocer lo que fuera noticioso, buscando aún lectores, dio a conocer que el EZLN entrenaba niños para la guerrilla, en un reportaje firmado por Juan Manuel Alvarado. Lo que causó, cuenta Ramón Alberto Garza, el veto de los sublevados hacia el diario<sup>151</sup>, al negar información, exclusivas, entrada a los campamentos, exclusivas; veto que, por cierto, terminó en el 2002 con una entrevista hecha por Guadalupe Loaeza a Marcos, pero ya en el contexto de la Caravana Zapatista.

Y es que *Reforma* también sacó a la luz una de las mafias más grandes e intocadas del régimen priísta que, en términos de prensa, existía – existe-: la Unión Nacional de Voceadores; apoyados por Ernesto Zedillo (al cual el diario le había golpeado a su virtual Secretario de Educación Pública, Fausto Alzati, al demostrar que no era Doctor por Harvard), la Unión vetó a la publicación de Junco de la Vega por no empatar los días de publicación del rotativo con los laborales de los repartidores. En *Reforma*, por ejemplo, se trabaja el 16 de septiembre.

Decenas de personalidades del periódico, reporteros, administrativos, y ciudadanos en general salieron, el 4 de noviembre de 1994, a repartir el diario en los principales cruceros de la Ciudad. El hecho tomó tintes de protesta a favor de la libertad de expresión. Al infante diario le ayudó entonces, como era de esperarse, consiguió publicidad gratuita y se asomó a extractos de la sociedad que aún no pisaba. Se denunciaba el monopolio de la distribución de la prensa en la Ciudad, discusión que, en el Congreso, se aprobó la libre circulación de los diarios sin necesidad de la Unión. Y así, la

---

<sup>151</sup> Cecilia González. *Op. Cit.* Pág. 197.

empresa de Avenida Universidad, consolidó un grupo independiente de distribuidores llamados “microempresarios”.

Dato que, pareciera ser anecdótico, pero que fomentó la publicación de un sin fin de publicaciones periódicas urbanas a partir de la segunda mitad de la década de los noventa y que, en pleno foxismo, cobró importancia política.

Una vez más, el contexto político no le ayudó a un presidente con el fin de llevar una relación “pacífica” con su prensa. El *Error de diciembre*, que consistió en la libre flotación del peso frente al dólar, fuga de capitales, quiebras bancarias y una voraz devaluación a nivel internacional, *el efecto tequila*, puso a la defensiva a Ernesto Zedillo.

Ya sin PIPSA, Zedillo buscó la forma en la que los dueños de los periódicos podrían tambalear: sus finanzas. Y, ¿a quién mejor que golpear, para advertir a los demás, que al diario más viejo de la palestra con el director más allegado al poder y a mitos de corrupción, consentido del salismo?; y fue así que, el 12 de septiembre de 1996, a Francisco Ealy Ortiz, por petición de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, se le giró una orden de aprehensión en su contra por, se dijo, evadir 41 millones de pesos en impuestos. Sin mencionar que también se le involucró en los fraudes fiscales de Raúl Salinas de Gortari y de Ángel Isidoro Rodríguez, el *Divino*.

Condenado, un año después, a tres años de prisión, que evitó con el pago de una multa de 24 mil 730 pesos, Ealy Ortiz acalló el escándalo con acusaciones a diversos funcionarios de zedillistas de haberse molestado por la postura crítica que *El Universal* había tomado en ese sexenio.

Raymundo Riva Palacio, en su *Prensa en los jardines*, dice que el proceso judicial en contra de Ealy Ortiz estribó en que el diario comenzó a aplicar una especie de blindaje editorial y abandonó la línea consecuente y oficialista que le había marcado, toda vez que, bajo la administración de Roberto Rock, haciendo frente a lo que *Reforma* había provocado en el gusto de los lectores, el diario pasó de la pluralidad partidista a la diversidad ideológica, un espacio de expresión para académicos y políticos que habían llegado tarde a *Reforma* o que no empataban con su filosofía<sup>152</sup>. Además, se terminó el formato de sábana, las notas acartonadas, los pases a interiores, las notas largas, y las fotografías apoteósicas. En poco tiempo, *El Universal* “trató de acoplarse al nuevo lenguaje editorial, mientras contemplaba la caída sufrida por *Excélsior*. Logró posicionarse ante la opinión pública como una interesante opción informativa e incluso, a nivel de percepciones, se quitó de encima el saco de oficialismo y se ubicó dentro del pequeño grupo de medios desvinculados financieramente del gobierno”<sup>153</sup>.

El 3 de julio de 1998 el *Diario Oficial de la Federación* publicó el acuerdo en que se autorizó la desincorporación de la Administración Pública Federal de la empresa paraestatal Productora e Importadora de Papel, S.A. En cuestión de diez años, y después de una reducción de casi el 80% en recursos destinados a la prensa, por parte del Ejecutivo Federal, Ernesto Zedillo concluyó la privatización del sector, que se venía dando desde su antecesor. A esta medida se le debe sumar el cobro de 2% de impuesto a las nóminas a los medios, desde febrero de 1989, para terminar de pensar que la prensa en México dejó de tener los privilegios que otrora se le habían dado. Además, se confirma el hecho de que se consolidó como un actor

---

<sup>152</sup> Raymundo Riva Palacio. *Op. Cit.* Pág. 165-166.

<sup>153</sup> Cecilia González. *Op. Cit.* Pág. 39.

independiente más dentro del sistema político mexicano, con derechos y obligaciones que, no necesariamente, respondían al gobierno.

Y así, con *Reforma*, *El Financiero* y *La Jornada*, *El Universal* entró, en último lugar, al enfoque crítico al gobierno, dentro de aquel viejo cajón, haciendo un claro uso del culto a la personalidad, de la Prensa nacional del nuevo milenio. A estos diarios, se le deben sumar *el Imparcial* de Hermosillo, *Diario de Yucatán* en Mérida, *Siglo 21*, fundado por Jorge Zepeda Patterson en Jalisco, *Norte de Ciudad Juárez*, *a.m.* de León, *El Diario* en Ciudad Juárez, *El Debate* en Culiacán, *El Sur* de Acapulco, *Frontera* en Tijuana, así como los rotativos jaliscienses *Mural* y *Público* como representantes del diarismo separado a intereses de gobiernos. Diarios, todos, que sólo esperaban a *Milenio Diario* para consolidar una Arena política renovada y destinada a informar, a la par de los cambios sociales y políticos que el año 2000 trajo consigo, a las nuevas generaciones de mexicanos, que exigían participación en este tipo de arenas.

Cabe mencionar, también, la aparición, en 1998, de *La Crónica de Hoy*, dirigido por Pablo Hiriart le Bert, antiguo coordinador de comunicación durante sexenio de Carlos Salinas de Gortari. Diario que se ha caracterizado, precisamente, por defender los intereses del ex presidente y férreo opositor a las ideologías, campañas y personajes surgidos del Partido de la Revolución Democrática. Año en el que, “por decisión oficial, fue suprimido *El Nacional*, periódico que desde 1940 pertenecía al gobierno”<sup>154</sup>.

---

<sup>154</sup> Humberto Musacchio. *Historia gráfica del periodismo mexicano*. Pág. 49.

*Diario Milenio. La desbandada del norte y el sueño del centro*”

No es casual que la mayoría de los periódicos a los que se les adjudica un coto de independencia editorial sean originarios del norte del país. Como se ha leído, el poder político que controlaba la prensa, además de despachar en la capital del país, también se guiaba por aquella tradición de nombrar “prensa nacional” a todo aquello que sólo se publicara en dicha ciudad. Se podría deducir que, efectivamente, aprovechando esta realidad, algunos empresarios y periodistas ejercían su trabajo allegados a escuelas norteamericanas de periodismo, donde la información dependía más de la investigación que de la filtración o el boletín oficial, y su economía un poco más cercana al mercadeo que al subsidio gubernamental.

Ya se ha escrito de los casos de *El Norte* y *Reforma* que, obviamente, pertenecen a esta área dentro de la historia del periodismo en México; sin embargo, *Milenio Diario* resalta, toda vez que en él se lograron mezclar claramente los dos modelos: el empresarial del norte con las escuelas clásicas de periodistas del centro del país (las de Scherer, la de Buendía, Pagés Llergo, etcétera), logrando, así, una Arena atractiva para muchos intereses, los más.

Un hecho fundamental catapultó a *Milenio* y le ayudó a tener el campo del “periodismo objetivo” libre. Ante una inminente derechización de *Reforma*, el diario que decía ser el más avanzado en materia de libertad de expresión, toda una serie de periodistas salen de sus páginas. Cecilia González, documenta que, una entrevista hecha por Ciro Gómez Leyva, en 1997, al entonces gobernador de Sonora, Manlio Fabio Beltrones, en el que se trataba de aclarar un artículo publicado por *The New York Times*, en el que al también priísta se le vinculaba con el narcotráfico, originó una serie de

ataques al periódico. “Garza se negó a publicar el trabajo, el cual, incluso, fue borrado del sistema de cómputo sin autorización del autor. Según Gómez Leyva, la censura se aplicó con explicaciones que le dieron los directivos como '*Reforma* no es nota', 'te estas pasando', '¿qué intereses aviesos estás defendiendo?’”<sup>155</sup>; y fue así que, Gómez Leyva, Riva Palacio e Ignacio Rodríguez Reyna abandonaron el diario ante la censura y, al mismo tiempo, seducidos por un nuevo proyecto editorial: *Milenio semanal*.

Para entender mejor a *Milenio Diario* se debe regresar al año de 1968. El 24 de febrero, el empresario Jesús Dionisio González fundó, en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, *Multimedios Estrella Dorada*; cadena televisiva dedicada a la transmisión de noticias, entretenimiento, deportes, programas infantiles y de interés local, que, con el tiempo, se consolidó, incluso, como la de mayor importancia en la región, por encima de *Televisa* y *Tv Azteca*.

Acostumbrado a la competencia, en 1974, Jesús González, funda el *Diario de Monterrey*, con el que inauguraba su incursión en los medios impresos. Pero, la idea de llegar al centro del país y, por consiguiente, convertirse en un diario de circulación nacional, quedó en el deseo de *Multimedios* hasta 1994.

Federico Arreola documenta que, trabajando en el *Diario de Monterrey*, fue llamado por Francisco A. González Sánchez, heredero de *Multimedios* y actual Presidente General de Grupo Milenio –brazo editorial de *Multimedios*- para fundar un periódico nacional para el año 2000 y que, completara el círculo mediático de su conglomerado.

