



102  
28

# Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

## *“Las Relaciones entre el Gobierno y El Periodismo Político”*

(1989-1993) Análisis de la Primera Plana en los Periódicos:  
EL UNIVERSAL, EXCELSIOR Y LA JORNADA

T E S I S

Que para obtener el Grado de Licenciatura en:

*Ciencias Políticas*

Presenta:

*Gerardo Reyes Gómez*

FALLA DE ORIGEN

México, D. F.

Enero de 1995



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

A l recuerdo de mi madre, al presente de mi esposa  
y de mis hijos. A mis maravillosos amigos.  
A mi alma mater la UPAJ.  
Con respetuoso cariño.

## **AGRADECIMIENTOS:**

**Al Lic. David Moctezuma Navarro por su muy valiosa orientación en la asesoría de esta tesis.**

**Al Lic. Raúl Béjar Navarro a quien sin su estímulo e inspiración no habría sido posible la cristalización de esta investigación.**

**Al personal del Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias de la UNAM que apoyó el desarrollo técnico de este trabajo.**

## INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I. LOS ANTAGONISMOS Y LA COMUNICACION	
1.1 EN TORNADO A LA TEORIA DEL CONFLICTO.....	6
1.2 LIBERTAD DE PRENSA CONDICIONADA.....	13
1.3 LOS RANGOS DE LIBERTAD DEL PERIODISTA.....	14
CAPITULO II. LA RELACION PRENSA GOBIERNO EN MEXICO	
2.1 ANTECEDENTES HISTORICOS.....	17
2.2 PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA RELACION PRENSA GOBIERNO.....	36
2.3 SUBORDINACION INSTITUCIONAL DE PERIODISTAS Y MEDIOS.....	41
2.4 MECANISMOS DE CONTROL.....	44
2.5 EL CONTROL DE LA INFORMACION.....	48
2.6 LA AUTOCENSURA.....	55
2.7 FORMACION DE CONSORCIOS DE COMUNICACION.....	56
2.8 PERVERSIONES EN EL CONTROL DE LA PRENSA.....	59
CAPITULO III. COMO SE PRIVILEGIA LA INFORMACION	
3.1 DISTRIBUCION DE LOS ESPACIOS EN LA PRENSA ESCRITA.....	64
3.2 CARACTERISTICAS DE LA PRIMERA PLANA.....	66
3.3 DELIMITACION DEL UNIVERSO DE ESTUDIO Y METODOLOGIA.....	70
3.4 DISPARIDADES DE ESPACIOS PERIODISTICOS.....	83
CONCLUSIONES.....	99
BIBLIOGRAFIA.....	105

## INTRODUCCION

Las relaciones de poder y prensa han sufrido en el último medio siglo una marcada evolución hacia un nuevo tipo de convivencia. La posición contestataria que mostraron la mayoría de los medios de comunicación en sus orígenes se ha ido diluyendo para presentar otro tipo de actuación ante la sociedad. Sin temor a equivocarnos podemos afirmar que entre estas dos figuras principales en todos los escenarios políticos modernos, se ha establecido una simbiosis que genera una conducta conjunta más o menos uniforme que está caracterizada, más que por una relación de dominio, por la de la complicidad en la dependencia.

La prensa, en el ocaso del Siglo XX, se ha convertido en un factor indispensable para el ejercicio del poder político. Su participación va desde sentar las bases informativas para la legitimación del poder central, mediante la obtención de los consensos, hasta la modulación de los antagonismos político-sociales. Ya no se concibe a un Gobierno capaz de hacer a un lado los "servicios" de la prensa porque ello significaría: prescindir de su concurso en la difusión de las políticas de Estado; dejar de informar sobre la situación que guardan las relaciones gubernamentales con otros estados; desechar la publicidad de los programas sociales; perder el control de la propaganda en asuntos eminentemente políticos, como las campañas electorales; y hacer un lado la concientización de la opinión pública para la firma de tratados con potencias extranjeras, vitales para el desarrollo de nuestro país.

El ámbito de la cosa pública ha llegado a límites nunca antes conocidos y la sociedad civil, aquella que no participa del menor ejercicio de la autoridad, ávida de la noticia, está viviendo una evolución hacia el manejo cada vez más elevado de la cantidad y calidad de la información. Una sociedad cada vez más participativa, necesariamente es una sociedad cada vez más informada y la prensa escrita, en franca desventaja de impacto y penetración con los medios electrónicos, hace verdaderos juegos de malabarismo para no perder audiencia ante una guerra declarada y dirigida a obtener la preferencia del público.

En medio de la guerra de los medios para ganarse la atención de una audiencia con acceso a mayores fuentes de información y cuando la sociedad se encuentra viviendo en el umbral de una revolución en el manejo de la misma, que le permite al individuo estar en posesión, desde su casa u oficina, de volúmenes impresionantes de datos al alcance de una pequeña terminal de computadora, la prensa escrita comienza a incursionar en nuevas formas innovadoras de la transmisión de dicha información, vía medios electrónicos, como la venta del servicio a usuarios que tengan la posibilidad de consultar los archivos del periódico, grabados en discos compactos, con el beneficio adicional del usuario para imprimir en su hogar o en su lugar de trabajo la selección de noticias que desee conservar en papel o, incluso, grabar en sus propios discos de archivo, aquella información que necesita o le interesa.

Ante esta revolución en marcha, existen aún viejos estereotipos de actuación periodística que se modifican lentamente, así como, también, adecuaciones producto de las exigencias del desarrollo y que han llevado a los medios escritos a una evolución *sui generis* que pone en desventaja a la sociedad civil porque permite y fomenta la manipulación de la información para beneficio de la élite dominante y, fundamentalmente, de quienes detentan el poder político del Estado.

La actuación en el ámbito político por parte del periódico, aunque parece explícita, por cuanto refleja en su discurso polifónico sus propias posiciones, no lo es tanto cuando, envuelta en el cúmulo de la información noticiosa, presenta a veces abierta, y a veces disfrazadamente, su posición y preferencias en el conjunto de los conflictos político-sociales.

Con base en lo expuesto fue considerada la realización de una investigación hemerográfica que, en el campo de la competencia política, permitiera comprobar o refutar las siguientes hipótesis:

**a) la prensa escrita defiende, como propios, los intereses de la élite gobernante y...**

**b) en el tratamiento de la información política por parte del periódico existe un modelo que, con mayor o menor intensidad, favorece a las expectativas de la dirigencia del sistema político, en detrimento de la objetividad de la misma.**

Para la comprobación o refutación de las hipótesis establecidas es necesario utilizar un marco teórico que delinearemos en el siguiente capítulo con el título de "Teoría del



Conflicto", para lo cual nos apoyaremos en la argumentación científica de conocidos estudiosos del tema y será la que proporcione la perspectiva desde dónde se estudió el fenómeno, independientemente que el mismo pueda ser abordado desde diferentes ángulos o teorías políticas, las cuales podrían proporcionar diversos matices a la interpretación de los resultados.

En un subsiguiente capítulo trataremos sobre algunos aspectos que juzgamos importantes en la relación prensa-gobierno en México, desde aspectos de su proyección histórica, el problema de la subordinación institucional de los medios de comunicación escrita, los más relevantes mecanismos de control por parte de la autoridad gubernamental, hasta la autocensura y el apetito por la formación de consorcios periodísticos.

El trabajo requirió asimismo, de una investigación documental la cual se centró en el levantamiento hemerográfico de datos que pudieran proporcionar bases sólidas sobre las cuales fincar las conclusiones. El estudio abarcó un período de cinco años, iniciándose el primero de diciembre de 1988, día de la toma de posesión del régimen presidencial del licenciado Carlos Salinas de Gortari, y cubriendo hasta el día 30 de noviembre de 1993, por haberse considerado que éste fue el lapso más importante de la administración sexenal, en materia de implantación de políticas económicas y de comunicación. Es en este capítulo donde se delimitan los recursos metodológicos utilizados en la investigación y se hace el análisis de los datos y la interpretación de los resultados.

Finalmente los resultados fueron resumidos en el apartado de conclusiones, donde fueron cotejados contra las hipótesis iniciales del trabajo.

## CAPITULO I. LOS ANTAGONISMOS Y LA COMUNICACION

### 1.1 EN TORNO A LA TEORIA DEL CONFLICTO

Sería difícil de concebir el acto de comunicación social sin situarlo dentro de la teoría del conflicto, o lo que Maurice Duverger llamó los "antagonismos políticos"<sup>1</sup>.

El grupo social inmerso en un Estado-nación no es homogéneo; está formado por subgrupos que se encuentran en una dinámica de lucha de intereses de los que no están ajenos aquellos de la preeminencia política. Quienes detentan el poder político se encuentran enfrascados siempre en una lucha por conservarlo y quienes, por el contrario, juegan el papel de gobernados, luchan por conquistar las posiciones del ejercicio de la autoridad. "Aun cuando el Estado se haya constituido y la necesidad de los amos de garantizar su poder tenga como consecuencia "la seguridad pública", las causas del conflicto colectivo no habrán desaparecido." <sup>2</sup>

Si el centro de decisiones en un sistema político radica en el Gobierno del Estado, la función del periódico, como actor político, radica en influir sobre el Gobierno y sobre otros actores del espectro político, más no persigue la conquista del poder y la permanencia en su ejercicio. En este contexto podemos definir, convencionalmente, a un "actor político" como: el agente individual

---

<sup>1</sup>Duverger, Maurice, SOCIOLOGIA POLITICA, traduc. Jorge Esteban, 3a. ed. Barcelona, Ed. Ariel, México, 1972, p. 144.

<sup>2</sup> Labarrière, Jean-Louis, Lazzeri, Christian, et al., TEORIA POLITICA Y COMUNICACION, traduc. Alcira, Boxio, 1a. ed. Barcelona, España, Ed. Gedisa, 1992, p. 71.

o colectivo que posee la característica de afectar el proceso de toma de decisiones del sistema político. En el caso del periódico, insisto, su ámbito de acción se delimita en el ejercicio de la influencia. El periódico pues, juega un importante papel protagónico en medio de los antagonismos sociales.

Ahora bien, aclarado lo anterior, en torno a los antagonismos nos apegamos a la definición de conflicto aportada por Robert G. Meadow, quien propone lo siguiente: conflicto es "la competición o el desacuerdo sobre valores, liderazgo, asignación de recursos o cualquier otro ítem importante dentro de un sistema político"<sup>3</sup>.

La contradicción objetiva entre diferentes actores de la política genera, pues, al menos dos tipos de conflictos; en términos de Ralf Dahrendorf, el "conflicto latente" y el "conflicto manifiesto", pero, para que el primero se convierta en el segundo deberá existir la comunicación entre los actores. Así las cosas podemos concluir que para que el conflicto exista como tal se requiere la comunicación <sup>4</sup>.

Borrat va más allá y propone que "todo conflicto manifiesto puede ser entendido como un proceso de comunicación" y desde esa perspectiva sería obvio señalar la importancia de los medios como agente político entre quienes detentan el poder y quienes pertenecen al numeroso grupo de los "no articulados", esto es aquellos que no poseen recursos ni capacidades para participar en

---

<sup>3</sup> Borrat, Héctor, EL PERIODICO, ACTOR POLITICO, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., 1989, p. 24.

<sup>4</sup> Borrat, op. cit., p. 25.

muchos de los procesos de toma de decisión.

Es, bajo estas circunstancias en torno a los conflictos, donde y cuando el periódico se perfila como un importante protagonista del conflicto social y se hace necesario y hasta indispensable estudiar su composición, sus centros de decisión, sus estrategias, sus actuaciones, sus lenguajes y, en fin, todas las condiciones que incidan entre su función dentro de los conflictos, y los resultados de su actuación.

El periódico, inmerso en la construcción cotidiana de la actualidad periodística política, interactúa con los conflictos de su entorno y se manifiesta en pro, en contra, y, en raras ocasiones, como agente neutro de las posiciones antagónicas entre la red de intereses y políticas públicas y privadas. El medio, pues, refleja siempre en su discurso polifónico su propia posición ante el conflicto. Desde esta particular perspectiva el periódico viene a ser "un actor de conflictos".

Al adoptar el periódico posiciones definidas, en ocasiones lo ponen a él mismo, como actor activo, en situación de antagonismo, enfrentándolo con uno o varios actores del escenario del sistema político. De esta forma es, a través de los conflictos en los cuales se mueven los medios escritos, como pueden ser explicadas muchas de sus estrategias y líneas de acción. Para enfatizar la situación descrita me permito citar el siguiente párrafo: "Si allí donde hay vida hay conflicto, si toda sociedad humana conocida destaca sus formas de conflicto social, la política es el lugar primordial aunque no único de conflicto: enfrenta a sus actores en

función de un bien siempre escaso, el poder, ya para conquistarlo, ya para permanecer en él, ya para influir sobre él <sup>5</sup>.

El Gobierno trata de controlar la información y administrarla como monopolio, y los grupos de interés y la oposición política luchan por alcanzar posiciones desde las cuales se les permita tener voz y ejercer la persuasión en el ámbito de la opinión pública. "Los medios de comunicación de masas al servicio de las clases dominantes, transmiten informaciones previamente sometidas a la manipulación ideológica de los aparatos de control político y económico."<sup>6</sup>

Ninguna facción o partido político podría aspirar a hacerse del poder si no posee la capacidad de obtener los consensos indispensables entre la población, esto es, obtener al menos una parte sustancial de la voluntad popular a su favor, para ello requiere la participación de los medios de comunicación social. Por otra parte, un gobierno que no apoye sus acciones en el consenso generalizado de la mayoría de la población, tiende a perder legitimidad y, por ende, posibilidades de ser bien aceptado el ejercicio de su autoridad. La acción de la policía y el ejército, así como de otras fuerzas "del orden" no bastarían para mantener por mucho tiempo sojuzgada a una sociedad que se siente ilegítimamente gobernada u oprimida.

---

<sup>5</sup>Borrat, op. cit., p. 16.

<sup>6</sup>Gutiérrez Vega, Hugo, INFORMACION Y SOCIEDAD, México, Ed. F.C.E., (Archivo del Fondo 13), 1974, p. 15.

Es, pues, en este caldo de cultivo del conflicto social donde la comunicación encuentra su desarrollo actual. Los medios de comunicación escrita libran una intensa batalla no sólo para mantenerse como grupo de interés ante el Estado, sino para no perder penetración en la competencia establecida entre los diversos actores de la política, incluidos otros medios de comunicación, como la radio y la televisión.

Siendo la prensa escrita, al igual que la radio, medios de comunicación de masas que actúan sobre los individuos en forma unisensorial, están en franca desventaja con el medio más moderno que es la televisión por ser eminentemente bisensorial, al utilizar imágenes y sonidos para llegar hasta la conciencia de los miembros de la audiencia. De esta manera los órganos del poder central ponen un especial énfasis en controlar los mensajes políticos emitidos por la televisión. En este medio el control de la información es mucho más estricto e inflexible que en la radio o la prensa escrita. "En el caso particular de los diarios, puede decirse que estos experimentaron a lo largo de la década un proceso de pérdida de influencia relativa, mientras los medios audiovisuales, radio y televisión ganaron espacio en términos informativos"<sup>7</sup>.

La radio posee la enorme facilidad de llegar hasta los rincones más apartados del país, en comparación con la televisión la cual requiere de una costosa infraestructura técnica para llegar a los

---

<sup>7</sup>Fraga, Rosendo, PRENSA Y ANALISIS POLITICO, Argentina  
Ed. Centro de Estudios Unión para la Nueva  
Mayoría, 1990, p. 82.

mismos lugares. Esta impone, además, la restricción del costo de los aparatos receptores, impedimento que margina a amplios sectores rurales, sea por no contar con la señal de las emisoras, sea por la carencia de energía eléctrica o por no contar con recursos económicos para la compra del receptor. Sin embargo, "La T. V. es el vehículo de la ideología de la omnipotencia de un sistema de lectura en un mundo convertido en sistema de signos."<sup>8</sup>

La prensa escrita como actor político, insisto, está en franca desventaja en su lucha con los medios llamados electrónicos; en principio, porque para llegar a la audiencia se requiere que ésta sepa leer. En México, según el Anuario Estadístico de la SEP 1992-1993, desafortunadamente aún contamos con 14 millones de analfabetas y el nivel escolar de la población no rebasa aún el quinto grado de primaria, lo que hace presumir que otros muchos millones de mexicanos se encuentren en la categoría de "analfabetos funcionales" lo que impide a los medios escritos llegar a grandes grupos sociales. La prensa escrita, pues, ha sido siempre un medio de comunicación elitista, dirigido a sectores bien diferenciados del universo poblacional.

Si aunado a lo anterior tomamos en consideración que el periódico requiere de ser comprado, entonces, una crisis económica, como la que sufre el país desde principios de los ochentas, agrava considerablemente las posibilidades de penetración de éste medio como factor determinante en los procesos de persuasión política que

---

<sup>8</sup>Goded, Jaime, LOS MEDIOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA, México, UNAM-FCPyS., 1976, p. 197.



ejerce la propaganda.

Ahora bien, en contra de todos los argumentos expuestos que pudieran ser considerados negativos sobre la prensa escrita, existen varios que son muy importantes y hacen de los medios escritos un bastión que difícilmente arriará sus velas en la lucha contra otras formas de comunicación. Quizá el más importante de los argumentos positivos sea el hecho de que la prensa escrita está dirigida a informar y formar la opinión de las élites o líderes de opinión pública. Los líderes de los ámbitos político, social y económico son, en cualquier país del mundo, los encargados de tomar decisiones y conducir al Estado por las diversas opciones o alternativas en su ruta. Los capitanes de industria, financieros, legisladores, intelectuales, jueces, notarios, empresarios, comerciantes y, en fin, casi cualquier persona que ocupa un lugar preponderante en los diversos estratos de la población o actividad importante en el país, está relativamente obligada a leer y mantenerse informada, desde una perspectiva que no se da la comunicación electrónica. Leen los periódicos no solo los que saben leer sino, además, un porcentaje importante de los que saben pensar y de éstos se nutre la nación para su desarrollo y para abandonar las perniciosas inercias que son capaces de convertir una joven y dinámica nación en un país de autómatas y analfabetos funcionales.

A pesar de lo descrito parecería obvio mencionar que la actuación de la prensa escrita se desenvuelve dentro de parámetros más o menos bien definidos impuestos por la dirigencia gubernamental y, en no pocas ocasiones, por la propia autoencensura

de los medios.

## **1.2 LIBERTAD DE PRENSA CONDICIONADA**

Es en el marco del conflicto político de los miembros de la sociedad mexicana donde, en la práctica, el ejercicio de la autoridad requiere de mecanismo de control de los medios de comunicación, y si la existencia de una voluntad política institucional acompaña siempre los controles del Gobierno mexicano para moderar, atemperar o matizar las expresiones de los medios, entonces no puede hablarse de una verdadera libertad de prensa.

Ha sido tradicional que en México existan ciertos tabúes temáticos en los cuales al periodista le está vedado explorar o, si lo hace, debe mantener una muy cuidadosa perspectiva para que sean publicables sus escritos. Específicamente puedo afirmar que aún en el México de hoy continúan siendo tabúes los temas que se refieren a: cuestiones básicas de la religión católica, críticas a las fuerzas armadas y al presidente de la República. En este último caso se ha dado una apertura en los últimos doce años, como para permitirle a un reducido número de comentaristas y hasta algunos columnistas, abordar con cierto cuidado o consideración las críticas a la institución presidencial, pero siempre arriesgándose a ser reprimidos, desde el interior de sus mismos medios de comunicación o hasta, materialmente, haciendo peligrar su integridad física cuando los cuestionamientos sobrepasan los límites de tolerancia impuestos por el mismo poder Ejecutivo.

Si los límites de la crítica política no están consignados en una ley clara y explícita y, sin embargo, no es permisible traspasar lineamientos provenientes del poder central en ese renglón, entonces es fácil comprender que la libertad irrestricta de la prensa para cuestionar la función pública del Poder Ejecutivo, aunque sea en términos totalmente respetuosos, no pasa de ser una utopía.

Otro aspecto importante del periodismo político a través de un medio escrito lo constituye el hecho mismo que un periódico, como actor político, posee una personalidad propia o, lo que es lo mismo, obedece a sus propios intereses. Un periódico, cualquiera que éste sea, no es un ente pasivo o que se desenvuelva ajeno a la realidad que lo circunda, sino que es un ente que interactúa con el poder gubernamental, en la medida de su propia relevancia o penetración, en la formación de la opinión pública.

### **1.3 LOS RANGOS DE LIBERTAD DEL PERIODISTA**

Debe quedar suficientemente claro que un periodista no es, en última instancia, quien toma la decisión final para que una información o una opinión sea publicada, sea cualquiera su índole y especialmente las de carácter político. La empresa editora se reserva el derecho de publicar o no los resultados de una investigación periodística, como un reportaje o una columna política o, incluso, la información emitida por una fuente gubernamental o un artículo de opinión.

Desde la anterior perspectiva el periódico defiende su posición y obedece a las estrategias autoimpuestas para su desarrollo; por lo que, situado en medio de conflictos sociales y los provocados por el ejercicio del poder, el periódico discrimina, de acuerdo con sus criterios, los mensajes que deben ser publicados en sus páginas. No sólo está actuando cuando selecciona la información sino, además, jerarquiza su importancia y le proporciona colocación específica dentro de los espacios disponibles en el medio impreso. Al ejercer estos criterios el periódico está poniendo de manifiesto un cierto hacer político, por cuanto transmite a los lectores su propia visión del conflicto.

Desde la anterior perspectiva el periodista, expresado en términos gruesos, es al periódico, lo que un obrero al director de una fábrica. El reportero, columnista, cartonista, articulista, fotógrafo y en general cualquier empleado de una casa editora está, generalmente, al margen de la definición de políticas institucionales que define al periódico como actor político.

Situaciones se han presentado en las cuales una empresa periodística, independientemente del sentir de los que en él laboran haciendo diarismo, se siente agredida por algún funcionario de alto nivel enclavado en la dirigencia de la estructura federal; entonces, el medio de comunicación, ha reaccionado violentamente, denunciando o cuestionando actuaciones tales como la pobreza administrativa o falta de eficiencia en la gestión por parte de ese funcionario; hasta poner en entredicho la capacidad de ese servidor público y, cuando ha sido necesario para ese periódico, ha lanzado

alguna campaña velada o abierta para lograr el descrédito del funcionario y ha demandado su renuncia, con lo cual lo ha puesto en evidencia ante sus superiores.

Luego entonces, un periódico, y menos uno de los grandes diarios, no es un agente neutro sino, en ocasiones, es hiperactivo cuando se trata de ejercer la influencia como grupo de interés. El poder político, por su parte, está consciente siempre de esta situación, pero requiere del concurso o cooperación de los medios, aunque estos sean fuente de conflictos específicos con el poder público.

Los antagonismos políticos se reflejan pues, en las páginas del periódico, con una más o menos nítida claridad para quienes entienden lo que hay detrás del fenómeno de la comunicación, sus controles, objetivos, simbología y lenguajes.

En diferentes puntos del desarrollo de este análisis seremos reiterativos en los aspectos de los antagonismos planteados por los actores políticos del sistema, pero carecería de seriedad un intento de estudiar el fenómeno político de la comunicación de masas, en lo que respecta a la prensa escrita, si antes de abordar la parte medular de la investigación hemerográfica no proporcionamos una visión resumida de los antecedentes históricos que dieron vida en nuestro país a la actual relación prensa-Gobierno.

## CAPITULO II. LA RELACION PRENSA-GOBIERNO EN MEXICO.

### 2.1 ANTECEDENTES HISTORICOS

Sería difícil abordar el estudio de cualquier aspecto del periodismo en México, en su relación con el poder político, sin hacer algunas referencias a las primeras manifestaciones de la comunicación entre los órganos de la autoridad y la sociedad civil. Para este efecto y como un punto necesario de partida mencionaré lo que los historiadores del periodismo consideran el primer antecedente del periodismo en el México colonial. Me refiero al "pregonero"; esto es, el personaje que aparece por primera vez documentado en actas del cabildo, en el año de 1524, y que estaba encargado de dar a conocer a los habitantes de la capital de la Nueva España los acuerdos de gobierno.

Como es lógico suponer el "pregonero" no transmitía noticias de eventos sociales o información de hechos sucedidos sea en la madre patria o en las colonias de la misma; este, se limitaba a comunicar los acuerdos de cabildo y por ello recibía una retribución en metálico. Así que era la misma autoridad quien cubría los gastos de ese personaje y que los anales del cabildo muestran como pregoneros. El primero de ellos de quien se tiene constancia escrita fue Francisco González en 1524 <sup>9</sup> .

Es importante hacer notar que el "pregonero" venía a ser un empleado más del cabildo o, lo que es lo mismo, no dependía del público a quien iban destinados los mensajes. Eso provocó en el año

---

<sup>9</sup>Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, et al.  
EL PERIODISMO EN MEXICO, México, 2a. ed., 1980,  
Ed. UNAM-ENEP-Acatlán, p. 14.

de 1533 el primer acto de corrupción, conectado con la comunicación de que se tenga memoria en nuestro país; el pregonero Juan de Montilla que cobraba en esas fechas la exigua cantidad de seis pesos de oro anuales se permitió solicitar al pueblo que se acercaba a escucharlo alguna cantidad para hacerlo beneficiario de su pregón. Situación que llegó a oídos del cabildo por lo que se ganó una fuerte reprensión y la amenaza de diez días de cárcel por cada día que se negara a pregonar<sup>10</sup>.

Como dato curioso de aquellas fechas iniciadoras del pregón, podría narrarse que, el mismo pregonero, Juan de Montilla, comunicó al pueblo una decisión del Ayuntamiento la cual, trasladada a nuestros días, continúa teniendo la misma vigencia contra una mala costumbre urbana que aún conservan los habitantes de la ciudad de México de tirar basura en la calle y tapar los caños con inmundicias: a quien violara la disposición el Ayuntamiento le cobraría una multa de seis pesos. Pregón dictado en alocución directa el viernes 19 de enero de 1537. Al parecer ya desde entonces los habitantes capitalinos requerían de ser multados para hacerlos obedecer <sup>11</sup>.

Refiriéndose al periodismo don Manuel Buendía decía que éste es el segundo oficio más viejo de mundo, porque habiendo habido un primer oficio, alguien debió haber contado los detalles y fue

---

<sup>10</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 17.

<sup>11</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 18.

entonces cuando comenzó la simiente del periodismo <sup>12</sup>. (Manuel Buendía, 1985: 85)

De los albores del pregón en México al advenimiento de la imprenta, los antecedentes del periodismo giraron en torno a leyendas escritas en ciertos lugares estratégicos y que son reminiscencias de las actuales "pintas" sobre las bardas. Dignas de consignarse, en este renglón, fueron los mensajes escritos en las blancas paredes del palacio habitado por don Hernán Cortés en Coyoacán, cuando algunos de sus soldados y lugartenientes escribían leyendas alusivas al tesoro de Moctezuma que, según ellos, había caído en manos del conquistador de los aztecas, después de que por instancias de sus capitanes había sometido a tormento a Cuauhtémoc <sup>13</sup>. Este es el primer antecedente en tierras americanas de lo que sería mucho después la crítica política; esto es, la crítica por escrito a un acto o conducta de la autoridad, sin importar si los críticos tenían o no razón.

Sin embargo, las bases para que se diera lo que ahora conocemos como periodismo y su necesaria y automática relación con los órganos de gobierno no se dieron sino hasta el año de 1539, cuando fue introducida la imprenta en el país; punto que marca un hito en el desarrollo cultural de la Nueva España.

---

<sup>12</sup>Buendía, Manuel, EJERCICIO PERIODISTICO, México, 1985, Ed. Oscéano, S. A., p. 85.

<sup>13</sup>Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, et. al., EL PERIODISMO EN MEXICO, México, 2a. ed., 1980, Ed. UNAM-ENEP-Acatlán, p. 22.



No obstante lo anterior, no sería sino hasta dos años después, el año de 1541, cuando aparecieron las primeras hojas volantes, esto es, hojas impresas de carácter informativo. "Estos impresos recibían indistintamente los nombres de **relaciones, nuevas, sucesos y noticias** y todos los historiadores del periodismo están de acuerdo en considerarlos como germen del periodismo, aunque carezcan de periodicidad."<sup>14</sup>

Según los anales históricos del periodismo la primera hoja volante de que se tiene noticia fue publicada por Juan Pablos el año de 1541 y poseía un título kilométrico: Relación del espantable terremoto que...ha acontecido en las Indias en una ciudad llamada Guatemala..." Es digno de mencionar que este documento guarda por primera vez la muy importante característica de una crónica que describe un lamentable suceso. El autor, Juan Rodríguez, no sólo relata sus vivencias de testigo ocular de los acontecimientos, sino que recoge testimonios de varios sobrevivientes de la catástrofe, dando con ello un sentido de comunicación social de la comunidad <sup>15</sup>.

El primer intento de regularizar las publicaciones de hojas volantes se dio en el año de 1667, cuando comenzaron a numerarse las "gazetas". Pero no sería sino hasta enero del año de 1722 cuando se iniciarían las publicaciones periódicas por don Juan Ignacio de Castorena y Ursúa. La publicación mensual duró escasos

---

<sup>14</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 39.

<sup>15</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 43.

seis meses, pero sentó el precedente de la prensa actual <sup>16</sup>.

No podemos dejar de mencionar una característica muy importante en los antecedentes del periodismo de esta época: la absoluta falta de comentarios políticos durante éste primer período de desarrollo del oficio, el cual debe situarse desde la segunda mitad del Siglo XVII y casi todo el Siglo XVIII. Esto es, no aparecía todavía lo que hoy se conoce como periodismo de opinión. A este respecto ha sido consignado por todos los estudiosos de la historia del periodismo este famoso párrafo que ilustra ampliamente mi afirmación:

"No se hacen reflexiones políticas, porque se goza un gobierno pacífico, y porque las máximas de estado se gobiernan por el irrefragable dictamen de nuestro Soberano. Sólo se solicita el buen ejemplo para la posteridad, y que sean pauta a los que serán, las acciones heroicas de los que fueron" (Gaceta de México, citada en <sup>17</sup>.

Ya para entonces se presentaban lo que serían los albores de la crítica política y la consiguiente reacción del poder político ante algunas opiniones publicadas aisladamente en las hojas volantes, pero en este punto todavía no se daba el primer acto de censura o represión por parte de la autoridad.

Sería hasta principios del Siglo XIX, el año de 1805, cuando le tocaría al virrey José de Iturrigaray recibir la solicitud para publicar el primer periódico cotidiano en la Nueva España. Tal

---

<sup>16</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 55.