---

<sup>155</sup> *Ibid.* Pág. 206.

Entrar en el imaginario de la gente no era fácil y, mucho menos, con la saturación de diarios en la capital del país que, en ese entonces, imperaba. Se dio un primer paso fundamental: en 1997, a lado de Enriqueta Medina y Ciro Gómez Leyva Director editorial, Arreola comenzaría con la publicación de *Milenio Semanal* (Hoy día, Revista *M*); con una nutrida plantilla de reporteros como Ignacio Rodríguez Reyna, Galo Gómez, Román Revueltas, Francisco Vidal, Adrian Mealand, Francisco Martín Moreno y Beatriz Rivas. Más tarde, Raymundo Riva Palacio y Carlos Marín –exiliado de la Revista *Proceso-*, se sumarían al proyecto. Destacaban, además, la presencia de moneros como *Patricio, Hernández y Helguera*.

Con esta revista, el nuevo grupo de trabajo se comenzó a posicionar en la República. Aunado a esto, *Multimedios* también compró el diario *Público* de Guadalajara, y adaptando el *Diario de Monterrey* a su diseño europeo, transformándolo al modelo tabloide. Lo mismo ocurrió con *La Opinión* de Torreón y *El Diario de Tampico* y *La Afición* en la Ciudad de México.

Tras ensayar la estrategia empresarial y editorial, Federico Arreola, convertido en Vicepresidente Ejecutivo de *Grupo Milenio*, encabezó el Proyecto *Milenio Diario* que, con Raymundo Riva Palacio como Director general, nació el 1 de enero del año 2000. Impreso, cabe decirlo, en la imprenta de *La Prensa*, de la Organización Editorial Mexicana de Mario Vázquez Raña, ante la falta de una rotativa propia que soportara el proyecto.

En la portada del primer número de *Milenio*, que contó con un único material especial: una crónica de Román Revueltas, sobre la entrada del año 2000 en París, apareció lo que, en ese entonces, quería representar el nuevo cotidiano:

... Aquí estamos:

*El siglo nace con la creencia de que el futuro del periodismo es propiedad de la radio, la red y sobre todo de la televisión. Periodismo del vértigo. El hombre que lee ya no es humano. Y el que lee periódicos, menos lo es.*

*[...] Una aventura que nos permita, precisamente, apropiarnos de un espacio entre la fugacidad de la radio, la inmensidad angustiante de la red y el altanero hiperrealismo de la televisión.*

*[...] Un diario que enlaza a tres generaciones de periodistas. Los guerreros de los setentas y ochentas que ganaron la batalla contra la censura. Los reporteros y editores de los noventa que no pelearon contra los fiscales del oscurantismo, pero se formaron en la competencia inclemente por seducir lectores. Y la generación que sigue, la primera del milenio, jóvenes que quieren contar historias a su manera y quieren contarlas ya. Tres generaciones dirigidas por un sentido ético y estético [...]*

*¿Con qué vamos a competir entonces? Con periodismo, periodismo y más periodismo. Con datos y con hechos. Y vamos por el mejor lector: por el ser humano que piensa, que sabe pensar [...] <sup>156</sup>.*

*Milenio Diario*, por lo menos en su declaración inicial, resume en sus páginas la historia y desarrollo de la prensa mexicana moderna; describe, y a la vez critica, el modelo de periodismo de los años noventa, estribado en una neo libertad de expresión e independencia editorial pero, que, “*como niño con juguete nuevo*”, había caído en el amarillismo, en la nota roja e, incluso, en la negra; el equipo de Arreola se proponía ser un parte aguas en dicho proceso.

---

<sup>156</sup> Humberto Musacchio. *Op. Cít.* Pág. 201.

Se propone, en lenguaje de la presente investigación, como un nuevo modelo de Arena que, complementando a los medios electrónicos, generaría el interés, cada vez mayor, de los lectores y actores políticos, llamados a la participación y confrontación dentro del sistema político; y es que, sin hacer una pintura apoteósica del diario, *Milenio* marcó, además, la palestra editorial nacional al combinar todo el potencial de *Multimedios* (radio, televisión e Internet) con la profesión del periodista mexicano que tiene fuentes y contactos, maneras de conseguir información, cuestionables o no, peor encaminado todo a la participación del lector. Incluso, con el tiempo, el mismo diario se convirtió en actor de discusión y controversia.

El siglo XX le trajo a México una prensa moderna. Esa modernidad estriba, principalmente, en las nuevas formas de comunicar, de hacer periodismo. Es cierto, la libertad de prensa, expresión y el derecho a la información fueron grandes temas durante el siglo que, si bien fomentaron el desarrollo de la industria, también le dieron matiz al proceso político que giró siempre alrededor de la prensa.

A la par de la consolidación del sistema político mexicano, la prensa se desarrolló, por mucho años, como el medio por el cual se publicaban las figuras de poder; en otras palabras, los diarios en México podrían marcar perfectamente el desarrollo de las arenas de discusión, toda vez que ellos mismos eran una. La manera de hacer comunicación política, de igual forma, se limitaba a los espacios y formas de la prensa.

El hablar de la prensa escrita en México es hablar de política, toda vez que por mucho tiempo –desde la Colonia– se cultivó en la misma maceta, de

ahí que una de la otra se retroalimenten en experiencias y espacios de expresión; de lo político dependían las leyes o dádivas a la prensa, de la prensa, a su vez, dependían que se dieran a conocer personajes y figuras públicas. Se pudo leer que, en la época del PRI-gobierno cada presidente asentaba las bases, económicas e incluso ideológicas, de lo que se quería como Prensa nacional que, en contubernio con los empresarios y periodistas, configuraban así la arena (con reglas implícitas) en las que se tocaban los temas políticos a modo y gusto del que mandaba.

Con la entrada del neoliberalismo, el sistema político le dio cobijo a un sin fin de actores nuevos; la iniciativa privada comenzó a repartirse, por que así lo dejó el gobierno, el poder económico y de decisión, a través de la compra y venta de empresas públicas, estratégicas o no, con las, que a final de cuentas, se comenzó a negociar la gobernabilidad del país; misma gobernabilidad que, en todo este tiempo, se había depositado en la información política transmitida por el gobierno, que subsidiaba la prensa. Información, por lo tanto, ya en manos privadas que, si quieren o no, si así está en sus intereses o no, esgrime los derechos y logros de la sociedad civil.

En estricto sentido, con prensa, hablamos de arenas de confrontación y, con el tiempo, de participación o difusión de valores, derechos y un sin fin de temas de carácter social que, a un lado y patrocinados en muchas ocasiones, comparten la atención de los lectores con publicidad o información propia del medio.

Tal fue el caso de *El Independiente*, proyecto editorial que, precisamente fracasó a principios del siglo, debido la nula concordancia, entre el área editorial (encabezada por Raymundo Riva Palacio y Javier Solórzano Zínser) y el área administrativa-empresarial (dirigida por el

empresario, de origen argentino, Carlos Ahumada Kurtz). Periódico que, en la mesa, y aprovechando el hito demócrata que Vicente Fox Quesada provocó en el año 2000, parecía atrayente, pero que, como lo relata el propio Riva Palacio en su *Prensa en los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*, al tomar postura política se hundió en un el choque ideológico que representaba comercializar con la democracia y la libertad de expresión con todos los elementos que la arena política significaba.

El capítulo final de la presente información desglosará los elementos que, al estudiar el desarrollo de la prensa escrita, se pueden rescatar para examinar la dinámica actual de las arenas políticas; mismas arenas que, encajan en toda una concepción de comunicación política, de hacer comunicación política y, a final de cuentas, que descifran en mucho el fenómeno de la comunicación política en el país.

# Capítulo V

## *Arena política: la prensa en el México de hoy*

*Con la ciudadanía esperanzada en que México sea más fuerte que sus problemas y se remonte de una vez por todas a planos superiores [...] los diversos medios de comunicación juegan un papel determinante*

Luis Reed Torres, de las últimas líneas en su libro *El periodismo en México: 500 años de historia*

Fue indispensable teorizar en torno a la comunicación como la actividad que los seres humanos realizan para transmitir su cultura, generación tras generación, a través de una infinidad de fenómenos comunicativos, para aterrizar esta investigación. Uno de estos fenómenos, fue la aparición y desarrollo, ante otra infinidad de necesidades, de los llamados “medios de comunicación”: desde una pintura en alguna caverna hasta el más moderno *gadget*, pasando por el libro, el telégrafo, el teléfono, el cinematógrafo, la televisión, la prensa escrita, etcétera.

En dicho marco, el de la comunicación como área de estudio y el de los medios de comunicación como eje rector en gran parte de la labor de dicha ciencia, se ha colocado a la presente tesis. Estudios arrojados desde la sociología, la psicología, la antropología o de la política, que sustentan el cómo los medios de comunicación proyectan la realidad de una sociedad, de cada uno de los individuos que los consumen y los intereses de quienes los crean. Diría Moragas Spa, “las condiciones ideológicas de la investigación de la comunicación de masas están, doblemente arraigadas en la propia naturaleza de las ciencias sociales y en las exigencias teóricas derivadas del ejercicio del poder que representa el uso de los medios de comunicación de masas”<sup>157</sup>; de ahí que se hayan tomado elementos de la política al decir que, en este caso, la prensa escrita es una “arena política”.

El concepto “arena política”, como se ha leído en el Capítulo 1, describe la necesidad de crear espacios de confrontación para publicitar el actuar de los actores políticos en las sociedades. Y, en los capítulos 3 y 4 de la presente tesis, se ha descrito cómo la prensa escrita en México ha evolucionado y desarrollado de tal forma que ha servido de arena para todos

---

<sup>157</sup> Miquel de Moragas Spa. *Op Cit.* Pág. 15.

los políticos, para todos los gobernantes y toda la gente interesada en difundir su actuar, con el único fin de contar con el apoyo de los ciudadanos, persuadirlos, para legitimar acciones y decisiones, para que consuman o apoyen tal o cual ideología o postura política, para crear identidad nacionalista (o, en el peor de los casos, de posicionar mentiras, ocultar fraudes, hacer campañas de desprestigio, promocionar, incluso, mitos<sup>158</sup> o leyendas en torno a personajes de gran aceptación pública).

Y, si entendemos a la comunicación política como toda acción comunicativa intencionada y estratégica con el fin de que los otros tomen una decisión, actúen, en el marco de lo político, dentro de un sistema político, se encaja, también, el actuar de la prensa: una arena creada con intereses particulares, donde, con el tiempo, los actores y los ciudadanos lograrán interactuar en función de darle continuidad a su vida dentro del sistema, modificándolo, perpetuándolo o llevándolo a una revolución. En otras palabras, el diario siempre ha sido un elemento que ha permitido la vida misma del sistema político mexicano.

En el presente y último capítulo se hablará en torno a los elementos comunicativos que la prensa en México ha cultivado y que, hoy en día explota para ser una empresa que aún sobrevive con públicos muy específicos, a pesar de seguir hablando de lo mismo desde que nació: de política y del interés público. Si bien, como también se ha apuntado en la presente tesis, se toma en cuenta lo noticioso y la labor periodística como elementos fundamentales del devenir de la prensa, es el mismo medio de

---

<sup>158</sup> Schiller, al estudiar las estructuras básicas de la componente semántica de la cultura moderna afirma que *la naturaleza de los mensajes que transmite un sistema está relacionada inseparablemente con la naturaleza de la estructura y control de dicho sistema*, y, agrega que los “mitos” construyen una versión de la realidad adecuada a los intereses de la clase dominante. Además, la difusión de estos mitos o estructuras semánticas inciden en la determinación del comportamiento económico de un pueblo.

comunicación que ha englobado y reproducido comportamientos y dinámicas propias de su sistema, de sus sistema social y político, para regular el oficio periodístico y lo que es o no noticioso. Prensa a la mexicana, a final de cuentas.

### *Espacio público, la importancia de la prensa en México*

La comunicación pública denota la “intrincada red de transacciones informales, expresivas y solidarias que ocurren en la esfera pública o el espacio público de cualquier sociedad”<sup>159</sup>. Este espacio, entonces, designa a los esfuerzos comunicativos para transmitir informaciones de interés general, sobre temáticas de reclamo legítimo, por parte de la sociedad, de forma abierta y libremente. Una de estas redes, la dinámica *per se* de un diario.

Son varios lo autores y está de más mencionar a estas alturas que es casi una verdad de perogrullo que, sin duda, los medios de comunicación son instrumentos insustituibles en la creación de sistemas culturales. Y es ahí donde encaja la importancia de la prensa escrita en México. Se leyó en los capítulos 3 y 4 de esta tesis cómo, prácticamente la prensa ha ido de la mano del desarrollo político y económico del país, cómo ha sido un instrumento para crear patrones y valores, dictar costumbres y reglas morales, engendrar o eliminar trayectorias de personajes y actores sociales, darle entrada a postulados y modelos económicos y políticos. ¿Ha sido la prensa por sí misma, como un actor más dentro del sistema o por sus cualidades particulares en México?

Moragas Spa, desarrollando la teoría de Schiller, apunta que

---

<sup>159</sup> Denis McQuail. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Pág. 26.

... no se trata tanto de encontrar los grandes *ítems* y su frecuencia, sino, más propiamente, de descubrir algunas coordenadas en las que puedan interpretarse cualquiera de los distintos temas que aparecen en la comunicación masiva y que, en virtud del marco semántico en el que se interpreten, pueden convertirse en mitos, en fetiches, en instrumentos de manipulación. Una de estas coordenadas viene determinada por el hecho de que la manipulación, para ser eficaz, esconde su propia naturaleza, evita cualquier prueba que induzca a considerar la presión semántica como algo manipulado. La manipulación, para serlo, debe esconder las pruebas de su existencia... Lo que de hecho es una versión manipulada de la realidad debe aparecer a la luz pública como la única, legítima y natural versión de la misma...<sup>160</sup>

Y la vida de la prensa escrita en México ha ido en ese camino. Tan ha adoptado las costumbres y normas del sistema político mexicano, de su propia cultura y la forma de pensar de los mexicanos que se ha hecho fundamental en las esferas más importantes del país.

Desde el nacimiento del sistema de medios del México mestizo se colocó en función del poder, sometido a las autoridades virreinales, al poder y carisma de los caudillos en la independencia, de los líderes conservadores o liberales, de los presidentes con poder real en el Siglo XIX, los que pudieron transformar la dinámica social (Santa Anna, Juárez y Díaz), de los cadillos revolucionarios de sus herederos en el prisma; la prensa nació con elementos que le permitieron acomodarse a las necesidades y cualidades académicas de todos los sectores: la prensa que daba cobijo a intelectuales o que les daba la oportunidad de publicar; aquella subversiva que era leída a

---

<sup>160</sup> Miquel de Moragas Spa. *Op Cit.* Pág. 89.

las masas por los líderes; la prensa satírica, más ilustrada que escrita, con fuerte crítica, cercana a los sentimientos más a las opiniones, de la gente; la prensa empresarial de final del siglo XIX, aquella que agrupaba a los grandes inversionistas de la época que, a final de cuentas, tenían la necesidad de comunicar que ellos era ya los que podrían encabezar el sistema de comunicación, dejando a un lado al gobierno; la prensa después de 1968, aquella que buscaba la libertad y la inclusión de los derechos humanos, de las minorías en el debate público, del periodista como aquel que Max Weber describiría como “el mejor representante de las especies”, del ciudadano como centro de las decisiones políticas: a mayor información, más participación. Todos los tipos de prensa, con aceptación o hechas a modo a un público, coyuntural o permanente, pero cumpliendo objetivos muy bien trazados. Es por ello que no se debe limitar el estudio de la prensa a uno solo de estos modelos, todos ha coexistido y esgrimido los intereses de todo tipo de personas.

En otras palabras, la prensa escrita en México siempre ha cabido en el espacio público, pues el mismo espacio público se ha limitado, en grandes temporadas, en la prensa; tan es así que, a lo largo de la historia han aparecido concepciones como “prensa oficial”, “prensa comprada”, “prensa de estado”, “prensa propagandística”, “prensa sometida”. Es decir, la prensa, como arena política, se ha hecho tan grande o tan pequeña, tan pública o tan privada, como el contexto lo ha requerido. Admitiendo que, gran parte de estos cambios se deben a que, a lo largo de su historia, jamás a la prensa se le ha negado su carácter como un medio de comunicación privado, elemento fundamental para su estudio.

Jürgen Habermas señala que *en proceso de la actividad comunicativa, los actores son los que buscan un consenso y lo someten a*

*critérios de verdad, de rectitud y veracidad, vinculados con: el mundo objetivo, como conjunto de todas las identidades; el mundo social, como conjunto de las relaciones personales legítimamente reguladas; y, el mundo subjetivo, como totalidad de las vivencias del sujeto*<sup>161</sup>; la prensa, como arena de confrontación, por dialéctica, también ha hecho las veces de espacio de negociación y síntesis de los problemas de la sociedad mexicana, como catalizador y depositario de las mejores y peores causas políticas, orientada a buscar una versión de los hechos que genera un clima de certidumbre en la sociedad, actuando en función de las normas establecidas, por ellos los saltos entre cada una de las épocas de la prensa. Todo esto gracias a que, como arena, el espectador puede evaluar el desempeño de todo aquel que mire el “espectáculo” político.

La prensa ha servido, además, como mecanismo de contrapeso entre el gobierno y la sociedad civil. Retomando a Dominique Wolton, la triada entre gobierno-sociedad-medios de comunicación, le da sustento a la comunicación política, más no a la comunicación de la política que, muchas veces, los gobernantes o políticos pretenden hacer, dejando a un lado el cierre del proceso comunicativo: la retroalimentación; el sistema de prensa en México siempre ha tenido diarios que se hagan competencia, muchos o pocos, pero nunca todos sometidos al gobiernos, en la clandestinidad o en el hostigamiento. La prensa ha fomentado que muchas situaciones que se manejaban en lo privado trascendieran a lo público; que en la comunicación de la política se convirtiera en comunicación política, que, más que un juego semántico, remite a la importancia de este medio de comunicación en la sociedad.

---

<sup>161</sup> Jürgen Habermas. *Teoría de la acción comunicativa 1*. Pág. 144.

El anterior párrafo lleva a la pregunta: Cuando se habla de prensa como medio de comunicación, ¿hablamos de que cada diario es el medio o el medio engloba a todos los diarios? En los hechos, la prensa escrita en México se ha desarrollado como una sola, pero cada publicación ha arrojado distintos matices en la interpretación de lo que es hacer prensa. En la constitución, se habla de la libertad de prensa como un derecho, sin hacer hincapié en tipologías. La presente tesis la muestra como un solo medio de comunicación que ha mostrado infinidad de caras, dependiendo el tiempo y el lugar; los gobernantes y los actores políticos la han tratado como un solo ente, al cual se debe cooptar, censurar, liberar, financiar, comprar o dominar para triunfar. Entonces, la prensa ha fungido como una sola arena pero que, en cada publicación, se encuentran herramientas distintas para el triunfo de tal o cual adversario, para el posicionamiento de una u otra postura.

Sin embargo, la arena, como se ha leído en capítulos previos, ha presenciado confrontaciones de élites o grupos de poder, jamás de las masa que, si bien evalúan el actuar de quienes aparecen en los diarios, ya sea por que los lean o por que les comentan. Por decirlo de otra manera, la prensa siempre ha permanecido en una esfera aparte que otros medios, ya sea por sus costos, ya sea por la cantidad de información, por el simple hecho de que se plantea en un país con altos índices de analfabetismo o, simplemente, por el éxito de los medios de comunicación electrónicos. Sin mencionar que ha sido la prensa el medio al cual se le ha obligado, prácticamente, a especializarse en la investigación, en buscar la nota, para ganar cierto espacio en el imaginario colectivo. Es en la prensa donde se encuentra la mayor cantidad de “descubrimientos” que le dan un giro a la dinámica de la política, casera o internacional.

Para resumir, se recordará a Borrat cuando dice que *lucrar e influir son los dos objetivos que persigue un periódico*, es en el influir donde se convierte en arena, pero en el lucrar se establece su comportamiento. En ese pequeño punto, los periódicos de hoy en día estriban su actuar diario. Raymundo Rivapalacio, dice que los periódicos, ante la crisis de lectores, han buscado nuevas fórmulas en sus contenidos para apelar a nuevos segmentos en la población, en decir, poco a poco se han apegado a la demografía. Paradójicamente, lo que es de interés público, se está convirtiendo un producto de muy pocas manos, regresa al terreno de lo privado, en estricto sentido.