<sup>17</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 57.

requerimiento fue hecho por el periodista Carlos María de Bustamante y por Jacobo de Villaurrutia, Alcalde la Real Audiencia. Así nació el Diario de México el 10. de octubre de 1805 y, en dos épocas, fue publicado hasta el 4 de enero de 1817. Este diario, impreso durante la transición del período de la Revolución de Independencia, constituye el antecedente más puntual del periodismo que merece tal nombre.

El Diario de México, es ya un periódico que conjunta los principales elementos que con el tiempo se irían desarrollando en otros medios y al principio de su publicación un joven estudiante de derecho, de nombre Alejandro Mariano Robles, reclamó al diario, en una famosa misiva, la inclusión de la política en su temática:

"Señor diarista: En un papel público como el diario, que tiene por objeto promover insensiblemente la ilustración de todos los ciudadanos, deben ocupar en 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."<sup>18</sup>

Poco a poco se fueron introduciendo en el Diario de México opiniones de tipo político, como puntos de vista en torno a la administración de la justicia y, como era de esperarse, el gobierno de la colonia tomó cartas en el asunto, hasta que el virrey Iturrigaray nombró a una persona, don Antonio Piñeiro, como revisor del diario y, aún así, Villaurrutia, el editor asociado con don

---

<sup>18</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 96.

José María Bustamante, afirmó que el virrey en persona censuraba los papeles, "noche a noche y a veces los desechaba."<sup>19</sup> Esto puede considerarse como el primer acto de censura a un periódico que ya puede llamarse como tal.

Finalmente los editores del Diario de México sufrirían el acoso y la persecución. Aún cuando ellos, Villaurrutia y Bustamante, continuarían colaborando en el diario con diversos seudónimos y disfraces literarios.

Mientras lo anteriormente descrito ocurría en la capital que luego sería de la República, en algunas capitales del interior se daba una efervescencia periodística notable. Continuamente se fundaban y publicaban periódicos de los cuales la mayoría serían de vida efímera pero que acusaban el deseo de cubrir una necesidad de comunicación de una naciente sociedad criolla que clamaba por ver impresas sus propias esperanzas.

En marzo de 1806 sería fundado en el puerto de Veracruz el Jornal Económico de Veracruz por don Manuel López Buen, y que tendría vida hasta el 31 de julio del mismo año. En Jalapa nació en 1807 una Gaceta quincenal y en 1809, en Guadalajara, el Semanario Patriótico y así se irían abriendo y cerrando diferentes publicaciones.

Dignos de ser mencionados como casos especiales fueron, por ejemplo: El Despertador Americano, fundado en la ciudad de Guadalajara el 20 de diciembre de 1810, editado por don José Fructuoso Romero y dirigido por Francisco Severo Maldonado. El

---

<sup>19</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 103.

Fénix, El Ateneo y el Semanario Político, el último de los cuales fue publicado por don Andrés Quintana Roo.

En la misma tesitura fue fundado en Sultepec, hoy Estado de México, el 11 de abril de 1812, El Ilustrador nacional por José María Cos, un diario sabatino que consignó en sus páginas las crónicas más importantes del sitio de Cuautla bajo el título de "Sitio de Quautla por Calleja y rompimiento de él por el Benemérito Morelos". No tardaría Cos en sentir la ira del virrey Venegas, quien invitó a los habitantes de Nueva España a denunciar estos actos de rebeldía y declaró cómplices a quienes leyeran y difundieran las noticias publicadas en esos papeles <sup>20</sup>.

Durante el agitado período de la Revolución de Independencia no fueron pocos los casos de algunos hombres valientes que intentaron, e incluso dieron firmes pasos, para dar al periodismo político carta de naturalización en el vastísimo territorio de la Nueva España.

Aparte de los ya mencionados no podemos dejar pasar por alto manifestaciones periodísticas como El Ilustrador Americano publicado el año de 1813, un periódico *sui generis* porque al igual que algunos diarios de hoy en día, sirvió para enviar desde la ciudad de México, en lenguaje cifrado, algunos mensajes dirigidos a don Andrés Quintana Roo, de parte de doña Leona Vicario. En este mismo periódico bisemanario colaboró don Ignacio López Rayón.

Otro efímero pero notable intento de expresar libremente las ideas políticas de la época lo constituyó el periódico El Pensador

---

<sup>20</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 115.

Mexicano de don José Joaquín Fernández de Lizardi y así como el mencionado "Otros periódicos de esa época en la capital del virreinato fueron: La Gaceta, El Diario, El Perico de la Ciudad, El Aristarco, El Filopatro, El Sastre Elogiador de la Niña Juquetona, El Vindicador del Pueblo y El Censor Extraordinario."<sup>21</sup> Medios escritos que por el acusado sentido satírico de algunos los ponía en la mira de quienes ejercían el poder político.

Puede afirmarse que durante todo el Siglo XIX el periodismo en México se encontró en una continua efervescencia. Por todas las principales ciudades del país nacían y desaparecían publicaciones que, contra la concepción moderna de empresa de lucro y ejercicio de la influencia, perseguían la libre expresión de las ideas políticas en el contexto de los movimientos sociales más auténticamente populares.

En medio de violentos conflictos, correspondientes a la época del Primer Imperio, surgen expresiones periodísticas que obedecen a diversos grupos de interés, como los periódicos fundados por la masonería el año de 1823; El Aguila Mexicana, el 16 de abril y auspiciado por los yorquinos y El Sol, el 15 de junio del mismo año, como vocero de las logias escocesas <sup>22</sup>. A través de la prensa

---

<sup>21</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p 121.

<sup>22</sup>Ruiz Castañeda, op. cit., p. 138.

se manifestaron encarnizadas luchas ideológicas para hacer prevalecer sus puntos de vista las diferentes facciones políticas en conflicto por el poder. Así los escoceses y yorquinos, como los conservadores y liberales y hasta los imperialistas y republicanos<sup>23</sup>.

Otros notables intentos en el periodismo fueron las apariciones en la misma época de El Quebranta Huesos, El Observador de la República Mexicana y Muerte Política de la República Mexicana. Del año 1829 hasta el movimiento de Reforma vieron la luz una importante gama de publicaciones que apenas pueden denominarse periódicos, pero que, sin embargo, jugaron un especial papel en la comunicación socio-política de su época. Digno de hacer notar son los nombres de esos mismos medios que en sí son gritos de lucha o de batalla: la Voz de la Patria, revista fundada en 1829; El Atleta, El Gladiador, El Tribuno del Pueblo, El Federalista (1831) El Fénix de la Libertad, en el mismo año, El Duende, El Toro, El Genio de la Libertad, El Observador, El Mensajero, en el interior de la República nacieron El Cometa, en Zacatecas, La Gaceta, en Tampico y La Prensa, en Jalisco y continuaron publicándose muchos más a través de todo lo largo y ancho del país.

---

<sup>23</sup>Olivares Flores, Enrique, ESTADO PODER Y PRENSA, México, 1990, UNAM-FCPyS, (Tesis profesional) ed. del autor, p. 106.

No es ocioso recordar que el presente trabajo está muy lejos de pretender sumergirse en un exhaustivo estudio o relación histórica del desarrollo del periodismo. Más bien pretende, en este apartado, identificar lo más claramente posible los puntos coincidentes de la labor social del periodismo con el ejercicio del poder político. Sin embargo, para cualquier lector avezado se hará evidente que no existe una historia de los conflictos entre la prensa y el poder político, esto es, nadie ha intentado escribir una relación pautada y cronológica de los principales conflictos que se han presentado en la historia de nuestro país entre los medios de comunicación y la autoridad política.

Más si aplicamos la teoría del conflicto social al estudio de la historia del periodismo será fácil apreciar que el auge de ciertos períodos de la vida nacional están íntimamente relacionados con los "saltos" que el periodismo dio en su desenvolvimiento. Esto es, curiosamente, cuando el país se encontraba en abiertas luchas que implicaban severos cambios en las estructuras políticas del Estado, fue cuando la comunicación jugó un papel preponderante. Y esto, que parece obvio mencionarlo, no se aprecia en toda su magnitud, hasta traspolar el desarrollo periodístico con las diferentes revoluciones en México.

Si bien es cierto que en los antecedentes del periodismo moderno sus raíces fueron echadas apenas se puso a funcionar la primera imprenta en la Nueva España, no sería sino hasta principios



del Siglo XIX, cuando puede hablarse con toda propiedad de la identificación del periodismo con las luchas ideológicas del movimiento de independencia. Es precisamente a partir de ese instante cuando entre las filas de los líderes del movimiento contra la "madre patria" nacen argumentaciones para darle a los periódicos más fuerza que a la boca de los cañones.

Hasta la consolidación de la independencia y luego durante el período del primer imperio los periódicos y hojas volantes sirvieron para exacerbar los ánimos nacionalistas de los combatientes. Luego, durante la guerra del 47 contra los Estados Unidos y en la época de Santa Anna, entra de nueva cuenta en un estado de gran agitación el periodismo mexicano; quizá se estaban preparando las bases para vivir lo que sería uno de los momentos más felices del periodismo en nuestro país: cuando coincidieron periodistas en la política o políticos en el periodismo; durante el período previo y posterior del conocido movimiento de la Reforma.

En esos días brillaron con singular luminosidad talentos como los de Francisco Zarco, Guillermo Prieto, José María Lafragua, Luis de la Rosa, Ponciano Arriaga, Juan Antonio de la Fuente, Ignacio Ramírez y Melchor Ocampo los cuales fueron diputados y, más que comunicadores pasivos, fueron fogosos polemistas y actores directos de la vida política de la nación.

Días difíciles para la República en los cuales la dictadura del general Antonio López de Santa Anna fue combatida feroz y lealmente por insignes pensadores desde El Monitor Republicano y El Siglo XIX donde firmaron Francisco Zarco, José María Vigil, Juan A. Mateos, Ignacio Ramírez, Ponciano Arriaga Y Manuel M. Zamacona. " En respuesta, el dictador promulgó en 1853 la Ley Lares, que estuvo vigente hasta 1860 y tuvo el efecto de una mordaza."<sup>24</sup>

El período de la Reforma, pródigo en confrontación y conflicto, legó a la posteridad la letra y el espíritu de la ley plasmada en la Constitución de 1857 que, en su artículo séptimo, dictaba: "...es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la luz pública." --El artículo aquí citado se mantuvo intacto en la Constitución política del 17 y hasta nuestros días no ha sufrido la menor modificación--

25

Sin embargo, aún con la ley mencionada, no se crea que las cosas fueron fáciles para los pioneros editores y redactores de los medios. Aunque la lucha se daba por ideales, la respuesta de los

---

<sup>24</sup>Olivares Flores, op. cit., p. 108.

<sup>25</sup>Olivares Flores, op. cit., p. 116.

órganos de la autoridad política, para la crítica periodística, fue en muchos casos la persecución, la pena económica y más frecuentemente la cárcel o el destierro.

Por otra parte también es cierto que, sin entrar en posturas maniqueístas "per se" no sólo se dio el periodismo bueno, sino hermanado, y a veces con mayor intensidad, convivió con el periodismo "malo". Si el primero se ajustaba a la persecución de ideales y se ponía al servicio de la sociedad, el segundo entraba en contubernio con el poder político a cambio de privilegios, subvenciones y apoyos de todo tipo. Además la misma autoridad del Estado mexicano se preocupaba por crear y mantener sus propios periódicos. De esta forma si los liberales tenían sus órganos de expresión pública, también los conservadores creaban los suyos y en nuestro país se editaron desde un periódico en inglés, The American Star, en 1848, precisamente al término de la invasión realizada por las fuerzas militares de los EU; un periódico español, La Iberia y hasta periódicos en francés, como Le Trait d'Union y L'Estafette, durante el período del Segundo Imperio con Maximiliano de Habsburgo<sup>26</sup>. (Ruiz Castañeda, 1987: 6335).

Muy agitados fueron pues los años del periodismo correspondientes a la Reforma y la invasión francesa, hasta que a

---

<sup>26</sup>Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, et. al., ENCICLOPEDIA DE MEXICO, México, 2a. ed., 1980, Ed. UNAM-ENEP-Acatlán, p. 6335.

fines del Siglo XIX se dieron las bases para el periodismo empresarial. En 1880 se publicó El Nacional, fundado por Gonzalo A. Esteva, medio que de alguna forma se considera pionero del periodismo moderno por cuanto le fueron incorporados algunos muy importantes avances técnicos.

La puntilla del periodismo romántico la recibieron los medios de comunicación escrita de esos días, cuyos principales exponentes eran El Siglo XIX y el Monitor Republicano, con la aparición de El Imparcial, fundado por Rafael Reyes Espíndola y que marcó un hito a partir del cual aparece el periodismo mercantilista, con todo el apoyo del régimen de don Porfirio Díaz Mori<sup>27</sup>.

Durante los treinta años del porfirismo fue una continua lucha entre el poder político y la prensa. Se ejerció la represión sistematizada contra los más arrojados editores y periodistas. Por citar un ejemplo, típico fue el caso del periódico Regeneración -- 1990-- fundado por los hermanos Ricardo, Jesús y Enrique Flores Magón, "de tendencia socialista y radicalizado posteriormente hasta adoptar ideas anarquistas."<sup>28</sup> Este período culminó con la huida del dictador quien partió hacia Francia, desde Veracruz, en el navío Ipiranga.

---

<sup>27</sup>Olivares Flores, Enrique, ESTADO PODER Y PRENSA, México, 1990, UNAM-FCPyS (Tesis profesional) ed. del autor, p. 110.

<sup>28</sup>Olivares Flores, op. cit., p. 112.

De nueva cuenta el periodismo entra en una dinámica convulsa, como resultado del movimiento armado de 1910. Se forman bandos y se toman posiciones. Siete años de intensa lucha ven culminar la Revolución concretada en la Constitución de 1917 y puede decirse que con la misma se inicia la última etapa del movimiento ya dentro del fenómeno del caudillismo al que había dado origen la propia Revolución.

Es propiamente al término de la lucha armada cuando están ya sentados los cimientos de lo que sería el actual periodismo moderno, casi tal y como lo conocemos. El primero de octubre de 1916 nace, bajo la inspiración carrancista, el periódico El Universal, editado por el ingeniero Félix F. Palavicini, mismo que al considerarlo el general Alvaro Obregón como opositor fue clausurado temporalmente. Sin embargo El Universal que había nacido contando ya con todos los adelantos técnicos de la época estaría destinado a convertirse en uno de los diarios más importantes de la nación y con es el decano de los periódicos capitalinos. El Universal fue dirigido por la familia Lanz Duret de 1917 a 1976 y entre 1977 y 1979 se configuró la Compañía Periodística Nacional, S. A. de C. V. cuyo presidente y director general es el licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz.

El periódico Excelsior fue fundado por don Rafael Alducín el 18 de marzo de 1917. Conservador al principio, este matutino sufrió un serio conflicto laboral en 1938, dejando atrás su configuración

de sociedad anónima para convertirse en cooperativa. Dirigido por don Manuel Becerra Acosta del 63 al 68, el periódico evolucionó hacia posiciones ideológicas progresistas las cuales, ya estando la dirección en manos de don Julio Scherer García, condujo a Excélsior a actitudes mucho más independientes del poder público. Como resultado de lo anterior se dio un conflicto entre el poder central del Estado y fue el propio presidente Luis Echeverría Álvarez, quien giró instrucciones a su director de Comunicación Social, de la Presidencia, el licenciado Fausto Zapata, para promover un conflicto interno que culminaría con la salida del periódico de gran parte de su dirigencia y un buen número de colaboradores editoriales. A partir de entonces Excélsior es dirigido por el señor Regino Díaz Redondo<sup>29</sup>. Es en el marco del conflicto del Gobierno Federal contra el periódico Excélsior cuando se vuelve a hacer evidente que el poder político en México no podía tolerar una línea crítica en el tratamiento de la información y el análisis. Nunca estuvo en peligro la supervivencia de las estructuras formales e informales del poder político y, sin embargo, para un gobierno que guarda todas las características de autoritario, basado solo en las prerrogativas constitucionales de la figura presidencial, un periódico crítico y verdaderamente independiente, es un lujo que un presidente no puede darse. Haber

---

<sup>29</sup>Scherer García, Julio, LOS PRESIDENTES, México, 1986, Ed. Grijalbo, p. 127.

cerrado Excélsior a punta de bayonetas hubiera causado un demérito muy grande de la imagen del presidencialismo en México, al interior y al exterior. Entonces, para salvar las apariencias, se urdió toda una maquinación y aprovechando las muy humanas debilidades de algunos de los miembros de la estructura del periódico Excélsior -- el cual está constituido como una cooperativa-- el presidente Echeverría logró descabezar a lo que él siempre consideró como un peligro que limitaba el poder omnímodo del presidente de la República.

El tabloide UnomásUno, fue fundado por uno de los grupos que se escindieron de Excélsior, el del señor Manuel Becerra Acosta hijo, y el otro grupo, encabezado por Scherer García, fundó el semanario Proceso. Luego UnomásUno adoptaría a su vez posiciones críticas frente al Poder Ejecutivo lo que le valdría a Becerra Acosta hijo, presiones de todo tipo hasta que el Gobierno le compró su participación financiera en el periódico y lo desterró a España. El periódico, después de esta última convulsión fue dirigido por el periodista Luis Gutiérrez y nadie se explicó cómo se hizo él, en su momento, de la enorme cantidad necesaria para obtener el control accionario de la empresa. Durante el mes de febrero de 1994 UnomásUno fue desincorporado de la Secretaría de Gobernación y pasó a manos privadas. El control lo adquirió un grupo financiero cuyo origen proviene del ramo de los textiles en Puebla.

Cuando el Gobierno provoca el cambio de manos del periódico UnomásUno se escinde un grupo que forma, a su vez, el periódico La Jornada, editado por Desarrollo de Medios, S. A. de C. V. bajo la dirección del periodista Carlos Payán Verver.

En el espectro actual de los periódicos capitalinos más importantes, además de los mencionados, se encuentran los siguientes: La Prensa, Novedades, El Día, El Nacional, El Sol y Ovaciones.

Con lo anterior podemos dar por concluido el inciso de antecedentes históricos del periodismo en México, habiendo realizado una muy breve y sucinta retrospectiva, a vuelo de pájaro, que nos permitirá contar con los elementos mínimos para continuar con el desarrollo del trabajo. Sin embargo, con la información incluida hasta este punto, sería casi imposible intentar una cabal comprensión del fenómeno de la comunicación política, si antes no abordamos las particularidades en las cuales se desenvuelve la diada periódico-Gobierno; esto es, si antes no puntualizamos algunas de las más importantes características de una relación simbiótica a la cual se enfrenta cotidianamente la sociedad civil.



## **2.2 PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA RELACION PRENSA GOBIERNO.**

En grandes grupos de la población existe una idea muy equivocada de lo que en realidad son los medios de comunicación modernos, y cuando por alguna razón se aproximan a lo que verdaderamente constituyen los medios, entonces la primera reacción es de rechazo, desencanto y desazón.

La idea generalizada sobre el periodismo gira en torno a la creencia de que es una institución al servicio de la sociedad, para informar, difundir, orientar y, en fin, socializar las relaciones de los lectores y aumentar la cohesión entre la población; desgraciadamente, pasan por alto un aspecto fundamental: un medio de comunicación de masas, sea electrónico o escrito es, en esencia y sobre todo, una empresa.

En un sistema económico eminentemente capitalista como el nuestro, las relaciones de producción están regidas por la ley de la oferta y la demanda y una empresa periodística no podía ser la excepción. Una empresa privada en nuestra geografía obedece, como el resto de las empresas mercantiles, a motivaciones de lucro, y si bien es cierto que muchos pequeños empresarios del periodismo no tienen muy clara la idea de lo que persiguen, las grandes empresas de la comunicación escrita sí se dedican a obtener, sin el menor asomo de duda, sus objetivos fundamentales.

Aquel sentimiento romántico que acompañó durante tantos años el nacimiento de cientos de publicaciones periódicas, desde el advenimiento de la revolución de independencia, en el cual los editores perseguían, más que el lucro, la difusión de su ideología, la independencia intelectual de la metrópoli, la búsqueda pocas veces manifiesta de la identidad nacional, el rechazo a las imposiciones, la abierta discusión de las ideas, el cuestionamiento filosófico, la polémica constructiva, el afianzamiento de los valores sociales y otras muy diversos objetivos, quedó atrás desde fines del Siglo XIX para dar lugar a metas mucho más pragmáticas, mundanas y a veces hasta groseras, en las que el lucro y el ejercicio de la influencia ante los órganos del poder político del Estado nunca están ajenos.

Sin embargo, es importante apuntar que un medio de comunicación escrito es mucho más que una empresa a secas. Es, por su esfera de acción, un actor político en el Estado debido a su carácter de interlocutor entre el gobierno y la sociedad civil. Un periódico posee siempre, por una parte, la capacidad potencial de influir en las decisiones de la dirigencia del Estado, pero, desde otra perspectiva, posee también la ambivalente posición de crear los consensos indispensables en el grupo social para darle legitimidad a las decisiones del poder político.

La esfera fundamental del periódico ante sus dos principales interlocutores es el de la influencia. Un periódico es más poderoso

cuando posee niveles de credibilidad que lo hagan agente político confiable; esto es, cuando se cumplen las condiciones mínimas de independencia frente a la autoridad política del Estado o, lo que es lo mismo, cuando la imagen del periódico se aproxima a las expectativas del grupo social de lo que debe ser un medio que no depende de la línea del poder político formal.

No debemos olvidar que el periódico es, también, un agente de socialización: "Al igual que cualquiera otro actor social, el periódico orienta su discurso público y todas sus actuaciones en función del logro de ciertos efectos cuya realización considera posible y deseable. Hay efectos deseados por este **grupo de interés** con vocación de grupo de presión que se presentan como objetivos temporarios de ciertas estrategias específicas: resolver satisfactoriamente los conflictos que le tienen por participante, asegurarse ciertos apoyos y conquistar otros, lograr que las decisiones de los centros de poder político y económico den satisfacción a sus propias demandas. Hay efectos tan intensamente deseados que constituyen sus objetivos permanentes y como tales configuran su estrategia global: **lucrar e influir.**"<sup>30</sup>

De acuerdo con lo anterior, el Gobierno del Estado considera a los medios de comunicación como empresas mercantiles que se sitúan en un nivel especial frente a la autoridad, pero que no

---

<sup>30</sup>Borrat, Héctor, EL PERIODICO, ACTOR POLITICO, Barcelona, 1989, Ed. Gustavo Gili, S. A., p. 150.

dejan de estar inscritos entre los grupos de presión o también llamados grupos de interés.

El Gobierno del Estado mexicano ha sido suficientemente claro cuando ha debido establecer los límites de su acción corruptora o de imposición de la subordinación a los medios, y sobre el particular recordemos las palabras del entonces presidente José López Portillo, pronunciadas el 14 de junio de 1982: "El 7 de junio, Día de la Libertad de Prensa, contesté una observación directa de don Francisco González de la Vega en torno a la suspensión de gastos publicitarios que dimos a las revistas. Improvisé un discurso sobre comunicación, información, publicidad, propaganda, subsidio a la opinión, en el que sostuve la tesis de que era perverso pagar como publicidad a empresas mercantiles que hacían de la oposición ejercicio profesional. Reconocí que, a los partidos políticos, sí procedía subsidiarlos, para que expresaran opinión oportuna; pero no a quienes hacía de la oposición, negocio."<sup>31</sup>

Luego, pues, los medios de comunicación no son instituciones de beneficencia a los que el bien común puede acogerse porque no es esa la premisa fundamental de su existencia. La verdad objetiva, que manifiestan siempre perseguir, está inspirada o al menos modulada, con tintes más o menos intensos, derivados del interés

---

<sup>31</sup>Rodríguez Castañeda, Rafael, PRENSA VENDIDA, México, Ed. Grijalbo, 2a. ed. 1993, p. 221.

económico primero y después del político.

Es cierto que algunos editores tienen muy en cuenta el papel socializador de sus empresas y un compromiso ético con su universo de lectores, con la población en general y con los valores más positivos de la nación pero, por desgracia, también es cierto que, bien jerarquizados los compromisos, el del lucro y el del papel protagónico de actor político en el Estado, están por encima de la lucha en defensa de ideologías, justicia y del bien social.

Un lector estudioso de la historia del periodismo en México podría, por lo que aquí menciono, verse invitado a arrojarnos a la cara docenas, si no cientos, de nombres de periódicos, editores y periodistas que dieron la lucha más desinteresada y valiente en defensa de sus ideales pero, como empresas, todos ellos vivieron efímeramente y sucumbieron ante los inclementes embates del poder, las persecuciones, los encarcelamientos, hostigamientos, amagos, amenazas, e "invitaciones", y no fueron pocos los que se entregaron ante la tentación de las dádivas, premios, privilegios y mil formas que el poder encontró para corromperlos y hacerlos arriar banderas.

En este punto se impone una diferenciación indispensable cuando hablamos de "la prensa" o, incluso, de algún medio escrito en particular. Así, en abstracto, "prensa" es un término demasiado amplio e invita a la generalización de todo lo que se derive del concepto. Porque si bien es cierto que a la prensa la constituyen los editores y los periodistas --del ejercicio de todos sus

géneros, como columnistas, reporteros, cronistas, cartonistas, articulistas, epigramistas, fotógrafos, publicistas, trabajadores de taller y hasta distribuidores y voceadores-- no puede intentarse una definición de la misma sin mencionar su relación con la autoridad o el poder político del Estado y, desgraciadamente, una de las principales características de esta relación es la de subordinación.

### **2.3 SUBORDINACION INSTITUCIONAL DE PERIODISTAS Y MEDIOS.**

Alguien mencionó alguna vez que no hay nada más subversivo que "la verdad" y no olvidemos que la prensa está en posición de presentarla, matizarla, manipularla, dosificarla, distorsionarla, dimensionarla y hasta, perversamente, ponerla a su servicio. Con un tratamiento semejante de la información es casi natural que unos por exceso, otros por malicia y algunos más por necesidades de varios tipos, terminen jugando con "la verdad" o con la información hasta hacerla entrar a sus servicio. Aquellos que detentan el poder político del Estado conocieron el enorme poder de "la formación de los consensos" y "la orientación de la opinión pública" y no estuvieron satisfechos hasta que, en la medida de su propia conveniencia, la pusieron bajo su control.

Así las cosas, "la prensa no es ya un bloque de contención al abuso del Poder Político; más bien aparece en algunos países como su principal aliado para darle mayor consistencia y efectividad. En

ese sentido, México podría no ser precisamente la excepción".<sup>32</sup>

Como actor político, el periódico, así en forma genérica, juega un papel de subordinación en el teatro del Estado. El periódico es dependiente del primer actor que es el Gobierno, pero por fortuna existen varios niveles de subordinación en donde algunos medios son menos dependientes que otros, esto es, gozan de diferentes rangos de libertad.

A este respecto Olivares Flores propone: "La subordinación que esta relación supone de una al otro, reduce a la primera a un aparato cuasi-estatal de manipulación, pero sobre todo de ideologización, de la opinión pública y de generación de consenso para el Poder Político --bajo la forma de aclamación-- pero no racionalmente fundamentado por acciones positivas de la autoridad en beneficio de la colectividad."<sup>33</sup>

Quizá la manifestación más evidente de la subordinación de la prensa escrita a los designios del poder fue el, durante muchos años celebrado, "Día de la Libertad de Prensa" instituido a finales del sexenio del licenciado Miguel Alemán Valdés, en el cual acostumbraba a celebrarse, con un generalmente opíparo banquete, el intercambio de elogios entre editores y el presidente de la

---

<sup>32</sup>Olivares Flores, Enrique, ESTADO PODER Y PRENSA, México, 1990, UNAM-FCPyS, (Tesis profesional) ed. del autor, p. 38.

<sup>33</sup>Olivares Flores, op. cit., p. 120.

República.

Desde el 7 de junio de 1952, se ha llevado a cabo una mascarada que sirve a unos y a otros para montar un escenario que dice defender la libertad de expresión en México pero que, en realidad, no pasa de mostrar ejemplarmente una bochornosa complicidad. Un estudioso del tema inicia con el siguiente párrafo la introducción de la obra donde trata sobre éste asunto: "En los últimos cinco decenios prensa y gobierno en México han vivido enredados en una trama de relaciones equívocas. Resulta poco menos 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?..." "De sexenio en sexenio, de Presidente a Presidente, la situación prevalece: un gobierno que ejerce el autoritarismo prácticamente sin limitaciones; una prensa en su mayoría domesticada; y un público que desconfía por igual de la prensa y del gobierno."<sup>34</sup> Y el mismo autor cita un texto más que ilustrativo de la subordinación: "En México existe un concordato, una alianza entre el gobierno y los grandes empresarios de la información a los que, claro, cuando no están en la línea oficial, se les presiona y llegado el caso, se les aniquila, como puede ser el caso de pequeños periódicos o pequeñas empresas de

---

<sup>34</sup>Rodríguez Castañeda, Rafael, PRENSA VENDIDA, México, 1993, Ed. Grijalbo, 2a. ed., p. 13.



información..."<sup>35</sup>

#### 2.4 MECANISMOS DE CONTROL.

De hecho a medida que hemos descrito las principales características de la relación entre el periódico y el Gobierno se han mencionado algunos de los mecanismos de los que se sirve el poder público para controlar a la prensa. De ellos los más importantes son:

i) Los que se derivan de la aplicación de la ley vigente y los reglamentos en las diferentes materias en las que se desenvuelven las actividades de publicación y distribución de los ejemplares publicados por una casa editora.

ii) Aquellos que devienen de la compra venta de espacios en el periódico por parte del Gobierno, utilizados en la publicidad y propaganda política, y que siempre llegan a representar un porcentaje muy substancial de los ingresos de la casa editora.

iii) Los mecanismos más importantes son, quizá, los derivados del control de la información gubernamental, los cuales funcionan gracias a los canales de comunicación formales e informales de la administración del Gobierno y son utilizados por la administración federal para dosificar la información y calidad de la misma.

---

<sup>35</sup>Rodríguez Castañeda, op. cit., p. 259.

Sobre el primero de los mecanismos mencionados, el de la aplicación de leyes y reglamentos, es claro aquello que dicta: "para mis enemigos la ley, y para mis amigos la justicia" (frase atribuida al benemérito Benito Juárez). Con esto quiero decir que la vigilancia legal que ejercen algunas dependencias oficiales sobre los medios es mucho más estricta cuando se trata de medios de comunicación independientes que sobre los subordinados. Esto va desde la vigilancia de las aportaciones de las empresas periodísticas de las cuotas del Instituto Mexicano del Seguro Social y del Infonavit, hasta el importantísimo renglón de las políticas fiscales empresariales por parte de la Secretaría de Hacienda y el importante renglón de financiamiento. Cuando alguna empresa periodística importante requiere apoyo financiero, normalmente no le es difícil conseguirlo --si aporta su cuota de subordinación-- mediante créditos blandos en Nacional Financiera o en alguna otra institución crediticia del ámbito oficial.

De esta manera el Gobierno privilegia a algunos medios y fustiga a otros hasta, si puede, ponerlos en grave predicamento y hacerlos ejercer la autocensura. Es una constante carga de presión gubernamental sobre las empresas que, en un descuido, pierden hasta el control de la dirección de los mismos, cuando se dan cuenta de rezagos y graves adeudos en metálico al fisco.

Sólo como ejemplo seleccionaré, entre cientos de casos, el del semanario Presente que, fundado el 7 de julio de 1948, fue dirigido

por Jorge Piñó Sandoval. En dicho semanario participaron periodistas tan renombrados como: Arias Bernal, Antonio Sáenz de Miera, Pagés Llergo, Tomás Perrin, Capistrán Garza, Mauricio Ocampo Ramírez y los cartonistas Abel Quezada, Ernesto García Cabral y Fa-Cha.

"**Presente** fue víctima de una serie de acosos: desde ataques de pistoleros a sus talleres hasta la confiscación del libro **Los presidentes dan risa**, de su colaboradora Magdalena Mondragón".<sup>36</sup>

"El semanario denunció también un "nuevo y más delicado" tipo de represión. La PIPSA suprimió la dotación de papel en el que normalmente se editaba la revista y le ofreció papel finlandés, con un costo mucho mayor. Esto obligó a **Presente** a reducir a la mitad el número de sus páginas y a duplicar el precio del ejemplar."

"Finalmente, el semanario de Piñó Sandoval no pudo mantenerse en circulación."<sup>37</sup>

El siguiente mecanismo de control, consistente en la venta de espacios periodísticos al Gobierno, para sojuzgar y mediatizar a los medios es quizá la forma más socorrida de porque, sabedor el poder público de la necesidad de controlar dichos medios de comunicación, destina enormes cantidades presupuestales para la compra de espacios en los diarios, en la radio y en la televisión.

---

<sup>36</sup>Rodríguez Castañeda, op. cit., p. 22.

<sup>37</sup>Rodríguez Castañeda, op. cit., p. 22.

La simple distribución de tan enormes recursos presupone, ya jerarquizada, un brutal mecanismo de control, ya que la simple asignación de esos recursos entre los medios privilegia a algunos y castiga a otros.

Siendo la fuente principal del renglón de ingresos de un periódico serio la venta de los espacios periodísticos es natural que la empresa se los venda a quien se presente a comprarlos, pero, con el tiempo, el renglón de ingresos proveniente del poder público logra aumentos sustanciales del porcentaje total, hasta que en muchas ocasiones un periódico no puede prescindir de esa importante entrada de recursos. Es entonces cuando la administración gubernamental puede exigir moderación en la crítica o matizar la libre expresión de la verdad política sobre hechos o actuaciones de la gestión pública.

Por desgracia, en algunos medios periodísticos se llega a depender tanto de la venta de esa sola publicidad que entonces, como "el que paga manda", el Gobierno impone la línea editorial e informativa del periódico o publicación de que se trate.

Sin embargo, y contra lo que pudiera pensarse, el renglón más importante dentro de los mecanismos de control gubernamental hacia los medios impresos viene dado por el control de la información. En el Estado moderno las relaciones sociales entre individuos, grupos, corporaciones y Gobierno impone un flujo continuo de información que alimente la socialización política de una comunidad nacional.

La información es, pues, la materia prima que alimenta la unidad nacional y, sobre este tema no podemos dejar de explayarnos debido la intrínseca importancia que posee en la comprensión del fenómeno del poder y la prensa. No obstante esto, es necesario apuntar que "El vínculo real que se da actualmente entre Estado, Poder y Prensa permanece casi oculto; más aún, se les identifica como entes aislados y no pocas veces contrapuestos, como si la prensa desempeñara en toda su amplitud la misión de controlar y frenar los excesos del Poder y del Estado, como en teoría le corresponde."<sup>38</sup>

## 2.5 EL CONTROL DE LA INFORMACION.

Aunque parezca una verdad de perogrullo la materia prima que vende el periódico es información y, dentro de la jerarquización de la misma los espacios periodísticos más importantes los ocupa siempre aquella información de carácter político que se genera dentro del Gobierno.

Todos los demás ámbitos del convivir social, como las noticias sobre la cultura, la ciencia, eventos eminentemente sociales de sus élites, las finanzas, los deportes e información general, están supeditados a la información política.

---

<sup>38</sup>Olivares Flores, Enrique, ESTADO PODER Y PRENSA, México, 1990, UNAM-FCPyS (Tesis profesional) ed. del autor, p. IV.

En el mundo de la moderna tecnología la mercancía de cambio por excelencia es la información, misma que, a medida que pasa el tiempo, posee nuevas connotaciones, porque la acumulación de información, su ordenación, sistematización y manejo está considerada como una nueva forma de poder político.

Si definimos al "poder" como la capacidad de obligar a otros a hacer lo que quien detenta el poder desea, entonces en la historia del desarrollo del poder se han dado tres grandes fases en la historia de la humanidad. La primera etapa que duró los primeros milenios de la historia del hombre, el poder se basó en la fuerza y su principal manifestación fue la violencia. Quien contaba con la fuerza bruta, el cazador más apto o el más ágil, imponía a los demás su voluntad. "La fuerza es el medio más primitivo y último para guiar y controlar el comportamiento; en la actualidad se reserva para situaciones excepcionales: la guerra, el crimen, los problemas industriales, el desorden civil y la reincidencia individual en la violencia. Su utilización implica un rompimiento en los procesos normales: una falla en la ley y el orden."<sup>39</sup>

Más tarde, con el advenimiento de la Revolución Industrial la humanidad conoció una nueva fuente de poder. Al nacer la acumulación de la riqueza basada en más sofisticadas formas de producción y con la invención de las máquinas que podían realizar

---

<sup>39</sup>Lerbinger, Otto, DISEÑO PARA UNA COMUNICACION PRESUASIVA, México, 1979, Ed. El Manual Moderno, S. A. p. 2.

el trabajo de cientos de hombres, la fuerza, la resistencia, la agilidad y cualquier atributo de la destreza física, pasaron a segundo término. No se requería poseer gran cantidad de fuerza para imponer a los demás pautas de conducta. Era suficiente poseer capital, esto es, mucho dinero para obtener considerable poder. Así aquellos que lograron atesorar grandes capitales conocieron nuevos límites del poder en el grupo social porque el dinero podía comprar o alquilar la fuerza bruta para ponerla a su servicio y hacer que los demás obedecieran las leyes que eran aprobadas por legisladores al servicio de la nueva clase dominante. En la actualidad "Casi todos los hombres que manejan el poder se dan cuenta que la fuerza es el peor instrumento de control; si bien garantiza resultados, éstos son generalmente negativos: se les prohíbe a las personas que ejecuten ciertos actos. Los resultados positivos son difíciles, si no imposibles de alcanzar, y se logran sólo a un nivel mínimo y aparente." <sup>40</sup>

Por fortuna en la evolución humana, alrededor de los años cincuenta, la humanidad da paso a un nuevo y revolucionario cambio en el desarrollo de las fuentes del poder político y económico. Norbert Wiener, uno de los pioneros del primer ordenador o computadora, descubre interesantísimos aspectos, aún no estudiados en su tiempo, de las relaciones humanas y vislumbra lo que en su

---

<sup>40</sup>Lerbinger, op. cit., p 3.

futuro cercano sería el gran salto del género humano a la tercera etapa: la importancia del control y el manejo de los mensajes, como una nueva fuente de riqueza y poder.

Wiener, considerado como el padre de la cibernética, descubre en la teoría de los mensajes y el estudio de los lenguajes un "medio de manejar aparatos y grupos humanos".<sup>41</sup> Y para observar la profundidad de sus enunciados leamos lo que nos legó: "damos el nombre de información al contenido de lo que es objeto de intercambio en el mundo externo, mientras nos ajustamos a él y hacemos que se acomode a nosotros. El proceso de recibir y utilizar informaciones consiste en ajustarnos a las contingencias de nuestro medio y de vivir de manera efectiva dentro de él." Y, el mismo personaje, abunda con otra importante proposición: "Vivir de manera efectiva significa poseer la información adecuada. Así, pues, la comunicación y la regulación constituyen la esencia de la vida interior del hombre, tanto como de su vida social."<sup>42</sup>

En el mundo de nuestros días pocos dudan del enorme poder de la información. En lo económico el mundo ha vivido y continúa inmerso en una vorágine del tratamiento de la misma para poseer el conocimiento. En los últimos dos decenios se han vendido millones de computadoras personales, así como grandes cantidades de

---

<sup>41</sup>Wiener, Norbert, CIBERNETICA Y SOCIEDAD, México, 1981, Ed. CONACyT, p. 17.

<sup>42</sup>Wiener, op. cit., p. 19.



ordenadores de tamaño medio para empresas medianas y, también, algunos cientos de enormes computadoras destinadas a grandes compañías transnacionales e instituciones científicas de diferentes países así como a sus gobiernos. El futuro, a no dudarlo, será de quienes logren poseer mayor acceso a la información, en cantidad y calidad, que les permita consolidar un edificio de conocimiento que esté por encima del que poseen los demás.

Sin embargo, la información política, vista como materia de cambio que venden los medios de comunicación, al ser generada gran parte de ella, en el seno de la institucionalidad gubernamental, la hace susceptible de dosificación y, por lo tanto, de manipulación. Ante la posibilidad real y efectiva de que los órganos de poder en un momento dado se comporten como monopolio informativo la sociedad, en diferentes momentos de su devenir histórico ha propugnado por el establecimiento de un "derecho a la información", principio jurídico-social que apenas está mencionado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Muy lejos aún de ser reglamentado, el derecho a la información equivaldría, a muy grandes rasgos, al "derecho a la riqueza" o "el derecho a la dignidad".

Ya en la práctica del ejercicio periodístico, el Gobierno usualmente encuentra los mecanismos que le permiten manipular, jerarquizar, ponderar y dosificar la información. Para tal efecto se vale desde la corrupción directa con los reporteros de la

fuentes, a los cuales cohecha con dádivas en metálico que usualmente representan, según el caso y circunstancias, varias veces su salario, hasta incluirlos en nóminas de dependencias oficiales, con lo cual aseguran la supeditación a la línea informativa de los reporteros titulares de las mismas.

Conociendo las empresas de medios la relación que se establece normalmente entre sus reporteros y las fuentes a que son asignados, en ocasiones los llega a rotar, pero la medida no es práctica, si se lleva a cabo frecuentemente, porque el reportero puede perder los contactos informales mediante los cuales obtiene buena parte de la información de la fuente y, además, por otra razón mucho más mercantilista: el reportero de la fuente le vende espacios de publicidad política a la dependencia que cubre y, con ello obtiene un porcentaje del pago de la misma y que gira alrededor del 15%.

La denominación popular con que se conoce la dádiva en efectivo que reciben los reporteros y fotógrafos de la fuente es: "chayote", "embute" o simplemente "mordida". Un término que fue acuñado hace algunos sexenios, cuando una famosa directora de Comunicación Social de una dependencia, de nombre "Consuelo", repartía muy jugosas dádivas para comprar la parcialidad de los hombres de la prensa. Aunque este tipo de corrupción sin exageración podría decirse que "se pierde en la noche de los tiempos" la denominación de "chayote" es relativamente nueva. Sobre este particular y deseando complementar la explicación anterior me

permiso consignar la opinión de un prestigiado periodista: "Por recibir un chayote --en ocasiones fundamental para su supervivencia--, los reporteros, muchos con sueldo menor al mínimo, aparecen como los más corruptos del periodismo nacional, mientras sus patrones, potentados cuya riqueza y negocios tienen su origen en la manipulación de la información, son conocidos como personas honorables."<sup>43</sup>

La situación descrita, si bien está generalizada en los medios de comunicación en relación con los órganos gubernamentales, no es la única que afecta la calidad y el manejo limpio de la información. Aunado a lo anterior el Gobierno requiere controlar cuadros de nivel medio enclavados en las estructuras organizacionales de las casas editoras y, entonces, haciendo uso no sólo de su poder económico, sino también institucional, reparte concesiones y canonjías, que pueden ir desde algunos juegos de placas para taxis, la concesión para la operación de restaurantes, bares y cantinas, la venta simulada de casas de interés social en conjuntos habitacionales construidos por dependencias oficiales, otorgamiento de préstamos hipotecarios con intereses blandos, licencias para el establecimiento y operación de negocios de diferentes giros, otorgamiento de becas para la educación de los hijos de los funcionarios de los medios, vacaciones pagadas en

---

<sup>43</sup>Scherer García, Julio, LOS PRESIDENTES, México, 1986, Ed. Grijalbo, p. 163.

centros de recreo nacionales y del extranjero, con todo y familias, viajes de recreo en cruceros marítimos, prestación gratuita de servicios médicos especializados en instituciones gubernamentales de alto nivel profesional para familiares y amigos, y otras mil formas con las cuales se corrompe a muchos directores de redacción, columnistas, jefes de información y, en general, al resto de altos empleados y directivos de los diferentes medios.

## **2.6 LA AUTOCENSURA**

Bien visto, el problema del control de la información se genera en dos vertientes: la proveniente del gobierno; y la que se origina en los medios de comunicación privados. Esto conduce a una clara conclusión: el lector de los medios impresos es la gran víctima del proceso.

Si en primera instancia el control lo ejerce el gobierno del Estado, en la segunda el control lo establecen los medios privados de comunicación que, sujetos a sus propios intereses filtran, modulan o enfatizan la información para que llegue al público lector ya tamizada e interpretada a través de la perspectiva ideológica a la cual obedece el medio en particular de que se trate. Sobre este particular un prestigiado periodista opina lo siguiente: "Los medios de comunicación suelen estar en manos de grupos o personas poderosas, con lo cual se genera el proceso natural de que los medios de comunicación, por lo general,

proporcionan un servicio mayor a las élites dominantes".<sup>44</sup> El mismo autor cita al famoso analista de prensa estadounidense Ben Bagdikian en relación a la tendenciosa institucionalidad de la prensa privada: "no simplemente protege al sistema corporativo, sino roba al público la oportunidad de entender el mundo real".<sup>45</sup>

Con lo anteriormente visto tenemos ya una panorámica general de la forma en que se desempeñan los medios. Aunque sea a grandes rasgos las pinceladas principales para pintar la realidad del cotidiano convivir del periódico como actor político, en el marco del sistema político del Estado, y solo hace falta plantear un par de aspectos para clarificar los alcances de la apetencia política por parte de grupos de presión que persiguen aumentar su fuerza específica al hacerse del control de un medio escrito.

## **2.7 FORMACION DE CONSORCIOS DE COMUNICACION.**

Contra lo que pudiera pensarse los periódico en México no son el gran negocio en lo que se refiere a venta de publicidad comercial. Para una población actual de alrededor de 86 millones de habitantes los tirajes diarios de los medios escritos son ridículamente reducidos. Si comparamos las cifras de los tirajes de las naciones desarrolladas, como por ejemplo Japón, observaremos

---

<sup>44</sup>Rivapalacio, Raymundo, et. al., MEDIOS DEMOCRACIA FINES, México, 1990, UNAM-Notimex, p. 112.

<sup>45</sup>Rivapalacio, op. cit., p. 113.

que mientras en el país del sol naciente el periódico de mayor circulación posee un tiraje de seis millones de ejemplares diarios, en México difícilmente se rebasa los doscientos mil ejemplares.

Lo anterior nos habla de lo terriblemente elitistas que son los medios en nuestro país y, también, de los deficientes niveles de educación de nuestros pueblos subdesarrollados. En adición a eso nos brinda una idea de las condiciones de nuestro mercado de información y publicidad.

Un aspecto poco conocido del problema es el siguiente: a mayor circulación de los grandes periódicos mexicanos mayores pérdidas económicas; esto es, el punto de equilibrio entre los costos del tiraje y los beneficios obtenidos por la cantidad de publicidad y propaganda vendida, se determina por la máxima ganancia. Tirar más ejemplares aumentaría los costos de producción y, por el momento, no existe la posibilidad de aumentar los costos de la publicidad para compensar ese aumento de costos. Esto propicia un círculo vicioso en contra del derecho de la sociedad civil a estar más informada.

Aún con lo anteriormente expuesto un gran periódico es una empresa generalmente redituable porque los beneficios totales no sólo son de carácter económico. Existen aquellos renglones que tienen que ver con el ejercicio de la influencia política ante los órganos de poder y esto los hace apetecibles a los dueños del gran capital.

En nuestro país han sido notorias las acciones de algunos consorcios para adquirir empresas editoras de periódicos. El periódico "La Prensa", por ejemplo, fue adquirido por una empresa propiedad del señor Carlos Abedrop, quien en sociedad con la editora del periódico español "El País", propiedad del señor De Polanco, se hizo del control accionario de este periódico popular mexicano. Los pasos de la mencionada transacción fueron dados a conocer durante los meses de febrero y marzo de 1994, en el periódico El Financiero.

En el mismo tenor y bajo una estrategia de expansión en el renglón del control de los medios, el principal accionista de la empresa Televisa, el señor Emilio Azcárraga Milmo, adquirió el periódico "Ovaciones" y luego el periódico "Suma". La pregunta que se desprende de ese tipo de acciones es la siguiente: ¿porqué tanto interés de parte de los grandes capitales para adquirir periódicos si, en realidad, no son un gran negocio como empresas vendedoras de publicidad y propaganda? La respuesta gira en torno al otro tipo de beneficios que conlleva la posición de fuerza que adquieren esos consorcios como grupo de presión ante el Gobierno del Estado.

Como si lo anterior fuera poco, en el siguiente apartado corresponde hacer la descripción de un caso que, por sí solo, describe una situación que algunos podrían calificar de malsana por parte de un muy poderoso grupo político, y si bien es cierto que no consolidó su proyecto, sí constituyó una seria amenaza para el

poder central.

## 2.8 PERVERSIONES EN EL CONTROL DE LA PRENSA.

Las necesidades de controlar la prensa por parte del Gobierno del Estado son tan manifiestas que, para ganar poder político e influencia, algunos ex políticos utilizan como amenaza la posibilidades de fundar un medio escrito independiente.

Lo anterior fue muy claro para buen número de periodistas que vivieron de cerca, a finales del sexenio del licenciado Miguel de la Madrid, los amagos para la formación de una empresa editorial que debería haber publicado un diario de circulación nacional al cual llamarían El Independiente. La información aquí expuesta está basada en el testimonio del conocido periodista Abraham García Ibarra, quien laboró durante tres en el, finalmente, frustrado proyecto.<sup>46</sup>

Primero fue el rumor de la apertura de un nuevo medio escrito el cual, se decía, llenaría las expectativas de gran número de lectores que, insatisfechos con la dependencia mostrada por los grandes diarios de la República hacia los órganos de poder político, optarían por adquirir un periódico que les ofreciera una visión más apegada a la realidad, esto es, sin la visión o perspectiva impuesta por el Gobierno a gran parte de la

---

<sup>46</sup>García Ibarra, Abraham, "Testimonio personal, México, D. F., febrero 1989.



información.

Luego, cuando faltaban algunos meses para el cambio de Gobierno que reemplazaría a la administración de De la Madrid, un proyecto tomó forma. Un prestanombres conectado con la política anunció el lanzamiento del nuevo diario. Comenzó la contratación de periodistas de alto nivel, muchos de los cuales fueron convencidos de que el diario nacería. El gancho más socorrido para el reclutamiento del personal fue el ofrecimiento del doble de salario que estuviera percibiendo en ese momento el columnista, articulista, reportero, fotógrafo o personal de redacción. Se alquilaron instalaciones e incluso se pagaron varios meses de sueldo a los contratados. Luego se dieron los pasos para la compra de la maquinaria, la cual requiere, si es moderna y eficiente, una cuantiosa inversión.

Se convenció a un sólido y famoso intelectual, don Fernando Benítez, para hacerse cargo de la dirección del diario y a él se le ofreció carta en blanco para tomar decisiones editoriales con la más amplia libertad. Todo, por así decirlo, estaba encaminado a fundar un gran periódico.

El Gobierno, a quien no escaparon todas las gestiones que se dieron en torno al asunto, temeroso de la posibilidad de contar en el espectro nacional con un diario verdaderamente independiente, comenzó a minar el proyecto. Por principio ofreció al maestro Fernando Benítez la embajada en la República Dominicana, aduciendo

que en ella se jugaría un papel determinante dada la proximidad de las celebraciones internacionales del quinto centenario del descubrimiento de América. Luego pusieron trabas administrativas a la importación de la maquinaria para las rotativas y, el punto culminante fue haber investigado quién estaba detrás del proyecto; esto es, quién contaba con una casi inagotable fuente de recursos para intentar cristalizar el proyecto.

Después de lo anterior fue muy fácil controlar el intento de nacimiento de El Independiente. Bastó ofrecer un puesto en el Gabinete del licenciado Carlos Salinas de Gortari al profesor Carlos Hank González. Esa fue en realidad la puntilla que mató el proyecto.

Sería extremadamente difícil documentar y probar fehacientemente que el intento de formación, del que hubiera sido un periódico con autonomía casi total de los órganos de poder político, no fue un genuino chispazo de creatividad empresarial que hubiera llevado salud y sangre nueva al ejercicio de un oficio relativamente deteriorado en el ámbito nacional. Sin embargo, también es cierto, nadie podría probar, más allá de toda duda, que el profesor Hank González haya utilizado su proyecto para presionar al Gobierno obligando con ello al círculo cerrado de los hombres del presidente, a permitirle la entrada en el ejercicio del poder para, de esta forma, garantizar la satisfacción de sus muy personales deseos y, además, lo que es muy importante, propiciando la

preservación de sus intereses económicos y la posibilidad, incluso, de incrementar su, ya de por sí, gran capital.

Lo cierto es que, a partir del primero de diciembre de 1988, el profesor Carlos Hank fue nombrado titular de la Secretaría de Turismo, en un equipo de trabajo con el cual no tenía nada en común, ocupando una posición que, tradicionalmente en nuestro sistema, se entrega a algún representante del gran capital. Posteriormente, debido a ajustes internos de la conformación del equipo de trabajo, el profesor Hank González, reemplazaría al licenciado Jorge de la Vega Domínguez en la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.

El personal que había sido contratado para elaborar El Independiente recibió una pequeña compensación por el aborto del proyecto, el profesor ex gobernador del Estado de México y ex regente del Distrito Federal recibió su cartera en el Gabinete y el Gobierno recibió las seguridades de que no nacería lo que podría haber llegado a ser un periódico autónomo y, por lo tanto libre. Casi todos quedaron satisfechos con la "negociación" y la enorme mayoría de la sociedad mexicana ni siquiera se enteró de que, con el objetivo de mantenerla mediatizada en lo que a información se refiere, el Gobierno había realizado un gran esfuerzo y se le había obligado a negociar, a cambio de la posibilidad de una apertura informativa, una pequeña parcela de poder para un miembro distinguido de la clase dominante.

Con los antecedentes históricos expuestos, además de las características que rodean al fenómeno materia de este estudio, así como el señalamiento de casos específicos que dibujan el ambiente y el clima en el cual se desarrolla la relación periódico-Gobierno en México, estamos listos para abordar el planteamiento de los elementos que rigieron la presente investigación: el estudio de los espacios privilegiados de los medios escritos y la asignación de los mismos a la temática eminentemente política; esto es, aquella que tiene que ver con la lucha por el poder, a través de los partidos.

### **CAPITULO III. COMO SE PRIVILEGIA LA INFORMACION**

#### **3.1 DISTRIBUCION DE LOS ESPACIOS EN LA PRENSA ESCRITA.**

En el rol de actor político que juegan los periódicos independientes, una de las características fundamentales es su discrecionalidad en la toma de decisiones para privilegiar la información, por lo que el quid de la cuestión no estriba en el tratamiento de la información en sí, sino cómo se trata. En este contexto, una nota informativa que el periódico se ve obligado a consignar en sus páginas, puede aparecer impresa en cualquier lugar del mismo; pero lo importante para el estudio que nos ocupa, es que, de acuerdo a la decisión del medio escrito, éste puede privilegiarla publicándola en la primera plana o minimizarla en el cuerpo de las páginas interiores.

Hasta la persona menos familiarizada con los formatos periodísticos sabe que las noticias más importantes aparecen publicadas en la primera página de un diario y aquellas que lo son menos son destinadas a un segundo plano. De esta manera un periódico determina que información da a conocer, cómo la da a conocer, haciendo uso de diversas estructuras redaccionales, y en dónde la da a conocer, esto es, si la incluye o no en espacios privilegiados.

A la distribución de los espacios periodísticos en la primera página se dedica especial atención. En la práctica este espacio es ámbito de la gente más experta con que cuenta el medio escrito.

Esta página, para los entendidos, es como el escaparate de una joyería, donde el periódico muestra las noticias más valiosas del día en beneficio de su público lector, pero también en el suyo propio. El personal altamente especializado, además de seleccionar las noticias que deberán aparecer en ese espacio, las jerarquiza y cabecea, lo que significa ponerle títulos. Una cabeza principal de ocho columnas vende ejemplares del periódico, así como la noticia misma.

De hecho puede decirse que la primera plana determina gran parte de la personalidad de un periódico, porque es el rostro que ofrece al público y proporciona la primera impresión de ese medio. Mediante un análisis de contenido, que está fuera de los objetivos del presente análisis, de este importante espacio de un periódico se pueden conocer aspectos tan importantes como su grado de dependencia o independencia del centro de decisiones del sistema político, esto es del Gobierno del Estado. Asimismo se pueden ubicar las tendencias de ese medio, en materia ideológica y hasta sus fluctuaciones en los juegos institucionales del poder, sin menoscabo de conocer las expectativas económicas y sociales, como sus relaciones con fuentes de poder así sean religiosas, corporativas, del Ejército o eminentemente culturales.

La primera plana muestra, pues, los intencionados equilibrios o desequilibrios en el tratamiento de la información. En una sociedad que aspire a la democracia la distribución de la

información tenderá a privilegiar la noticia veraz, objetiva e imparcial en beneficio de la salud pública a la cual coadyuva la comunicación. Sin embargo, otra hipótesis de la presente investigación presume que los cambios de un modelo de comunicación social del Estado tendrían que reflejarse nítidamente en los medios de comunicación escrita.

Si el sexenio encabezado en la Presidencia de la República por el licenciado Carlos Salinas de Gortari propuso, durante los primeros tres años de su gestión, a la modernidad como objetivo, los medios de comunicación no podrían ser ajenos a tal tendencia institucional por lo que, necesariamente, tendrían que reflejar los avances en el desarrollo y modernas formas del tratamiento de la información.

### **3.2 CARACTERÍSTICAS DE LA PRIMERA PLANA**

La primera plana posee características que la hacen diferente a cualquier otra del periódico, y esto que expresado así parece obvio y hasta superfluo, no lo es tanto en cuanto entremos en detalles y observemos más de cerca que en la misma primera plana la información viene discrecionalmente privilegiada.

En el formato tradicional que utilizan los diarios con mayor tiempo en el mercado pueden identificarse perfectamente bien los siguientes espacios, comenzando de la parte superior a la inferior: el "cintillo", el "cabecal", la cabeza de ocho columnas, la o las

fotografías y los cuatro cuadrantes.

--El cintillo es el mensaje impreso generalmente en tipografía grande, sólo superado por la cabeza de ocho columnas, en la parte superior de la plana y hace un llamado a una información cuya introducción al tema aparece en el cuerpo de la misma primera plana. Los periódicos de formato moderno como La Jornada, no utilizan cintillo para, de esta forma, privilegiar aún más su principal cabeza.

--El cabezal es el nombre del periódico y en donde se incluyen siempre los mismos datos como: la fecha de la impresión, el nombre del director general, el número que corresponde al ejemplar tirado ese día y algún dato histórico de la casa editora.

--La cabeza de ocho columnas es la introducción al tema más importante del día y es el más apetecido y privilegiado de los espacios, por cuanto está diseñado para impactar al lector y acaparar su atención en el asunto.

No existe regla fija que determine el espacio para una o más fotografías y este tipo de comunicación gráfica, de hecho, aparece publicada en diferentes espacios de la plana, según los criterios del formador responsable, atendiendo a la importancia de la misma, a la calidad y, en ocasiones, hasta por necesidades de distribución y equilibrio de la información.

Para propósitos de estudio, y de forma enteramente convencional, estableceremos que, inmediatamente después de la



cabeza de ocho columnas, la primera plana se subdivide en cuatro cuadrantes que no tienen rigurosamente las mismas dimensiones, pero sí poseen una importancia específica en la distribución de la información porque determinan diferentes calidades del "impacto" que causan en la atención de los lectores. Un periódico de formato tradicional se entrega doblado por la mitad; cuando se desdobra, el primer y segundo cuadrante lo forman la parte inferior inmediatamente abajo del titular de ocho columnas. Esto es, aquellas columnas que se ubiquen en la mitad superior de la primera hoja. El cuadrante número 1 es el que está situado en la parte derecha del periódico, viendo a éste de frente, y a su izquierdo se encuentra el segundo cuadrante. El cuadrante número 3 lo encontramos en la parte inferior derecha y el número 4 a su lado, o sea, en la parte inferior izquierda.

Considero indispensable hacer estas acotaciones porque las personas que distribuyen los espacios de la primera plana diseñan la publicación tomando en cuenta la importancia de la noticia. Cada cuadrante posee valor específico; no es lo mismo publicar una noticia en la parte superior de la página que en la inferior, así como no es lo mismo que la noticia esté a la derecha o a la izquierda de la plana. De esta manera en el cuadrante número uno se publica la noticia a la cual el periódico desea dar más relevancia; en el cuadrante dos, las noticias de segunda importancia y así hasta llegar al cuarto cuadrante.