Y no es de extrañarse, la aparición de diarios como *Milenio Diario*, *Reforma* o la reestructuración de *El Universal*, *La Jornada* o *Excelsior* retratan esta realidad en México. Publicaciones que acotaron al mínimo sus públicos, con estándares propios de la sociedad mexicana, reforzando inevitablemente la supremacía de los medios electrónicos. La información se convirtió en un privilegio o, en el peor de los casos, en un asunto propio y digno de ser interpretado por una élite que, a final de cuentas, será quien tome las decisiones. Todo esto no quiere negar la existencia de diario como *La Prensa*, *El Gráfico* o el, cada vez mayor, número de diarios deportivos, sólo que, desde el inicio de la tesis, se acotó el objeto de estudio a aquellos que tiene a la política como tema por antonomasia.

Son varios los autores y los analistas que pregonan una crisis en el tiraje de los diarios impresos, lo cual sin duda es cierto, sin embargo, la segmentación de sus lectores les ha permitido sobrevivir gracias a la publicidad, aderezada por la calidad cada vez mayor que se le exige a un diario para ser aceptado.

Como se pudo leer en el capítulo 4 de la presente tesis, la última mitad de la década de los ochenta y la década de los noventa del siglo pasado vio nacer muchas realidades en el acontecer de la prensa escrita en México; las empresas periodísticas comenzaron a navegar con libertad económica y política, a tener que usar mitos como “democracia”, “alternancia”, “libertad de expresión”, “globalización”, como base en la tematización de sus fuentes o secciones; esto hizo entrar a los diarios a un mercado de élites, mucho más marcada por el neoliberalismo.

*Prensa en México, la arena de las élites. Control del gobierno*

Desde las comunidades consanguíneas primitivas, hasta las sociedades masificadas, el ser humano está en constante evolución en su forma de organizarse, como lo apuntaría Engels en *El origen de la familia, la propiedad privada y el estado*, en busca siempre de la supervivencia; y, para ello, ha sido necesario establecer estructuras que le den orden a la convivencia: relaciones de mando y obediencia, de gobernado y gobernante, de rey a súbditos, de élites a masas, dependiendo de los distintos tipos de contexto en los que desarrolle la sociedad.

El México actual conserva un estado en el cual su sociedad se desenvuelve. En ese estado confluyen diversas instituciones que le permiten a la sociedad mantener el equilibrio, mismas que desprenden grupos de poder y élites. Existe una gran diferencia entre “grupo de poder” y “élite”; en el primero, el poder lo puede detentar un gran número de personas en busca de conformar una élite y, por consecuencia, la presencia y la capacidad de acción de ésta; es decir, la élite cuenta ya con capacidad real de acción, es la cúspide de una organización, ejecuta, toma y evalúa las decisiones. Norberto Bobbio, diría que la élite “se apropia de la mayor parte de los valores, del

ingreso y la seguridad”<sup>162</sup>, por encima de ella, hay pocas posibilidades de que exista alguna otra fuerza que le impida cumplir sus planes; los grupos de poder se ven reducidos por sus pocos recursos.

Una élite corre el riesgo de perder su poder de manera fugaz, por la misma dinámica social que la llevó a colocarse en aquel lugar; es por ello que necesita de medios para sobrevivir o, en el peor de los casos, para mantenerse lo más intacta posible después de algún cambio radical en el sistema; como lo hemos visto en capítulos previos, las élites en México han sufrido pequeños cambios, de hecho el mismo sistema político ha seguido por la misma línea, y, uno de esos instrumentos que ha permitido dicha situación ha sido la prensa.

Prensa de élites dirigida a las masas, prensa de ciertos grupos para acceder a limitados espacios de acción, incluso en los momentos de guerra, los diarios eran utilizados para escalar en la aceptación de las masas; la cualidad de ser arena de los periódicos también le ha permitido a las élites sobrevivir a lo largo de la historia, sin muchos cambios, con la misma masa, y enfocados a los mismos espacios de poder.

Las élites utilizan a las masas como una fuerza en la cual pueden depositar su poder, consciente pero controlable. De igual forma, entre masas y élites surgen conflictos, toda vez que no se pueden negar el principio autónomo de los individuos y los cruces de caminos que salen a flote en las relaciones entre ellas.

---

<sup>162</sup> Norberto Bobbio. *Diccionario de política*. Pág. 520.

Por más que las élites y las masas oculten sus intereses en la cobija generalizada del concepto, los seres humanos que las conforman son los que modifican, que dinamizan, el devenir social. Es por ello que la prensa en México sufre cambios, modifica sus estándares de calidad, rediseña sus códigos editoriales y éticos, para satisfacer las necesidades de sus lectores, para que ellos, de alguna forma, logren participar del proceso comunicativo al comprar o no el diario, ya que eso también comunica. Y los políticos, subidos en la arena del diario, como se leyó en el capítulo anterior, también han hecho uso de la prensa para sus fines, rigiéndola y marcando pautas de conducta.

Karin Bohmann, en su libro *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, nos dice que en México el gobierno es quien toma las decisiones políticas del Estado, controla la administración y las políticas, por lo que resulta ser el centro institucional del poder político<sup>163</sup>; es decir, desde el gobierno (quien habla a nombre del Estado, ocupando el núcleo del poder político) se controlan las relaciones entre élites, grupos de poder y sociedad civil, regula los medios por los cuales estos actores se comunican, por más privados que sean estos.

En este punto es donde los empresarios de la comunicación, los dueños de periódicos, tienen un papel fundamental dentro del Estado: de ellos depende en parte el buen funcionamiento de la sociedad, pues a través de los diarios, su propiedad, hay comunicación. Y México no ha sido la excepción dentro de este modelo comunicativo, es más, por mucho tiempo los dueños de los periódicos eran privilegiados dentro del mismo aparato gubernamental o, en el peor de los casos, se les “salpicaba de poder”. Hoy

---

<sup>163</sup> Karin Bohmann. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Pág. 85.

día, estos empresarios se han unido a la élite gobernante, muy estrechamente con los gobiernos (sean de derecha, centro o de izquierda), haciendo ese juego entre las élites y las masas.

La evolución de la prensa escrita en México la ha llevado, como se ha leído, a un escenario en donde la arena que representa sirve para comunicar élites con élites, élites con masas, conocer el actuar de las masas con respecto a la política y las decisiones políticas con respecto a las inquietudes de la ciudadanía. En resumen, la prensa articula, en lo general, la dinámica social, permite la participación de todos los actores sociales en el sistema de comunicación política mexicana. Esto, como se ha dicho, a través de la segmentación de los lectores. A cada lector, un tipo de diario.

#### *Prensa mexicana, la arena segmentada bajo la lupa del gobierno*

Vicente Fox Quesada, que alguna vez dijo que *no leía periódicos para no preocuparse*, articuló una compleja red de comunicación donde pudiera perpetuar lo prometido en campaña: alejarse del priísmo en todos los sentidos. Entre uno de esos esfuerzos está el que, con la venia de los empresarios y dueños de publicaciones impresas, se pudiera crear un padrón nacional donde se dieran a conocer a todos aquellos medios con los que el gobierno hiciera convenios para publicitar sus acciones.

Además, como resultado de la década de los noventa, en el sexenio foxista la Libertad de expresión y la transparencia de la información fueron temas prioritarios, toda vez que una de sus principales líneas discursivas estribaba en todo aquello que fuera contrario al priísmo y sus antiguas prácticas (relatadas, también, en la presente tesis); situación que motivó a Vicente Fox a: posicionarse en los medios de comunicación electrónicos

como principales plataformas de comunicación, unificar los discursos en las distintas secretarías de estado y ejercer un estricto control en los gastos en materia de comunicación, cuidando el dónde y el cuánto. La comunicación política gubernamental se sectorizó en función de los diferentes planes, programas, eventos y discursos del presidente.

La Secretaría de Gobernación, encabezada en esos días por Santiago Creel Miranda, emitió el 23 de enero de 2001 el primero de varios lineamientos para las acciones de comunicación social de la Administración Pública Federal. A las dependencias federales se le enviaba a elaborar planes de medios y erogaciones correspondientes, con objetivos y prioridades, sectoriales, regionales y especiales. Los medios de comunicación, impresos o electrónicos dejaron de ser “nacionales”, “de masas”, etcétera; el foxismo trajo, en pleno, una nueva cosmovisión que contrastaba con la cultura que, por setenta años, se había heredado.

Para la contratación de medios impresos, éstos debían contar con la certificación de su circulación pagada y su cobertura geográfica vigentes, estar al corriente con sus atribuciones fiscales, así como estar inscritos en el padrón oficial correspondiente que dependiera de la Dirección General de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación; en palabras de Rodrigo Vieyra, Subdirector de análisis y proyectos de la Dirección General de Medios Impresos<sup>164</sup>, “el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) nace, en diciembre de 2003, como una base de datos en los cuales se pueden encontrar los proveedores de espacios en los cuales el gobierno federal puede publicitarse”; fue hasta marzo de 2007 cuando, la Secretaría de Gobernación de Felipe Calderón Hinojosa, a cargo de Francisco Ramírez

---

<sup>164</sup> Entrevistado *ex profeso* para la presente tesis, vía telefónica, el martes 21 de octubre de 2010.

Acuña, determinó los estándares actuales para integrarse a este padrón, donde *el estudio sobre el perfil del lector deberá determinarlo cualquier persona física y moral, ajena al medio, con experiencia demostrable en su currículum, en la aplicación de metodologías para la elaboración de estudios de opinión y/o mercado; se detallará género (de la publicación), población, edad de los lectores, su nivel socioeconómico, ocupación y currículum de la empresa; de la circulación se especificarán cifras totales y promedios de ventas, suscripciones contratadas por un periodo mínimo de tres meses menos devoluciones sobre las ventas, circulación pagada entre número de ediciones evaluadas e igual promedio de circulación pagada, así como datos de "almacenamiento electrónico y de forma impresa"*<sup>165</sup>; las administraciones panistas cambiaron el paradigma de control sobre el dinero que le destina a la prensa.

La arena política que representa un periódico, el medio por el cual el gobierno comunica sus acciones, se elevó a estándares de uso estratégico. Y al ser de tal envergadura se traduce en un "no gastar ni un peso de más en algún medio que no pueda ofrecer más de lo que es". El gobierno, entonces, gasta más en aquellos con más tiraje, con públicos selectos o, en algunos casos, con fines propagandísticos, dependiendo sus dueños. El intercambio de información entre gobierno y gobernados es más preciso.