Lo que es importante remarcar es que la forma de presentar la información en "la vitrina", posee una importancia capital. El periódico ejerce la facultad no sólo de la selección de la información, sino la forma de presentarla y en este punto caben dos interpretaciones: una, que el medio escrito de que se trate, buscando el mayor impacto en el ánimo del lector y persiguiendo el objetivo de ganar lectores, credibilidad y liderazgo informativo, manipula condiciones en el diseño del mensaje y, con ello, pone en ventaja o desventaja la esencia misma de la noticia o información; y dos, por otra parte, el periódico, como actor político inmerso en el sistema, privilegia para fines de lucro algún tipo de información que, aunque no lo merezca, aparece en los espacios más importantes de la primera plana.

Algunos altos funcionarios de periódicos llegan a cobrar en metálico fuertes cantidades por privilegiar alguna nota política en detrimento de información más importante para la sociedad civil. Así las cosas, las "diferencias" de criterios, cuando logran establecer patrones de conducta o actitudes, llegan a darle una cierta personalidad al medio de que se trate. Cuando los estudiosos de la comunicación, encargados del análisis de forma y contenido de algún medio, encuentran reiteradas posiciones para privilegiar la información proveniente del sector público, lo califican como gubernista. Después será el público lector quien, por sí mismo, descubrirá alguna de las características en las que,

sin ser evidentes, se desenvuelve el medio escrito en particular.

### **3.3 DELIMITACION DEL UNIVERSO DE ESTUDIO Y METODOLOGIA**

Con objeto de estudiar los diferentes grados de independencia político-ideológica de los periódicos El Universal, Excélsior y La Jornada, fue propuesta la realización una investigación para contabilizar lo siguiente: cuánto del espacio de la primera plana, en porcentaje, es concedido a noticias del Gobierno y al partido oficial y cuánto es dedicado a los partidos de oposición, en un período que abarca del primero de diciembre de 1988 --el inicio del sexenio 89-94-- al 31 de noviembre de 1993, fecha en que se cumplieron cinco años de gestión del régimen del licenciado Carlos Salinas de Gortari y que casi coincidió con la firma del más importante proyecto de la administración salinista; me refiero al Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá.

Consideramos que cinco años de gobierno serían suficientes para evaluar el reflejo de la política de comunicación social del Estado en los medios de comunicación de masas privados. Para esto tomamos a los tres ya antes mencionados periódicos como representativos del universo de los diarios nacionales.

Ante la imposibilidad de hacer una revisión exhaustiva de todo el universo de medios impresos, y dadas las limitaciones de la investigación del presente trabajo, se ha optado por analizar la primera plana de tres de los más importantes periódicos del

espectro nacional; esto es, aquellos que poseen mayor tradición y prestigio y su circulación no está circunscrita al ámbito regional o ciudadano de las diferentes capitales del interior de la República.

Ha sido tradicional que las dependencias gubernamentales pongan un énfasis especial en el control de los medios que muestran mayor cobertura porque, difundiendo en estos sus políticas, llegan a audiencias más grandes y, por el prestigio de estos mismo medios, alcanzan mayor grado de credibilidad en la opinión pública.

Así las cosas, sería fácilmente demostrable que no existen muchos periódicos independientes en México y menos con las características de circulación nacional y credibilidad política aceptable por parte de su audiencia.

Si a lo anterior agregamos que ha sido práctica común de los medios impresos en nuestro país inflar las cifras de su circulación, entonces el panorama se torna aún más difícil de analizar. Tradicionalmente los grandes diarios nacionales declaran tirajes mayores a los ejemplares que logran colocar entre sus lectores. Esto, como práctica corrupta, les permite vender más cara su publicidad, tanto a la iniciativa privada como al Gobierno.

De hecho el único periódico que tiene por ahora certificada su circulación es El Universal, editado por la Compañía Periodística Nacional, S.A. de C.V. Esto le ha permitido colocarse, en este renglón, a la cabeza de los medios escritos, ya que contrató los

servicios de una compañía internacional para auditar periódicamente su circulación y poder demostrar a sus lectores y a sus clientes de publicidad la cantidad de ejemplares vendidos en la República.

No está muy alejado de la verdad aquel que afirma que "el que paga manda" y cuando un periódico registra en sus libros un sustancial porcentaje de ingresos provenientes del pago de la propaganda política, es lógico suponer que, ante ciertas circunstancias, las directivas de los mismos no puedan hacerse los sordos ante demandas específicas provenientes del sector público. Esta, pues, es una forma de control muy efectiva por parte del Gobierno mexicano para tener subordinados a un buen número de periódicos del país.

Nuestro universo de estudio es, dentro del ámbito nacional, un pequeño segmento del todo, pero lo suficientemente representativo como para no dar lugar a dudas del comportamiento de los medios escritos en relación con su grado de dependencia. Aquello que se refleje en tres de los diarios más importantes del país es lógico que marcará una tónica general del probable comportamiento del resto de los medios escritos, con algunas modalidades regionales quizá no muy significativas.

Basado en el razonamiento anterior seleccionamos para éste trabajo a los siguientes medios escritos: El Universal; el Excélsior y el periódico La Jornada.

Como acotación al margen se impone una explicación para

aclarar porqué estos y no otros medios fueron los escogidos para la investigación. En primer lugar fueron considerados periódicos tan importantes como el Uno más Uno, El Financiero, El Nacional y El Novedades pero, en el caso del periódico Uno más Uno su distribución no es nacional, por lo que su penetración está restringida al Distrito Federal, la zona metropolitana y algunas de las capitales de los Estados del interior.

Como es lógico suponer, un medio cuya propiedad pertenece directamente al Gobierno, necesariamente tendrá que reflejar sus políticas aunque, para no perder lectores y credibilidad, lo haga en forma encubierta o disfrazada.

El siguiente diario que fue considerado, pero no seleccionado para la presente investigación, fue El Financiero. Este diario es quizá uno de los más independientes del poder público, lo cual habla muy bien de él, pero es un diario altamente especializado en cuestiones financieras y por lo tanto su circulación esta restringida al sector empresarial y a círculos económicos y financieros. Es digno de mencionar que, especialmente durante los últimos tres años, 1991, 1992 y 1993, El Financiero ha mostrado una creciente y muy importante penetración como formador de opinión pública en aspectos eminentemente políticos, pero su influencia es relativamente limitada a círculos bien diferenciados de lectores; esto es, si cualitativamente su penetración es muy importante, cuantitativamente está alejado de los grandes grupos sociales.

El periódico El Nacional ha sido tradicionalmente el periódico del Gobierno y aunque en materia de información emitida por el sector público es muy rico, no posee la mínima capacidad para hacer una crítica objetiva ni de contenidos ni del tratamiento de la información. Cuando un medio no posee identidad propia para actuar, ni siquiera en forma mínima, como interlocutor en las políticas del Estado carece de credibilidad ante el público lector. A nadie le interesa ver sólo una cara de la moneda en materia de política, y El Nacional, cuyo propietario todo el mundo sabe es sólo el Gobierno, no interesa a nadie y escasamente vende un número ridículo de su tiraje.

Al momento de escribir éstas líneas El Nacional está en proceso de privatización, y en el primer intento para venderlo a la iniciativa privada no se presentaron posturas serias para su adquisición. El Gobierno tendría que castigar el precio para hacerlo atractivo y colocarlo en el mercado ya que es un periódico que no se vende y en el cual poca gente cree.

El periódico Novedades fue el último de los grandes diarios considerados y fue rechazado debido a su muy pobre penetración. Este periódico representa fundamentalmente los intereses de un poderoso grupo económico y, por extensión, es portavoz de algunas de las posiciones empresariales y financieras del sector privado. Identificado como está en la defensa de los intereses de la clase dominante, no posee una gran credibilidad y aceptación entre los

estratos más numerosos del espectro nacional aunque, no podemos dejar de reconocerlo, que, como agente interactivo, en la búsqueda de ejercer presión ante los órganos gubernamentales, cumple con creces su papel. Los objetivos estratégicos de este medio de comunicación no están dirigidos a poseer un gran número de lectores o una gran penetración política en su audiencia, sino, fundamentalmente, presentar un frente lo suficientemente importante para contar con una voz pública que le permita la defensa de sus intereses de lucro y, sobre todo, la defensa de posiciones frente a las políticas de Estado que puedan ir en contra de los mismos. Con todo, el Novedades ha dejado de ser un periódico redituable aún en cuotas de influencia y, también, a la hora de escribir estas líneas se encuentra a la venta.

Novedades es quizá el periódico que infla con más liberalidad las cifras de su circulación, pero los número reales se han filtrado a círculos especializados del manejo de la información, y su penetración efectiva es poco importante o muy relativa.

Después de la necesaria explicación de las razones que nos llevaron a seleccionar los tres periódicos ya mencionados, retomamos el tema central.

Para llevar a cabo un estudio más completo de la información política en primera plana de los diarios mencionados, también fueron contabilizados los cintillos dedicados a las noticias provenientes tanto de fuentes oficiales como los provenientes de la



oposición, dejando de considerar aquellos en que la fuente fue noticia internacional o de fuente perteneciente a la iniciativa privada.

De la misma forma fueron contabilizados los titulares de ocho columnas para establecer la frecuencia de aquellos dedicados a fuentes oficiales en contraposición a los que trataban de los partidos de oposición. Además, se contabilizaron los centímetros cuadrados de la primera plana dedicados a las fotografías publicadas, según proveniesen del sector oficial o consignaran personajes o instalaciones de los partidos de oposición.

También se estableció un parámetro, que arbitrariamente denominé "impacto", y que engloba los centímetros cuadrados de las notas de los cuatro cuadrantes y los centímetros cuadrados de las fotografías dedicadas al Gobierno y su partido, en su caso, comparándolas con los centímetros empleados para la información de los partidos de oposición.

Finalmente se calculó el porcentaje de espacio de la primera plana dedicado a los dos rubros materia de esta investigación, pero con respecto a sí mismos; de esta manera no importan las diferencias de formato de cada uno de los periódicos.

Existe un aspecto que quizá no ha quedado suficientemente aclarado y puede crear algún interrogante al respecto y que consiste en el criterio para discriminar la información del estudio. Esto es, mientras por un lado se midió la información

generada por las fuentes oficiales del sistema, incluido el Gobierno y su partido, por el otro se pretende comparar con la información publicada por fuentes de la oposición. Para más de uno esto parecería ser una aberración científica o pretender sumar limones con manzanas; sin embargo existe una explicación que nos permitirá aceptar los resultados, aunque sea en forma convencional, y estos, por sí mismos, nos muestran una disparidad tan enorme que no puede encontrar otra explicación fuera del marco de una clara dependencia institucional de los medios de comunicación escrita en relación con el Gobierno.

La primera objeción que se presenta en un trabajo como el que nos ocupa es el "tamaño" institucional de las fuentes antagónicas; esto es, por una parte las dimensiones del aparato del Gobierno Federal, con sus tres poderes incluidos, los Gobiernos locales estatales y los gobiernos municipales, en comparación con el "tamaño" de las instituciones de oposición es tan diferente como las dimensiones entre el ratón y el elefante, pero, en rigor, no es fácil disociar la información que proviene del Gobierno, cuando este se encuentra detentado por miembros del partido oficial, de aquellos que se fundan exclusivamente en el ejercicio de la administración pública.

Además, la cantidad de información, cuando ésta proviene del Gobierno priísta, no debería opacar la calidad de toda o casi toda la información proveniente de los partidos de oposición. De esta

manera la convención que el presente trabajo propone es la siguiente: considerar los resultados como provenientes de un Goliat y un David, o, lo que es lo mismo, generados por fuerzas tan diferentes que deben verse con las reservas del caso, pero de ninguna manera invalidan la muy peculiar manera por medio de la cual los periódicos nacionales demuestran un grado de dependencia que va más allá de los equilibrios que esas instituciones afirman defender. La pluralidad es, pues, muy cuestionable y obedece más a propósitos de discurso político de los medios escritos, que a la realidad reflejada en el equilibrio de la información.

De lo expuesto se deriva que uno de los objetivos fundamentales de esta investigación es mostrar la enorme diferencia que existe en los volúmenes de información política; una proveniente del Gobierno y su partido y la otra, originada en los partidos de oposición, sean estos de oposición verdadera o no.

Una acotación, no tan al margen, que también debemos considerar es la siguiente: dadas las características del sistema político mexicano, cerca del 100% de los funcionarios gubernamentales, desde jefe de departamento para arriba son con propósitos utilitarios o convenencieros, miembros del partido oficial. Durante décadas hasta parecía ser un requisito indispensable que los cuadros medios y altos de la administración pública federal, así como funcionarios del Congreso de la Unión y del Poder Judicial, ejercieran al mismo tiempo una membrecía del Partido Revolucionario Institucional. Dada

esta particularidad del sistema, resulta casi imposible poder diferenciar cuándo un director, oficial mayor, subsecretario o secretario de Estado, está actuando como representante de la gestión que tiene asignada dentro de la maquinaria de la administración, y cuándo juega un papel activo en el discurso de propaganda de su partido.

De hecho es públicamente conocido que en las proximidades de los procesos electorales, los responsables de la gestión administrativa de las secretarías de Estado, generalmente las oficialías mayores de esas dependencias, elaboran listas completas de los cuadros medios y altos, las cuales pasan a poder de la secretaría de finanzas del PRI, donde les asignan cuotas diferenciadas, de acuerdo a la categoría del puesto que ocupan en su dependencia, para luego regresarlas a las dependencias de origen que descontarán un porcentaje de su salario a los funcionarios, con el fin de ingresarlo como contribución "voluntaria" a las arcas del partido. Esto podría calificarse como cultura tradicional de los usos y costumbres priístas que, a fuerza de permanecer en el tiempo, se han convertido en leyes no escritas del sistema.

Yendo más lejos, se diría que es casi imposible distinguir, dentro del discurso monofónico de los funcionarios del Gobierno, cuándo están siendo administradores públicos o piezas claves de la maquinaria de toma de decisiones gubernamentales y cuando le están haciendo propaganda a su partido.

Luego entonces, los propósitos de este trabajo no contemplan el análisis fino diferenciado entre partidos iguales, precisamente porque no son iguales, antes bien, muy diferentes. Como podrá observar aquel que se interese en estos aspectos de la comunicación política reflejada en los medios de comunicación escrita, el bombardeo de la información proveniente de fuentes gubernamentales y del partido oficial está fuera de toda proporción, y los ciudadanos pocas oportunidades tienen de permanecer al margen de la influencia de fuerzas antagónicas tan desiguales. Si a esta situación agregamos que la muy relativa independencia de los medios coadyuva a opacar las alternativas de escape de la sociedad civil a ese inmisericorde bombardeo, entonces vemos con espanto que entre millones de ciudadanos, solo unos cientos, o acaso miles, logran, por medio de la formación y la cultura, ser sujetos que con relativo éxito se sitúan fuera de la influencia de la manipulación gubernamental.

A manera de recapitulación de las variables utilizadas en el presente trabajo tendremos las siguientes:

- a) Cintillo
- b) Titular de ocho columnas
- c) Fotografías
- d) Primer cuadrante
- e) Segundo cuadrante
- f) Tercer cuadrante

g) Cuarto cuadrante.

Además de las variables citadas, que de manera convencional denominaremos variables directas, manejamos otras dos variables indirectas derivadas del agrupamiento de las anteriores y son:

h) Presencia

i) Impacto.

Las variables a) y b) fueron contabilizadas sólo cuando estuvieron dedicadas a uno u otro de los dos protagonistas, de esta investigación: PRI-Gobierno y partidos de oposición.

La variable c) admitió un manejo dual. Por un lado se obtuvo el número de fotografías de temática política dedicadas al PRI-Gobierno y o a los partidos de oposición, para, junto con las variables de cintillo y ocho columnas, formar la variable indirecta denominada "Presencia", pero, por el otro, las fotografías, consideradas en centímetros cuadrados, fueron sumadas, a los centímetros cuadrados de la información política dedicada en cada uno de los cuatro cuadrantes de la primera plana al PRI-Gobierno o a los partidos de oposición, según el caso, para formar la segunda variable indirecta: la de "Impacto".

Durante el desarrollo de la investigación y el análisis de los datos recabados se hizo necesario incorporar una variable "extra", la cual no habíamos contemplado, pero que nos permitirá sumarizar los resultados ya englobados en el período de los cinco años estudiados. A esta variable la denominamos convencionalmente

"predominancia" y, al final de este capítulo, la caracterizaremos en detalle.

Con objeto de hacer un análisis más fino de la distribución de los espacios se contabilizaron las variables de los días lunes, ya que a estos días se les da una importancia especial debido a que las oficinas de comunicación social, así como buen número de empresas privadas, lo consideran día de recapitulación de información política de fin de semana y lo analizan para la elaboración de las síntesis informativas que circulan al interior de cada dependencia y secretarías de Estado.

Establecidas las variables del trabajo, y ya que previamente se había fijado el período que abarcaría la misma, se procedió al levantamiento de datos hemerográficos en los tres medios escritos antes mencionados. Posteriormente se alimentaron los datos a procesar para obtener, finalmente, las tablas y gráficas con las cifras y resultados que nos permitieron algunas conclusiones útiles para comprobar y dar fundamento o, en su caso, rechazar a las hipótesis de la investigación.

En este punto se hace necesario consignar lo siguiente: en el levantamiento de los datos debido a los criterios utilizados para la selección de la información, pueden presentarse ligeras diferencias que en ningún caso excederán al 5% del total de registros levantados y, más bien, serán producto de la interpretación personal en la consideración de organismos que se

encuentran en los límites de la definición entre instituciones gubernamentales o no gubernamentales. Mencionar esta salvedad persigue el propósito de incrementar el rigor de la investigación ajustándola a parámetros más reales que se fueron presentando en su desarrollo.

### **3.4 DISPARIDADES DE ESPACIOS PERIODÍSTICOS**

#### **"EL UNIVERSAL"**

En la Tabla U1.5, la cual refleja los resultados del quinquenio en estudio y que abarca del día primero de diciembre de 1988 al 30 de noviembre de 1993, podemos observar en el renglón de totales el comportamiento de las variables directas de "Cintillo", "8 columnas" y "Fotografía", las cuales conjugadas conforman la variable indirecta de "Presencia". Las cifras hablan por sí mismas.

En la primera variable de la Tabla mencionada El Universal, dedicó, durante los cinco años 869 cintillos a la información proveniente del Gobierno y su partido, mientras que a la información proveniente de los partidos de oposición sólo dedicó 113 cintillos. Si dividimos la primera cantidad entre la segunda, encontraremos que éste periódico privilegió 7.69 veces más a la información procedente del Gobierno que a la proveniente de los partidos de oposición.



EL UNIVERSAL											
AÑO	CINTRO		8 COLUM		FOTOGRAFIA		PRESENCIA				
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.	
Dic 88 - Nov.89	176	12	208	3	167	36749	32	5180	551	47	
Dic 89 - Nov.90	187	32	249	13	258	50562	25	2931	694	70	
Dic 90 - Nov.91	180	34	238	8	262	54506	63	8234	680	105	
Dic 91 - Nov.92	161	10	242	3	297	76039	53	6058	700	66	
Dic 92 - Nov.93	185	25	228	3	297	71978	76	7447	690	104	
<b>TOTAL ES:</b>	<b>869</b>	<b>113</b>	<b>1,165</b>	<b>30</b>	<b>1,281</b>	<b>289,832</b>	<b>249</b>	<b>29,850</b>	<b>3,315</b>	<b>392</b>	

Tabla U1.5

En la variable "8 columnas", la cual si recordamos lo expuesto en la primera parte de este capítulo, refleja el espacio más privilegiado de cuantos analizamos, los resultados son aún más dramáticos. Mientras que durante los cinco años El Universal dedico 1165 titulares de 8 columnas a la información procedente de fuentes del Gobierno y su partido, a la oposición, en ese mismo renglón, destinó solamente 30. Realizando la misma operación aritmética de el párrafo anterior nos percatamos de una tremenda desproporción: al Gobierno y su partido le dedicaron 38.83 veces más espacios que a la información proveniente de los partidos de oposición.

La variable "Fotografía", como ya mencionamos, posee para su evaluación dos aspectos: por un lado la contabilizamos como número de eventos de comunicación gráfica y, por el otro, sumarizamos los centímetros cuadrados utilizados en la primera plana. En el primer caso observamos en el renglón de totales de la Tabla U1.5 que durante los cinco años se publicaron 1281 fotografías dedicadas a información originada en fuentes gubernamentales y del partido oficial, mientras de la oposición sólo se publicaron 249. Esto desproporción nos llevó a calcular que el periódico que analizamos destinó 5.14 veces más eventos fotográficos a privilegiar la información oficial, que a la originada en la oposición.

En la misma variable "Fotografía", pero en el aspecto de la cantidad de centímetros cuadrados destinada a la comunicación gráfica observamos en el renglón de totales de la misma tabla U1.5

que El Universal destinó, en su primera plana, durante los cinco años que abarca nuestro estudio, 289,832 centímetros cuadrados a la información proveniente del sector oficial, mientras a la oposición concedió 29,850 centímetros cuadrados. Esto es, al Gobierno y su partido se les privilegió 9.7 veces más que la información gráfica proveniente de la oposición política.

Conjugando las variables anteriores formamos la variable "Presencia". En la Tabla U1.5 podemos observar que mientras la información gubernamental alcanzó 3315 espacios privilegiados, entre cintillos, 8 columnas y número de fotografías, a la oposición solo se concedieron 392. Esto nos arroja un resultado de 8.45 veces más privilegio a la información proveniente de fuentes oficiales que a las de oposición.

Para el análisis de la variable "Impacto", reflejada en la información de primera plana de El Universal, se hace necesario referirnos al renglón de totales de la Tabla U1.6. Recordemos que ésta variable compuesta está formada de la suma de los centímetros cuadrados de las fotografías así como de los Cuadrantes I, II, III, y IV.

Dado que las implicaciones derivadas de los datos sobre la variable "Fotografía" ya fueron tratadas al evaluar la variable de "Presencia", pasaremos por alto el primer recuadro de la Tabla U.16. Más en los datos del "Cuadrante I" vemos en los totales que mientras al Gobierno se le dedicaron 236,665 centímetros cuadrados

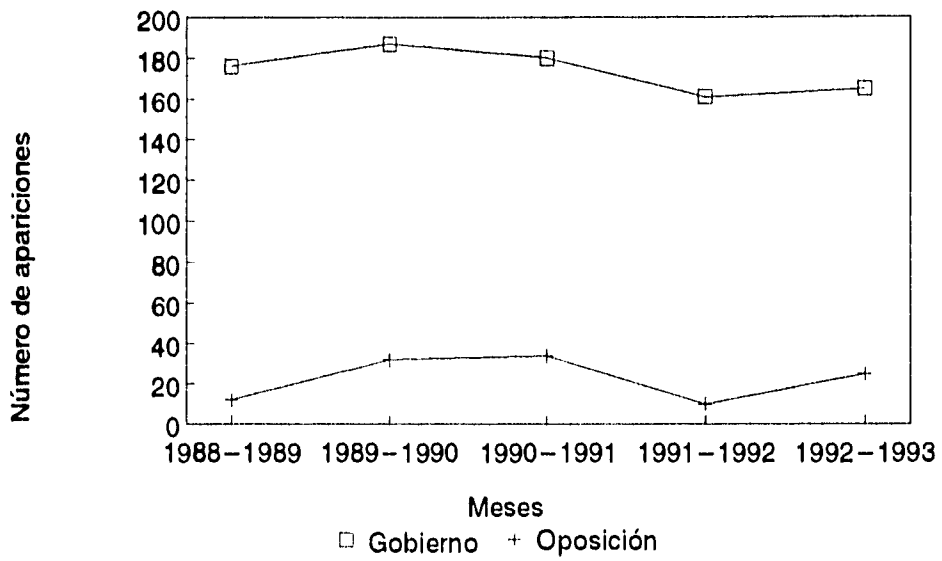
EL UNIVERSAL																										
CUADRANTES																				IMPACTO						
AÑO	FOTOGRAFIA				I				II				III				IV				PAGNA					
	No.	cm <sup>2</sup>		No.	cm <sup>2</sup>		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
		GOB.	OP.		cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
Dic 88 Nov 89	187	36 749	32	5 180	52 617	54 80	3 816	3 78	31 579	32 83	4 751	4 91	32 427	19 95	8 784	5 39	29 154	17 02	7 815	4 62	182 526	30 146	35 24	5 81		
Dic 89 Nov 90	258	50 962	25	2 931	47 995	49 44	2 903	3 04	34 760	35 73	1 588	1 65	35 020	21 56	6 844	4 21	27 836	17 11	3 488	2 16	195 361	17 752	37 77	3 44		
Dic 90 Nov 91	282	54 518	63	8 234	42 195	43 74	5 775	6 01	23 216	24 18	2 485	2 57	33 472	20 59	5 456	3 35	24 139	14 89	4 788	2 99	177 528	28 738	34 28	5 16		
Dic 91 Nov 92	297	78 009	53	6 058	50 453	52 31	2 618	2 61	24 679	25 62	2 618	2 74	28 324	17 46	3 507	2 23	23 028	49 31	4 920	3 06	202 523	19 118	39 03	3 72		
Dic 92 Nov 93	297	71 076	76	7 447	43 615	45 90	2 443	2 56	17 753	18 46	2 750	2 89	31 675	19 59	7 537	4 65	21 398	48 13	7 628	4 69	186 817	27 805	36 08	5 38		
TOTALES:	1 281	289 832	249	29 850	236 665	49	17 355	3	131 585	27	14 192	3	161 118	20	32 218	4	125 555	29	28 637	4	944 755	121 559	36	5		

Tabla U1.6

## EL UNIVERSAL

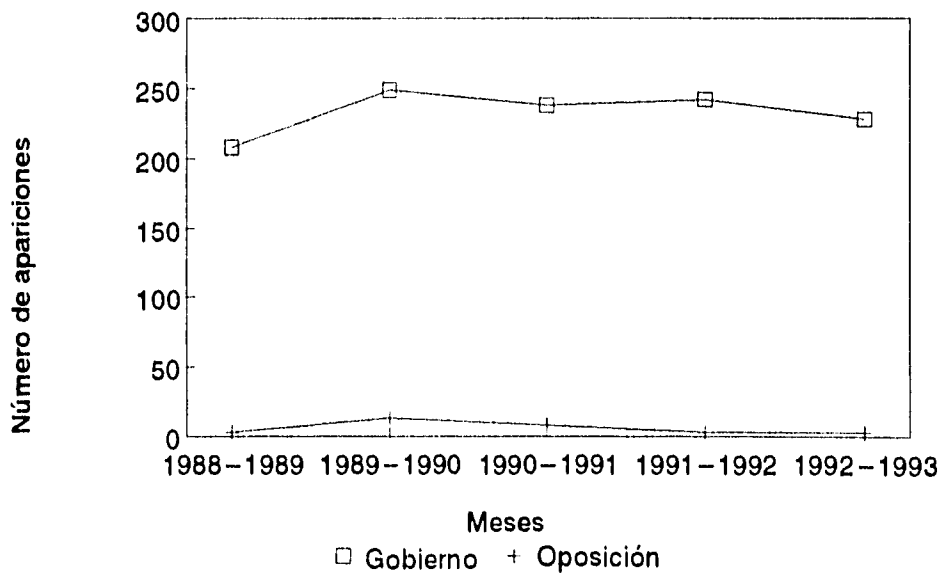
### CINTILLO DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

Gráfica U1.5a



### 8 COLUMNAS DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

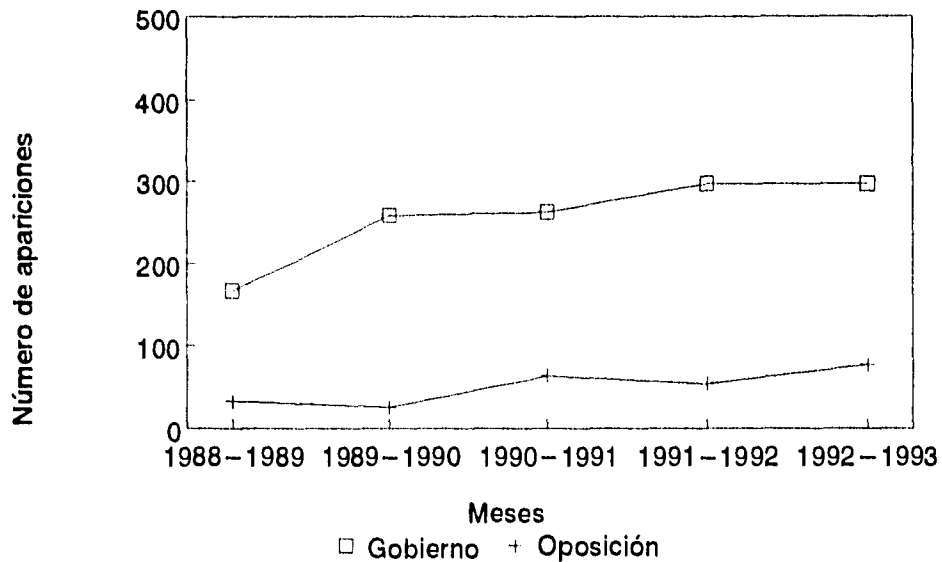
Gráfica U1.5b



# EL UNIVERSAL

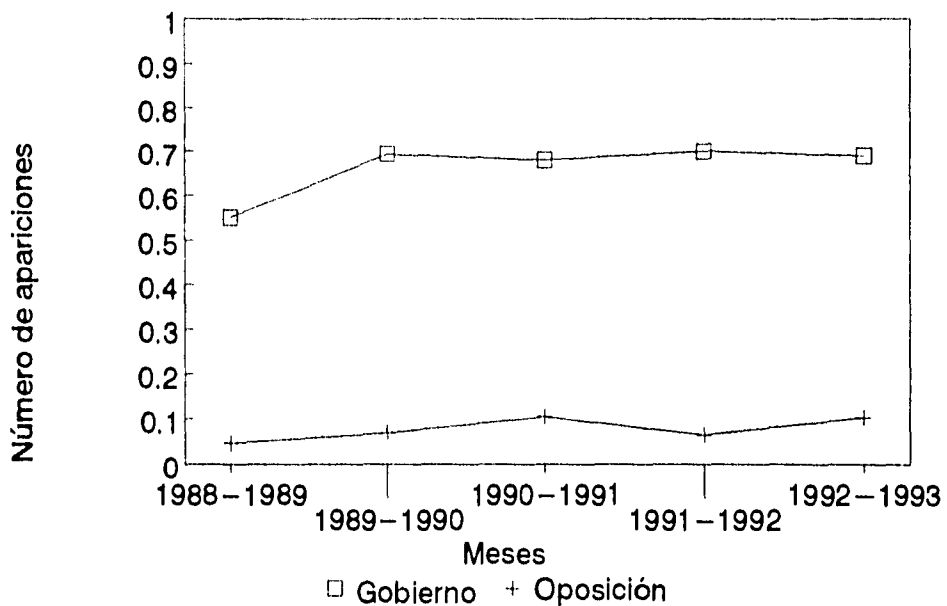
## FOTOGRAFIA DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

Gráfica U1.5c



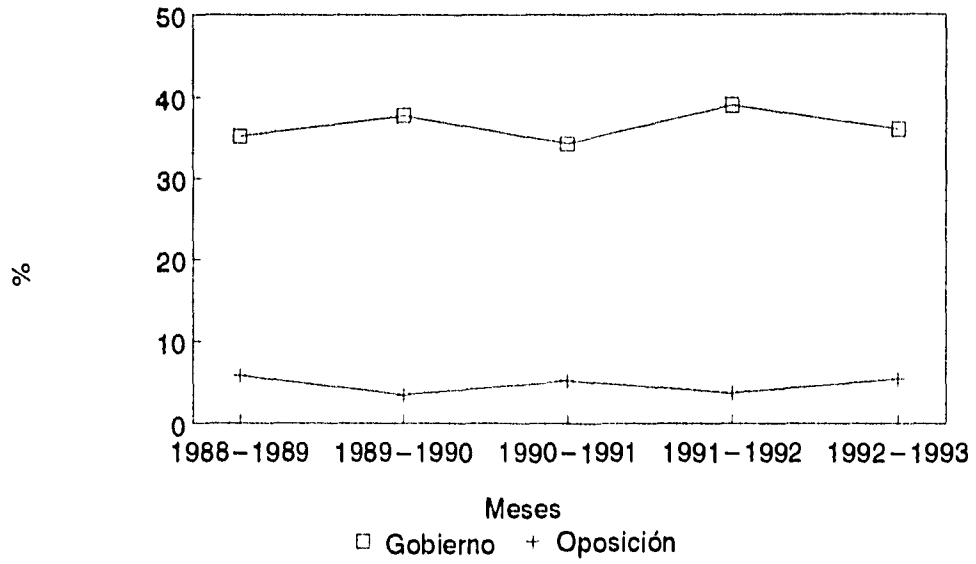
## PRESENCIA DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

Gráfica U1.5d



**EL UNIVERSAL**

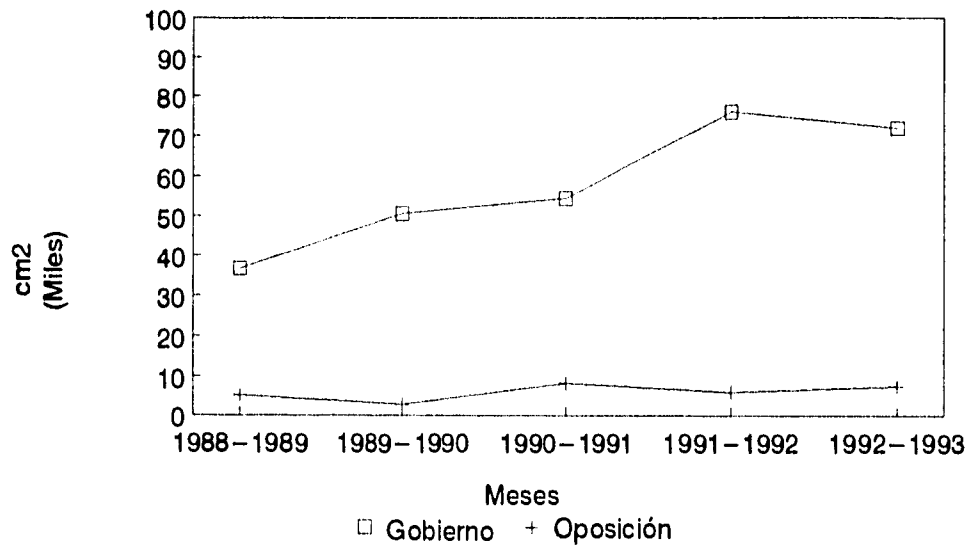
**IMPACTO**  
**DICIEMBRE 1988 - NOVIEMBRE 1993**  
Gráfica U1.6f



# EL UNIVERSAL

## FOTOGRAFIA DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

Gráfica U3.6a

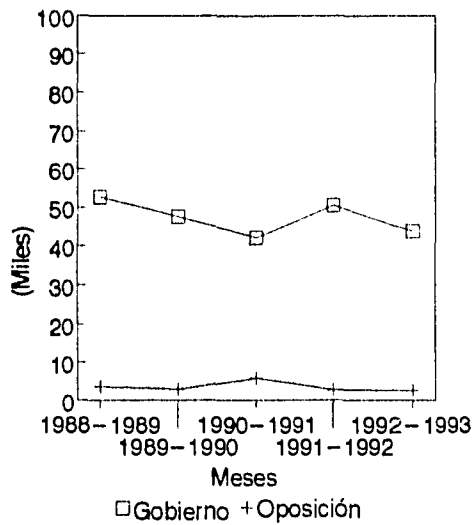




**EL UNIVERSAL**  
**DICIEMBRE 1988 - NOVIEMBRE 1993**

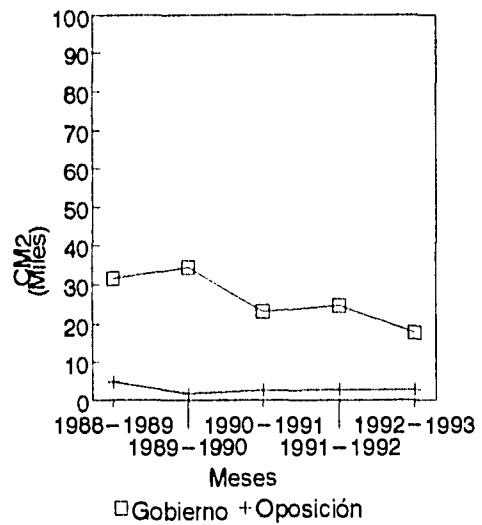
**CUADRANTE I**

Gráfica U1.6b



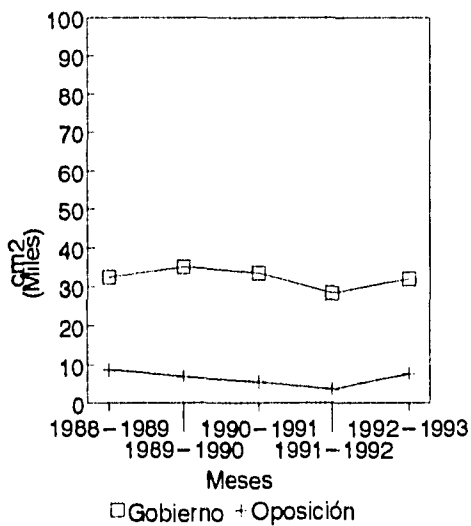
**CUADRANTE II**

Gráfica U1.6C



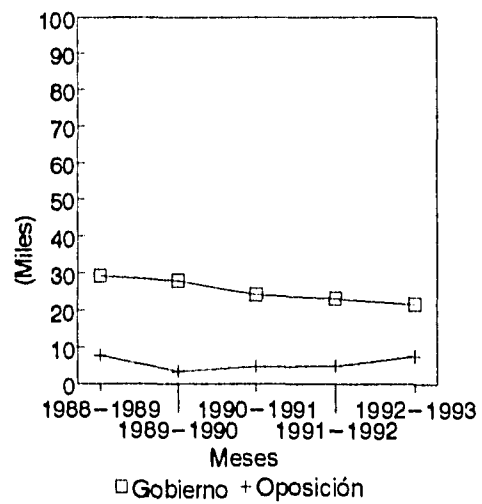
**CUADRANTE III**

Gráfica U1.6d



**CUADRANTE IV**

Gráfica U1.6e



a la información procedente del Gobierno y su partido, durante los cinco años estudiados, a la información de la oposición se dedicaron solamente 17,355. Y, para tratar de hacer más explícita la observación eso representó el 49.2% del espacio del primer cuadrante dedicado al Gobierno y sólo 3.4% a la información política de oposición. En este punto se hace indispensable mencionar que la suma de estos dos porcentajes no suma 100%, como podría suponerse, debido a que la diferencia del espacio fue utilizado por el Universal en información de otros tópicos, como asuntos internacionales, de carácter social o específicamente en noticias cuyo origen fue la iniciativa privada.

En los totales del "Cuadrante II" de la misma Tabla U1.6, la situación cambia drásticamente debido a que este espacio es menos privilegiado que el primero. Los centímetros cuadrados dedicados al Gobierno bajan a 131,585, mientras los dedicados a la oposición disminuyen ligeramente a 14,192. Esto es, el porcentaje del espacio dedicado al Gobierno disminuye a 27.37, mientras el de la información de la oposición baja sólo un poco; a 3.0%.

En los totales del "Cuadrante III" de la Tabla U1.6, los centímetros cuadrados destinados a la información oficial, durante el mismo período analizado, fueron de 161,118, mientras los dedicados a la oposición alcanzaron la cifra de 32,222, para establecer una diferencia en porcentajes del 19.8 del Gobierno, contra un 3.96 de información política de la oposición.

La variable correspondiente al "Cuadrante 4", el menos privilegiado de los espacios de la primera plana, consigna en la Tabla U1.6 125,555 centímetros cuadrados dedicados a la información gubernamental y sólo 28,637 a la oposición. En rigor la relación nos habla de que el 29.4% del espacio total de este periódico, en este cuadrante, fue dedicado al Gobierno mientras a la oposición política sólo se le destinó el 3.6%.

Finalmente, la variable compuesta "Impacto", en la Tabla que nos ocupa, nos muestra una nítida imagen de la situación: al Gobierno le fueron dedicados 944,753 centímetros cuadrados entre fotografías y espacios de los cuatro cuadrantes, mientras a la oposición solamente 121,559. Esto nos ofrece una relación de 36.48% para la información del Gobierno y su partido y 4.8% para la oposición.

Obvio sería mencionar que en ningún caso el espacio dedicado a la información de oposición política excedió al 5%, mientras el Gobierno y su partido se beneficiaron con índices muy superiores hasta, como lo muestra el primer cuadrante, cercanos al 50%.

#### **LA JORNADA**

En el renglón de totales de la Tabla J2.5 en principio podemos observar que en la variable "Cintillo" este muestra ceros. Ello es debido a que en el formato del periódico La Jornada, el cual

corresponde al tipo tabloide, no existe el cintillo utilizado en el formato tradicional. Sin embargo podemos observar en la misma Tabla que la variable "8 columnas" contabiliza 816 de esas cabezas, dedicados al Gobierno y solamente 144 a la información generada por la oposición. Lo anterior significa que La Jornada privilegió a la información proveniente del sector oficial dedicándole 5.66 veces más que a la información proveniente de los partidos de oposición.

En la variable "Fotografía" La Jornada publicó en la primera plana, en los cinco años que abarca el estudio, 563 fotografías dedicadas a la información de procedencia oficial y sólo 126 a la proveniente de la oposición en el mismo lapso. Esto es, 4.46 veces más de espacio dedicado al gobierno y su partido que el destinado a la oposición.

En la misma Tabla que nos ocupa (J2.5) podemos observar la cantidad de espacio contabilizado en fotografías publicadas para privilegiar la información y encontramos que al Gobierno se le destinaron 60,170 centímetros cuadrados, mientras a la oposición solamente 14,092. Esto es, 4.24 veces más espacio dedicado a la información oficial que a su contraparte.

En el análisis de la variable compuesta que nombramos "Presencia" La Jornada muestra un resultado de 1379 espacios de privilegio dedicados durante los cinco años al Gobierno, mientras en el mismo lapso dedico a la oposición solamente 270. Lo que arroja una diferencia de 5.10 veces más espacio destinado al

LA JORNADA										
AÑO	CINTRO		B COLIM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.	OP.	GOB.	OP.		
Dic. 88 - Nov 89	0	0	180	31	142	13,935	51	4,916	322	82
Dic 89 - Nov 90	0	0	176	24	114	11,509	19	2,216	290	43
Dic. 90 - Nov 91	0	0	156	26	98	10,605	16	1,789	254	42
Dic. 91 - Nov. 92	0	0	159	27	116	13,280	21	2,379	275	48
Dic. 92 - Nov. 93	0	0	145	36	93	10,841	19	2,792	238	55
<b>TOTALES:</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>816</b>	<b>144</b>	<b>563</b>	<b>60,170</b>	<b>126</b>	<b>14,092</b>	<b>1,379</b>	<b>270</b>

Tabla J2.5

Gobierno y su partido que el ofrecido a las fuerzas de oposición política.

Para el desglose de la variable compuesta "Impacto" de el periódico La Jornada debemos acudir a la Tabla J2.6 y como en el caso del análisis de El Universal, la variable "Fotografía" de la primera columna ya ha sido realizado en relación a la variable "Presencia".

El renglón de totales de la Tabla en cuestión muestra, en la variable del "Cuadrante I", que le fueron destinados 55,070 centímetros cuadrados a la información procedente de fuentes oficiales y 21,876 a la información generada por la oposición política. Sin embargo los porcentajes de este primer cuadrante muestran 28.72 y 6.8 dedicados a la información oficial y a la oposición, respectivamente. Esto se debe, recordemos, al hecho de que, del total del espacio del primer cuadrante en cinco años, mucho de él fue destinado a cuestiones de índole diferente al político, como puede ser: la información social, internacional, cultural y otras.

En los totales del "Cuadrante II", de la misma Tabla, se consignan 45,990 centímetros cuadrados dedicados a la información oficial y solamente 10,249 a la información de la oposición. Los porcentajes nos indican que el 33.6 de los espacios de este cuadrante fueron dedicados al Gobierno y su partido y 3.4 a la información de sus adversarios políticos.

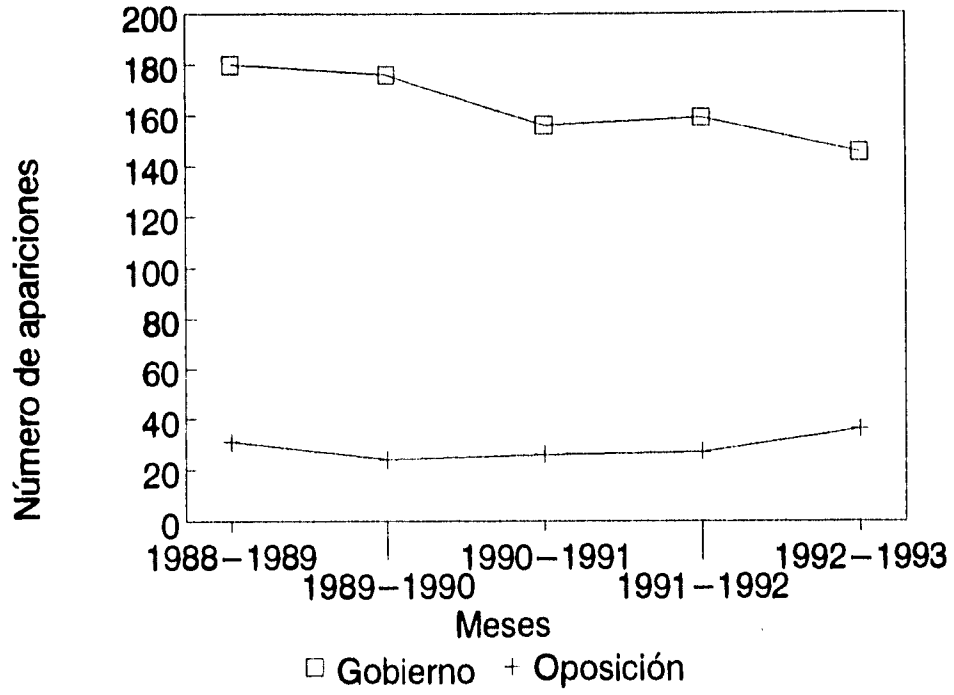
LA JORNADA																								
CUADRANTES																				IMPACTO				
AÑO	FOTOGRAFIA				I				II				III				IV				PAGINA			
	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB	OP	GOB	OP	GOB	OP	GOB	OP	GOB	OP	PAGINA	OP	%	%	GOB	OP	%	%		
	GOB		OP	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	
Dic 88 Nov 89	142	13,935	51	4,918	10,102	28.77	3,153	4.52	10,189	37.18	2,135	3.25	8,266	10.30	2,765	1.87	14,223	9.74	4,156	2.71	56,715	17.125	25.48	7.65
Dic 89 Nov 90	114	11,509	19	2,216	9,664	25.02	2,966	5.14	10,731	39.17	1,553	3.07	9,192	11.41	3,741	2.89	13,338	10.61	5,681	4.51	54,334	16.157	24.43	7.26
Dic 90 Nov 91	98	10,895	16	1,789	10,083	26.39	3,867	5.51	8,488	30.92	1,789	2.74	9,316	11.74	3,701	2.71	14,128	10.59	5,655	4.17	52,638	16.792	23.63	7.51
Dic 91 Nov 92	116	13,280	21	2,379	11,840	31.18	4,959	7.68	8,862	32.35	2,009	3.70	6,731	8.43	3,544	2.75	11,172	8.62	5,702	4.44	51,895	18.564	23.28	8.33
Dic 92 Nov 93	93	10,841	19	2,792	13,391	34.38	6,940	10.92	7,722	28.25	2,772	3.81	8,137	10.24	3,708	2.89	13,165	10.12	6,241	4.84	53,246	22.453	23.99	10.12
<b>TOTALES:</b>	<b>563</b>	<b>60,170</b>	<b>126</b>	<b>14,092</b>	<b>55,070</b>	<b>29</b>	<b>21,876</b>	<b>7</b>	<b>45,990</b>	<b>34</b>	<b>10,249</b>	<b>3</b>	<b>41,562</b>	<b>10</b>	<b>17,459</b>	<b>3</b>	<b>66,026</b>	<b>10</b>	<b>27,435</b>	<b>4</b>	<b>268,818</b>	<b>91,111</b>	<b>24</b>	<b>8</b>

Tabla J2.6

# LA JORNADA

## 8 COLUMNAS DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

Gráfica J2.5b

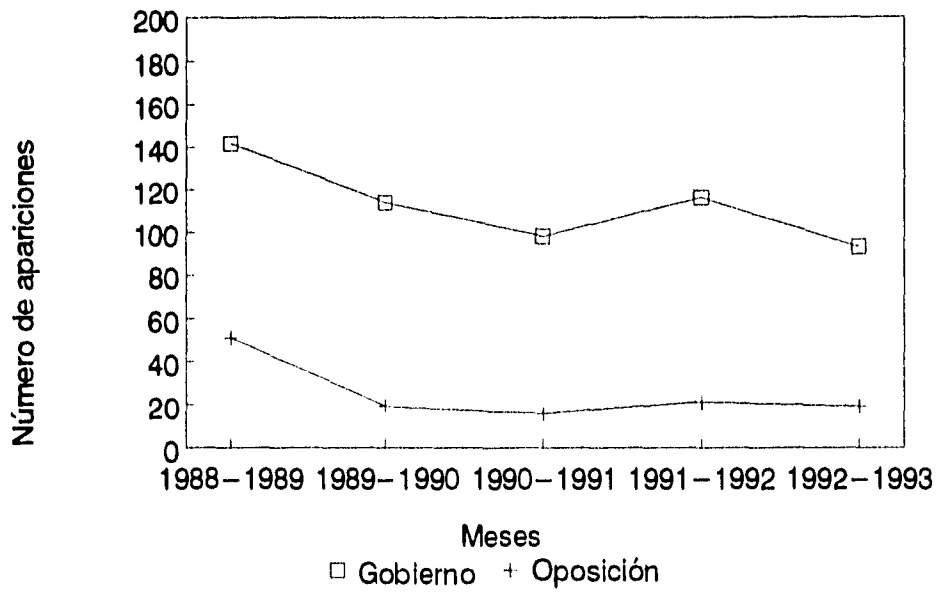




## LA JORNADA

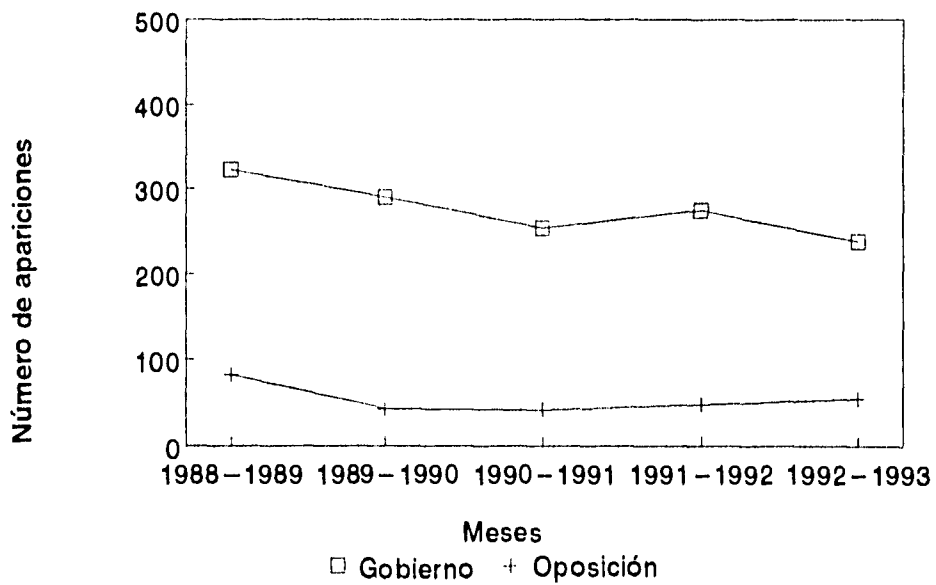
### FOTOGRAFIA DICIEMBRE 1988 - NOVIEMBRE 1993

Gráfica J2.5c



### PRESENCIA DICIEMBRE 1988 - NOVIEMBRE 1993

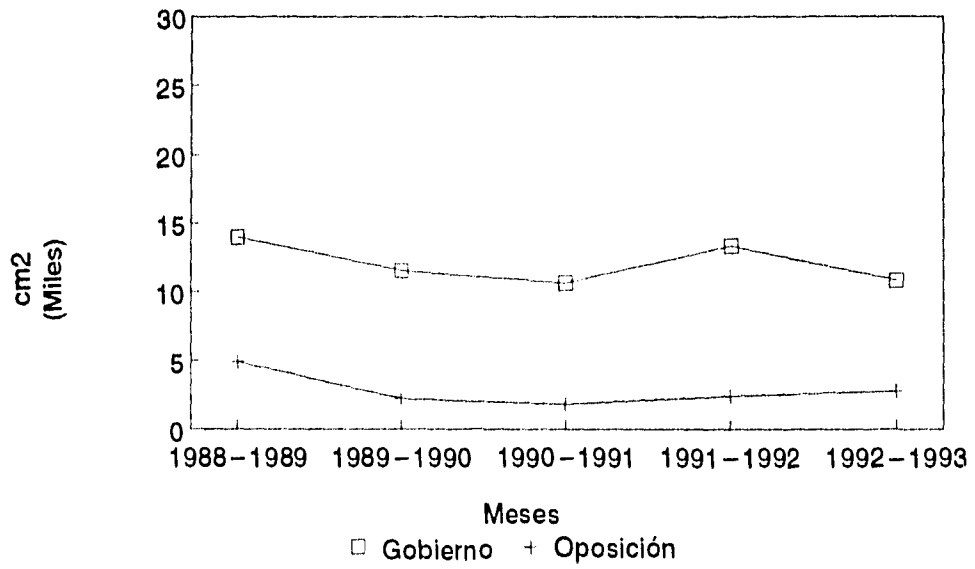
Gráfica J2.5d



# LA JORNADA

## FOTOGRAFIA DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

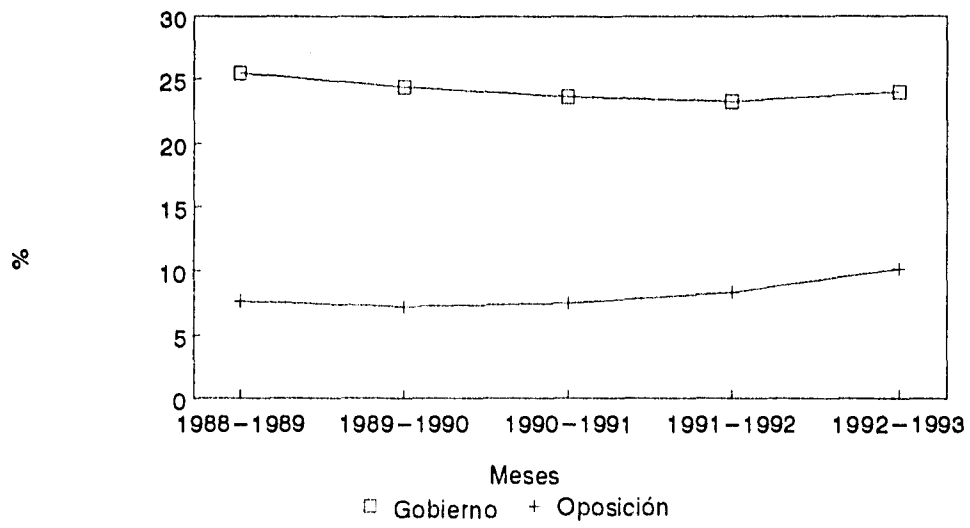
Gráfica J2 6a



# LA JORNADA

## IMPACTO DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

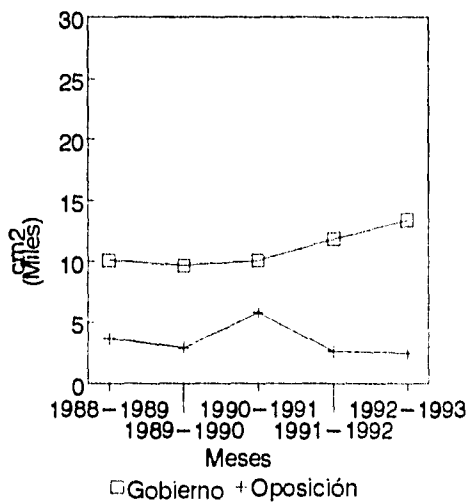
Gráfica J2.6f



**LA JORNADA**  
**DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993**

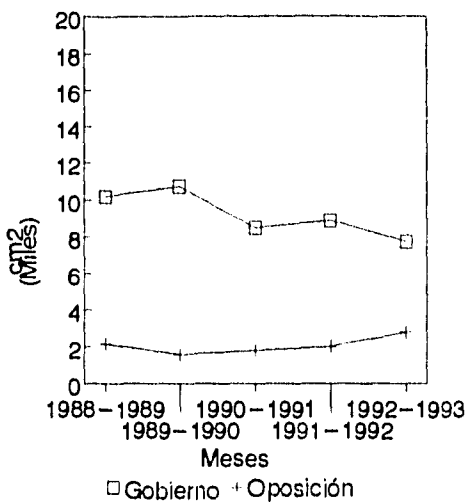
**CUADRANTE I**

Gráfica J2.6b



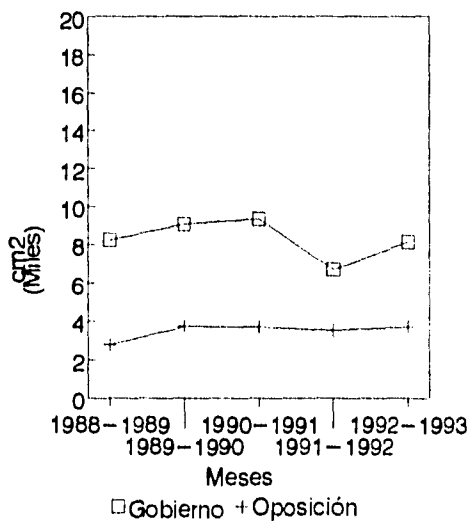
**CUADRANTE II**

Gráfica J2.6c



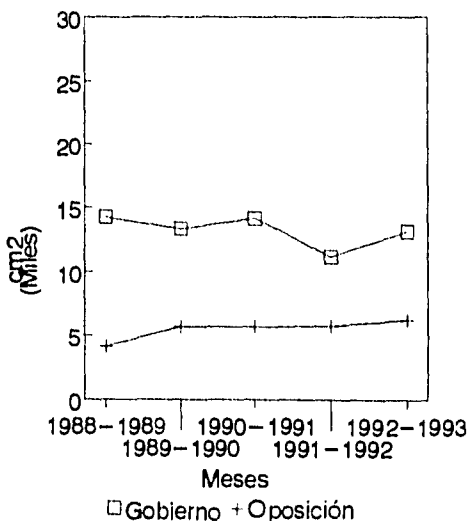
**CUADRANTE III**

Gráfica J2.6d



**CUADRANTE IV**

Gráfica J2.6e



En la variable "Cuadrante III" se mantiene la misma tendencia. Se dedicaron 41,562 centímetros cuadrados a la información del Gobierno y su partido y 17,459 a la oposición. Los porcentajes de espacio en este cuadrante dedicados a uno y otro fueron 10.4 y 2.6, respectivamente.

Los espacios dedicados a la información política en la variable "Cuadrante IV" arrojaron los siguientes resultados: 66,026 centímetros cuadrados dedicados a la información gubernamental y del partido oficial y 27,435 a la información de la oposición. Los porcentajes del espacio total de este cuadrante dedicados a los aspectos políticos fueron de 10.0 para el Gobierno y su partido y 4.0 para la oposición.

Finalmente la variable compuesta "Impacto" observable en la Tabla J2.6 contabiliza 268,818 centímetros cuadrados dedicados en los cinco años de nuestro estudio a la información proveniente del gobierno y su partido y 91,111 a la de la oposición.

Aunque sea en forma ponderada las cifras demuestran, que aun siendo un periódico calificado por un cierto sector de sus lectores como de filiación de izquierda, La Jornada puede, en caso dado, demostrar que, al menos en la distribución de sus espacios, no rompe con el modelo impuesto por el Gobierno del Estado para los medios de comunicación escrita. Esto es, en ningún caso y de acuerdo a las variables que demuestran cómo se privilegia la información, la oposición superó en espacio a los destinados al

Gobierno y su partido.

### **EXCELSIOR**

Como es fácilmente observable en el renglón de totales de la Tabla E3.5, en la cual se desglosan las variables sencillas para conformar la de "Presencia", del primero de diciembre de 1988 al 30 de noviembre de 1993, fueron dedicados 582 cintillos a la información proveniente del sector público o del partido oficial, mientras a la oposición se dedicaron solamente 55. Recordemos que el período analizado de cinco años contiene 1820 días. La diferencia entre la suma de los cintillos dedicados al Gobierno y su partido y los partidos de oposición, fue destinada por el periódico Excélsior a diversos tópicos diferentes a las informaciones políticas antagónicas estudiadas en este trabajo.