Si bien cada periódico tiene un proyecto editorial, claramente mencionado en el primer número de cada uno (como se puede leer a lo largo del capítulo 4), explicitando su preocupación por informar a la sociedad en

---

<sup>165</sup> Martínez Fabiola. "Definen criterios para la compra de espacios en prensa" (viernes 13 de abril de 2007), diario *La Jornada* versión en línea en: <http://www.jornada.unam.mx/2007/04/13/index.php?section=politica&article=008n2pol>. Consultado el 29 de septiembre de 2010.

general, crear ciudadanos informados, ser partícipe en la vida nacional o darle a sus lectores las herramientas para la toma de decisiones, hoy en día también se rigen por una realidad mercantilista que no se puede negar y que dan las pautas para un análisis mucho más completo de su actuar como arena política, toda vez que los lectores se han convertido en nichos específicos de mercado, con necesidades reales, hábitos de consumo establecidos y características que, de la misma manera, traducen al periódico como un depositario de un sin fin de intereses comerciales.

Y, los gobiernos hacen uso de esta dinámica para acelerar el proceso de intercambio de información con sus gobernados, a través de cotidianos *ad hoc* a las necesidades de cada plan, programa o acción de gobierno, pues es esta institución la que compra los espacios en las páginas, planas o completas o inserciones. Es decir, la arena política se encuentra en una dinámica mucho más cambiante, mediata y, por consecuencia, quirúrgicamente escogida por el emisor, pensando en un receptor específico.

A continuación se listarán los 22 diarios de circulación nacional que, según el Padrón Nacional de Medios Impresos, en la versión actualizada de mayo de 2010, existen en el país; cabe mencionar que en el padrón no están todos los medios impresos nacionales, empero, sólo se encuentran en él los que cubren los requisitos establecidos por la Secretaría de Gobernación, y que están en el ánimo de establecer un convenio publicitario con el gobierno federal.

En la siguiente tabla se mostrarán siete elementos para cada diario: el nombre del periódico; el tiraje diario que de la publicación se hace a nivel nacional; el número de ejemplares tirados en el Distrito Federal, para mostrar que aún la capital del país concentra la mayor parte de lectores de la prensa

nacional y la importancia de un diario de hacerse conocer en la ciudad, en función de la concentración demográfica y de poder adquisitivo de dicha área geográfica; cuatro, el porcentaje de lectores por sexo, con el fin de ver si son los hombres o las mujeres quienes consumen los diarios; cinco, el rango de edad que, según los estudios que los mismos diarios hacen de su público, consume más la publicación; seis, el nivel socioeconómico que más lee cada publicación, para conocer el tipo de personas al cual se dirigen los diarios, dependiendo de su poder adquisitivo<sup>166</sup>; y, siete, el nombre del presidente o director general del diario.

Todo esto, con el fin de aportar los elementos representativos dentro de los públicos que leen la prensa hoy en día. A lo largo de toda la tesis se ha desarrollado la historia de la prensa como fenómeno comunicativo, como arena política, orientada a los diversos receptores de dicho proceso; ahora, es momento de acercarse al tipo de público que hoy en día acude a la arena para informarse; información misma que, olvidando la masificación, se concentra en tal o cual lector. De ahí la importancia de la siguiente tabla.

---

<sup>166</sup> La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) segmenta a la población mexicana en seis distintos niveles socioeconómicos: el "A/B", *el estrato con el más alto nivel de vida e ingresos del país, representa el 7.6% de la población*; el "C+", *el segundo estrato con el más alto nivel de vida e ingresos, representa el 13.7% de la población*; el "C" que, aunque este segmento es denominado medio, *en realidad reencuentra ligeramente arriba del promedio poblacional de bienestar. Representa el 17% de la población y recharacteriza por haber alcanzado un nivel de practicidad adecuado. Aspira a tener mayor bienestar en las áreas de entretenimiento y tecnología*; el "D+", *este es el segmento más grande y representativo de la sociedad mexicana. Representa el 36.4% de la población*; el "D", *este segmento poblacional es el segundo más pobre. Se caracteriza por haber alcanzado una propiedad, pero carece de la mayoría de los servicios y bienes satisfactorios*; y el, "E", *es el segmento de población más pobre, Representa el 10% de los mexicanos.* (Fuente: Heriberto López Romo. "Nivel Socioeconómico AMAI", Comité Niveles Socioeconómicos AMAI – Instituto de Investigaciones Sociales SC, versión en línea en: <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf> ).

*Prensa escrita en México, un acercamiento a su actualidad*

| Nombre de la publicación   | Tiraje diario                         | Tiraje en el Distrito Federal  | Porcentaje de lectores por sexo | Porcentaje de lectores preferentes por edad  | Porcentaje de lectores preferentes por Nivel socioeconómico                      | Presidente o Director general          |
|----------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--|--|--|
| 1. <i>Diario de México</i> | 14, 850 ejemplares diarios            | 8, 212 en el Distrito Federal  | Hombres: 70%<br>Mujeres: 30%    | <b>35 a 44 años</b><br>50%                   | <b>C</b><br>53%  | Federico Bracamontes Gálvez            |
| 2. <i>El Economista</i>    | 10, 669 ejemplares diarios            | 27, 456 en el Distrito Federal | Hombres: 73%<br>Mujeres: 27%    | <b>26 a 36 años</b><br>34%                   | <b>A/B</b><br>69.8%  | Jorge Nacer Gobera                     |
| 3. <i>El Financiero</i>    | 91, 923 ejemplares de lunes a viernes | 54, 300 en la zona centro      | Hombres: 69%<br>Mujeres: 31%    | <b>26 a 35 años</b><br>33%                   | <b>A/B y C</b><br>81%  | María del Pilar Estandía González Luna |
| 4. <i>El País</i>          | 4, 943 ejemplares diarios             | <b>Sin dato</b>                | <b>Sin dato</b>                 | <b>(su totalidad)</b><br><br>De 35 a 50 años | Con nexos de negocios o culturales en España y Europa; nivel socioeconómico alto | José Antonio Zorrilla Elechiguerra     |

|                                      |  |   |                                    |                            |                                   |                              |
|--------------------------------------|--|---|------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| 5. <i>El Sol de México</i>           | 26, 626<br>ejemplares<br>diarios   | 22, 551 en el<br>Distrito Federal                             | Hombres: 55%<br>Mujeres:<br>45%    | 26 a 35 años<br><b>42%</b> | <b>AB</b><br>74%                  | Mario Vázquez<br>Raña        |
| 6. <i>El Universal</i>               | 56, 138<br>ejemplares de<br>lunes a sábado<br>117, 863<br>ejemplares los<br>domingos | 49, 792 / 104,<br>373 ejemplares<br>en el Distrito<br>Federal | Hombres:<br>52%<br>Mujeres:<br>48% | <b>25 a 34 años</b><br>26% | <b>D+</b><br>33 %<br>A/B/C<br>32% | Juan Francisco<br>Ealy Ortiz |
| 7. <i>El Universal Gráfico</i>       | 138, 291<br>ejemplares de<br>lunes a sábado<br>40, 911<br>ejemplares los<br>domingos | 137, 328 / 40,<br>551 ejemplares<br>en el Distrito<br>Federal | Hombres:<br>60%<br>Mujeres:<br>40% | <b>25 a 34 años</b><br>27% | <b>D</b><br>43%                   | Juan Francisco<br>Ealy Ortiz |
| 8. <i>Esto</i><br>(Diario deportivo) | 139, 712<br>ejemplares<br>diarios  | 139, 712<br>ejemplares en<br>el Distrito<br>Federal           | Hombres<br>88%<br>Mujeres:<br>12%  | <b>26 a 35 años</b><br>35% | <b>C+</b><br>52%                  | Mario Vázquez<br>Raña        |

|                                   |   |  |                                    |                                  |                       |                          |
|-----------------------------------|---|--|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------------|
| 9. <i>Excélsior</i>               | 25, 357<br>ejemplares de<br>lunes a sábado<br>27, 490<br>ejemplares los<br>domingos | 20, 403<br>ejemplares en<br>el Distrito<br>Federal             | Hombres:<br>51%<br>Mujeres:<br>49% | <b>19 a 29 años</b><br>37%       | <b>C</b><br>23%       | Olegario Vázquez<br>Raña |
| 10. <i>Impacto. El<br/>Diario</i> | 30, 927<br>ejemplares<br>diarios  | 24, 883<br>ejemplares en<br>el Distrito<br>Federal             | Hombres:<br>62%<br>Mujeres:<br>38% | 40 a 49 años<br>40%              | <b>B</b><br>43%       | Juan Bustillos Oro       |
| 11. <i>La Crónica de<br/>Hoy</i>  | 42, 394<br>ejemplares<br>diarios  | 1, 607, 924<br>ejemplares al<br>año en el<br>Distrito Federal  | Hombres:<br>57%<br>Mujeres:<br>43% | <b>más de 45<br/>años</b><br>36% | <b>A/B y C</b><br>48% | Jorge Kahwagi<br>Gastine |
| 12. <i>La Jornada</i>             | 107, 666<br>ejemplares<br>diarios   | 27, 503, 450<br>ejemplares al<br>año en el<br>Distrito Federal | Hombres:<br>67%<br>Mujeres:<br>33% | <b>35 a 44 años</b><br>30%       | <b>A/B C+</b><br>41%  | Carmen Lira<br>Saade     |
| 13. <i>La Prensa</i>              | 244, 299<br>ejemplares<br>diarios   | 244, 299 en el<br>Distrito Federal y<br>zona conurbada         | Hombres:<br>73%<br>Mujeres:<br>27% | <b>36 a 45 años</b><br>37%       | <b>C</b><br>67%       | Mario Vázquez<br>Raña    |

|  |                                   |   |  |                                  |                        |                               |
|--|-----------------------------------|---|--|----------------------------------|------------------------|-------------------------------|
| 14. <i>La Razón de México</i>              | 28, 333<br>ejemplares<br>diarios  | <b>Sin dato</b>                                   | Hombres:<br>61%<br>Mujeres:<br>39%       | <b>más de 40<br/>años</b><br>40% | <b>A/B y C+</b><br>43% | Pablo Hiriart Le<br>Belt      |
| 15. <i>Metro</i>                           | 195, 102<br>ejemplares<br>diarios | 195, 102<br>en el Distrito<br>Federal             | Hombres:<br>64.66%<br>Mujeres:<br>35.34% | <b>25 a 34 años</b><br>28.10%    | <b>D+</b><br>42.22%    | Alejandro Junco<br>de la Vega |
| 16. <i>Milenio Diario</i>                  | 80, 700<br>ejemplares<br>diarios  | 47, 855 en el<br>Distrito Federal                 | Hombres:<br>58%<br>Mujeres:<br>42%       | <b>35 a 44 años</b><br>35%       | <b>A/B y C</b><br>44%  | Francisco A.<br>González      |
| 17. <i>Ovaciones</i><br>(Diario deportivo) | 148, 018<br>ejemplares<br>diarios |   | Hombres:<br>80%<br>Mujeres:<br>20%       | <b>26 a 35 años</b><br>35%       | <b>C</b><br>53%        | Mauricio Vázquez<br>Ramos     |
| 18. <i>Periódico ABC</i>                   | 13, 157<br>ejemplares<br>diarios  | 8, 370<br>ejemplares en<br>el Distrito<br>Federal | Hombres:<br>60%<br>Mujeres:<br>40%       | <b>35 a 44 años</b><br>29%       | <b>A/B y C</b><br>44%  | Tomás Sánchez<br>de la Concha |

|   |  |  |  |                               |                          |                                 |
|---|--|--|--|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| 19. <i>Publímetro</i>                   | 104, 223<br>ejemplares de<br>lunes a viernes   | 90, 752<br>ejemplares en<br>el Distrito<br>Federal | Hombres:<br>55%<br>Mujeres:<br>45%       | <b>25 a 34 años</b><br>33%    | <b>A/B y C+</b><br>73%   | Antonio Torrado<br>Monge        |
| 20. <i>Récord</i><br>(Diario Deportivo) | 105, 339<br>ejemplares de<br>lunes a sábado<br>87, 677<br>ejemplares los<br>domingos | 58, 858<br>ejemplares en<br>el Distrito<br>Federal | Hombres:<br>83%<br>Mujeres:<br>17%       | <b>25 a 34 años</b><br>28%    | <b>D+</b><br>36%         | Carlos Flores<br>Nuñez          |
| 21. <i>Reforma</i>                      | 146, 309<br>ejemplares<br>diarios  | <b>Sin dato</b>                                    | Hombres:<br>68.24%<br>Mujeres:<br>31.76% | <b>25 a 34 años</b><br>29.58% | <b>A/B y C</b><br>38.21% | Alejandro Junco<br>de la Vega   |
| 22. <i>Unomásuno</i>                    | 32, 400<br>ejemplares<br>diarios   | <b>Sin dato</b>                                    | Hombres:<br>65%<br>Mujeres:<br>35%       | <b>26 a 35 años</b><br>39%    | <b>C</b><br>71%          | Mario Enrique<br>Selvas Carrola |

De la tabla caben resaltar muchos aspectos que muestran, de una u otra forma, la conformación de la arena política en los diarios; hoy en día la dinámica de la prensa es controlada por sus públicos, por la capacidad de consumirlos (que no necesariamente significa que los lean), de llamado “público potencial” que, a los gobernantes y clase política, significan posibles votantes.

*La Prensa* de la Organización Editorial Mexicana es el diario con mayor tiraje en la capital de país, para un público de clase media, nivel socioeconómico “C”; con la nota roja como contenido principal, se ubica como el de mayor impacto. Como arena política resulta *sui géneris* como un diario de contenido político reducido es el que, potencialmente, puede ser el mejor medio de comunicación para que los gobernantes se comuniquen con los ciudadanos; participación política con base publicidad oficial, notas de agencia, entrevistas hechas por el director y cobertura directa en las fuentes de mayor importancia en el espectro político nacional (presidencia, cámara de diputados, gobiernos estatales, etcétera).

Los diarios *La Jornada* y *Reforma* tienen altos tirajes de forma constante (sin mediar entre lunes a sábado y domingos). Potencialmente conservan sus lectores que obedecen a la línea de este par de cotidianos: con alto contenido político, grandes cantidades de articulistas y colaboradores; lectores con perfil socioeconómico alto o de clase media, con poder de decisión y participación dentro de la comunidad, de los cuales la mayoría vive en el Distrito Federal y está en edad productiva, interesada en el acontecer político y sus repercusiones en su modo de vida.

Como se leyó en capítulos previos, *El Universal*, en la era de Ealy Ortiz, posicionó el “Aviso Oportuno” como herramienta para elevar sus

ventas, situación que hoy en día no ha cambiado del todo, aprovechando el día domingo para explotarlo y aumentar sus ventas. Lo cual, además de su contenido editorial, político por antonomasia, nivela los públicos a los cuales está dirigido. Los niveles altos (A/B y C) prácticamente son los mismos que la clase media que lo lee (D+), en un 32% y 33% respectivamente, convierte al diario más viejo del país en el más integral, con respecto a los públicos a los cuales está orientado y, de la misma forma, en el de mayor capital político, pues en él se pueden dar a conocer mucho más posturas, pues los nichos electorales son más.

Entonces, se podría decir que, ¿en *El Universal* la arena política cobra un sentido más democrático? Es claro que la reestructuración encabezada por Roberto Rock (actualmente, Presidente del Consejo Editorial del rotativo) se orientó a conservar a los lectores que el diario tenía, aquellos que habían crecido leyendo sus páginas, pero también a todos aquellos que optaban por *Reforma* como nueva opción informativa, o, más bien, por que encontraron credibilidad en un diario nuevo; en otras palabras, la arena de *El Universal* se abrió con base en intereses empresariales, que obligaron a hacerlo más incluyente, lo cual, incluye la participación necesaria del lector, desde el que simplemente lo compra para leer el “Aviso oportuno” (participa pagando), al que lo lee buscando respuestas, a través de la información, para orientar su participación política. También en la participación directa con el diario: suscribiéndose, mandando cartas al director, participando en concursos o promociones, o consultando la página web del diario, haciéndola un referente informativo de primera mano.

*Milenio Diario* tira un poco más de 80, 000 ejemplares diarios, de los cuales más de la mitad se quedan en el Distrito Federal; caso que refleja la presencia de diarios “hermanos” en el resto de los estados de la República,

como se leyó en el capítulo previo, lo cual evidencia que también la información local es importante dentro de los diarios, la arena no sólo es nacional, también atiende situaciones y actores de los pequeños sistemas políticos. De este diario también se reconocen sus esfuerzos por el ámbito de la cultura y la economía, así como en la sección *La Afición*, la que otrora fuera un diario por si solo. Al igual que la articulación, desde el 20 de octubre de 2008, con *Milenio Televisión*, que se transmite en canales de paga.

*Excelsior*, se trata de un diario totalmente reconstruido por parte del Grupo Imagen (que forma parte del Grupo Empresarial Ángeles), propiedad de Olegario Vázquez Raña, relanzado el 18 de marzo de 2006, al cumplir 89 años de fundado; y es que, logrando lo que *Milenio* no pudo consolidar con *Multimedios*, el nuevo *Excelsior* nació de la mano con una canal de televisión abierta: *Cadena tres* (Canal 28, en el Distrito Federal), creando una arena multimediativa, toda vez que el diario se anuncia lo que, en sus noticiarios, el canal tendrá y, en la televisión, se llama a profundizar en el tema mediante la lectura del diario.

Los números de *Excelsior*, además de presentar un fenómeno parecido al de *El Universal* con tirajes distintos en domingo y a pesar de que se imprimen muy pocos, muestran algo digno de resaltar. El porcentaje de lectores por sexo es prácticamente equitativo (51% de varones y 49% de mujeres), su público difiere con respecto a los números mostrados por el resto de los 21 diarios, donde, se puede leer que son los hombres los que, preferentemente, consumen la prensa, misma que está hecha por hombres. En los capítulos previos se pudo leer que el diarismo en México ha sido un proceso encabezado y protagonizado por hombres, históricamente y culturalmente hablando, situación que aún perdura; de los 22 periódicos mostrados, sólo dos cuentan con una directora (*La Jornada* con Carmen Lira

y *El Financiero* con María del Pilar Estandía); y no es un fenómeno aislado, es parte del mismo sistema político, del cual la prensa misma salió y se nutre. Información enfocada a que el varón tome las decisiones, por que son ellos los que, en la mayor parte de los casos, están ubicados en sitios de decisión o peso político.

Completando lo anterior, también los varones son los que leen el periódico obedeciendo a su dinámica social. Son los varones los que salen a la calle y usan el transporte público para ir de su casa al trabajo, leen en parques, peluquerías, en el cajón del bolero, mientras hay descanso en la obra, mientras se espera a la esposa arriba del coche (mismas que realizan actividades vinculadas con el trabajo en el hogar), o son los que buscan datos deportivos o de nota roja sin mediar en lo banal que pudiera parecer leer sobre ello. Al grueso del público femenino, por tradición también, se les ha orientado su interés editorial en otro tipo de publicaciones. Por eso fue importante conocer el marco histórico de la prensa en México y mostrar que el presente de la prensa es resultado de la dinámica del pasado; los diarios en México sólo han actuado como escenarios de manifestación de su sociedad.

Los casos de *Metro* y *El Universal Gráfico*, enfocados a las clases media y baja, aún con posibilidades de adquirir un periódico, barato, pero a final de cuentas accesible, abren la oportunidad de que estos estratos de la población cuenten con la posibilidad de acercarse a la política; de igual forma, se demuestra que, el público varón es el nicho de mercado al cual se orientan los diarios y que, tras la lectura de ellos, son los que conocen la arena política reflejada en estos.

No estaría de más mencionar la importancia en el tiraje de los diarios deportivos de impacto nacional: *Esto*, *Ovaciones* y *Récord* que, si bien están enfocados a esos menesteres, en sus páginas se encuentran secciones de “información general”, eufemismo utilizado en el diarismo mexicano para referirse a la información política, nacional e internacional. Sin mencionar de la publicidad oficial inmersa en ellos.

Recordando a André Gosselin, citado en el Capítulo 1 de esta investigación, la prensa es uno de los muchos dispositivos, con fórmulas, marcos, reglas y estrategias que definen las situaciones de interacción en las que pueden confrontarse, difundirse públicamente y evaluarse los discursos –la actividad- de los políticos; es decir, los periódicos enmarcan una serie de dinámicas por sí mismos que le permiten publicitarse a los políticos o a toda aquella persona con interés en los asuntos públicos y de trascendencia para toda una comunidad; en México siempre han brindado esa oportunidad.