Aun así no podemos pasar por alto que los resultados mencionados en el párrafo anterior demuestran, sin lugar a dudas, que el periódico Excélsior dedicó 10.58 veces más cintillos al Gobierno y su partido que a la información proveniente de la oposición.

Como ya es costumbre en los grandes medios de comunicación escrita, en la variable más importante, la de "8 Columnas", frecuentemente se privilegia al Gobierno; el periódico Excélsior no es la excepción, privilegió al Gobierno con 690 de esas importantes

EXCELSIOR										
AÑO	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
Dic.88 - Nov.89	128	15	141	12	54	4,834	15	1,227	323	42
Dic.89 - Nov.90	107	13	157	14	46	3,987	11	878	310	38
Dic.90 - Nov.91	128	4	146	0	85	8,740	9	875	359	13
Dic.91 - Nov.92	156	19	161	5	124	13,907	8	769	441	32
Dic.92 - Nov.93	63	4	85	1	105	9,547	2	163	253	7
<b>TOTALES:</b>	<b>582</b>	<b>55</b>	<b>690</b>	<b>32</b>	<b>414</b>	<b>41,015</b>	<b>45</b>	<b>3,912</b>	<b>1,686</b>	<b>132</b>

Tabla E3.5

cabezas, mientras dedicó, en el mismo período, solamente 32 titulares de ese tipo a la oposición. Si dividimos en número mayor entre el menor, encontraremos que éste periódico dedicó 21.56 veces más de este importante concepto al Gobierno que a la oposición.

En el renglón correspondiente a la variable "Fotografía" de la misma Tabla, observamos que Excélsior publicó 414 dedicadas a la información del Gobierno y su partido, mientras destinó sólo 45 a la información de la oposición; esto es, 9.2 veces más fotografías dedicadas al Gobierno que las destinadas a información de oposición. En relación a los centímetros cuadrados invertidos en este tipo de comunicación Excélsior invirtió 41,015 para privilegiar al Gobierno y su partido y a la oposición solamente 3912. En términos de asimetría encontramos que se le dedicó al Gobierno y su partido 10.48 veces más centímetros cuadrados que a la oposición.

En la columna dedicada a la variable compuesta "Presencia" en la Tabla E3.5, podemos darnos cuenta que se destinaron 1686 espacios de privilegio al Gobierno y su partido, mientras a los partidos de oposición solamente 132; Esto nos da una resultante de 12.77 veces más espacios de este tipo dedicado al primero que al segundo.

Para el análisis de la variable compuesta "Impacto" analizaremos los datos contenidos en la Tabla E3.6, la cual, como en los dos casos anteriores muestra en su primera columna la



variable "Fotografía", misma que ya fue abordada cuando observamos el comportamiento de la variable "Presencia".

En la tabla mencionada, en el renglón de totales, podemos ver que Excélsior, en los cinco años estudiados, dedicó 44,561 centímetros cuadrados de su principal cuadrante, el número I, a la información procedente u originada en el Gobierno y su partido, mientras a la oposición, en el mismo cuadrante, le destinó 2,511. Ahora bien para el total de centímetros cuadrados publicados por esta casa editora en el mismo lapso, esa cantidad de 44, 541 centímetros cuadrados representa solamente el 10.6 del espacio destinado al Gobierno y su partido, lo cual no se puede afirmar que sea mucho. Sin embargo, como argumento contrario, a la oposición le fue destinado solamente el 0.6% de ese mismo espacio, con lo cual se vuelve a "equilibrar" el contrasentido.

Para el "Cuadrante II", el mismo renglón de la Tabla E3.6, permite observar que en este espacio se publicaron 27,239 centímetros cuadrados de información gubernamental o del partido oficial, mientras a la oposición fueron destinados 7,637. Los porcentajes alcanzados por ambos conceptos fueron de 6.4 para el Gobierno y su partido y 1.8 para la oposición.

Para el "Cuadrante III", segundo en importancia de los cuatro, la tendencia es semejante: al Gobierno fueron dedicados 63,846 centímetros cuadrados de información proveniente del Gobierno y su partido y solamente 17,405 para los partidos de oposición. En

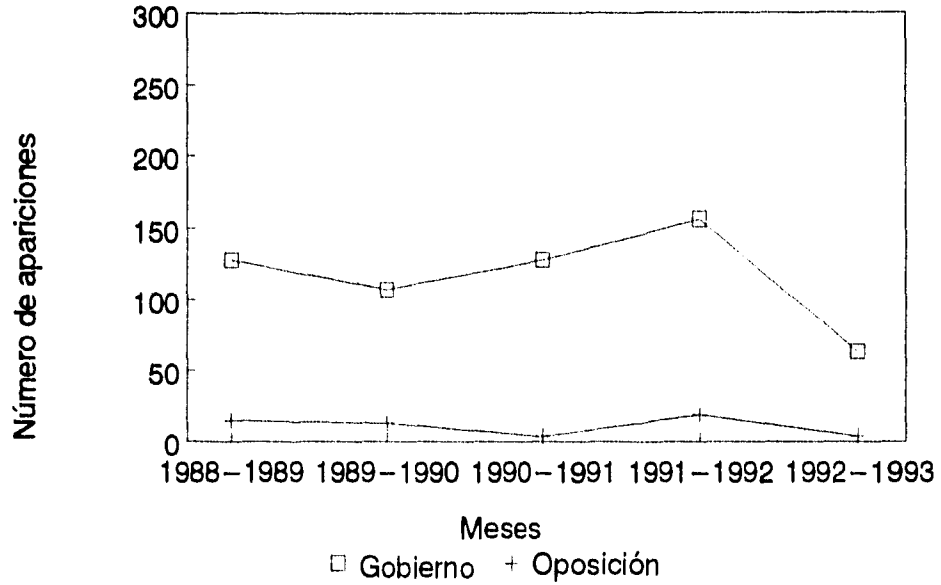
EXCELSIOR																								
CUADRANTES																				IMPACTO				
AÑO	FOTOGRAFIA				I				II				III				IV				PAGINA			
	No.		cm <sup>2</sup>		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		PAGINA		%	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
Dic. 88 - Nov. 89	54	4,834	15	1,227	2,673	3.19	450	0.53	3,831	4.52	1,494	1.75	7,422	4.84	4,253	2.76	5,656	3.49	4,488	2.77	24,418	11,922	5.13	2.49
Dic. 89 - Nov. 90	46	3,987	11	878	804	0.95	110	0.13	2,709	3.29	428	0.50	6,547	4.26	3,285	2.14	5,712	3.55	3,703	2.31	19,849	8,394	4.18	1.76
Dic. 90 - Nov. 91	85	8,740	9	875	6,924	8.10	136	0.16	9,286	10.98	2,245	2.66	17,314	12.51	3,882	2.54	17,986	11.75	4,312	2.72	59,832	11,450	12.54	2.40
Dic. 91 - Nov. 92	124	13,007	8	769	25,156	29.77	1,045	1.23	7,529	8.91	2,109	2.50	19,212	13.29	3,527	2.57	14,824	9.78	4,503	3.06	80,827	11,953	16.98	2.51
Dic. 92 - Nov. 93	105	9,547	2	153	9,004	10.55	770	0.92	3,813	4.47	1,361	1.63	13,351	9.29	2,478	1.70	9,327	6.16	3,183	2.09	45,042	7,925	9.45	1.88
<b>TOTALES:</b>	<b>414</b>	<b>41,015</b>	<b>45</b>	<b>3,912</b>	<b>44,561</b>	<b>11</b>	<b>2,511</b>	<b>1</b>	<b>27,239</b>	<b>6</b>	<b>7,637</b>	<b>2</b>	<b>63,846</b>	<b>9</b>	<b>17,405</b>	<b>2</b>	<b>53,107</b>	<b>7</b>	<b>20,199</b>	<b>3</b>	<b>229,768</b>	<b>51,664</b>	<b>10</b>	<b>2</b>

Tabla E 3.6

# EXCELSIOR

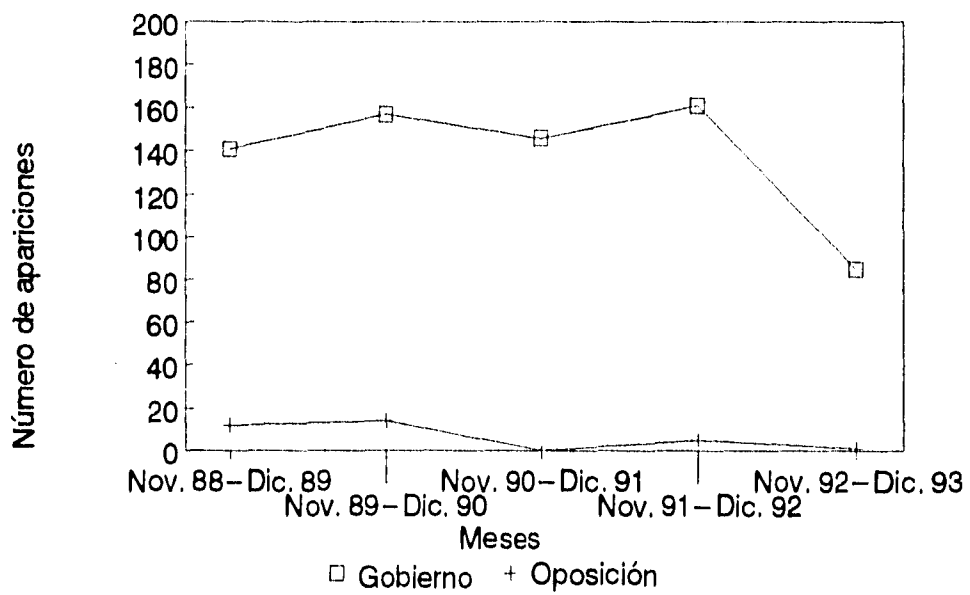
## CINTILLO DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

Gráfica E3.5a



## 8 COLUMNAS DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

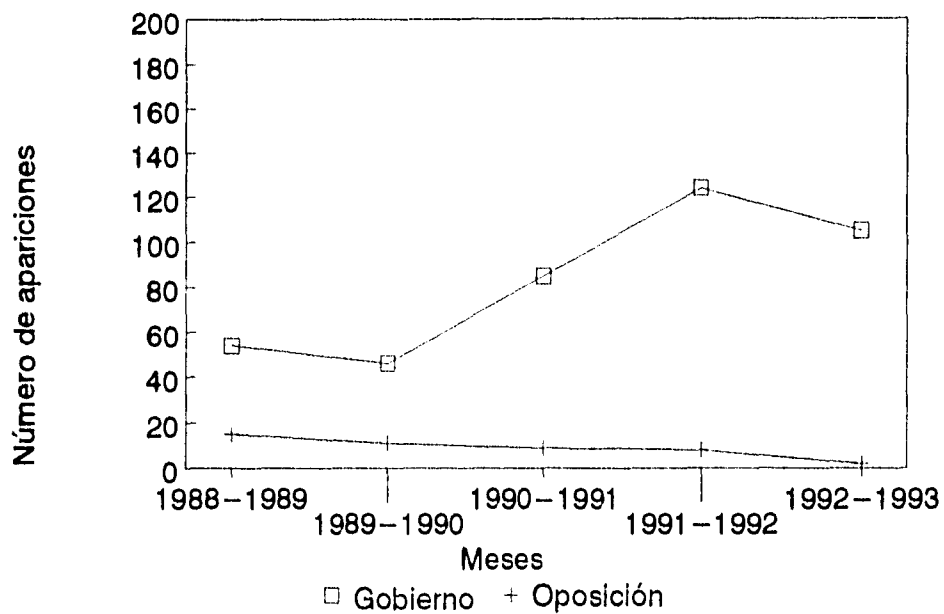
Gráfica E3.5b



# EXCELSIOR

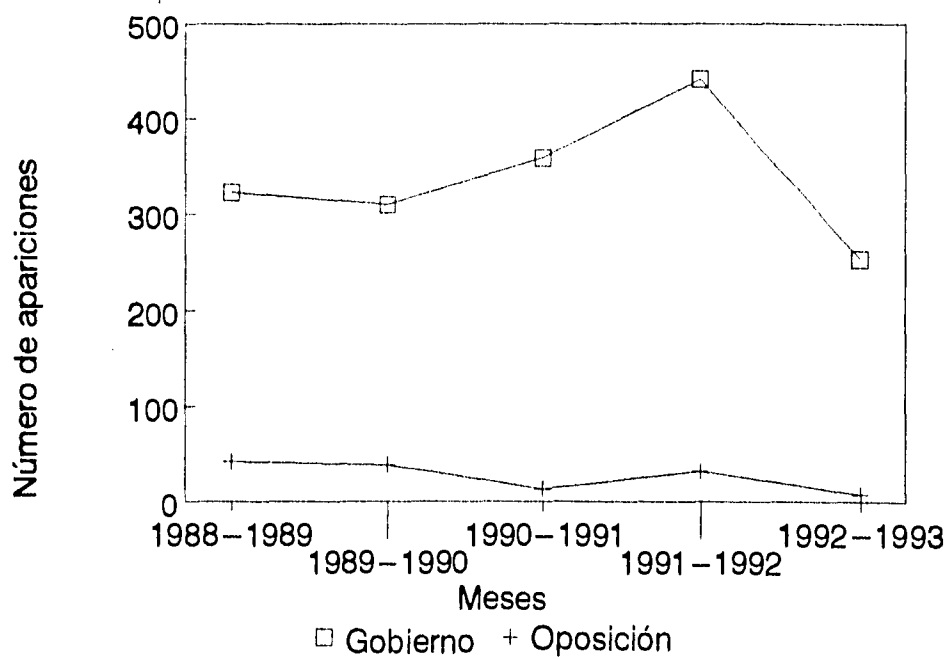
## FOTOGRAFIA DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

Gráfica E3.5c



## PRESENCIA DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993

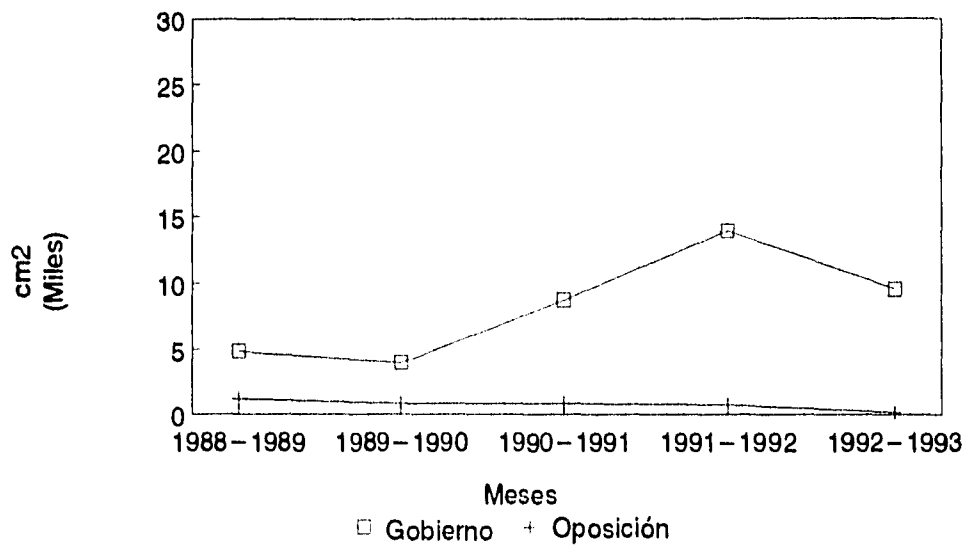
Gráfica E3.5d



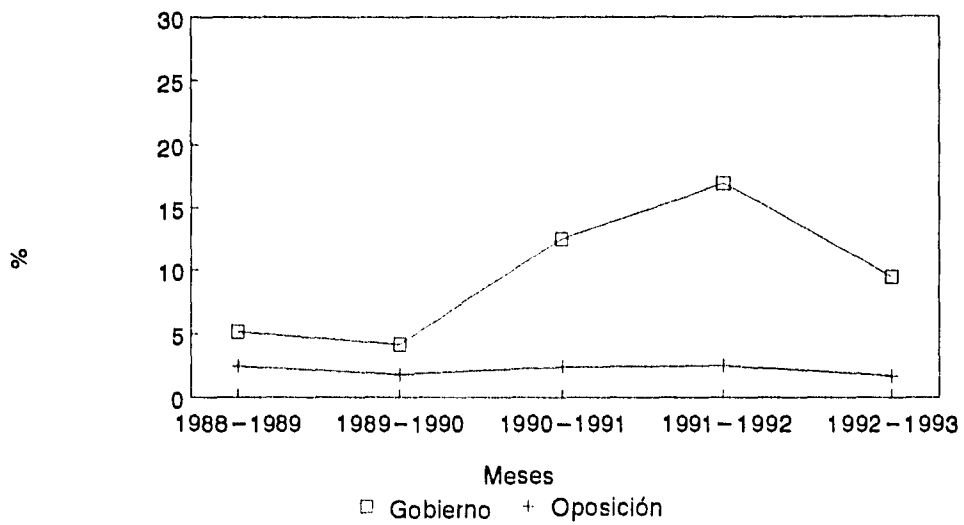
**EXCELSIOR**

**FOTOGRAFIA**  
**DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993**

Gráfica E3.6a



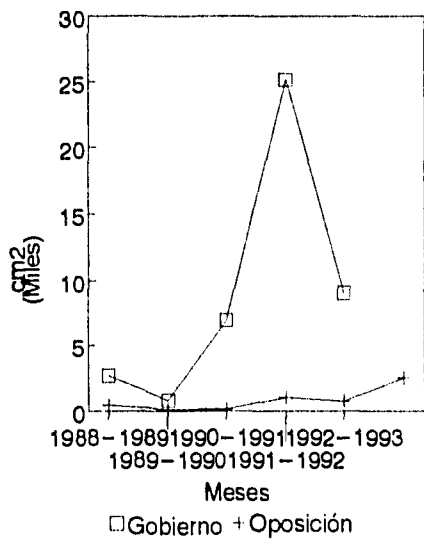
**IMPACTO**  
**DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1993**  
Gráfica E3.6f



**EXCELSIOR**  
**DICIEMBRE 1988 - NOVIEMBRE 1993**

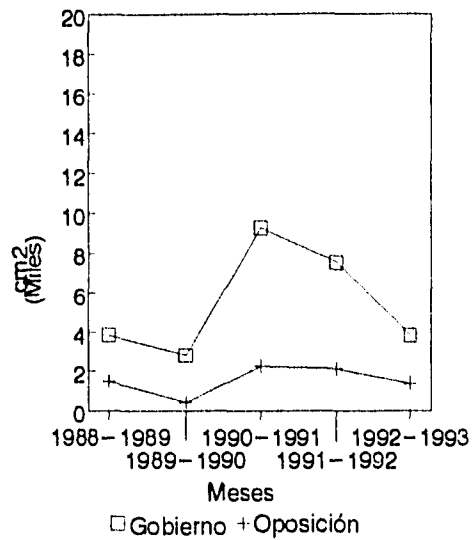
**CUADRANTE I**

Gráfica E3.6b



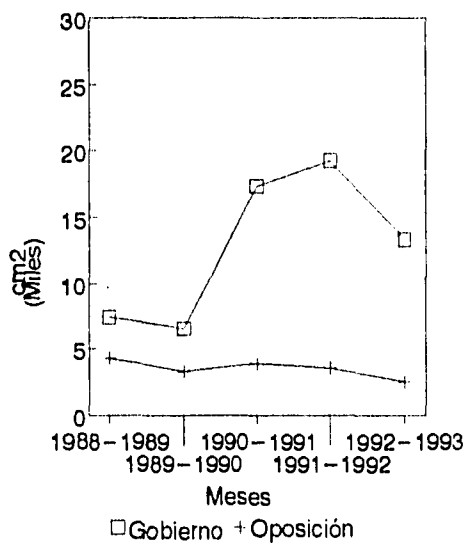
**CUADRANTE II**

Gráfica E3.6c



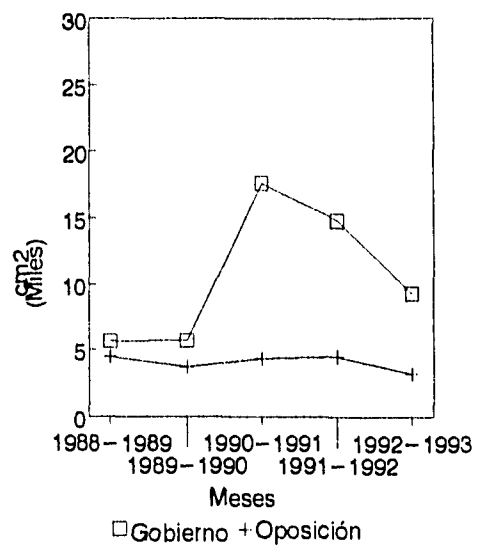
**CUADRANTE III**

Gráfica E3.6d



**CUADRANTE IV**

Gráfica E3.6e



términos de porcentaje las cifras mencionadas equivalieron a 8.8 del espacio dedicado en ese cuadrante al Gobierno y 2.4% a la oposición.

En el cuarto y último cuadrante la misma Tabla menciona 53,107 centímetros cuadrados publicados con información oficial, sea del Gobierno o de su partido y 20,119 consignando información de los partidos de oposición. Traducido a porcentajes del total del espacio del cuadrante, durante cinco años, esto significa que el 7% para el Gobierno y su partido y 2.6 para los partidos de oposición.

Finalmente en el renglón de totales de la variable compuesta "Impacto" podemos percatarnos que mientras el Excélsior dedicó 229,768 centímetros cuadrados de su espacio de primera plana al Gobierno y su partido, a la oposición destinó solamente 51,664. Los porcentajes dedicados a los aspectos políticos en esas primeras planas nos dicen que Excélsior invirtió solamente el 9.6 de su espacio privilegiado para tratar información gubernamental y sólo 2.17 del mismo en asuntos de la oposición.

En este punto nos permitimos abrir un paréntesis para hacer un señalamiento, a nuestro juicio, importante: en el análisis precedente de los tres periódicos en estudio, hemos estado manejando cada vez con más frecuencia una nueva variable que nos permitió darle dimensiones más reales al fenómeno de la comunicación política en los medios escritos que hemos analizado.



EL UNIVERSAL						
AÑO	PRESENCIA			IMPACTO		
	GOB	OP	PREDOMINANCA	GOB	OP %	PREDOMINANCA
1988 - 1989	551	47	11 72	35 24	5 81	6 07
1989 - 1990	694	70	9 91	37 77	3 44	10 98
1990 - 1991	680	105	6 48	34 28	5 16	6 64
1991 - 1992	700	66	10 61	39 03	3 72	10 49
1992 - 1993	690	104	6 63	36 08	5 38	6 71
			9 07			8 18

Tabla U1.4

LA JORNADA						
AÑO	PRESENCIA			IMPACTO		
	GOB	OP	PREDOMINANCA	GOB	OP %	PREDOMINANCA
1988 - 1989	322	82	3 93	25 48	7 65	3 33
1989 - 1990	290	43	6 74	24 43	7 26	3 37
1990 - 1991	254	42	6 05	23 63	7 51	3 15
1991 - 1992	275	48	5 73	23 28	6 33	2 79
1992 - 1993	238	55	4 33	23 99	10 12	2 37
			5 36			3 00

Tabla J1.4

EXCELSIOR						
AÑO	PRESENCIA			IMPACTO		
	GOB	OP	PREDOMINANCA	GOB	OP %	PREDOMINANCA
1988 - 1989	323	42	7 69	5 13	2 49	2 06
1989 - 1990	310	38	6 10	4 18	1 76	2 36
1990 - 1991	359	13	27 62	12 54	2 4	5 23
1991 - 1992	441	32	13 78	16 98	2 51	6 76
1992 - 1993	253	7	36 14	9 45	1 66	5 63
			18 08			4 41

Tabla E1.4

Esta variable no la hemos explicitado suficientemente pero, ahora, nos servirá para darle realidad específica a los resultados obtenidos en el período de los cinco años de estudio; nos referimos a la variable que, convencionalmente, llamamos "Predominancia" y que definiremos como: el índice que nos permite observar, en una relación de disparidad, cuántas veces fue mayor la importancia y/o los espacios destinados al Gobierno que a la oposición. Por ejemplo: si la variable "Presencia" nos indica que un periódico dedicó, entre "Cintillos", titulares de "8 columnas" y "Fotografías", 1000 de estos espacios al Gobierno y su partido y solo destinó 250 a la oposición política, entonces la "Predominancia" es de cuatro a 1. Esto nos permitirá expresar juntas la relación entre "Presencia" e "Impacto" para llegar a resultados más generales y no por ello menos precisos.

Del análisis de las tablas Nos. U1.4, J1.4 y E1.4, en las cuales se sumaron las variables compuestas "Presencia" e "Impacto" de cada uno de los tres periódicos estudiados, podemos concluir que, con pequeñas altibajas en el caso de El Universal y La Jornada, la cantidad de espacio, medido en centímetros cuadrados, destinado en la primera plana al Gobierno y su partido, la relación, en cada uno de ellos, se mantuvo relativamente constante. Mientras El Universal dedicó, en promedio en ese quinquenio, 8.18 veces más espacio a la información proveniente del sector oficial, que a las noticias de los partidos de oposición, La Jornada para el

mismo concepto dedicó, en el mismo período, 3.0 veces más espacio al Gobierno que a la oposición.

En cambio el periódico Excélsior en el renglón de "Impacto" fue incrementando el espacio dedicado al Gobierno de 2.06 veces más, en relación al espacio dedicado a los partidos de oposición, durante el año 1988-89, a 5.63 veces durante el año 1992-93 para llegar a un promedio del quinquenio que nos ocupa de 4.41 veces. Lo cual puede interpretarse como un decremento en la independencia de ese medio escrito de las instituciones gubernamentales.

La segunda variable compuesta "Presencia" no deja lugar a dudas. Mientras el periódico El Universal dedicó durante el año de 1988-89 11.72 veces más espacio privilegiado, como sus "8 columnas", "Cintillos" y "Fotografías", al Gobierno y su partido, que a la información originada en los partidos de oposición, para el año 1992-93 había disminuido a 6.63 veces, manteniendo un promedio en el período de cinco años estudiado de 9.07 veces más de espacio privilegiado dedicado al Gobierno que a la oposición. Bajo las mismas condiciones y en el mismo lapso, el periódico La Jornada mostró en la variable "Presencia" una consistencia que la llevó a promediar 5.36 veces más espacio privilegiado dedicado al sector Oficial que a la oposición.

Sin embargo, de nueva cuenta, el periódico Excélsior acusó un incremento en la variable "Presencia" que fue, en el año 1988-89, de 7.69 veces más espacios privilegiados dedicados al gobierno que

a la información de oposición, a 36.14 veces más espacio cedido a la información del Gobierno durante al año 92-93, para llegar a un promedio quinquenal de 18.68. Y, otra vez, volvió a notarse lo que puede interpretarse como un incremento de la dependencia institucional del Excélsior a las líneas políticas dictadas por los órganos de comunicación social del aparato oficial.

En forma quizá un poco arbitraria podemos establecer que de los resultados totales, consignados en las tablas U1.4, J1.4 y E1.4, esto es, de la suma de las variables compuestas de "Presencia" e "Impacto" de cada uno de los periódicos materia de nuestro estudio, se desprende lo siguiente: el periódico Excélsior dedicó el 11.51 de su "Impacto" y "Presencia" periodística al sector oficial, El Universal le dedicó al mismo rubro 8.62 veces y La Jornada solamente el 4.18. Si uno de los parámetros de la dependencia de un medio escrito lo constituye la forma en que se distribuyen los espacios periodísticos de la primera plana, entonces la conclusión obvia sería que éste último medio escrito es el más independiente, siguiendo en segundo lugar El Universal y por último el Excélsior.

La información que sirvió de base para la elaboración de las tablas, con las cuales realizamos el análisis de los datos, puede encontrarse consignada en el anexo documental adjunto al presente trabajo. Profundizar más allá de lo aquí realizado en la materia que nos ocupa excede los objetivos de este trabajo y requeriría un

replanteamiento que por ahora esta fuera de nuestros límites y posibilidades.

## CONCLUSIONES

Del análisis de la información consignada en este estudio se desprenden algunas conclusiones interesantes, aunque ninguna espectacular. Sin embargo sería útil mencionar que al menos en relación a la distribución de los espacios privilegiados se observó un comportamiento y una marcada tendencia.

La evolución del periodismo en México, después de chispazos brillantes de notables pensadores, de hombres valientes que arriesgaron su seguridad e incluso su vida en el ejercicio de la comunicación de la información, ha derivado en los tiempos contemporáneos a una visión marcadamente empresarial. Dominada por la "modernidad" la industria de la comunicación ha sufrido transformaciones encaminadas a la concentración de las estructuras y a la imbricación de los periódicos con otros medios, especialmente los electrónicos. La tendencia actual del desarrollo de los medios escritos nos permite proyectarnos hacia una visión cada vez más monopólica del manejo de la información. Si bien es cierto que, por un lado, el hombre, individualmente, gracias a la moderna tecnología de punta, posee un cada vez más amplio número de canales de información, para tener acceso a bancos de datos de relativamente fácil consulta, también es cierto que las empresas de la comunicación de masas, como las de la prensa escrita, se ajustan a patrones cada vez más hegemónicos para la difusión de la misma.

Desde que Marshall McLuhan bordara aquel apotegma de que "el

medio es el mensaje", el cual traducido a la forma de pensamiento hispánico podría enunciarse como que "la forma es el fondo", hubiera sido útil iniciar una línea de investigación en los centros académicos, que hasta ahora considero muy poco explotada, y que consiste en el estudio de los medios de comunicación, independientemente de la calidad y la cantidad de la información que manejen.

Resulta particularmente extraño que de los tres medios de comunicación escrita estudiados, observados durante períodos más o menos largos, ninguno muestre desplantes independientes que permitan sacudirse o cuestionar, aunque sea ocasionalmente, las directrices impuestas por el Gobierno del Estado Mexicano.

Si se observó con algún detenimiento la tabla donde se mostraba la variable "Predominancia" pudo notarse con relativa claridad que tanto El Universal, como el Excésior y La Jornada, mostraron una conducta editorial como la que de ellos se esperaba; esto dicho estrictamente en el ámbito de la distribución de sus espacios privilegiados. Las empresas periodísticas obedecieron a su perfil y cumplieron con los valores entendidos impuestos por el control de la información gubernamental.