Y, en las últimas dos décadas, la prensa en México ha marcado sus propias reglas para publicitar actores políticos y permitir que éstos tengan un proceso de comunicación política real con sus destinatarios; más que eso, el mismo mercado ha hecho de la prensa un producto más, minimizando su importancia como vehículo para la participación política, aquella que en siglo XVIII o XIX defendía; hoy en día, los gobiernos, sus políticos y grupos de poder, agotan a la comunicación política al modelo de *marketing* político que, Guilles Echache diferencia entre los modelos propagandista y teleológico, como aquel que utiliza la segmentación de públicos para hacer llegar un mensaje, sin muchas ideas, con mensajes cada vez más cercanos y cerrados, la inmediatez, temporal y física en su esplendor.

Empero, la dinámica actual de la prensa en México, las características de su condición como arena política, son resultado de su historia y de la misma sociedad mexicana en lo general. Y que así es funcional, permite la participación dentro del marco natural del sistema. Y es que la prensa nació para eso, para que los mensajes llegaran a sus destinatarios y que influyeran en la toma de decisiones de consumo y políticas; que con el tiempo se le hayan incrustado muchas más funciones u obligaciones, es propio de los sistemas políticos, con vacíos en su comunicación política, legitimidad, representatividad e, incluso, en la incompetencia misma de los políticos para comunicar lo esencial a sus gobernados, es otro tema. La arena política, entonces, *per se* cumple una función, fomentar la participación política, mostrando a los actores en juego. La prensa lo hace, es –y ha sido- parte fundamental en la comunicación política de México.

# CONCLUSIONES

Los sistemas políticos obedecen al Estado que los conformó para garantizar la sana convivencia de los individuos y son, en una dinámica democrática, garantes de los mecanismos adecuados para que la información política llegue a éstos y se tomen decisiones que encaminen a la participación, consciente de las causas y consecuencias, de la importancia o trascendencia, de la naturaleza de los hechos y los actores involucrados, es decir, del contexto.

Entre estos mecanismos, se encuentran los medios de comunicación. Instrumentos, surgidos de la propia dinámica social, que articulan a la sociedad en función del intercambio de información, con el mismo fin: la acción; México, como nación, tiene raíces mucho más lejanas que la llegada de sus conquistadores en 1519-1521, con procesos comunicativos de larga tradición, obedientes a los sistemas políticos y económicos propios de sus imperios, pero que, después de la conquista, se tornaron a favor de la nueva clase dominante.

En la presente investigación se pudo leer que el sistema de comunicación política en México nace, por decirlo de alguna manera, sumisa a una sola fuente de información por antonomasia: el gobierno; conservando siempre el uso de símbolos religiosos, culturales y económicos, encaminados a que el pueblo conociera “el deber ser”, las nuevas leyes, los castigos o las situaciones de importancia decididos para la comunidad desde el poder; en ese marco, los periódicos se comenzaron a concebir en la sociedad mexicana

Y no se puede negar que la prensa actual, como se conoce en México, es una mezcla de la prensa europea y de la prensa en Estados Unidos de América (heredera de la cultura británica): con la carga política y

civil que en Europa se le daba desde el Siglo XVII; y enfocada en crear cultura nacional: narradora del devenir, las decisiones y las acciones cotidianas de un pueblo, productora de ciudadanía, dirían algunos. También, con la función mercantilista del país anglosajón, su distribución como oportunidad, también, de promoción de los productos y servicios en la comunidad. En resumen, en sus primeros años, la prensa en México se posiciona como un medio de comunicación que englobaba tanto los vacíos como los logros de la incipiente nación. Edictos, desastres naturales, llegadas de barcos, lo “más nuevo” en los almacenes, etcétera. Y, de igual forma, la prensa, en su carácter propagandística, hizo sus esfuerzos por consolidarse, lidiando con el régimen virreinal, tan es así que los autores tenían que escribir en pseudónimos o hacerlo en la clandestinidad.

Entonces, se afirma que la prensa se caracteriza por ser dual: privada, encauzada a resaltar los intereses de grupos económicos y con un carácter público, pues es de la dinámica diaria de lo cual se alimenta para hacer viable lo primero

La prensa, entonces, se consolida como arena política (no se agota en eso, pero también incluye esta función). Una arena donde convergen todas aquellas personas con interés de hacer público su actuar, con el fin de influir en el actuar del otro. Arena política para agotar los temas políticos (que no se desgastan en la política formal o de instituciones): salud, empleo, educación, paz, guerras, religión, cultura, demografía, economía, geografía, infraestructura, legislación, justicia, alimentación, bienes y servicios, y un largo etcétera.

Y, también es arena, porque además de publicitar, permite la participación de quienes leen. En sus primeros días, los colaboradores eran

precisamente aquellos quienes veían en la prensa una oportunidad de incidir en las decisiones políticas; la prensa coloca a los lectores en un lugar privilegiado, a través de la labor periodística: en el de jueces conscientes de los hechos, toda vez que, un periódico lo leen personas con la capacidad de conservar en su mente el mensaje, razonarlo y llegar a una decisión, con tiempo de hacerlo y con la capacidad de reproducir el mensaje a su comunidad. De ahí que fuera importante estudiar a la prensa como un fenómeno más de comunicación, como un actor más dentro del sistema político y de comunicación en la nación. La prensa misma, siendo arena, se ubica también como actor.

Con la llegada del Siglo XIX la prensa mexicana entró a una etapa donde creció y adquirió elementos fundamentales. Las guerras civiles, los conflictos políticos y la falta de orden nacional, los liderazgos tajantes y la constante división, indecisión, de posturas políticas en dos frentes (realistas-insurgentes, republicanos-centralistas, conservadores-liberales), la pobreza y la herencia del sistema de castas, ahora en clases sociales, marcadas distinciones mobiliarias, el analfabetismo y la precariedad, ubicó a la prensa como un medio de comunicación de suma importancia.

Los diarios permitían dar a conocer las posturas, darles seguimiento a los líderes, comunicar, desde las élites, lo trascendental dentro del desorden. La prensa (como el conjunto de diarios que circularon) fue propagandística, satírica, oficialista, combativa, clandestina, estratégica, hecha *ad hoc*, apegada al poder, alimentada desde las arcas de gobiernos, patrocinada por la disidencia, itinerante, cultural, xenofóbica, cuna de poetas o filósofos, cuna de políticos o diplomáticos, espejo social, nacionalista, precaria, rudimentaria, exagerada, denunciante, juez, sumisa, perezosa en el oficio, marginada y exaltada. La prensa como arena, como un elemento más

del sistema político mexicano (y, por consecuencia, del sistema de comunicación política) aglutinó durante el Siglo XIX todas las actitudes de la sociedad, caminó e hizo historia y se le achacan los mismos errores o triunfos que los políticos o protagonistas de esos días.

El Porfiriato, le dio estabilidad al país y a la dinámica de los periódicos. Los medios para lograr esto no son tema de la presente, pero, perpetrando lo hecho por Santa Anna y por Benito Juárez, Porfirio Díaz, recurrió a la censura, la corrupción y la cooptación para consolidar el aparato mediático en general. La ubicó en ese orden que significaba progreso. Por más paradójico que resulte leerse, el Porfiriato le inyectó vida a la prensa mexicana y la convirtió en una empresa, en el diarismo que hoy conocemos. Elemento que también recobra las raíces empresariales del medio de comunicación, no sólo político sino también el aspecto mercantilista que, durante el Siglo XIX se había quedado relegado, gracias a las constantes guerras y disputas políticas. Por así decirlo, la Arena recobró sus dos aspectos fundamentales al cien por ciento: el comercial y el de interés público.

En la revolución mexicana los diarios adquirieron uno de los elementos más importantes para su permanencia en el México moderno del Siglo XX: si bien la prensa contaba con credibilidad y resonancia, se le incluyó la fotografía y la conservación sistemática. Los dueños de imprentas, rotativas o talleres de impresión, comenzaron a articular secciones, fuentes, jefes de redacción e información, corresponsales, periodistas y reporteros, todo un equipo de trabajo que hizo de la prensa un oficio digno de cuidar. Se comenzaron a crear colecciones, hemerotecas y distintos espacios de conservación.

También la entrada de la radio (y, a la postre, de la televisión) orilló a la industria periódica a tener un orden mucho más estratégico para su conservación.

Sin embargo, este desarrollo también tenía un costo. La arena política comenzó a depender de la economía de sus propios protagonistas: los políticos, el gobierno y sus instituciones; se formó un fenómeno *sui generis*: la arena misma dependía de quienes hacían uso de ella, enfocada a los intereses de ellos mismos. Comunicativamente fue evidente esta situación, la credibilidad, la objetividad y el apego con la sociedad que, de un bando u otro, había mantenido. La prensa fue, hasta el priísmo, totalmente el medio del pueblo.

Los elementos decimonónicos de la prensa, como arena, fueron usados por los presidentes priístas a su conveniencia, combinados con los símbolos, referentes y emociones de los ciudadanos; una nota espectacular, causaba revuelvo; la inauguración de un hospital, agradecimiento; una campaña cubierta “de pi a pa”, hacía al próximo presidente, gobernador, diputado, senador, etcétera; una huelga estudiantil, fácilmente se convertía en motivo de escarnio público; cuando la presa tenía que ser usada como altar, literalmente lo era, cuando se tenía que usar como picota, se le empleaba con ese fin. Y mucho más allá, también se apoderaron (más no dominaron) a los periodistas y a los dueños de los periódicos, aliados del poder.

Esta dinámica le trajo nuevos elementos a la arena política. Dejando a un lado que fue vehículo de los políticos de la época. Los periódicos, más bien, los periodistas, colocaron a estos medios de comunicación como depositarios de los cambios sociales en el país, como temas dentro de la

agenda o, simplemente, para vender más. La pluralidad de ideas, de creencias o de preferencias, la lucha por una economía mucho más equitativa, la inseguridad, los mitos urbanos, los ideales de las juventudes, la democratización del país, la modernización, la globalización, crisis económicas, guerrillas, terremotos, reuniones o visitas al país de personalidades de talla mundial, orillaron a la prensa a volverse a abrir a la participación, directa o indirecta, de la sociedad civil. La integración de columnistas, especialistas en cada tema, periodistas asignados a una sola fuente, su profesionalización, también han llevado a la prensa a ser una arena mucho más entregada a la participación ciudadana. Que el medio de comunicación mande a sus trabajadores a adentrarse en la sociedad, a conocer qué tipo de gente los lee y cuáles son los temas de los cuales necesita informarse, es democratizar la arena.