Huelga afirmar que la relativa libertad de que dice gozar la prensa escrita no está reflejada en la primera plana de los periódicos, sino, acaso, en las páginas editoriales donde los cartones y los artículos de fondo en muchas ocasiones emiten

mensajes de verdadera crítica política. Las cifras fueron claras en este respecto y nos permitieron confirmar las dos hipótesis iniciales de la investigación. Cuando algún periódico hace referencia directa a la pluralidad periodística, implicando con ello que en sus páginas da cabida a representantes de diversas corrientes de pensamiento y posición política, se está refiriendo a esos espacios donde la crítica encuentra un eco relativo. De todas formas no es de menospreciarse la conducta de algunos medios para defender, aunque sea en esas ínsulas de análisis informativo, el derecho que tienen sus audiencias a recibir opciones de opinión mucho más ricas en variedad, equilibradas y, por lo mismo, capaces de presentar áreas más amplias del espectro del pensamiento político del país.

A partir del análisis de los datos, obtenidos mediante el levantamiento hemerográfico, también nos fue relativamente fácil demostrar que la "personalidad" de cada periódico analizado es defendida enérgicamente por sus dueños, impidiendo las pocas opciones de cambio que propicia el Gobierno para su desarrollo. Esto puede deberse a un conservadurismo que opone un firme frente de resistencia a formas más evolucionadas. Sin embargo, la globalización impuesta por las tendencias a incorporarnos a un nuevo orden internacional, puede dar al trasto con esa cerrazón.

No estaría por demás recordar que los resultados obtenidos contemplan solamente la problemática de la primera plana de los



medios descrito y de ninguna manera los resultados podrían ser idénticos para el resto de las planas de los diarios en cuestión. De hecho sabemos que la pluralidad informativa de que hacen gala en su discurso tanto La Jornada, como el Universal, no se da en el plano de la información, sino en el género del periodismo de opinión que estos ejercen.

Finalmente podemos asentar que, si para satisfacer los deseos del grupo en el poder alguien pretende glorificar el tratamiento de un nuevo modelo de comunicación social implantado durante el sexenio del licenciado Carlos Salinas de Gortari, se llevaría una gran sorpresa porque, en realidad, no se diseñó un nuevo modelo; simple y sencillamente se hicieron algunos ajustes y sofisticaciones, sin que se hayan alcanzado transformaciones de fondo.

Desde la perspectiva del tratamiento de la información política, ésta se centralizó aún más. El órgano coordinador para la difusión y el control, dentro del aparato federal continuó siendo la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia, y si bien es cierto que a principios del sexenio se intentaron modernizar algunos aspectos de las relaciones entre la prensa y el Gobierno, estos no pasaron de una iniciativa para otorgar salarios mínimos profesionales a las diferentes actividades del periodismo. En ningún momento fueron abordadas cuestiones torales que hubieran afectado la dependencia y subordinación de las grandes casas

editoras de periódicos.

Así mismo quedó claro que, al fin y de cuentas, las tendencias y el nivel contestatario de algún medio en particular, no dependen de las personas que se dedican a las labores cotidianas del hacer periodístico, sino del nivel de imbricación política entre los órganos gubernamentales y los accionistas y directores de las editoras de esos medios.

Los periódicos, como aliados del Gobierno y de la razón de Estado, ocupados en tareas de ideologización y reforzamiento de las ideas políticas de la élite dominante, no imponen, en la mayoría de los casos, actitudes o posturas independientes. Estos se limitan casi siempre a plegarse a una no muy oculta subordinación que les permita mantener y, si les es posible, acrecentar su influencia en la persecución de sus propios intereses.

Cuando la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia pretendió, en los primeros tiempos del sexenio, ir ligeramente más allá de los límites defendidos por las editoras, éstas, de alguna manera, impidieron cualquier intento de profundizar en reformas que les afectaran en sus políticas internas y, claro está, en los márgenes de utilidades que obtienen del manejo de sus negocios. Luego entonces, la resitencia interpuesta para abandonar prácticas viciadas y permitir una mayor apertura de la libre expresión de las ideas, en forma equilibrada e imparcial, no deviene solamente del Gobierno sino, en no pocos casos, de los

propios empresarios de los medios de comunicación.

A nuestro juicio fue demostrado, más allá de toda duda, una marcada dependencia de los medios de comunicación escrita que, si se da entre tres de los más importantes diarios nacionales, podría ser lógico suponer se extiende, hasta cierto punto, a otros medios escritos del país, por lo menos en aquellos grandes diarios que se publican en la capital de la República y, con ciertas particularidades, en los medios que circulan en las capitales de los Estados; esto dicho con todas las reservas del caso.

Mientras la relación simbiótica entre medios y Gobierno no se modifique para presentar equilibrios más equitativos en el tratamiento de la información, no podrá hablarse de verdadera modernización y, mucho menos, de participación más democrática de los grupos sociales y editoriales en las políticas de interés general de la sociedad civil y, con ello, se da pauta para, con toda propiedad, hablar del ejercicio de un cierto autoritarismo en la conducta de la dirigencia del política del Estado.

## BIBLIOGRAFIA

Borrat, Héctor, EL PERIODICO, ACTOR POLITICO,  
Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S. A., 1989,  
177 pp.

Buendía, Manuel, EJERCICIO PERIODISTICO,  
México, Ed. Océano, S. A., 1985,  
206 pp.

Duverger, Maurice, SOCIOLOGIA POLITICA,  
Traduc. Jorge Esteban, 3a. ed.,  
Barcelona, Ed. Ediciones Ariel, 1972,  
419 pp.

Fraga, Rosendo, PRENSA Y ANALISIS POLITICO  
Argentina, Ed. Centro de Estudios Unión para la Nueva  
Mayoría, 1950, 140 pp.

Goded, Jaime, LOS MEDIOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA,  
México, UNAM-FCPyS., 1976, 302 pp.

Gutiérrez Vega, Hugo, INFORMACION Y SOCIEDAD,  
México, Ed. F.C.E., (Archivo del Fondo 13)  
1974, 114 pp.

Labarriére, Jean Louis, Lazzeri, Christian, et.al., TEORIA  
POLITICA Y COMUNICACION  
Traduc. Alcira Bixio,  
España, Ed. Gedisa, 1992, 274 pp.

Lerbinger, Otto, DISEÑOS PARA UNA COMUNICACION PERSUASIVA,  
México, Ed. El Manual Moderno S.A., 1979, 298 pp.

Olivares Flores, Enrique, ESTADO PODER Y PRENSA,  
México, UNAM-FCPyS, (Tesis Profesional) 1990  
ed. del autor.

Rivapalacio, Raymundo, et. al., MEDIOS DEMOCRACIA FINES, México,  
UNAM-Notimex, 1990, pp. 336.

Rodríguez Castañeda, Rafael, PRENSA VENDIDA,  
México, Ed. Grijalbo, 2a. ed., 1993, 386 pp.

Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, Reed Torres, Luis, Cordero y  
Torres, Enrique, EL PERIODISMO EN MEXICO,  
México, 2a. ed., Ed.UNAM-ENEP-Acatlan, 1980, 396 pp.

Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen, et. al. ENCILOPEDIA DE MEXICO,  
México, ed. especial, SEP, 1987, Tomo XI, pp. 6738.

Scherer García, Julio, LOS PRESIDENTES,  
México, Ed. Grijalbo, 1986, 259 pp.

Wiener, Norbert, CIBERNETICA Y SOCIEDAD,  
México, Ed. CONACYT, 1981, 181 pp.

#### TESTIMONIOS

García Ibarra, Abraham, Testimonio personal, México,  
D. F., febrero, 1989.

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1989**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	16	1	22	0	12	3,972	4	991	50	5
1	15	0	17	0	9	1,552	0	0	41	0
2	10	0	20	0	9	1,894	4	500	39	4
3	10	1	12	0	11	2,370	3	362	33	4
4	16	0	13	0	10	2,226	1	117	39	1
5	10	0	13	0	10	2,879	2	360	33	2
6	11	0	15	0	8	1,197	0	0	34	0
7	15	3	19	0	17	3,079	5	752	51	8
8	16	1	19	1	16	3,465	4	933	51	6
9	20	3	20	0	23	6,361	4	677	63	7
10	19	2	16	1	21	4,173	4	444	56	7
11	18	1	22	1	21	3,581	1	44	61	3
	176	12	208	3	167	36,749	32	5,180	551	47

Tabla U1.2/88-89

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1989 – NOV. 1990**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	16	3	18	2	17	1,991	3	246	51	8
1	18	4	22	0	26	5,330	4	397	66	8
2	15	4	21	1	24	4,694	2	160	60	7
3	15	1	21	2	22	4,805	3	570	58	6
4	16	6	20	4	17	2,922	2	319	53	12
5	14	4	16	0	20	4,757	0	0	50	4
6	22	2	24	0	22	4,103	1	144	68	3
7	15	0	22	2	19	3,427	0	0	56	2
8	16	2	23	1	26	4,172	2	314	65	5
9	12	3	21	0	24	4,866	4	454	57	7
10	9	2	19	0	19	3,994	1	119	47	3
11	19	1	22	1	22	5,501	3	208	63	5
	187	32	249	13	258	50,562	25	2,931	694	70

Tabla U1.2/89-90



Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1990 – NOV. 1991**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	18	3	19	2	22	4,940	8	1,524	59	13
1	16	0	7	0	16	2,584	1	88	39	1
2	12	1	11	0	19	2,690	1	160	42	2
3	15	0	18	0	16	2,362	0	0	49	0
4	19	6	22	0	25	4,916	7	850	66	13
5	12	3	20	1	22	4,681	5	760	54	9
6	14	4	23	0	18	3,963	8	730	55	12
7	12	2	23	1	22	5,210	2	330	57	5
8	20	6	25	1	23	4,376	21	2,752	68	28
9	15	3	22	3	26	6,282	7	760	63	13
10	13	4	26	0	27	6,738	2	216	66	6
11	14	2	22	0	26	5,764	1	64	62	3
	180	34	238	8	262	54,506	63	8,234	680	105

Tabla U1.2/90-91

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1991 – NOV. 1992**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	16	0	16	1	20	5,417	1	104	52	2
1	17	0	21	0	22	4,254	1	104	60	1
2	10	3	19	1	26	6,801	7	805	55	11
3	8	0	21	0	26	6,471	5	526	55	5
4	12	3	22	0	22	7,037	3	364	56	6
5	12	2	22	0	23	5,735	3	422	57	5
6	12	0	18	0	27	7,099	5	506	57	5
7	15	0	19	1	31	9,145	3	368	65	4
8	18	0	23	0	24	6,317	8	978	65	8
9	16	1	17	0	26	6,330	4	384	59	5
10	13	1	20	0	26	6,241	8	1,018	59	9
11	12	0	24	0	24	5,192	5	479	60	5
	161	10	242	3	297	76,039	53	6,058	700	66

Tabla U1.2/91-92

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1992 – NOV. 1993**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	14	0	16	0	19	4,313	0	68	49	0
1	12	0	18	0	23	4,577	5	456	53	5
2	13	1	19	1	24	5,252	3	275	56	5
3	14	1	22	1	27	6,320	5	635	63	7
4	14	3	19	1	26	5,588	7	595	59	11
5	12	1	15	0	22	5,088	5	487	49	6
6	15	3	18	0	25	5,576	7	606	58	10
7	13	6	21	0	28	7,626	8	728	62	14
8	15	4	20	0	27	6,990	6	577	62	10
9	13	1	21	0	26	7,497	11	1,013	60	12
10	15	1	20	0	24	6,530	6	677	59	7
11	15	4	19	0	26	6,619	13	1,330	60	17
	165	25	228	3	297	71,976	76	7,447	690	104

Tabla U1.2/92-93

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1990 – NOV. 1991**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	18	3	19	2	22	4,940	8	1,524	59	13
1	16	0	7	0	16	2,584	1	88	39	1
2	12	1	11	0	19	2,690	1	160	42	2
3	15	0	18	0	16	2,362	0	0	49	0
4	19	6	22	0	25	4,916	7	850	66	13
5	12	3	20	1	22	4,681	5	760	54	9
6	14	4	23	0	18	3,963	8	730	55	12
7	12	2	23	1	22	5,210	2	330	57	5
8	20	6	25	1	23	4,376	21	2,752	68	28
9	15	3	22	3	26	6,282	7	760	63	13
10	13	4	26	0	27	6,738	2	216	66	6
11	14	2	22	0	26	5,764	1	64	62	3
	180	34	238	8	262	54,506	63	8,234	680	105

Tabla U1.2/90-91

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1991 – NOV. 1992**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	16	0	16	1	20	5,417	1	104	52	2
1	17	0	21	0	22	4,254	1	104	60	1
2	10	3	19	1	26	6,801	7	805	55	11
3	8	0	21	0	26	6,471	5	526	55	5
4	12	3	22	0	22	7,037	3	364	56	6
5	12	2	22	0	23	5,735	3	422	57	5
6	12	0	18	0	27	7,099	5	506	57	5
7	15	0	19	1	31	9,145	3	368	65	4
8	18	0	23	0	24	6,317	8	978	65	8
9	16	1	17	0	26	6,330	4	384	59	5
10	13	1	20	0	26	6,241	8	1,018	59	9
11	12	0	24	0	24	5,192	5	479	60	5
	161	10	242	3	297	76,039	53	6,058	700	66

Tabla U1.2/91-92

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1992 – NOV. 1993**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	14	0	16	0	19	4,313	0	68	49	0
1	12	0	18	0	23	4,577	5	456	53	5
2	13	1	19	1	24	5,252	3	275	56	5
3	14	1	22	1	27	6,320	5	635	63	7
4	14	3	19	1	26	5,588	7	595	59	11
5	12	1	15	0	22	5,088	5	487	49	6
6	15	3	18	0	25	5,576	7	606	58	10
7	13	6	21	0	28	7,626	8	728	62	14
8	15	4	20	0	27	6,990	6	577	62	10
9	13	1	21	0	26	7,497	11	1,013	60	12
10	15	1	20	0	24	6,530	6	677	59	7
11	15	4	19	0	26	6,619	13	1,330	60	17
	165	25	228	3	297	71,976	76	7,447	690	104

Tabla U1.2/92-93

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1988 – NOV. 1989**

CUADRANTES																	IMPACTO			
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	5,978	73.04	142	1.74	2,471	30.19	348	4.25	2,663	19.28	1,095	7.93	3,091	22.38	453	3.28	18,175	3,029	41.32	6.89
1	4,097	50.06	136	1.66	2,348	28.69	549	6.71	2,754	19.94	996	7.21	2,376	17.20	640	4.63	13,127	2,321	29.84	5.28
2	4,370	59.12	362	4.90	2,916	39.45	246	3.33	2,569	20.59	640	5.13	2,209	17.71	998	8.00	13,958	2,746	35.13	6.91
3	3,909	47.76	0	0.00	2,389	29.19	124	1.52	3,057	22.14	976	7.07	2,353	17.04	976	7.07	14,078	2,438	32.00	5.54
4	4,316	54.49	80	1.01	2,130	26.89	298	3.76	2,666	19.95	923	6.91	2,837	21.23	708	5.30	14,175	2,126	33.30	4.99
5	3,369	41.17	266	3.25	2,075	25.35	572	6.99	2,119	15.34	627	4.54	2,428	17.58	1,019	7.38	12,870	2,844	29.26	6.47
6	3,915	49.43	318	4.02	2,534	31.99	436	5.51	1,901	14.22	731	5.47	2,110	15.79	615	4.60	11,657	2,100	27.38	4.93
7	4,450	54.37	757	9.25	2,426	29.64	1,000	12.22	2,267	16.42	1,237	8.96	2,597	18.80	904	6.55	14,819	4,650	33.69	10.57
8	5,259	64.26	188	2.30	2,580	31.52	375	4.58	2,990	21.65	529	3.83	2,663	19.28	578	4.19	16,957	2,603	38.55	5.92
9	4,560	57.58	535	6.76	2,870	36.24	254	3.21	2,857	21.38	383	2.87	1,805	13.51	377	2.82	18,453	2,226	43.35	5.23
10	4,377	53.48	514	6.28	3,815	46.62	160	1.96	3,227	23.37	361	2.61	2,432	17.61	426	3.08	18,024	1,905	40.97	4.33
11	4,017	50.72	318	4.02	3,025	38.19	389	4.91	3,357	25.12	286	2.14	2,253	16.86	121	0.91	16,233	1,158	38.13	2.72
	52,617	54.62	3,616	3.76	31,579	32.83	4,751	4.91	32,427	19.95	8,784	5.39	29,154	17.92	7,815	4.82	182,526	30,146	35.24	5.81

Tabla U1.1/88-89

Periódico: <b>EL UNIVERSAL</b>		Período: <b>DIC. 1989 – NOV. 1990</b>																			
<b>CUADRANTES</b>																	<b>IMPACTO</b>				
<b>MES</b>	<b>I</b>				<b>II</b>				<b>III</b>				<b>IV</b>				<b>PAGINA</b>				
	<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>(cm<sup>2</sup>)</b>		<b>%</b>		
	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	
12	3,327	40.65	185	2.26	3,396	41.50	186	2.27	2,690	19.48	571	4.13	2,318	16.78	260	1.88	13,722	1,448	31.19	3.29	
1	3,917	47.86	208	2.54	3,506	42.84	108	1.32	2,765	20.02	570	4.13	2,046	14.81	242	1.75	17,564	1,525	39.93	3.47	
2	4,120	55.74	280	3.79	3,302	44.67	72	0.97	3,124	25.04	326	2.61	1,751	14.04	466	3.74	16,991	1,304	42.76	3.28	
3	5,004	61.14	314	3.84	3,372	41.20	0	0.00	3,524	25.52	604	4.37	2,751	19.92	276	2.00	19,456	1,764	44.23	4.01	
4	4,013	50.67	906	11.44	2,668	33.69	200	2.53	2,392	17.90	1,228	9.19	2,381	17.82	410	3.07	14,376	3,063	33.77	7.20	
5	3,546	43.33	0	0.00	1,872	22.87	38	0.46	2,476	17.93	794	5.75	1,828	13.24	474	3.43	14,479	1,306	32.92	2.97	
6	4,126	52.10	336	4.24	2,902	36.64	22	0.28	3,061	22.90	501	3.75	2,332	17.45	264	1.98	16,524	1,267	38.82	2.98	
7	4,174	51.00	186	2.27	2,953	36.08	126	1.54	3,573	25.87	186	1.35	2,367	17.14	83	0.60	16,494	581	37.50	1.32	
8	3,805	46.49	50	0.61	2,298	28.08	160	1.96	3,162	22.90	482	3.49	2,384	17.26	220	1.59	15,821	1,226	35.97	2.79	
9	2,950	37.25	146	1.84	2,424	30.61	364	4.60	2,753	20.60	472	3.53	2,215	16.57	116	0.87	15,208	1,552	35.72	3.65	
10	3,831	46.81	0	0.00	2,451	29.95	168	2.05	2,625	19.01	334	2.42	2,528	18.30	290	2.10	15,429	911	35.07	2.07	
11	4,772	60.25	292	3.69	3,214	40.58	144	1.82	2,875	21.51	776	5.81	2,935	21.96	385	2.88	19,297	1,805	45.33	4.24	
	47,585	49.44	2,903	3.04	34,358	35.73	1,588	1.65	35,020	21.56	6,844	4.21	27,836	17.11	3,486	2.16	195,361	17,752	37.77	3.44	

Tabla U.1.1/89-90



Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1990 – NOV. 1991**

CUADRANTES																	IMPACTO			
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	3,719	45.44	356	4.35	2,294	28.03	352	4.30	3,010	21.80	158	1.14	2,505	18.14	297	2.15	16,468	2,687	37.44	6.11
1	1,723	21.05	214	2.61	1,203	14.70	45	0.55	2,557	18.51	472	3.42	1,875	13.58	312	2.26	9,942	1,131	22.60	2.57
2	2,307	31.21	168	2.27	2,176	29.44	96	1.30	2,330	18.68	246	1.97	2,528	20.27	514	4.12	12,031	1,184	30.28	2.98
3	2,270	27.74	150	1.83	1,246	15.22	40	0.49	3,675	26.61	693	5.02	2,398	17.36	132	0.96	11,951	1,015	27.17	2.31
4	3,840	48.48	426	5.38	2,262	28.56	262	3.31	2,830	21.17	686	5.13	1,102	8.25	685	5.13	14,950	2,909	35.12	6.83
5	3,538	43.23	666	8.14	1,940	23.70	108	1.32	2,912	21.09	429	3.11	2,429	17.59	294	2.13	15,500	2,257	35.24	5.13
6	3,384	42.73	842	10.63	2,734	34.52	278	3.51	3,165	23.68	465	3.48	1,903	14.24	394	2.95	15,149	2,709	35.59	6.36
7	4,276	52.25	296	3.62	1,790	21.87	338	4.13	2,481	17.96	470	3.40	1,261	9.13	466	3.37	15,018	1,900	34.14	4.32
8	4,276	52.25	296	3.62	1,790	21.87	338	4.13	2,481	17.96	470	3.40	1,261	9.13	466	3.37	14,184	4,322	32.24	9.83
9	4,009	50.62	1,965	24.81	1,733	21.88	298	3.76	2,180	16.31	933	6.98	2,253	16.86	531	3.97	16,457	4,487	38.66	10.54
10	4,557	55.68	272	3.32	1,812	22.14	282	3.45	2,630	19.04	192	1.39	2,207	15.98	196	1.42	17,944	1,158	40.79	2.63
11	4,296	54.24	124	1.57	2,236	28.23	48	0.61	3,221	24.10	242	1.81	2,417	18.08	501	3.75	17,934	979	42.13	2.30
	42,195	43.74	5,775	6.01	23,216	24.18	2,485	2.57	33,472	20.58	5,456	3.35	24,139	14.88	4,788	2.96	177,528	26,736	34.28	5.16

Tabla U1.1/90-91

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Período: **DIC. 1991 – NOV. 1992**

CUADRANTES																	IMPACTO			
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	3,810	46.55	96	1.17	2,588	31.62	0	0.00	3,322	24.05	90	0.65	2,424	17.55	446	3.23	17,561	736	39.92	1.67
1	4,089	49.96	90	1.10	2,657	32.47	162	1.98	3,064	22.19	74	0.54	2,005	14.52	311	2.25	16,069	741	36.53	1.68
2	3,580	48.43	246	3.33	1,960	26.52	298	4.03	2,798	22.43	378	3.03	1,704	13.66	941	7.54	16,843	2,668	42.39	6.71
3	3,687	45.05	156	1.91	1,991	24.33	234	2.86	1,822	13.19	402	2.91	1,953	14.14	112	0.81	15,924	1,430	36.20	3.25
4	3,260	41.16	70	0.88	3,062	38.66	146	1.84	2,474	18.51	164	1.23	1,920	14.37	284	2.12	17,753	1,028	41.70	2.41
5	4,577	55.93	144	1.76	2,536	30.99	162	1.98	2,819	20.41	368	2.66	1,887	13.66	558	4.04	17,554	1,654	39.91	3.76
6	3,867	48.83	48	0.61	2,240	28.28	240	3.03	2,957	22.12	202	1.51	2,045	15.30	329	2.46	18,208	1,325	42.77	3.11
7	5,266	64.35	78	0.95	1,572	19.21	404	4.94	1,801	13.04	276	2.07	2,482	17.97	192	1.39	20,266	1,318	46.07	3.00
8	5,029	61.45	324	3.96	1,628	19.89	188	2.30	2,090	15.13	146	1.06	2,162	15.65	534	3.87	17,226	2,170	39.16	4.93
9	4,020	50.76	0	0.00	1,419	17.92	360	4.55	1,974	14.77	508	3.80	1,626	12.17	522	3.91	15,369	1,774	36.10	4.17
10	4,307	52.63	244	2.98	1,451	17.73	56	0.68	1,209	8.75	588	4.26	1,209	8.75	257	1.86	14,417	2,163	32.77	4.92
11	4,961	62.64	429	5.42	1,575	19.89	368	4.65	1,994	14.92	401	3.00	1,611	434.00	434	3.25	15,333	2,111	34.86	4.96
	50,453	52.31	1,925	2.01	24,679	25.62	2,618	2.74	28,324	17.46	3,597	2.23	23,028	49.31	4,920	3.06	202,523	19,118	39.03	3.72

Tabla U.1.1/91-92

Periódico: **EL UNIVERSAL**

Periodo: **DIC. 1992 – NOV. 1993**

CUADRANTES																IMPACTO				
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	2,991	36.55	60	0.73	1,187	14.50	104	1.27	1,893	13.71	352	2.55	1,538	11.14	300	2.17	11,922	884	27.10	2.01
1	3,905	47.72	146	1.78	962	11.75	62	0.76	2,010	14.55	624	4.52	1,563	11.32	354	2.56	13,017	1,642	29.59	3.73
2	3,835	51.88	410	5.55	1,624	21.97	580	7.85	1,947	15.61	488	3.91	1,141	9.15	264	2.12	13,799	2,017	34.73	5.08
3	4,810	58.77	200	2.44	2,009	24.55	464	5.67	2,863	20.73	736	5.33	1,922	13.92	458	3.32	17,924	2,493	40.75	5.67
4	4,633	58.50	180	2.27	1,534	19.37	224	2.83	2,154	16.12	774	5.79	2,267	16.96	1,080	8.08	16,176	2,853	38.00	6.70
5	3,413	41.70	85	1.04	1,778	21.73	206	2.52	2,941	21.30	809	5.86	1,626	11.77	492	3.56	14,846	2,079	33.75	4.73
6	2,686	33.91	100	1.26	1,126	14.22	118	1.49	2,840	21.25	500	3.74	1,907	14.27	534	4.00	14,135	1,858	33.20	4.36
7	3,586	43.82	296	3.62	1,578	19.28	220	2.69	2,964	21.46	640	4.79	1,880	13.61	772	5.59	17,634	2,656	40.09	6.04
8	3,907	47.74	450	5.50	1,404	17.16	88	1.08	2,881	20.86	538	3.90	2,096	15.18	400	2.90	17,278	2,053	39.28	4.67
9	2,873	36.28	52	0.66	1,621	20.47	114	1.44	2,698	20.19	862	6.45	1,586	11.87	734	5.49	16,275	2,775	38.23	6.52
10	3,585	43.80	108	1.32	1,114	13.61	334	4.08	3,171	22.96	572	4.14	1,987	14.39	1,004	7.27	16,387	2,695	37.25	6.13
11	3,591	45.34	356	4.49	1,816	22.93	236	2.98	3,513	26.29	642	4.80	1,885	434.00	1,236	9.25	17,424	3,800	40.93	8.93
	43,815	45.50	2,443	2.56	17,753	18.46	2,750	2.89	31,875	19.58	7,537	4.65	21,398	48.13	7,628	4.69	186,817	27,805	36.08	5.38

Tabla U1.1/92-93

Periódico: **EXCELSIOR**

Período: **DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1989**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	15	0	12	0	3	319	4	348	30	4
1	21	4	7	3	15	1,185	1	38	43	8
2	12	2	10	0	6	575	2	186	28	4
3	6	0	14	0	6	579	0	0	26	0
4	8	0	10	0	0	0	0	0	18	0
5	8	1	7	1	1	51	1	91	16	3
6	8	0	9	0	1	99	0	0	18	0
7	9	4	14	1	7	642	1	63	30	6
8	8	0	13	1	2	219	0	0	23	1
9	11	1	13	0	3	301	2	196	27	3
10	11	0	18	3	9	747	3	257	38	6
11	11	3	14	3	1	117	1	48	26	7
	128	15	141	12	54	4,834	15	1,227	323	42

Tabla E3.2/88-89

Periódico: **EXCELSIOR**

Período: **DICIEMBRE 1989 – NOVIEMBRE 1990**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	8	1	11	2	1	72	2	186	20	5
1	11	3	16	5	3	325	2	158	30	10
2	9	0	10	0	6	544	1	44	25	1
3	14	3	20	1	4	286	2	143	38	6
4	7	0	9	1	4	281	2	204	20	3
5	8	2	13	0	2	154	0	0	23	2
6	10	0	20	0	10	873	0	0	40	0
7	11	0	15	3	1	85	0	0	27	3
8	10	3	6	2	2	171	1	44	18	6
9	5	0	15	0	2	238	0	0	22	0
10	5	1	15	0	8	661	0	0	28	1
11	9	0	7	0	3	297	1	99	19	1
	107	13	157	14	46	3,987	11	878	310	38

Tabla E3.2/89-90

Periódico: **EXCELSIOR**

Período: **DICIEMBRE 1990 – NOVIEMBRE 1991**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	9	0	11	0	1	72	2	187	21	2
1	15	0	2	0	5	278	0	0	22	0
2	15	0	2	0	1	91	0	0	18	0
3	4	0	7	0	5	476	0	117	16	0
4	8	0	14	0	9	910	0	0	31	0
5	12	0	16	0	9	753	2	153	37	2
6	10	1	10	0	5	372	0	0	25	1
7	12	1	14	0	14	1,369	0	0	40	1
8	12	0	12	0	7	810	0	0	31	0
9	8	0	21	0	9	1,201	2	184	38	2
10	9	1	17	0	9	952	1	81	35	2
11	14	1	20	0	11	1,456	2	153	45	3
	128	4	146	0	85	8,740	9	875	359	13

Tabla E3.2/90-91

Periódico: **EXCELSIOR**

Período: **DICIEMBRE 1991 – NOVIEMBRE 1992**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.	OP.				
12	13	1	13	0	12	1,237	1	108	38	2
1	11	0	15	0	6	740	0	0	32	0
2	15	0	11	0	12	1,386	1	85	38	1
3	17	2	16	2	9	1,033	0	0	42	4
4	17	0	11	0	9	1,099	0	0	37	0
5	10	0	13	0	10	857	1	81	33	1
6	13	1	16	1	11	1,546	0	0	40	2
7	15	2	19	1	16	1,619	2	99	50	5
8	12	1	13	0	8	838	0	0	33	1
9	12	4	11	0	10	1,202	2	158	33	6
10	13	5	11	0	11	1,193	0	0	35	5
11	8	3	12	1	10	1,157	1	238	30	5
	156	19	161	5	124	13,907	8	769	441	32

Tabla E3.2/91-92

Periódico: **EXCELSIOR**

Período: **DICIEMBRE 1992 – NOVIEMBRE 1993**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	3	2	5	0	7	640	0	0	15	2
1	9	1	8	0	7	910	0	0	24	1
2	7	1	12	0	9	874	0	0	28	1
3	2	0	5	0	7	605	0	0	14	0
4	9	0	13	0	8	592	0	0	30	0
5	6	0	2	0	7	471	0	0	15	0
6	4	0	3	0	7	645	0	0	14	0
7	7	0	9	0	13	1,397	0	0	29	0
8	4	0	9	0	4	395	0	0	17	0
9	3	0	7	1	15	1,137	0	0	25	1
10	2	0	3	0	11	767	0	0	16	0
11	7	0	9	0	10	1,114	2	163	26	2
	63	4	85	1	105	9,547	2	163	253	7

Tabla E1.2/92-93



Periódico: <b>EXCELSIOR</b>		Período: <b>DIC. 1988 – NOV. 1989</b>																			
<b>CUADRANTES</b>																	<b>IMPACTO</b>				
<b>MES</b>	<b>I</b>				<b>II</b>				<b>III</b>				<b>IV</b>				<b>PAGINA</b>				
	<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>(cm<sup>2</sup>)</b>		<b>%</b>		
	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	
12	166	2.31	96	1.33	308	4.28	503	6.99	357	2.74	803	6.17	366	2.81	605	4.65	1,516	2,355	3.75	5.83	
1	1,307	18.17	70	0.97	376	5.23	302	4.20	1,044	8.02	145	1.11	667	4.83	263	1.90	4,579	818	11.33	2.02	
2	718	11.05	0	0.00	284	4.37	136	2.09	639	5.43	190	1.62	416	3.33	128	1.03	2,632	640	7.21	1.75	
3	148	2.06	0	0.00	252	3.50	0	0.00	376	2.89	299	2.30	246	1.78	325	2.35	1,601	624	3.96	1.54	
4	0	0.00	0	0.00	0	0.00	99	1.42	642	5.10	305	2.42	455	3.40	339	2.54	1,097	743	2.80	1.90	
5	60	0.83	144	2.00	354	4.92	322	4.48	340	2.61	229	1.76	455	3.29	339	2.45	1,260	1,125	3.12	2.78	
6	120	1.72	0	0.00	179	2.57	0	0.00	511	4.06	250	1.98	238	1.78	152	1.14	1,147	402	2.93	1.03	
7	0	0.00	0	0.00	602	8.37	44	0.61	579	4.45	645	4.95	347	2.51	531	3.84	2,170	1,283	5.37	3.17	
8	0	0.00	0	0.00	0	0.00	88	1.22	785	6.03	366	2.81	938	6.79	565	4.09	1,942	1,019	4.80	2.52	
9	0	0.00	0	0.00	72	1.03	0	0.00	390	3.10	298	2.37	338	2.53	387	2.90	1,101	881	2.81	2.25	
10	102	1.42	36	0.50	544	7.56	0	0.00	962	7.39	380	2.92	567	4.11	577	4.18	2,922	1,250	7.23	3.09	
11	52	0.75	104	1.49	860	12.36	0	0.00	797	6.33	343	2.72	625	4.68	287	2.15	2,451	782	6.27	2.00	
	2,673	3.19	450	0.53	3,831	4.52	1,494	1.75	7,422	4.84	4,253	2.76	5,658	3.49	4,498	2.77	24,418	11,922	5.13	2.49	

Tabla E3.1/88-89

Periódico: **EXCELSIOR**

Período: **DIC. 1989 – NOV. 1990**

CUADRANTES																	IMPACTO			
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	0	0.00	44	0.61	303	4.21	0	0.00	420	3.23	145	1.11	315	2.42	382	2.93	1,110	757	2.75	1.87
1	36	0.50	36	0.50	99	1.38	0	0.00	828	6.36	185	1.42	307	2.36	421	3.23	1,595	800	3.95	1.98
2	36	0.55	0	0.00	0	0.00	0	0.00	252	2.14	294	2.50	461	3.70	274	2.20	1,293	612	3.54	1.68
3	36	0.50	30	0.42	134	1.86	253	3.52	577	4.43	524	4.02	504	3.65	912	6.60	1,537	1,862	3.80	4.61
4	36	0.52	0	0.00	331	4.76	0	0.00	713	5.66	331	2.63	686	5.13	303	2.27	2,047	838	5.23	2.14
5	48	0.67	0	0.00	204	2.84	36	0.50	542	4.16	186	1.43	452	3.27	61	0.44	1,400	283	3.46	0.70
6	240	3.45	0	0.00	430	6.18	0	0.00	418	3.32	239	1.90	725	5.42	401	3.00	2,686	640	6.87	1.64
7	72	1.00	0	0.00	0	0.00	40	0.56	640	4.92	195	1.50	430	3.11	135	0.98	1,227	370	3.04	0.92
8	0	0.00	0	0.00	379	5.27	99	1.38	191	1.47	254	1.95	345	2.50	202	1.46	1,086	599	2.69	1.48
9	72	1.03	0	0.00	264	3.79	0	0.00	808	6.41	254	2.02	574	4.29	226	1.69	1,956	480	5.00	1.23
10	192	2.67	0	0.00	349	4.85	0	0.00	685	5.26	239	1.84	557	4.03	103	0.75	2,444	342	6.05	0.85
11	36	0.52	0	0.00	306	4.40	0	0.00	473	3.75	419	3.33	356	2.66	283	2.12	1,468	801	3.75	2.05
	804	0.95	110	0.13	2,799	3.29	428	0.50	6,547	4.26	3,265	2.14	5,712	3.55	3,703	2.31	19,849	8,384	4.18	1.76

Tabla E3.1/89-90

Periódico: <b>EXCELSIOR</b> Período: <b>DIC. 1990 – NOV. 1991</b>																				
<b>CUADRANTES</b>																	<b>IMPACTO</b>			
<b>MES</b>	<b>I</b>				<b>II</b>				<b>III</b>				<b>IV</b>				<b>PAGINA</b>			
	<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>(cm<sup>2</sup>)</b>		<b>%</b>	
	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>
12	66	0.92	0	0.00	279	3.88	108	1.50	676	5.19	118	0.91	543	4.17	84	0.65	1,636	497	4.05	1.23
1	0	0.00	0	0.00	472	6.56	525	7.30	730	5.61	97	0.75	991	7.61	210	1.61	2,471	832	6.11	2.06
2	0	0.00	0	0.00	1,124	17.30	277	4.26	968	8.23	175	1.49	1,001	8.02	125	1.00	3,184	577	8.72	1.58
3	433	6.02	0	0.00	898	12.49	32	0.44	984	7.56	129	0.99	1,158	8.38	78	0.56	3,949	356	9.77	0.88
4	0	0.00	0	0.00	734	10.55	228	3.28	772	6.13	260	2.06	497	3.72	299	2.24	2,913	787	7.45	2.01
5	1,746	24.28	0	0.00	917	12.75	240	3.34	1,576	12.10	477	3.66	1,653	11.97	488	3.53	6,645	1,358	16.44	3.36
6	42	0.60	0	0.00	448	6.44	40	0.57	998	7.92	541	4.29	1,533	11.47	557	4.17	3,393	1,138	8.67	2.91
7	49	0.68	0	0.00	727	10.11	120	1.67	2,561	19.67	564	4.33	1,209	8.75	420	3.04	5,915	1,104	14.63	2.73
8	2,574	35.79	0	0.00	1,440	20.02	303	4.21	3,127	24.02	836	6.42	3,970	28.75	894	6.47	11,921	2,033	29.49	5.03
9	1,756	25.23	136	1.95	708	10.17	223	3.20	1,484	11.78	379	3.01	2,485	18.59	750	5.61	7,634	1,672	19.51	4.27
10	45	0.63	0	0.00	831	11.55	0	0.00	1,113	8.55	268	2.06	982	7.11	293	2.12	3,923	642	9.70	1.59
11	213	3.06	0	0.00	690	9.91	149	2.14	2,325	33.41	38	0.55	1,564	22.47	114	1.64	6,248	454	15.97	1.16
	6,924	8.10	136	0.16	9,268	10.98	2,245	2.66	17,314	12.51	3,882	2.54	17,586	11.75	4,312	2.72	59,832	11,450	12.54	2.40

Tabla E3.1/90-91

Periódico: <b>EXCELSIOR</b>																				Período: <b>DIC. 1991 – NOV. 1992</b>			
<b>CUADRANTES</b>																	<b>IMPACTO</b>						
<b>MES</b>	<b>I</b>				<b>II</b>				<b>III</b>				<b>IV</b>				<b>PAGINA</b>						
	<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>(cm<sup>2</sup>)</b>		<b>%</b>				
	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	
12	216	3.00	0	0.00	733	10.19	0	0.00	2,177	16.72	224	1.72	1,338	10.28	192	1.47	5,701	524	14.10	1.30			
1	1,151	16.00	25	0.35	907	12.61	245	3.41	1,276	9.80	217	1.67	1,111	8.53	369	2.83	5,185	856	12.83	2.12			
2	1,990	30.63	64	0.99	767	11.81	184	2.83	1,540	13.10	460	3.91	1,722	13.80	80	0.64	7,405	873	20.28	2.39			
3	1,730	24.05	119	1.65	974	13.54	124	1.72	1,129	8.67	125	0.96	977	7.07	172	1.25	5,843	540	14.45	1.34			
4	2,354	33.82	0	0.00	550	7.90	0	0.00	1,836	14.57	221	1.75	1,276	9.55	49	0.37	7,115	270	18.19	0.69			
5	2,532	35.21	0	0.00	225	3.13	84	1.17	1,977	15.18	144	1.11	1,347	9.75	184	1.33	6,938	493	17.16	1.22			
6	2,704	38.85	84	1.21	329	4.73	90	1.29	2,050	16.27	76	0.60	949	7.10	108	0.81	7,578	358	19.37	0.92			
7	2,924	40.66	522	7.26	623	8.66	140	1.95	1,668	12.81	368	2.83	1,122	8.12	464	3.36	7,956	1,593	19.68	3.94			
8	3,173	44.12	0	0.00	745	10.36	319	4.44	1,171	8.99	377	2.90	1,129	8.17	678	4.91	7,056	1,374	17.45	3.40			
9	1,889	27.14	0	0.00	737	10.59	419	6.02	1,183	9.39	249	1.98	1,450	10.85	964	7.21	6,461	1,790	16.52	4.58			
10	1,737	24.15	42	0.58	113	1.57	195	2.71	1,810	13.90	581	4.46	1,461	10.58	739	5.35	6,314	1,557	15.62	3.85			
11	2,756	39.60	189	2.72	825	11.85	309	4.44	1,395	20.04	485	6.97	942	13.53	504	7.24	7,075	1,725	18.09	4.41			
	25,156	29.77	1,045	1.23	7,528	8.91	2,109	2.50	19,212	13.29	3,527	2.57	14,824	9.78	4,503	3.06	80,627	11,953	16.98	2.51			

Tabla E3.1/91-92

Periódico: <b>EXCELSIOR</b>				Periodo: <b>DIC. 1992 – NOV. 1993</b>																
<b>CUADRANTES</b>																<b>IMPACTO</b>				
<b>MES</b>	<b>I</b>				<b>II</b>				<b>III</b>				<b>IV</b>				<b>PAGINA</b>			
	<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>(cm<sup>2</sup>)</b>		<b>%</b>	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	2,059	28.63	0	0.00	341	4.74	0	0.00	939	7.21	312	2.40	666	5.12	232	1.78	4,645	544	11.49	1.35
1	1,538	21.38	39	0.54	695	9.66	99	1.38	1,847	14.19	84	0.65	1,310	10.06	354	2.72	6,300	576	15.58	1.42
2	203	3.13	130	2.00	90	1.39	362	5.57	1,255	10.67	518	4.40	685	5.49	350	2.81	3,107	1,360	8.51	3.72
3	962	13.38	278	3.87	479	6.66	381	5.30	973	7.47	44	0.34	622	4.50	40	0.29	3,641	743	9.01	1.84
4	0	0.00	20	0.29	508	7.30	0	0.00	1,185	9.40	220	1.75	1,072	8.02	220	1.65	3,357	460	8.58	1.18
5	119	1.65	53	0.74	162	2.25	288	4.00	730	5.61	35	0.27	883	6.39	485	3.51	2,365	861	5.85	2.13
6	427	6.14	0	0.00	279	4.01	68	0.98	727	5.77	122	0.97	331	2.48	237	1.77	2,409	427	6.16	1.09
7	219	3.05	0	0.00	230	3.20	0	0.00	904	6.94	377	2.90	747	5.41	108	0.78	3,497	485	8.65	1.20
8	372	5.17	0	0.00	245	3.41	72	1.00	1,247	9.58	417	3.20	708	5.13	728	5.27	2,967	1,217	7.34	3.01
9	1,095	15.73	250	3.59	218	3.13	91	1.31	1,113	8.83	0	0.00	512	3.83	0	0.00	4,075	341	10.42	0.87
10	1,049	14.59	0	0.00	539	7.49	0	0.00	1,367	10.50	221	1.70	1,119	8.10	229	1.66	4,841	450	11.98	1.11
11	961	13.81	0	0.00	27	0.39	0	0.00	1,064	15.29	128	1.84	672	9.66	200	2.87	3,838	491	9.81	1.26
	9,004	10.55	770	0.92	3,813	4.47	1,361	1.63	13,351	9.29	2,478	1.70	9,327	6.18	3,183	2.09	45,042	7,955	9.45	1.68

Tabla E1.1/92-93

Periódico: **JORNADA**  
 Período: **DICIEMBRE 1988 – NOVIEMBRE 1989**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	0	0	16	6	16	1,486	8	834	32	14
1	0	0	16	1	10	1,083	6	573	26	7
2	0	0	17	0	12	1,320	2	204	29	2
3	0	0	13	0	10	894	4	327	23	4
4	0	0	17	0	13	1,166	1	108	30	1
5	0	0	10	1	9	858	7	600	19	8
6	0	0	13	3	7	885	1	66	20	4
7	0	0	17	12	16	1,669	7	690	33	19
8	0	0	21	1	9	897	3	288	30	4
9	0	0	13	0	12	1,065	4	378	25	4
10	0	0	13	6	15	1,272	3	321	28	9
11	0	0	14	1	13	1,340	5	527	27	6
	0	0	180	31	142	13,935	51	4,916	322	82

Tabla J2.2/88-89

Periódico: **JORNADA**

Período: **DICIEMBRE 1989 – NOVIEMBRE 1990**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	0	0	9	6	4	321	3	525	13	9
1	0	0	13	3	17	1,568	2	231	30	5
2	0	0	13	1	10	948	0	0	23	1
3	0	0	13	0	9	996	2	204	22	2
4	0	0	14	1	7	857	0	0	21	1
5	0	0	20	3	12	1,169	1	114	32	4
6	0	0	14	1	9	882	0	0	23	1
7	0	0	14	2	3	341	2	227	17	4
8	0	0	15	1	8	802	1	120	23	2
9	0	0	15	2	10	1,040	2	177	25	4
10	0	0	15	0	11	1,044	2	189	26	2
11	0	0	21	4	14	1,541	4	429	35	8
	0	0	176	24	114	11,509	19	2,216	290	43

Tabla J2.2/89-90

Periódico: **JORNADA**

Período: **DICIEMBRE 1990 – NOVIEMBRE 1991**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	0	0	10	1	6	615	0	0	16	1
1	0	0	7	0	5	444	0	0	12	0
2	0	0	5	1	6	358	0	0	11	1
3	0	0	17	2	6	445	1	75	23	3
4	0	0	15	0	10	869	0	0	25	0
5	0	0	15	0	8	677	0	0	23	0
6	0	0	10	2	4	369	1	103	14	3
7	0	0	14	1	11	1,503	2	201	25	3
8	0	0	17	6	6	1,023	2	320	23	8
9	0	0	15	9	14	1,615	5	697	29	14
10	0	0	9	2	10	1,221	5	393	19	7
11	0	0	22	2	12	1,466	0	0	34	2
	0	0	156	26	98	10,605	16	1,789	254	42

Tabla J2.2/90-91



Periódico: **JORNADA**

Período: **DICIEMBRE 1991 – NOVIEMBRE 1992**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	0	0	16	1	11	1,122	3	371	27	4
1	0	0	8	1	8	964	0	0	16	1
2	0	0	13	3	11	1,192	2	229	24	5
3	0	0	11	3	8	857	1	60	19	4
4	0	0	14	2	11	1,472	0	0	25	2
5	0	0	17	0	14	1,425	4	394	31	4
6	0	0	10	0	7	811	0	0	17	0
7	0	0	15	8	15	1,438	3	402	30	11
8	0	0	11	2	7	903	1	116	18	3
9	0	0	15	3	8	1,072	1	110	23	4
10	0	0	16	1	9	1,112	4	534	25	5
11	0	0	13	3	7	912	2	163	20	5
	0	0	159	27	116	13,280	21	2,379	275	48

Tabla J2.2/91-92

Periódico: **JORNADA**

Período: **DICIEMBRE 1992 – NOVIEMBRE 1993**

MES	CINTILLO		8 COLUM.		FOTOGRAFIA				PRESENCIA	
	GOB.	OP.	GOB.	OP.	No.	cm <sup>2</sup>	No.	cm <sup>2</sup>	GOB.	OP.
					GOB.		OP.			
12	0	0	8	1	7	778	0	0	15	1
1	0	0	9	2	5	432	0	0	14	2
2	0	0	13	4	13	1,678	3	463	26	7
3	0	0	18	4	9	1,144	1	108	27	5
4	0	0	9	4	3	233	0	0	12	4
5	0	0	9	2	10	1,668	2	431	19	4
6	0	0	8	2	8	885	0	0	16	2
7	0	0	14	2	7	672	3	297	21	5
8	0	0	16	6	9	1,081	3	295	25	9
9	0	0	14	4	9	849	2	359	23	6
10	0	0	10	2	4	377	2	315	14	4
11	0	0	17	3	9	1,044	3	524	26	6
	0	0	145	36	93	10,841	19	2,792	238	55

Tabla J2.2/92-93

Periódico: **JORNADA**

Período: **DIC. 1988 – NOV. 1989**

CUADRANTES																	IMPACTO			
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	887	28.90	358	11.67	872	37.51	309	13.29	969	14.34	126	1.86	1,569	23.22	276	4.08	5,783	1,903	30.58	10.06
1	874	28.48	157	5.12	672	28.90	0	0.00	1,004	14.86	228	1.75	1,186	8.59	342	2.48	4,819	1,300	25.48	6.87
2	791	28.54	168	2.59	725	34.52	0	0.00	820	13.43	87	0.74	1,052	8.43	48	0.38	4,708	507	27.56	2.97
3	771	25.12	204	2.84	743	31.96	0	0.00	1,232	18.23	159	1.22	1,041	7.54	150	1.09	4,681	840	24.75	4.44
4	1,065	35.86	234	3.36	1,002	44.53	0	0.00	556	8.50	59	0.47	1,088	8.14	72	0.54	4,877	473	26.65	2.58
5	1,081	35.22	54	0.75	726	31.23	0	0.00	565	8.36	60	0.46	802	5.81	48	0.35	4,032	762	21.32	4.03
6	563	18.96	401	5.76	733	32.58	306	4.40	560	8.56	266	2.11	1,471	11.01	368	2.75	4,212	1,407	23.02	7.69
7	999	32.55	641	8.91	1,174	50.49	655	9.11	535	7.92	429	3.29	833	6.03	573	4.15	5,210	2,988	27.55	15.80
8	1,257	40.96	265	3.68	955	41.08	306	4.25	680	10.06	465	3.57	1,342	9.72	656	4.75	5,131	1,980	27.13	10.47
9	425	14.31	147	2.11	918	40.80	120	1.72	492	7.52	308	2.44	1,581	11.83	366	2.74	4,481	1,319	24.49	7.21
10	680	22.16	213	2.96	1,102	47.40	262	3.64	303	4.48	249	1.91	1,163	8.42	651	4.71	4,520	1,696	23.90	8.97
11	709	10.19	311	4.47	567	25.20	177	2.54	550	8.41	329	2.61	1,095	8.19	606	4.53	4,261	1,950	23.28	10.66
	10,102	26.77	3,153	4.52	10,189	37.18	2,135	3.25	8,266	10.39	2,765	1.87	14,223	9.74	4,156	2.71	56,715	17,125	25.48	7.65

Tabla J2.1/88-89

Periódico: **JORNADA**

Período: **DIC. 1989 – NOV. 1990**

CUADRANTES																	IMPACTO			
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	689	22.45	479	15.61	565	24.30	295	12.69	894	13.23	170	2.52	1,015	15.02	425	6.29	3,484	1,894	18.42	10.02
1	766	24.96	348	11.34	843	36.26	270	3.75	1,120	16.57	451	6.67	1,708	25.27	761	11.26	6,005	2,061	31.76	10.90
2	909	32.79	200	3.08	697	33.19	98	1.51	575	9.42	307	2.61	1,316	10.55	559	4.48	4,445	1,164	26.02	6.81
3	747	24.34	293	4.07	706	30.37	0	0.00	813	12.03	480	3.69	1,153	8.35	910	6.59	4,415	1,887	23.35	9.98
4	527	17.74	281	4.04	604	26.84	101	1.45	600	9.17	366	2.90	709	5.30	201	1.50	3,297	949	18.02	5.19
5	1,022	33.30	160	2.22	1,080	46.45	91	1.27	526	7.78	118	0.91	413	2.99	64	0.46	4,210	547	22.26	2.89
6	672	22.63	186	2.67	838	37.24	60	0.86	652	9.97	140	1.11	650	4.86	68	0.51	3,694	454	20.19	2.48
7	878	28.61	225	7.33	729	31.35	216	9.29	685	10.14	117	1.73	1,076	15.92	414	6.13	3,709	1,199	19.61	6.34
8	1,001	32.62	141	1.96	1,372	59.01	39	0.54	651	9.63	161	1.24	1,211	8.77	206	1.49	5,037	667	26.64	3.53
9	801	26.97	114	1.64	1,119	49.73	60	0.86	736	11.25	283	2.25	1,058	7.92	294	2.20	4,754	928	25.98	5.07
10	557	18.15	81	1.13	1,059	45.55	0	0.00	826	12.22	460	3.53	1,023	7.41	550	3.98	4,509	1,280	23.84	6.77
11	1,095	15.73	458	6.58	1,119	49.73	323	4.64	1,014	15.50	688	5.46	2,006	15.01	1,229	9.20	6,775	3,127	37.02	17.09
	9,664	25.02	2,966	5.14	10,731	39.17	1,553	3.07	9,092	11.41	3,741	2.88	13,338	10.61	5,681	4.51	54,334	16,157	24.43	7.26

Tabla J2.1/89-90

Periódico: **JORNADA**

Período: **DIC. 1990 – NOV. 1991**

CUADRANTES																	IMPACTO			
MES	I				II				III				IV				PAGINA			
	GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		GOB.		OP.		(cm <sup>2</sup> )		%	
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.
12	529	17.24	167	5.44	511	21.98	91	3.91	892	13.20	355	5.25	1,313	19.43	585	8.66	3,860	1,198	20.41	6.34
1	401	13.07	33	1.08	441	18.97	0	0.00	526	7.78	70	1.04	272	4.02	0	0.00	2,084	103	11.02	0.54
2	581	20.96	130	2.00	226	10.76	0	0.00	761	12.47	0	0.00	858	6.88	216	1.73	2,784	346	16.30	2.03
3	1,120	36.49	168	2.34	788	33.89	37	0.51	902	13.35	350	2.69	1,075	7.78	215	1.56	4,330	845	22.90	4.47
4	1,155	38.89	100	1.44	1,048	46.58	0	0.00	884	13.52	222	1.76	1,387	10.38	192	1.44	5,343	514	29.20	2.81
5	825	26.88	305	4.24	703	30.24	51	0.71	472	6.98	274	2.10	932	6.75	636	4.61	3,609	1,266	19.09	6.69
6	815	27.44	277	3.98	436	19.38	85	1.22	870	13.30	187	1.48	1,314	9.83	183	1.37	3,804	835	20.79	4.56
7	675	21.99	411	13.39	827	35.57	176	7.57	792	11.72	111	1.64	1,443	21.35	531	7.86	5,240	1,430	27.71	7.56
8	1,213	39.52	611	8.50	872	37.51	498	6.92	1,343	19.87	985	7.57	1,840	13.32	1,053	7.62	6,291	3,467	33.27	18.33
9	1,126	37.91	610	8.76	994	44.18	498	7.16	711	10.87	422	3.35	1,362	10.19	915	6.85	5,808	3,142	31.74	17.17
10	626	20.40	328	4.56	640	27.53	225	3.13	445	6.58	508	3.90	1,149	8.32	565	4.09	4,081	2,019	21.58	10.68
11	1,017	14.61	727	10.45	1,000	44.44	119	1.71	738	11.28	217	1.72	1,183	8.85	564	4.22	5,404	1,627	29.53	8.89
	10,083	26.28	3,867	5.51	8,486	30.92	1,780	2.74	9,336	11.74	3,701	2.71	14,128	10.59	5,655	4.17	52,638	16,792	23.63	7.51

Tabla J2.1/90-91

Periódico: <b>JORNADA</b>		Período: <b>DIC. 1991 – NOV. 1992</b>																			
<b>CUADRANTES</b>																	<b>IMPACTO</b>				
<b>MES</b>	<b>I</b>				<b>II</b>				<b>III</b>				<b>IV</b>				<b>PAGINA</b>				
	<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>(cm<sup>2</sup>)</b>		<b>%</b>		
	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>cm<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	<b>GOB.</b>	<b>OP.</b>	
12	1.029	33.53	260	8.47	816	35.10	82	3.53	591	8.75	185	2.74	1.425	21.09	531	7.86	4,983	1,429	26.35	7.56	
1	672	21.90	262	8.54	465	20.00	37	0.51	203	3.00	84	1.24	775	11.47	304	4.50	3,079	687	16.28	3.63	
2	895	32.29	544	8.37	751	35.76	252	3.88	269	4.41	109	0.93	483	3.87	230	1.84	3,590	1,364	21.02	7.99	
3	793	25.84	489	6.80	515	22.15	181	2.52	321	4.75	147	1.13	571	4.13	183	1.33	3,057	1,060	16.17	5.61	
4	762	25.66	228	3.28	646	28.71	118	1.70	255	3.90	196	1.56	424	3.17	264	1.98	3,559	806	19.45	4.40	
5	987	32.16	221	3.07	1,019	43.83	48	0.67	832	12.31	212	1.63	1,435	10.39	467	3.38	5,698	1,342	30.13	7.10	
6	1,670	56.23	88	1.26	604	26.84	88	1.26	706	10.80	274	2.17	1,340	10.03	476	3.56	5,131	926	28.04	5.06	
7	1,417	46.17	660	21.51	1,138	48.95	464	19.96	1,145	16.94	491	7.27	929	13.75	669	9.90	6,067	2,686	32.08	14.20	
8	1,071	34.90	591	8.22	533	22.92	326	4.53	688	10.18	555	4.26	1,115	8.07	1,158	8.38	4,310	2,746	22.79	14.52	
9	579	19.49	511	7.34	603	26.80	179	2.57	447	6.83	356	2.83	822	6.15	347	2.60	3,523	1,503	19.25	8.21	
10	959	31.25	842	11.71	1,161	49.94	66	0.92	501	7.41	452	3.47	751	5.44	431	3.12	4,484	2,325	23.71	12.30	
11	1,006	14.45	254	3.65	611	27.16	168	2.41	773	11.82	483	3.83	1,102	8.25	642	4.80	4,404	1,710	24.07	9.34	
	11,840	31.16	4,950	7.68	8,862	32.35	2,009	3.70	6,731	8.43	3,544	2.75	11,172	8.82	5,702	4.44	51,885	18,584	23.28	8.33	

Tabla J2.1/91-92

Periódico: <b>JORNADA</b>																				Período: <b>DIC. 1992 – NOV. 1993</b>			
<b>CUADRANTES</b>																<b>IMPACTO</b>							
<b>MES</b>	<b>I</b>				<b>II</b>				<b>III</b>				<b>IV</b>				<b>PAGINA</b>						
	<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>GOB.</b>		<b>OP.</b>		<b>(cm<sup>2</sup>)</b>		<b>%</b>				
	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	cm <sup>2</sup>	%	GOB.	OP.	GOB.	OP.	
12	908	29.59	421	13.72	337	14.49	40	1.72	1,036	15.33	221	3.27	1,338	19.80	358	5.30	4,397	1,040	23.25	5.50			
1	1,221	39.78	958	31.22	593	25.51	133	1.85	277	4.10	111	1.64	742	10.98	306	4.53	3,265	1,508	17.27	7.97			
2	1,280	46.18	943	14.52	595	28.33	200	3.08	550	9.01	292	2.48	1,217	9.76	851	6.82	5,320	2,749	31.15	16.09			
3	1,048	34.15	659	9.16	757	32.56	412	5.73	702	10.39	497	3.82	1,049	7.60	846	6.13	4,700	2,522	24.85	13.34			
4	961	32.36	608	8.74	560	24.89	296	4.25	625	9.56	502	3.98	613	4.59	487	3.64	2,992	1,893	16.35	10.34			
5	912	29.72	460	6.40	528	22.71	128	1.78	283	4.19	139	1.07	589	4.26	311	2.25	3,980	1,469	21.05	7.77			
6	1,069	35.99	205	2.95	467	20.76	118	1.70	986	15.08	65	0.52	1,219	9.12	106	0.79	4,626	494	25.28	2.70			
7	1,144	37.28	345	11.24	530	22.80	181	7.78	626	9.26	462	6.84	1,108	16.40	574	8.49	4,080	1,859	21.58	9.83			
8	1,127	36.72	882	12.26	968	41.63	602	8.37	804	11.90	453	3.48	1,449	10.49	578	4.19	5,429	2,810	28.71	14.86			
9	1,355	45.62	441	6.34	811	36.04	210	3.02	755	11.54	331	2.63	1,248	9.34	601	4.50	5,018	1,942	27.42	10.61			
10	623	20.30	365	5.08	447	19.23	174	2.42	523	7.74	307	2.36	1,165	8.44	612	4.43	3,135	1,773	16.58	9.38			
11	1,733	24.90	653	9.38	1,129	50.18	278	3.99	970	14.83	328	2.60	1,428	10.68	611	4.57	6,304	2,394	34.45	13.08			
	13,381	34.38	6,940	10.92	7,722	28.26	2,772	3.81	8,137	10.24	3,708	2.89	13,165	10.12	6,241	4.64	53,246	22,453	23.99	10.12			

Tabla J2.1/92-93