La prensa escrita en México, por más cercana al poder, por más privada que sea, está íntimamente ligada a la sociedad. Y es que, de su propia dinámica se alimenta y crece. Que sea indispensable, no, sólo es necesaria para un país con grandes brechas tecnológicas, rezagos en niveles de educación y falta de memoria histórica; la prensa llega a las comunidades y es leída, por lo menos, por los líderes y es conservada para autentificar la fuente o para tomar una decisión a futuro, si bien es inmediata la emisión del mensajes, el receptor lo puede recibir en cualquier momento, orientando la retroalimentación en una acción.

La arena política, vista desde la prensa escrita, ha caminado de la mano de este país. Es tal su fuerza y su arraigo que sirve como base para los noticieros matutinos en radio y los nocturnos en televisión; para la expresión total de comunicados, panfletos, esquelas, anuncios, carteleras, agendas, notificaciones, posturas, discursos, proyectos de campaña,

agradecimientos y disculpas públicas, quejas, sugerencias, fe de erratas de todo aquel que quiera publicitar su actuar.

La prensa en México ha sido catalizador de los contextos políticos, económicos y sociales del país; siempre, encaminado a la participación a través de la comunicación. Ha sido fenómeno comunicativo en sí, como depositario de un sinfín de ellos.

Los diarios, entonces, ha sido arena de la historia comunicativa en México, a través de notas, reportajes, fotografías, columnas, inserciones pagadas, etcétera; toda vez que, es fuente directa en el estudio de la historia en México. Como arena, entonces, ha mostrado el acontecer diario, las confrontaciones de los actores políticos, los resultados de estas (legislaciones, reformas, negociaciones, discursos, comidas, pactos, derrotas electorales, equipos de campaña, gabinetes y todo hecho político que le ha dado sentido y, por consecuencia, presente al México de hoy y del que será a futuro).

Los diarios han permitido la participación, de forma tardía o en su momento, cooptada o restringida, censurada o abierta, de los actores fundamentales en los procesos de comunicación política en el país. Siempre apegada a la dinámica del sistema en general, pero encaminada a la acción del lector, de quien sabe que hay personas que algún día votarán por ellos y, también, de aquellos que afirman depender del lector para seguir vivos en el sistema.

# **FUENTES CONSULTADAS**

- Alvear Acevedo, Carlos. *Elementos de Historia de México*. México, Jus Editorial, 1958, 492 pp.
- Bobbio, Norberto; *et al.* *Diccionario de Política*. México, Siglo XXI, 1998, 2 tomos.
- Bohmann, Karim. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Alianza Editorial Mexicana, 1989, 397 pp.
- Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Barcelona, G. Gili, 1989, 167 pp.
- Bunge, Mario. *La investigación científica, su estrategia y su filosofía*. México, Siglo XXI Editores, 2000, 805 pp.
- Caloca Carrasco, Eloy. *Recuento histórico del periodismo*. SEP-IPN, México, 2003, 489 pp.
- Carrasco Puente, Rafael. *La prensa en México: datos históricos*. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1962, 300 pp.
- Castel; Robert. *Espacios de poder*. Endimiión, Madrid, 1991, 165 pp.
- Claval, Paul. *Espacio y poder*. México, Fondo de Cultura Económica, 1982, 246 pp.
- Cotteret, Jean Marie. *La comunicación política. Gobernantes y gobernados*. Buenos Aires, El Ateneo, 1977, 160 pp.
- De Fleur, Melvin L. ; Ball Rockeach, Sandra J. *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1994, 463 pp.
- De Moragas Spa, Miquel. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, G. Gili, 1982, 640 pp.
- . *Teorías de la comunicación*. Barcelona, G. Gili, 1984, 362 pp.

Domínguez Cortina; Rebeca. *Democratización y construcción de espacios de comunicación política: la visión de los actores*. Tesis de licenciatura. La autora, FCPyS-UNAM, México, 2006, 246 pp.

Duverger, Maurice. *Introducción a la política*. Barcelona, Ariel, 1997, 281 pp.

----- . *Métodos de las ciencias sociales*. Editorial Ariel. Barcelona, 1981, 593 pp.

Engels, Friedrich, *El origen de la familia, la propiedad privada y el estado*. Fondo de Cultura Popular, México, 1970, 223 pp.

Esteinou Madrid, Francisco Javier. *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México, Trillas, 1992, 203 pp.

*Estudios Políticos* (revista). México, UNAM-FCPyS, No. 02, May.-Ago. 2004, Octava Epoca.

Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. México, Pablos, 1982, 330 pp.

Ferry, Jean Marc; Wolton, Dominique; *et al.* *El nuevo espacio público*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1992, 256 pp.

Fontcuberta, Mar de; Borrat, Héctor. *Periódicos: sistemas complejos, narradores de interacción*. Buenos Aires, La Crujía, 2006, 351.

Gallardo Cano, Alejandro. *Curso de teorías de la comunicación*. UNAM, México, 1990, 169 pp.

Gallino; Luciano. *Diccionario de sociología*. Siglo XXI, México, 1995, 1003 pp.

Gauthier, G; Gosselin, A.; y Mouchon, J. *Comunicación y política*. Barcelona, Gedisa, 1998, 413 pp.

Giddens; Anthony. *Sociología*. Alianza Editorial. Madrid, 1991, 846 pp.

González, Cecilia. *Escenas del periodismo mexicano. Historias de tinta y papel*. Fundación Manuel Buendía, México, 2006, 222 pp.

Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1994, 352 pp.

----- . *Teoría de la acción comunicativa (Volumen 1)*. Madrid, Grupo Santillana, 2001, 520 pp.

Helmut, Schoeck. *Diccionario de sociología*. Herder, Barcelona, 1973, 760 pp.

Lara Klahr, Marco. *Diarismo. Cultura e industria del periodismo impreso en México y el mundo*. México, Análisis, Ediciones y Cultura S.A., 2005, 334 pp.

León Martínez, Enrique. *Los medios de comunicación en el proceso político de México*. Instituto Politécnico Nacional, México, 1998, 241 pp.

López Gallegos; Abelardo. *La información como forma de control político y social*. Tesis de licenciatura. El autor, UNAM-ENAP Aragón, México, 1987, 235 pp.

López Romo, Heriberto. "Nivel Socioeconómico AMAI", Comité Niveles Socioeconómicos AMAI – Instituto de Investigaciones Sociales SC, versión en línea en: <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf> , consultado el 16 de septiembre de 2010.

Luhmann, Nicklas. *Introducción a la teoría de sistemas*. UI, México, 1996, 303 pp.

Mattelart, Armand. *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona, Paidós, 2002, 192 pp.

McLuhan, Marshall. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós, 1996, 369 pp.

McQuail, Dennis. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Amorrortu, 1998, 496 pp.

Menendez Marcín, Ana María (compiladora). *Comunicación Política*. México, UNAM-FCPyS, 2004, 255 pp.

Molina y Veida; Silvia. *La comunicación política desde el horizonte de la identidad y la tolerancia*. FCPyS-UNAM, México, 2002, 178 pp.

Mouchon, Jean. *Política y medios. Los poderes bajo la influencia*. Barcelona, Gedisa, 1999, 126 pp.

Morin; Edgar. *Ciencia con conciencia*. Antrhopos. Barcelona, 1984, 369 pp.

- Muñoz, Alonso; et al. *Comunicación política*. Universitas, Madrid, 387 pp.
- Musacchio, Humberto. *Historia gráfica del periodismo mexicano*. Gráfica, Creatividad y Diseño, S.A. de C.V., México, 2003, 203 pp.
- Ochoa, González; Oscar. *Comunicación política y opinión pública*. Mc.Graw Hill, México, 2000, 199 pp.
- Politicus, Orheva. *Diccionario de política*. Buenos Aires, Valleta Ediciones, 2001, 471 pp.
- Reed Torres, Luis; Ruiz Castañeda, María del Carmen. *El Periodismo en México: 500 años de historia*. México, EDAMEX, 2002, 373 pp.
- Riva Palacio, Raymundo. *Prensa en los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*. México, Plaza & Janés; Random House Mondadori, 2004, 278 pp.
- Rizo, Marta. "El Camino Hacia la 'Nueva Comunicación'. Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto", versión electrónica en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/mrizo.html> , consultada el 15 de agosto de 2009.
- Rizo Marta. "La Psicología Social y la Sociología Fenomenológica. Apuntes teóricos para la exploración de la dimensión comunicológica de la interacción", versión electrónica en: [http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo\\_4.html](http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_4.html) , consultada el 19 de octubre de 2009.
- Rocha Macías; Armando. *Aproximación al concepto de comunicación política: una propuesta de definición*. Tesis de licenciatura. El autor, FCPyS-UNAM, México, 2005, 143 pp.
- Rodríguez Castañeda, Rafael. *Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes: 40 años de relaciones*. Grijalbo, México, 1993, 386 pp.
- Sandler Girbau; Héctor Raúl. *El cuarto poder: expresión, información y comunicación social*. Ediar, 1999, 368 pp.
- Schmitt, Carl. *El concepto de lo político : texto de 1932 con un prologo y tres corolarios*. Madrid, Alianza editorial, 1999, 153 pp.

Sfez, Lucien. *La comunicación*. México, Publicaciones Cruz, 1992, 111pp.

Sohr Biss, Raúl. *Historia y poder de la prensa*. Barcelona, Editorial Andrés Bello, 1998, 269 pp.

Thompson, John Brookshire. *El escándalo político y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Paídos, Barcelona-México, 2001, 392 pp.

Torres Mejía; David. *Poder*. Edicol, México, 1978, 273 pp.

Varios autores, *Los primeros veinte. 1984-2004. La Jornada, el rostro de un país*. México, DEMOS, 2004, 415 pp.

Velasco Valdés, Miguel. *Historia del Periodismo Mexicano*. México, Porrúa, 1955, 258 pp.

Weber; Max. *Estructuras de poder*. Editorial Coyoacán, México, 2001, 91 pp.

Young, Kimball. *Et al. La opinión pública y la propaganda*. México, Paidós, 1986, 236 pp.